



جامعة الشارقة  
UNIVERSITY OF SHARJAH

# مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية

مجلة علمية محكمة



## الحماية القانونية للمتعاقد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الإماراتي

حمد هلال شعبان مراد البلوشي<sup>(1)</sup>

تاريخ القبول: 2025-04-16

تاريخ الاستلام: 2024-11-26

### ملخص البحث:

تصدى المشرع الإماراتي لمحاولات الغش والخداع للمستهلك في التعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في قانون حماية المستهلك رقم (15) لسنة 2020م والمرسوم بقانون اتحادي رقم (14) لسنة 2023م في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة وتوفير الحماية القانونية الكافية لل عقود الاستهلاكية الإلكترونية ورسم أطرها ونطاقها

هدفت الدراسة إلى التعرف على الوقوف على مميزات وعيوب التعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وبيان أوجه حماية المتعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في مراحلها المختلفة، بغرض الوصول إلى معالجة ناجعة لحماية المستهلك في التعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التشريعات الإماراتية

من أبرز النتائج التي انتهت إليها الدراسة: أن المشرع الاتحادي الإماراتي منع المزود من القيام بعمل أي تخفيضات أو الترويج للسلع إلا بعد موافقة من الجهات المختصة، والتي تتأكد من صحة التخفيضات والإعلانات

خلصت الدراسة لعدة توصيات منها: ضرورة أن توفير الحماية والضمانات الكافية للمتعاقد عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي من خلال المرسوم بقانون (14) لسنة 2023.

**الكلمات الدالة:** الحماية القانونية للمتعاقد، وسائل التواصل الاجتماعي، مرحلة إبرام العقد، العدول

(1) كلية القانون- جامعة الشارقة (الشارقة - الإمارات العربية المتحدة)

## المقدمة:

في منتصف القرن العشرين، ظهرت التجارة الإلكترونية بما صاحبها من تقنيات، أدت إلى ازدياد إبرام المعاملات الإلكترونية وازدهار العقود الاستهلاكية الإلكترونية، الذي يشكل المستهلك أحد أطرافها الأساسية؛ إذ أصبح معرضاً للتلاعبات والإضرار بمصلحته وصحته بالغش والخداع

لهذا تتعدد المبررات التي تدعو إلى توفير الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني ويمكن ردها إلى ثلاثة أسباب جوهرية؛ أولها: التطور عبر الإنترنت، وثانيًا: حاجة المستهلكين إلى الخدمة الإلكترونية، وثالثًا: جهل المستهلك الإلكتروني بالوسائل التقنية الحديثة

عليه ظهرت الحاجة إلى توفير حماية قانونية للمستهلك الإلكتروني باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، وخاصة في مجال التجارة الإلكترونية، وفرضت هذه المشكلة والتطور الملحوظ والسريع في هذا الاتجاه تدخل المشرعين في أغلب دول العالم -إن لم يكن فيها جميعاً- لتوفير حماية للمستهلك الإلكتروني من الإعلانات المضللة

من هنا برز حرص المشرع الإماراتي في التصدي لمحاولات الغش والخداع للمتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في قانون حماية المستهلك رقم (15) لسنة 2020م ولائحته التنفيذية الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023، والمرسوم بقانون اتحادي رقم (14) لسنة 2023م في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة وتوفير الحماية القانونية الكافية للعقود الاستهلاكية الإلكترونية ورسم أطرها ونطاقها

إذ إن العقود الاستهلاكية الإلكترونية يكون فيها المستهلك أكثر عرضة للخداع والتضليل في الإعلان، خاصة إذا كان تعامله مع أشخاص مجهولي الهوية تعرض عليه سلعا وخدمات عبر صور قد توحي بأن السلعة ذات مواصفات عالية على غير حقيقتها، خاصة مع التنوع الكبير للسلع والخدمات التي يعرضها السوق الإماراتي

## مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة الدراسة في مدى الحماية القانونية للمستهلك في التعاقد عبر مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الإماراتي، فهل كانت حماية المتعاقد كافية عبر قانون حماية المستهلك الاتحادي 15/ 2020 ولائحته التنفيذية الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023، والمرسوم بقانون اتحادي رقم (14) لسنة 2023م في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة؟ ومدى كفاية النصوص الحالية في القانون الإماراتي في توفير حماية قانونية أفضل للمستهلك الإلكتروني في التعاملات التجارية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

