

الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الإلكترونية

الأستاذة /مرينز فاطمة

أستاذة مساعدة "أ"، جامعة بشار

مقدمة :

تعد التجارة عبر الانترنت أو التجارة الإلكترونية على العموم عصب الاقتصاد المعاصر والمستقبلي، ذلك أن أكثر المستخدمين للشبكة هم من المتعاملين في حركة التجارة الإلكترونية ويستفيدون من خدماتها، ويمكن القول أنه من خلال الفكر الاقتصادي والتجاري عبر الانترنت أمكن التوصل إلى فوائدها الجمة حتى بالرغم من المشكلات المثارة في إطارها تأخذ الطابع التقليدي في ظاهرها أو بمعنى آخر الاستناد إلى مفاهيم تقليدية في فهمها ورصد موضوعاتها.

على أن التجارة الإلكترونية بالمفهوم الرقمي بدأت حقيقة في ثمانينات القرن العشرين، ولقد كان التوجه أكثر تخصيصاً آنذاك في النظام الأمريكي فيما يعرف بمصطلح "التبادل الإلكتروني للبيانات"، والتي يمكن تعريفها بأنها: "تبادل معلومات الأعمال من حاسب إلى آخر بنظام هيكلية البيانات"¹، حيث تتيح أنظمة التبادل الإلكتروني للبيانات إمكانية إجراء المبادلات التجارية من بيع وشراء وإبرام العقود على الخط أو حتى الدعوة إلى التعاقد، وذلك كله في ظل النمو المتزايد للمعلومات الذي اجتاحت مجتمع المعلومات الإلكترونية، حيث مكنت من إجراء المعاملات التجارية والمالية بسهولة دون حواجز وموانع، حيث اختزلت المسافات والأزمنة اللازمة للمعاملات، إذ تتم عمليات البيع والشراء ومختلف التحويلات المالية من أماكن متباعدة عبر مناطق مختلفة من العالم ويسر تام دون تحمل جهود ومخاطر مرتفعة².

وبهذا تتطلب عملية التبادل الإلكتروني للبيانات في مضمار التجارة الإلكترونية معرفة بعض البيانات الشخصية، والتي تسمح بالتعرف إلى الشخص بشكل أوفى، وقد تمتد هذه البيانات إلى معرفة أرقام بطاقة الائتمان لإتمام عمليات البيع والشراء والتعاقد³، وهي بدورها تشكل أكثر البيانات الشخصية عرضة للاعتداء، وذلك بالحصول عليها واستعمالها دون وجه حق.

¹ عمر محمد أبو بكر بن يونس، الجرائم الناشئة عن استخدام الانترنت، دار النهضة العربية للنشر، مصر طبعة 2004، ص. 139.

² - إلياس بن ساسي: التعاقد الإلكتروني والمسائل القانونية المتعلقة به، جامعة ورقلة، مجلة الباحث، العدد الثاني، 2003، ص. 60.

³ محمد أمين الشوابكة، جرائم الحاسوب و الانترنت- الجريمة المعلوماتية-، دار الثقافة للنشر، عان الأردن، طبعة 2006، ص. 69.

وأمام هذه التحديات يمكننا القول من جهة أن المفهوم المستحدث للمستهلك صاحبه قيام مدلول جديد لحمايته في مجال التجارة الالكترونية لتوطيد الثقة والأمان لمستخدمي الشبكة، ومن جهة أخرى عجز النصوص القانونية التقليدية للتصدي للاعتداء المعلوماتي على حق المستهلك في الخصوصية، ومن هنا فإن الحاجة تغدو ملحة لسد كل فراغ تشريعي فيما يتم تداوله من معلومات

وأسرار على هذه الشبكة، والتساؤل الذي يثور في هذا الصدد حول ماهية البيانات التي تعرض الحق في الخصوصية للمستهلك في إطار التجارة الالكترونية للانتهاك ؟

للإجابة على هذه الإشكالية، نعرض أولاً ماهية الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية (المطلب الأول)، وثانياً التعدي على الحق في الخصوصية للمستهلك الرقمي (المطلب الثاني) على النحو الآتي:

المطلب الأول: ماهية الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية

الفرع الأول: المقصود بالحق في الخصوصية للمستهلك الرقمي

الفرع الثاني: ضوابط احترام الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية

المطلب الثاني: التعدي على الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية

الفرع الأول: ماهية التبادل الالكتروني للبيانات الشخصية في مجال التجارة الالكترونية

الفرع الثاني: أشكال التعدي على البيانات الشخصية في مجال التجارة الالكترونية

المطلب الأول: ماهية الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية

إن الحق في الخصوصية في مجال التجارة الالكترونية تأتي أهميتها من التغير الهائل في تقنية المعلومات والحاسبات الآلية وشبكة الانترنت، ذلك أن معالجة البيانات في شكلها الرقمي أدت إلى سهولة وسرعة تداولها، وأصبحت البيانات الرقمية منتجا يجري التعامل فيه.