## تساؤلات البحث:

التساؤل الرئيس لهذا البحث هو: ما مدى كفاية ونجاعة الحماية القانونية للمستهلك في التعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التشريع الإماراتي؟  
ويتفرع عن هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية نطرحها كالتالي:

- ما مزايا وعيوب التعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؟
- هل هناك رقابة على الإعلان المرسل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؟
- كيف يمكن إتمام الرضا في التعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما الضمان في التعاقد من خلالها؟
- هل يمكن العدول عن التعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي؟

## أهمية البحث:

### أ. الأهمية العلمية (النظرية):

يعد موضوع الدراسة موضوعاً متطوراً ويتعلق بالتعاقدات الاستهلاكية الإلكترونية، وبالنظر لما لهذا الموضوع من أهمية بالغة، وكثرة هذا النوع من التلاعب بالتعاقدات الاستهلاكية الإلكترونية، والإضرار بمصالح المستهلك وصحته، ومحاولة غشه وخداعه، سواء في المعاملات التقليدية أو الإلكترونية. فقد بدت الحاجة ملحة لحماية المستهلك المتعاقد عبر مواقع التواصل الاجتماعي من تلك الجرائم؛ وخصوصاً في ظل قانون حماية المستهلك الاتحادي 15/2020 والمرسوم بقانون اتحادي رقم (14) لسنة 2023م في شأن التجارة من خلال وسائل التقنية الحديثة لبيان مدى كفاية التنظيم القانوني لحماية المتعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. وكذلك الحاجة الملحة لدراسة هذا الموضوع، وهذا نظراً لقلّة التشريعات والدراسات العربية التي تناولت الحماية القانونية للمتعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وبالأخص في دولة الإمارات العربية تحديداً

### ب. الأهمية العملية (التطبيقية):

هذه الأهمية تتمثل في الحاجة إلى دراسة هذا الموضوع، لاتساع نطاق تطبيق التعاقدات الإلكترونية والذي يعد المستهلك الإلكتروني طرفاً أساسياً فيها بما يتطلب طرقاً قانونية تطبيقية مساعدة.

## أهداف البحث:

غاية البحث أن يحقق ما يلي:

الهدف الأساسي للبحث هو تقييم الحماية القانونية للمستهلك المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التشريع الإماراتي

بيان تعريف وأنواع وسائل التواصل الاجتماعي.

الوقوف على مميزات وعيوب التعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

التعرف إلى أوجه حماية المتعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في مراحله المختلفة

الوصول إلى معالجة ناجعة لحماية المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي في التشريعات الإماراتية

## منهج البحث:

اتبعت الدراسة منهجين هما؛ المنهج الوصفي الذي يعتمد على إيراد المعلومات والبيانات من المصادر الدولية أو المحلية، لوصف الحماية القانونية للمتعاقد الإلكتروني في مراحلها المختلفة. والمنهج التحليلي ويقوم على مناقشة وتحليل النصوص القانونية ذات الصلة، فيما يخص حماية المتعاقد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وصولاً لتحقيق أهداف الدراسة

## خطة البحث:

المبحث الأول: حماية المتعاقد خلال مرحلة تكوين العقد.

المطلب الأول: حماية المتعاقد في مرحلة ما قبل إبرام العقد.

الفرع الأول: وجوب مراعاة اللغة الأم للمتعاقد.

الفرع الثاني: الرقابة على الإعلانات المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة إبرام العقد.

الفرع الأول: حماية رضا المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرع الثاني: حماية المتعاقد من خلال اشتراط الكتابة والتوقيع.

المبحث الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة تنفيذ العقد.

المطلب الأول: حق المتعاقد في الضمان.

المطلب الثاني: حق المتعاقد في العدول عن العقد.

الخاتمة: وتتضمن أهم النتائج والتوصيات.

## المبحث الأول: حماية المتعاقد خلال مرحلة تكوين العقد

تشمل مرحلة تكوين العقد شطرين؛ مرحلة ما قبل إبرام العقد ومرحلة إبرام العقد، وعليه، أتناول هذا المبحث في مطلبين وفي الآتي

المطلب الأول: حماية المتعاقد في مرحلة ما قبل إبرام العقد.