وفي هذا الإطار يجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم مستهلكين، وكذلك احترام حقهم في الخصوصية، فمن

هو المستهلك الرقمي ؟ وما هي ضوابط احترام حقه في الخصوصية في مجال التجارة الالكترونية ؟

ومن هنا نبحث عن ماهية هذا الحق في مجال التجارة الالكترونية من خلال تحديد المقصود بالحق في الخصوصية للمستهلك

الرقمي (الفرع الأول)، ثم ضوابط احترامه في مجال التجارة الالكترونية (الفرع الثاني) على النحو الآتي:

الفرع الأول: المقصود بالحق في الخصوصية للمستهلك الرقمي

نحدد المقصود بالحق في الخصوصية للمستهلك الرقمي من خلال التعريف بالحق في الخصوصية (أولاً)، ثم التعريف بالمستهلك الرقمي (ثانياً) على النحو الآتي:

أولاً: التعريف بالحق في الخصوصية

يكاد ينعقد الإجماع على صعوبة التوصل إلى تعريف جامع مانع للحق في الحياة الخاصة أو الخصوصية أو السرية الشخصية كما يسميها البعض¹، لذلك نجد من الأهمية لتعريف هذا الحق أن نعرفه لغة واصطلاحاً على النحو الآتي:

الخصوصية لغة: يرجع أصل هذه الكلمة في اللغة العربية إلى الفعل خص، فيقال خص فلاناً بالشيء، بمعنى فضله به وأفرده، ويقال كذلك: خصه بالود أي حبه دون غيره، وخاصة الشيء ما يختص به دون غيره أي ينفرد به، وتعني لفظة الخصوصية في اللغة الانجليزية (privacy) أي أنها حالة العزلة والانسحاب من صحبة الآخرين²، كما تستخدم لمعان قد تعبر بشكل أو بآخر عن مظاهر معنى هذه الكلمة إن لم يكن مرادفاً لها، لتدل على الطمأنينة والسلم والوحدة والانسحاب من الحياة العامة والتفرد...

الخصوصية اصطلاحاً: رغم أن الدساتير والتشريعات الحديثة قد اتفقت على حماية حرمة الحياة الخاصة، إلا أن تعريف هذا الحق ما زال يثير جدلاً وخلافاً في القانون المقارن، وقد اتفق الفقه على صعوبة تحديد هذا المضمون بصورة تتلاءم مع مقتضيات العلم القانوني³.

لكن من منطلق أن لكل إنسان الحق في أن تحترم حياته الخاصة، وأن هذا المبدأ لا يثير خلافاً بين أولئك الذين يسعون لتدعيمه، وأن هناك اتفاق عالمي التوجه بشأن هذا الحق الأساسي⁴، فإنه يمكن تعريف الحق في الخصوصية⁵، أو ما كما يعرف في النظام اللاتيني بالحق في الحياة الخاصة بأنه حق احترام سرية وخصوصية الأشخاص من أي تدخل مادي أو معنوي، وهو حق عميق الجذور من الوجهة التاريخية⁶، حيث تستهدف حماية هذا الحق صون كرامة الإنسان واحترام أدميته من خلال عدم التطفل عليه، وعدم انتهاك أسرار

¹ - بن يحيى إساعيل: جرائم التعدي على التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير تخصص قانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بشار، 2009-2010، ص.52.

² - علي أحمد عبد الرزقي: حق الخصوصية في القانون الجنائي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006، ص.115، 116.

³ - محمد أمين الشوابكة: مرجع سابق، ص.58.

⁴ - طارق عثمان: الحماية الجنائية للحياة الخاصة عبر الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2006-2007، ص.8.

⁵ - يستخدم الفقه في النظم اللاتينية مصطلح الحق في الحياة الخاصة la vie prive، ويطلق مصطلح الحق في الخصوصية privacy عند الفقه النظم الانجلوسكونية.

محمد أمين الشوابكة: المرجع السابق، ص.58.

⁶ - عبد الله فكري: جرائم نظم المعلومات، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2007، ص.613.

ومحادثاته وسائر جوانب حياته الخاصة كأحد الحقوق اللصيقة بالشخصية التي تثبت للإنسان، والتي غالبا ما يصعب حصر الجوانب المختلفة لها، والتمييز بحدود واضحة بين ما يعد من الحياة الخاصة للإنسان وما يعد من الحياة العامة له¹. وفي هذا الإطار، حظيت الحياة الخاصة للأفراد بحماية دستورية² وقانونية في مختلف تشريعات الدول المتقدمة، كما عنيت الإعلانات والمواثيق الدولية والإقليمية بحماية هذا الحق.

ثانيا: التعريف بالمستهلك الرقمي

إن فكرة المستهلك كانت وسوف تظل محور القاعدة التجارية والاقتصادية في كافة المجالات بما في ذلك التجارة الالكترونية، بحيث تصبح محور الحركة الاقتصادية العالمية، وهذا المستهلك ليس مستهلكا تقليديا لاتساع قاعدة الاختيار الحر أمامه في أوسع مدى لها، فلم يعد مقيدا بمفاهيم اقتصادية مادية حرة أو مقيدة، كما هو الحال في العالم المادي، فالعرض والطلب أصبح لهما مفاهيم رقمية هنا، وهذا الأمر سوف يؤدي بالاقتصاديين إلى وضع جديد لمدلول السياسة الاقتصادية³.