المطلب الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة إبرام العقد.

### المطلب الأول: حماية المتعاقد في مرحلة ما قبل إبرام العقد

تعد المرحلة التمهيديّة السابقة على التعاقد والتي تشمل مرحلة التفاوض ما قبل التعاقد من أهم مراحل التعاقد الإلكتروني، وهي في غاية الأهمية لما يترتب عليها من إمكانية إبرام العقد من خلال المفاوضات بين البائع والمشتري؛ إذ تؤمن هذه المفاوضات لكلا الطرفين الاطلاع على التفاصيل الدقيقة بشأن مضمون العقد وشروطه، وتعد بالتالي مرجعاً لتفسير العقد (أحمد، 2010م، ص 63)

وفي الحقيقة حتى يكون لهذا الالتزام جدوى يمكن اعتباره التزاماً عقدياً (إبراهيم، 2006م، ص 330)، ويمكن اعتباره التزاماً مستقلاً عن العقد والسابق على إبرامه، يقوم من خلاله المدين ببيان كافة المعلومات والبيانات الجوهرية والمؤثرة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد باللغة العربية باعتبارها اللغة الأم للمتعاقد والتي يجهلها الدائن (الهاجري، 2019م، ص 42-40)<sup>(1)</sup>، ويتعذر حصوله عليها من غير المدين، وذلك بهدف

(1) ولذلك قررت محكمة تمييز دبي في هذا الشأن على أنه "لما كان ذلك وكان وضع بيانات غير مطابقة للحقيقة يعتبر خداعاً للمتعاقد في مواصفات البضاعة وصفاتها الجوهرية، كما أن ضبط عينات... غير صالحة للاستهلاك.. لما كان ذلك وكان الطاعن قد أقر بمحضر الضبط بتغيير تواريخ الصلاحية على المنتجات المضبوطة كما قرر الشاهد.. بأن طحين البييتزا كان معروضاً للبيع فمن ثم تكون التهمتان المسندتان بشأن الغش وإعادة التعبئة ثابتتين في حقه بكافة أركانها القانونية، ويكون ما ينعاه الطاعن بشأنها غير سديد". فقد قام المتهم بالغش في أغذية

تكوين رضاء سليم وحر لديه حال إقباله على التعاقد (Consumer confidence, 2005, p. 32 consumer law and unfair trading, نقلا عن: أحمد، 2010م، ص 58)، إضافة إلى الرقابة على الإعلان المرسل من خلال وسائل التواصل الاجتماعي

وعليه، أتناول هذا المطلب في فرعين وفي الآتي:

المطلب الأول: وجوب مراعاة اللغة الأم للمتعاقد.

المطلب الثاني: الرقابة على الإعلان المرسل عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرع الأول

وجوب مراعاة اللغة الأم للمتعاقد

نص القانون الإماراتي على اعتماد اللغة العربية، في الإعلان عن معلومات السلعة والخدمة المعروضة وذلك في المادة (7) من قانون حماية المستهلك الإماراتي رقم 5 لسنة 2020م التي تنص على أنه: "يلتزم المزود عند عرض السلعة للبيع، أن يضع البيانات الإيضاحية على غلافها أو عبوتها أو في مكان عرضها بشكل واضح ومقروء، وأن يبين كيفية تركيبها واستعمالها، وذلك وفقاً للتشريعات النافذة في الدولة المتعلقة بالموصفات القياسية". كما أوجبت المادة (8) من ذات القانون في البند 4 منها: "أن تكون الفاتورة باللغة العربية، وللمزود إضافة أي لغة أخرى يحددها". كما أوجبت المادة (26) منها: "أن تكون البيانات والإعلانات والعقود ذات الصلة بالمستهلك باللغة العربية، ويجوز استخدام لغات أخرى إلى جانب اللغة العربية"