وفي الحقيقة وجدت فكرة حماية المستهلك منذ فترة بعيدة، إلا أنه ومن الناحية القانونية ليس هناك اتفاق أو إجماع حول تعريف المستهلك، فتحديد المقصود بفكرة المستهلك يتراوح بين معيارين، الأول ينظر إلى المستهلك على أنه شخص يتصرف خارج نشاطه التجاري أو المزود دون اعتبار للغاية من هذا التصرف، بعكس المعيار الثاني الذي يعتد بالغرض أو الهدف أو الغاية من التصرف، فالمعيار الأول هو معيار واسع، أما المعيار الثاني فهو معيار ضيق⁴.

¹ - محمد أمين الشوابكة: المرجع السابق، ص. 58.

² - اهتم الدستور الجزائري بالحق في الحياة الخاصة من خلال مجموعة من النصوص نذكرها:
تنص المادة 32 من دستور 23 نوفمبر 1996 على ما يلي: "الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة، وتكون تراثا مشتركا بين جميع الجزائريين والجزائريات، واجبه أن ينقلوه من جيل إلى جيل كي يحافظوا على سلامته، وعدم انتهاك حرمة".

والمادة 34 منه: "تضمن الدولة عدم انتهاك حرمة الإنسان، ويحظر أي عنف بدني أو معنوي أو أي مساس بالكرامة".

والمادة 35: "يعاقب القانون على المخالفات المرتكبة ضد الحقوق والحريات، وعلى كل ما يمس سلامة الإنسان البدنية والمعنوية".

والمادة 39: "لا يجوز انتهاك حرمة حياة المواطن الخاصة وحرمة شرفه، ويحميها القانون".

والمادة 139: "تحمي السلطة القضائية المجتمع والحريات، وتضمن للجميع ولكل واحد المحافظة على حقوقهم الأساسية".

³ محمد أبو بكر بن يونس: مرجع سابق، ص. 146.

⁴ - عبد الله ذيب عبد الله محمود: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، 2009، ص. 8.

ونظرًا لحداثة مصطلح المستهلك في مجال القانون، فإن التعريف القانوني تم استنتاجه من المفهوم الاقتصادي، لأنه لا يوجد لدى علماء الاقتصاد ذلك الخلاف الشديد في تحديد مفهوم المستهلك عند رجال القانون¹، وبهذا يعرف المستهلك وفقًا للمفهوم القانوني "هو من يقوم بإبرام العقود بهدف الحصول على احتياجاته الشخصية والعائلية من السلع والخدمات"².

أما على مستوى القانون الجزائري، وردت المادة 2-9 من المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش³ تعريفًا أوليًا للمستهلك جاء فيه: "كل شخص يقتني - بئمن أو مجاناً - منتجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، كما جاء تعريف للمستهلك في نص المادة الأولى من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني سلعاً أو يستفيد من خدمات عرضت، ومجردة من كل طابع مهني".

وعموماً يمكن القول أن ملامح تعريف المستهلك تتحدد كما يلي:

1_ الهدف من الحصول على السلع والخدمات هو إشباع حاجات المتعاقد الشخصية أو ذويه ولذلك يخرج من نطاق هذا التعريف أولئك الذين يسعون لشراء السلع والخدمات ثم إعادة تسويقها أو تخزينها أو دمجها بغيرها، فالسلعة والخدمة تعد مرحلة منتهية عند المستهلك ولا تنتقل لغيره.

2_ ويستوي بالنسبة للمستهلك أن يتعاقد مع سلع استهلاكية لقضاء حاجاته الشخصية وذويه مأكلاً والمشرب والملبس أو للحصول على خدمات مادية كالنقل والإصلاح والتنظيف أو مالية كالتأمين، أو خدمات فكرية كالعلاج في المستشفيات والمراكز الطبية والاستشارات القانونية.

3_ والمستهلك لا يقصد به الأشخاص الطبيعيين فقط، بل يمتد التعريف إلى الأشخاص المعنوية كالشركات التي لها شخصية معنوية اعتبارية والمؤسسات فكل هذه الجهات قد تتعاقد للحصول على سلع تخص العاملين لديها أو تخص منتجاتها، وقد تتعلق بخدمات لازمة لأداء المهام المنوط بها.

¹ - د. بودالي محمد: الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2005، ص. 56.

² - نفس المرجع السابق، ص. 9.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 يناير سنة 1990 يتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش.

4_ والشخص الذي يتعاقد للحصول على سلع أو خدمات تتعلق بأعمال مهنته لا يعد مستهلكاً، ولا يستفيد من الحماية المقدرة للمستهلك، وذلك أن الشخص المعني الذي يتعاقد على سلع أو خدمات تتعلق بمهنته لديه الخبرة الكاملة لحماية نفسه من الغش والخداع الذي يقع فيه من قبل الطرف الآخر.

ومن جميع ما تقدم يعرف المستهلك بأنه: "من تزود بسلع وخدمات لإشباع حاجياته الشخصية والعائلية إذا لم تتعلق بأعمال مهنته سواء كان شخصاً طبيعياً أو اعتبارياً وسواء كان مهنياً أم لا".

ولا شك أن المستهلك - على التحديد السابق- في حاجة ملحة للحماية، متى كان من المتعاملين في التجارة الالكترونية لأن حمايته أوجب، حيث أن الخطر الذي يتعرض له يكون أكبر وأسرع، ولذلك تتحد التشريعات ونظم الحماية لهذه التجارة إلى وضع المستهلك في قائمة أولوياتها لأن بدونه لن تنشط هذه التجارة وتحقق أرباحها الطائلة.

الفرع الثاني: ضوابط احترام الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية

تتطلب حماية الحق في الخصوصية للمستهلك الرقمي بالضرورة الحفاظ على بياناته الاسمية المعالجة ضمن النظام المعلوماتي الخاص بهذه التجارة، بمعنى أي بيانات شخصية يدلي بها المستهلك وتتعلم بالتجارة لا يصرح بها، ولا يفضي بها من المتعاملين في هذه التجارة، سواء كان بائع أو مزود خدمة الانترنت أو من يعمل لديه أو أي شخص من الأمناء على هذه الخدمة وكذلك يقتضي الالتزام بعدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة أو البيانات المصرفية الخاصة بأحد العملاء، ولا يتم الاحتفاظ بهذه البيانات سوى لمدة محدودة تتعلق بنشاط التجارة أو العملية التي يقوم بها العميل (أولاً)، ومن جهة أخرى لا يجوز لأية جهة التعامل في هذه المعطيات سوى بعد الحصول على موافقة كتابية من صاحب الشأن¹، (ثانياً) وذلك على النحو التالي:

أولاً: الاحتفاظ بالبيانات الاسمية لمدة محدودة.

القاعدة أن البيانات الشخصية بما فيها البيانات التي تتعلق بالتجارة الالكترونية يجب حفظها لمدة محدودة²، ويترك تحديد المدة لظروف واعتبارات مختلفة، وعلى ذلك فيجوز عند الانتهاء من تنفيذ عقد التجارة الالكترونية محو البيانات الاسمية المتعلقة بهذه الصفقة حفاظاً على سرية البيانات وحق المستهلك في الخصوصية.

¹ أسامة بلقايد: الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص. 41.

² المادة 11 من القانون 09-04 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال: "...تحدد مدة حفظ المعطيات المذكورة في هذه المادة بسنة واحدة ابتداء من تاريخ التسجيل..."

ولذلك عاقب المشرع الفرنسي على حفظ البيانات الشخصية خارج الوقت المصرح به وفقا لنص المادة 20/226 من قانون المعلوماتية والحريات الفرنسي " يعقب بالحبس لمدة 3 سنوات وغرامة 300000 فرنك كل من قام بحفظ معلومات اسمية بما يجاوز الوقت المحدد في طلب الموافقة أو الإخطار السابق على عملية المعالجة"، وعلى ذلك تقوم الجريمة إن كانت عملية المعالجة والحفظ قد تمت وفقا لأحكام القانون، ولكن تم حفظ هذه البيانات لمدة تجاوز المدة المقررة للحفظ، ويقصد المشرع بذلك التأكيد على أن البيانات الاسمية لا يمكن أن تحفظ لمدة غير محددة إلا في حالات استثنائية يفترض أنها محددة قانونا وصراحة، خصوصا وان حفظ البيانات الالكترونية صار سهلا وبسيطا بحيث يمكن حفظها في ذاكرة النظم للأبد، رغم أن المعلومات المحفوظة قد تتعلق بأمر بسيط، ولكنها تمس الشخص في سمعته¹.

ثانيا: حظر التعامل في البيانات المتعلقة بالمستهلك إلا برضاء المستهلك

إن تخزين المعلومات الاسمية لا يعني أن هذه المعلومات قد انتقلت من الخصوصية إلى العلنية، كما أن رضاء الشخص المستهلك بتجميع هذه البيانات وتخزينها لا يعني حرية تداول ونقل المعلومات إلى الكافة. وليس هناك صعوبة في إلزام الجهة المشرفة على الحاسب الآلي بالمحافظة على سرية المعلومات، متى كانت الجهة ملتزمة قانونا بعدم إفشاء السر، ومثال ذلك ما تشترطه قوانين التجارة الالكترونية بالنسبة لمن رخص لهم في اعتماد شهادات التصديق على التوقيع الالكتروني.

ومما لا شك فيه أن الحفاظ على بيانات المستهلك في التجارة الالكترونية، تورث الثقة في هذه التجارة طالما أن البيانات في مأمن من الاختراق والسرقة، ومن ثم إساءة استعمالها الأمر الذي يؤثر ايجابيا على هذه التجارة، ويدفع الأشخاص التي التعامل بموجبها².

المطلب الثاني:التعدي على الحق في الخصوصية للمستهلك في مجال التجارة الالكترونية

نجد من الأهمية أن نتطرق إلى ماهية التبادل الالكتروني للبيانات الشخصية في مجال التجارة الالكترونية (الفرع الأول)، ثم أشكال التعدي على البيانات الشخصية في مجال التجارة الالكترونية (الفرع الثاني) على نحو الآتي:

¹ عبد الفتاح بيومي حمادي: المرجع السابق، ص. 234.