للإنسان بأن غير ملصقات تاريخ صلاحيتها على أنها صالحة خلافاً للحقيقة مع علمه بفسادها، إلى جانب أنه أعاد تعبئة مواد غذائية في أكياس صغيرة، ووضع بطاقات غذائية تحمل تواريخ صلاحية دون الحصول على موافقة البلدية لممارسة هذا النشاط. وأيدت المحكمة في هذه القضية الحكم الابتدائي بإدانة المتهم عن هذه الأعمال طبقاً لقانون قمع الغش والتدليس الاتحادي". ينظر: محكمة تمييز دبي، الدائرة الجزائية، الحكم الصادر بجلسة 23 يونيو 2008م، الطعن رقم 205 لسنة 2008 جزائي، مجموعة القواعد والأحكام الصادرة عن محكمة تمييز دبي، 2008م، ص 1. كما قد قضت محكمة الظفرة الابتدائية في حكم لها "بأن المتهم تداول مواداً غذائية وقد عرضها بقصد البيع، وهي منتهية الصلاحية حسب الثابت من شهادة الإلتاف المرفق ما من شأنه أن يعرض الناس وصحتهم للخطر، ومن ثم يتعين إدانته بالتهمة الأولى والثانية المنسوبة إليها من النيابة العامة بالوصف وطبقاً لنص المادة... وبالمواد 2/2، 9/1، 10/1 من القانون الاتحادي رقم 4 لسنة 1979 في شأن قمع الغش والتدليس في المعاملات التجارية". ينظر: محكمة الظفرة الابتدائية، دائرة الجناح والمرور، الحكم الصادر بجلسة 5/2/2014م، الدعوى رقم 166 لسنة 2014 جزائي. كما حكمت ذات المحكمة في قضية مشابهة لها بنفس الحكم وذلك لمخالفة المتهمه للاشتراطات الصحية، حيث عرضت بقصد البيع مواداً غذائية منتهية الصلاحية وفقاً لذات القانون. ينظر: محكمة الظفرة الابتدائية، دائرة الجناح والمرور، الحكم الصادر بجلسة 12/2/2013م، الدعوى رقم 228 لسنة 2013 جزائي.

وعليه، يلتزم المزود بإعلام المستهلك باللغة التي يفهمها "وفقاً لنص المواد (7) و (8) و (21) من القانون الإماراتي من وسائل حماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف، وذلك حتى يتعاقد عن بينة ودراية بطبيعة ومضمون محل التعاقد" (إبراهيم، 2007م، ص 148) (JR. Bernard, 2002, 110)

أصبح إلزامياً أن يكون الإعلان باللغة العربية الفصحى أو اللهجة الإماراتية المحلية وفقاً للمادة 5/5 من قرار رئيس المجلس الوطني للإعلام رقم 35 لسنة 2012

وحسناً فعل المشرع حينما استوجب أن يتم استخدام اللغة العربية الفصحى أو اللهجة الإماراتية المحلية، ويسري هذا الشرط على الإعلان عبر الإنترنت "وفقاً للمادة 19 من القرار رقم 35 لسنة 2012 سالف الإشارة"، والتي نصت على أن الإدارة تقوم بمتابعة وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية<sup>(1)</sup>.

يرى الباحث وجوب إعلام المستهلك بالإضافة إلى اللغة العربية الأم بلغة أجنبية أخرى كالإنجليزية مثلاً؛ ذلك أن الإيجاب الصادر عن بعض الشركات العاملة في الدولة يتم إلكترونياً بالطبيعة العالمية وذلك تلافياً لأية اختلافات بين المزود والمستهلك

#### الفرع الثاني: الرقابة على الإعلانات المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي

إن قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات التجارية الإلكترونية، تتعلق باسئراط أن يكون الإعلان متفقاً مع القانون مشروطاً وصادقاً ومنع الإعلان التجاري الإلكتروني المضلل (هادي، 2020م، ص 178، خالد، 2012م، ص 111-112)، ومن أهم أوجه تلك الحماية الآتي (العرمان، 2013م، ص 63. عزب، 2003م، ص 11-12):

#### 1. الرقابة القانونية على الإعلان:

تتجسد الرقابة القانونية على الإعلان من خلال تشريع القوانين الخاصة بتنظيمه، وإدارية من خلال الأجهزة التنظيمية والإدارية التي تمارس تلك الرقابة قبل وبعد نشر الإعلان (صقر، 2020م، ص 17)

لقد تضمن التشريع الإماراتي ما يشير بوضوح إلى وجوب تزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن المنتج، ولكون المستهلك عرضه لمعلومات تختلف باختلاف الجهة الصادر عنها فإن ذلك يفرض ضرورة مساعدته في التعرف على حقيقة مثل هذه الإعلانات من جانب، واتخاذ الإجراءات الوقائية من قبل الجهات الإدارية المختصة من جانب آخر

(1) انظر: المادة 19 من القرار رقم 35 لسنة 2012 سالف الإشارة.