² نفس المرجع السابق، ص. 236.

الفرع الأول: ماهية التبادل الإلكتروني للبيانات الشخصية في مجال التجارة الإلكترونية

بداية نحدد المقصود بالمعلومات الشخصية أو المعلومات الاسمية على أنها هي مجموعة المعلومات التي تتعلق بالشخص ذاته، وتنفي إلى كيانه كإنسان مثل الاسم والعنوان ورقم الهاتف وحالة الدخل والوضع الصحي والعرق والجنس والعمر والاتجاهات الأخلاقية والسياسية، فهي معلومات تأخذ شكل بيانات تلزم الالتصاق بكل شخص طبيعي معرف أو قابل للتعريف¹. وتعرف لدى جانب آخر من الفقه بأنها "البيانات الشخصية التي تتعلق بجرمة الحياة الخاصة للإنسان منها ما يسمح برسم صورة لاتجاهاته وميوله، ومنها تلك التي تتعلق باتجاهاته السلبية ومعتقداته الدينية وتعاملاته المالية والبنكية وجنسيته وهواياته.

أما التبادل الإلكتروني للبيانات فهو عبارة عن آلية لتنفيذ الصفقات الكترونياً من خلال التعامل عبر الورقي أو الإلكتروني بين الحاسبات وبعضها البعض²، وعرفه المادة الثانية-ب من قانون الاونسيترال النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية³ بأنه: "نقل المعلومات الكترونياً من حاسوب إلى حاسوب آخر باستخدام معيار متفق عليه لتكوين المعلومات"، حيث سهلت الانترنت عن طريق وسائل تبادل البيانات التي أتاحها من تنقل البيانات الشخصية من دولة لدولة، ومن منظمة لمنظمة، ومن جهة عمل جهة أخرى، ومن فرد إلى مؤسسة دون قيد وبكل اللغات⁴، غير أن ذلك خلق مشكلة أمنية تمثلت في عدم قدرة شبكة الاتصال على توفير أمان مطلق وكامل لسرية ما ينقل عبرها من بيانات مما سهل إمكانية استخدام الشبكات في الحصول بصورة غير مشروعة عن بعد على البيانات الشخصية على الرغم من الجهود المبذولة لتوفير تقنيات أمان كافية للحفاظ السرية والخصوصية.

الفرع الثاني: أشكال التعدي على البيانات الشخصية في مجال التجارة الإلكترونية

إن صور الاعتداء المعلوماتي على البيانات الشخصية للمستهلك يصعب حصرها، لأنها متطورة نتيجة التطور المتسارع لتكنولوجيا المعلومات باستمرار، إلا أننا يمكن أن نشير إلى أبرز الانتهاكات التي قد تطل حق المستهلك في حياته الخاصة في مجال التجارة الإلكترونية على النحو الآتي:

¹ المادة 1/2 من التوجيه الأوروبي لسنة 1995 المعدل.

² عبد الوهاب نصر علي، شحاتة السيد شحاتة:مراجعة الحسابات وحوكمة الشركات في بيئة الأعمال العربية والدولية المعاصرة، الدار الجامعة، مصر، 2006/2007، ص. 260.

³ - القرار الذي اتخذته الجمعية العامة بناء على تقرير اللجنة السادسة (a-s1-628) 51-162- القانون النموذجي بشأن التجارة الإلكترونية الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة

للقانون التجاري الدولي.

⁴ يونس عرب: الخصوصية وحماية البيانات في العصر الرقمي، بدون (<http://www.arablawn.org/privacy%20&20%security.htm>) بدون

سنة نشر، ص.8.

أولاً: البيانات الشخصية في عقد التجارة الالكترونية

توفر التجارة الالكترونية للمستهلكين سواء كانوا أفراد أو شركات المعلومات اللازمة عن مدى توافر المنتجات أو الخدمات على مستوى العالم كله، وكذلك الأسعار الخاصة بهذه السلع والخدمات وشروط بيعها، ويستطيع المستهلك الحصول على المنتج أو الخدمة بأفضل الشروط ممكنة، سواء أمكن تنفيذ الالتزامات المتبادلة الكترونياً أم استلزم الأمر تنفيذها بشكل مادي ملموس¹.

كما يمكن للموردين إنهاء خدمات التسويق عن طريق هذه التجارة إذ يمكنهم إنهاء الصفقات دون الحاجة إلى فتح متجر، أو استخدام وكيل في بلد أجنبي، فالمراكز التجارية الافتراضية على شبكة الانترنت تمكنهم من إنهاء الصفقات الخاصة بهم، وتستبعد أسباب التأخير هذه الصفقات.

وتتطلب حماية المستهلك بالضرورة الحفاظ على بياناته الاسمية أو الشخصية المعالجة ضمن النظام المعلوماتي الخاص بهذه التجارة (أولاً)، والتي يعد من ضمنها التوقيع الالكتروني (ثانياً) الذي اعتبره المشرع الأوروبي من البيانات الشخصية، ويتجلى ذلك من خلال الإقرار بمسؤولية مزود خدمات توثيق التوقيع الالكتروني حال قيامه ببث التوقيع أو تسليمه لغير مالكه وهو ما قرره المادة (6) من التوجيه الأوروبي المؤرخ في 12-12-1999 الصادر في شأن التجارة الالكترونية.

ثانياً: البيانات الاسمية للمستهلك الرقمي

البيانات الاسمية التي تتعلق بالتجارة الالكترونية هي البيانات المتعلقة بالأشخاص أطراف التعاقد ومنهم العملاء، وذلك عندما يتعلق الأمر بطلب السلع والخدمات، وكذلك هناك بيانات تتعلق بالعاملين في ذات المشروع التجاري، وأيضاً البيانات المتعلقة برغبات المستهلك وميوله والتي يمكن تتبعها على شبكة الانترنت، وفي مرحلة لاحقة يتم اغرق المستهلكين بالدعاية لمنتجاتهم على نحو قد يؤدي إلى إعاقة شبكة الاتصالات، فضلاً عن تحمل المستهلكين بأنفسهم التكاليف باهظة بسبب الدعاية التي ترسل إليهم في صورة بريد الكتروني، ومن هنا يتحتم حماية البيانات الشخصية للمستهلك في التجارة الالكترونية.

وهذه البيانات الشخصية للمستهلك محل اعتبار وحماية في التشريعات المقارنة بما فيها التوجيهات الأوربية الصادرة في شأن التجارة الالكترونية².

¹ احمد عبد الكريم سلامة: حماية المستهلك في العقود الدولية الالكترونية - وفق مناهج القانون الدولي الخاص، انظر: www.arablawinf.com

² عبد الفتاح بيومي مجازي: التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية، دار الفكر الجامعي، 2004، ص 231.

ثالثا: التوقيع الالكتروني

التوقيع بوجه عام ما هو إلا وسيلة يعبر بها شخص ما عن إرادته في الالتزام بتصرف قانوني معين، ويستعمل مصطلح التوقيع بمعنيين: الأول ينصرف إلى فعل أو عملية التوقيع ذاتها أي واقعة وضع التوقيع على المستفيد يحتوي على معلومات معينة، والثاني ينصرف إلى العلامة أو الإشارة التي تسمح بتمييز شخص الموقع.¹

أما التوقيع الالكتروني يستبدل التوقيع الخطي على مستند من الورق وهدفه التحقق من هوية من أصدر المستند الالكتروني.² وهذا ما أكدته المشرع الفرنسي من خلال القانون رقم (2000-230) في شأن المبادلات والتجارة الالكترونية، وقد ورد ضمن أحكام هذا القانون أن التوقيع الالكتروني يدل على شخصية الموقع، ويضمن علاقته بالواقعة المنسوبة إليه، كما يؤكد شخصيته وكذلك صحة الواقعة المنسوبة إليه إلى أن يثبت العكس³، والعلة في الحاجة إلى التوقيع الالكتروني سببها اعتبارات الأمن والخصوصية على شبكة الانترنت لاسيما في مجال التجارة الالكترونية- التي تشغل حيزا كبيرا من اهتمام المسؤولين، كما تشير قلق الكثير من الناس الأمر الذي يسبب نوع من انعدام الثقة بهذه الشبكة، ولذلك تم اللجوء إلى تكنولوجيا التوقيع الالكتروني حتى يتم رفع مستوى الأمن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الانترنت .

ولكن يتم العدوان على التوقيع الالكتروني، فان ذلك يأخذ شكل العدوان على الأساليب الآمنة التي يتولاها طرف ثالث محايد، هو مقدم خدمات الانترنت⁴، وذلك بالعدوان على الوسائل التشفير الضرورية من مفتاح عام وآخر خاص. على أن الأمر قد يأخذ شكلا آخر أكثر سهولة يمثّل في حالة تتبع التوقيع الالكتروني لشخص ما، بما يستدعي الأمر هنا لزوم إحداث اختراق تام من خلال معرفة الخادم المشترك فيه هذا أو ذاك الشخص، ثم القيام بعد ذلك بالبحث فيه عن الهوية الالكترونية IP الخاصة بذلك الشخص حتى يتوصل إليها، ثم بعد ذلك القيام باستنتاج التوقيع الالكتروني الخاص به⁵.

¹ حسين بن سعيد ألفاري: السياسة الجنائية في مواجهة جرائم الانترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، 2009، ص.223.

² أنظر: <http://www.gov.il/FirstGov/TopNavArb/SafeSurfingArb/GeneralArb/SSElectronicSignatureArb/>

³ عبد الفتاح بيومي مجازي: المرجع السابق، صفحة 175.

⁴ عرفت الاتفاقية الأوروبية للإجرام السيبري الموقعة في بودابست 23 نوفمبر 2001 في فقرتها ج- من المادة الأولى⁴: " أن مقدم الخدمة هو من يقوم بخدمة الاتصال أو خدمة معالجة البيانات أو خدمة تخزين البيانات، الاستضافة أو التخزين المؤقت،...أو الربط بالشبكة ". وعرفه المادة الثانية - د من القانون 04-09 المؤرخ في 5 غشت 2004 المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها: "1- أي كيان عام أو خاص يقدم لمستهلمي خدماته، القدرة على الاتصال بواسطة منظومة معلوماتية و- أو نظام للاتصالات، 2- وأي كيان آخر يقوم بمعالجة أو تخزين معطيات معلوماتية لفائدة خدمة الاتصال المذكورة أو لمستهملها."

⁵ عمر محمد أبو بكر بن يونس: المرجع السابق، صفحة 428.

رابعا: البيانات الشخصية التي تتعلق بالائتمان في مجال التجارة الالكترونية

بطاقة الائتمان cridi card تعد إحدى الخدمات المصرفية التي استحدثها الفن المصرفي في الولايات المتحدة الأمريكية منذ قرابة ثلاث وخمسين سنة¹.

وهذه البطاقة تخول لصاحبها الحق في الحصول على تسهيل ائتماني من مصدر هذه البطاقة حامل البطاقة، حيث يقدمها إلى تاجر ويحصل بموجبها على سلع وخدمات، تسدد قيمتها من الجهة مصدرة البطاقة، ويجب على حامل البطاقة سداد القيمة للجهة مصدرة البطاقة خلال اجل متفق عليه، وبذلك فهي تمنح لحاملها أجلا حقيقيا، وهو ذلك الأجل الذي اتفق على السداد خلاله من الجهة مصدرة البطاقة.

والجهات المصدرة لهذه البطاقات تحصل على فوائد مقابل اعتماد حاملها، ولذلك فهذه البطاقات أداة ائتمانية حقيقية، فضلا عن كونها أداة للوفاء²، ذلك أن البنوك لا تمنح هذه البطاقات سوى بعد التأكد من ملائمة العميل أو الحصول منه على ضمانات عينية أو شخصية كافية³، وقبل منح أية تسهيلات لعملائها تجري تحريات دقيقة ومفصلة عن المستهلك ومركزه المالي⁴، حتى تحصل على قدر البيانات عن الشخص طالب الائتمان لديها، ويجب في مقابل التعامل مع هذه البيانات بسرية كاملة، ولا تسرب إلى جهات أخرى لكن قد يقدم البنك هذه المعلومات إلى بنك آخر لبنك المعلومات لغرض مدى ملائمة العميل وانتظامه في السداد، أو المبالغ التي حصل عليها والمدة اللازمة للسداد.

وحاصل تجميع هذه البيانات ينطوي على تقدير لمسك ذلك الشخص في الائتمان والذي قد يفاجأ بعدم منحه الائتمان استنادا لهذه البيانات أو المعلومات، لذلك فإن القوانين إلا مقارنة تحظر إدخال تقدير البنك لمسك العميل على الحاسب الآلي، وإنما فقط

¹ أول بداية حقيقية لبطاقة الائتمان بالمفهوم الحديث ترجع للأمريكيين (فرنك بكن مارا و رالف سيندر) في عام 1950، انظر: حسين بن سعيد الغافري: مرجع سابق، ص. 274.

² عبد الفتاح بيومي حمادي: التجارة الالكترونية و حاجتها القانونية، الكتاب الأول، نظام التجارة الالكترونية و حاجتها المدنية، دار الكتب القانونية، 2008، ص. 114.

³ عبد الفتاح بيومي حمادي: جرائم الكمبيوتر و الانترنت في القانون العربي النموذجي، دار الكتب القانونية، 2007، ص. 562.

⁴ عبد الفتاح بيومي حمادي: التجارة الالكترونية و حاجتها القانونية، المرجع السابق، ص. 231.

تدون البيانات أو الوقائع الخاصة به دون النتائج¹، لان التعامل بهذه البطاقات في ساحة الانترنت يكون عبر فضاء مفتوح، ومن يقوم بالدفع ببطاقته هو في حقيقة الواقع يتعامل مع مئات الآلاف ممن يحاولون اصطياد بيانات لبطاقة وأرقامها ليقوموا باستعمالها في مشترياتهم وانعدام عملية التوقيع على النموذج الورقي لبطاقة الدفع يثير أيضا مشاكل أخرى لان مطابقة التوقيع على النموذج الأرضي لبطاقة الدفع يكون دافعا للكشف سارقها، في حين أن التعامل الانترنت لهذه البطاقة لا يكشف هوية مستعملها وتوقعه، فشخص موجود في الخليج مثلا: يستطيع سرقة بيانات بطاقة شخص آخر موجود جنوب أمريكا عندما يقوم هذا الأخير باستعمالها في الشراء عبر إحدى المواقع المنتشرة عبر الانترنت، وبالتالي يمكن أن يستعملها الشخص الأول في عمليات شراء من مواقع أخرى موجودة على الشبكة، وفي أي وقت ومن أي مكان.

ومن هنا كان ظهور أحد أهم وخطر صور الأنشطة الإجرامية المستحدثة التي تقع على البطاقات الائتمانية ألا وهو السطو على الأرقام والمعلومات الخاصة بتلك البطاقات واستخدامها فيما بعد استخداما غير مشروع من قبل الغير².

الخاتمة:

من خلال البحث يمكننا القول أن المستهلك في حاجة ملحة للحماية، متى كان من المتعاملين في مجال التجارة الالكترونية عموما، وحماية حقه في الخصوصية عبر الانترنت بصورة خاصة، هذه الأخيرة تتطلب الحفاظ على بياناته الاسمية المعالجة ضمن النظام المعلوماتي الخاص بهذه التجارة وفق ضوابط تفرض بموجب القوانين التي تحكم التجارة الالكترونية، حيث لا يتم الاحتفاظ بهذه البيانات سوى لمدة محدودة تتعلق بنشاط التجارة أو العملية التي يقوم بها العميل، كما لا يجوز لأية جهة التعامل في هذه المعطيات الشخصية إلا بعد الحصول على الموافقة الصريحة من صاحب الشأن.

ومن جهة أخرى فإن المشكلة التي تظل تعترض حركة المعاملات المالية في إطار التجارة الالكترونية تفرض حماية سرية أرقام بطاقة الائتمان، وما يتعلق بسرية بياناته وعدم كشفه من قبل الغير، مما يسمح بالقول أن حماية بطاقة الائتمان هو في حد ذاته حماية للتجارة الالكترونية، وأن هذه الحماية يجب أن تكون مدنية وجنائية ومعلوماتية، ومن هنا لابد من التنويه لضرورة تبني قوانين التجارة الالكترونية مبدأ حماية المستهلك الرقمي من خلال البحث عن نظام قانوني يحميه ويطبق عليه عند طلب هذه الحماية.

¹ نفس المرجع السابق، ص. 232.

² حسين بن سعيد الغافري: المرجع السابق، ص. 275.

قائمة المراجع:

- الدستور الجزائري الصادر في 23 نوفمبر 1996
- أسامة بلقايد: الحماية الجنائية للحياة الخاصة وبنوك المعلومات، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، مصر، 1994.
- عمر محمد أبو بكر بن يونس: الجرائم الناشئة عن استخدام الانترنت، دار النهضة العربية للنشر، مصر طبعة 2004 .
- إلياس بن ساسي: التعاقد الالكتروني والمسائل القانونية المتعلقة به، جامعة ورقلة، مجلة الباحث، العدد الثاني، 2003.
- محمد أمين الشوابكة: جرائم الحاسوب والانترنت- الجريمة المعلوماتية-، دار الثقافة للنشر، عمان الأردن، طبعة 2006.
- بن يحيى إسماعيل: جرائم التعدي على التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير تخصص قانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بشار، 2009-2010.
- عبد الفتاح بيومي مجازي: - التجارة الالكترونية و حمايتها القانونية ، الكتاب الأول ،نظام التجارة الالكترونية و حمايتها المدنية، دار الكتب القانونية، 2008.
- جرائم الكمبيوتر والانترنت في القانون العربي النموذجي، دار الكتب القانونية، 2007.
- حسين بن سعيد ألفايري: السياسة الجنائية في مواجهة جرائم الانترنت، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية القاهرة، 2009.
- عبد الوهاب نصر علي، شحاتة السيد شحاتة: مراجعة الحسابات وحوكمة الشركات في بيئة الأعمال العربية و الدولية المعاصرة، الدار الجامعة، مصر، 2006/2007.
- بودالي محمد: الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2005.
- عبد الله ذيب عبد الله محمود: حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، 2009.
- عبد الله فكري: جرائم نظم المعلومات، دراسة مقارنة، دار الجامعية الجديدة للنشر، مصر، 2007.
- علي أحمد عبد الزعبي: حق الخصوصية في القانون الجنائي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006.

- طارق عثمان: الحماية الجنائية للحياة الخاصة عبر الانترنت، دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير تخصص قانون جنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2006-2007.
- بن يحيى إسماعيل: جرائم التعدي على التجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير تخصص قانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بشار، 2010-2009.
- احمد عبد الكريم سلامة: حماية المستهلك في العقود الدولية الالكترونية- وفق مناهج القانون الدولي الخاص، انظر: www.arablawninf.com
- يونس عرب: الخصوصية وحماية البيانات في العصر الرقمي، (<http://www.arablawninf.com/privacy%20&20%security.htm>) بدون سنة نشر.
- القانون رقم 04-09 المؤرخ في 14 شعبان 1430هـ الموافق لـ 5 غشت 2009م، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها.
- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير سنة 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- الاتفاقية الأوروبية للإجرام السيبري الموقعة في بودابست 23 نوفمبر 2001 في فقرتها ج- من المادة الأولى.
- قانون الانوسيترال النموذجي بشأن التجارة الالكترونية، القرار الذي اتخذته الجمعية العامة بناء على تقرير اللجنة السادسة (a-s1-628) 162-51- القانون النموذجي بشأن التجارة الالكترونية الذي اعتمدته لجنة الأمم المتحدة للقانون التجاري الدولي.
- انظر الموقع:

<http://www.gov.il/FirstGov/TopNavArb/SafeSurfingArb/GeneralArb/SSElectronicSignatureArb>

/