## 2. عدم السماح بنشر الإعلان الإلكتروني المضلل:

إن الإعلان الإلكتروني المضلل هو الإعلان الذي من شأنه خداع المستهلك وإيقاعه في الغلط، ولذلك حرص المشرع الإماراتي على الرقابة على الإعلانات التجارية<sup>(1)</sup> (قوراري، 2009م، ص 294؛ غنام، 2008م، ص 29)، فعلى سبيل المثال "أوردت المادة 4 من قرار مجلس الوزراء رقم 7 لسنة 2007 بشأن الإعلانات الصحية الشروط الواجب توافرها للحصول على ترخيص بالإعلان عن المنتجات الطبية":

ومن أمثله أنه تم في الفترة الأخيرة الترويج لمنتج (كلين 9) بشكل كبير على شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في دولة الإمارات، على أنه يساعد على التخلص من الوزن الزائد بمقدار 15 كلغ في 20 يوماً، وبعد التحقق أكدت وزارة الصحة ووقاية المجتمع أن هذا الإعلان مضلل، وحذرت أفراد المجتمع من تداول هذا المنتج لما له من تأثيرات سلبية على الصحة العامة (الشويكات؛ فياض، 2021م، ص 236).

كما جاء إعلان منتج (كلين 9) مليوناً بالعبارات المضللة، والتي أكدت وزارة الصحة على عدم مشروعيتها؛ مثل: لا يوجد له آثار جانبية، خسارة الوزن مضمون 100%، يناسب جميع الأعمار

وأصدرت هيئة الصحة في دبي التعميم رقم 135/2018 الذي يحذر من استخدام المكمل الغذائي (كلين 9) لخطورته على الصحة العامة<sup>(2)</sup>.

"اشتراط القانون في بعض الإعلانات ضرورة الحصول على ترخيص مسبق قبل نشر الإعلان، فجاء في "المادة 5/6 من قرار رئيس المجلس الوطني للإعلام رقم 35 لسنة 2012 بالحصول على الموافقة المسبقة من الجهات المختصة في كل ما يتعلق بالإعلانات؛

(1) فقد جاء القانون الفرنسي لسنة 1973م، الذي انتقلت أحكامه لقانون الاستهلاك سنة 1993م بتعديل جوهري في إعادة بناء جريمة الإعلان المضلل، حيث ألغي شروط سوء نية، الذي كان يقتضيه القانون الصادر عام 1963م، والذي كانت الجريمة في ظله تقوم في صورتها العمدية فقط. في ضوء هذا التعديل أقرت محكمة النقض الفرنسية صراحة أن جريمة الإعلان المضلل لا تتطلب لإخضاعها للعقاب، إثبات نية التضليل لدى المعلن. وإذا كانت المادة 1-121 من قانون الاستهلاك قد فصلت على نحو خاص في عناصر الركن المادي بما يسمح بتمييز هذه الجريمة، فإنها سكتت عن تحديد شكل الركن المعنوي فيها.

(2) التعميم رقم (135/2018)، الصادر بتاريخ 13/3/2018، والمنشور على صفحة هيئة الصحة في دبي، على الرابط التالي: <http://services.dha.gov.ae/sheryan/wps/portal/home/circular-details%20?circularRefNo=CIR-2018-SHN0834&isPublicCircular=1&fromHome=true,visitedon1-12-2022>

كالمعلقة بالطب والأدوية والأغذية" (1)، "ووفقاً للمادة الثانية من قرار مجلس الوزراء رقم 7 لسنة 2007 في شأن الإعلانات الصحية بأنه لا يجوز الإعلان إلا بترخيص مسبق من وزارة الصحة، وقد جاء بالقرار شروط الترخيص ورسومه" (2)، "كما جاء بالقرار الوزاري رقم 430 لسنة 2007 في المادة الثانية باختصاص وزارة الصحة بالترخيص دون غيرها، وقد حدد القرار شروط الحصول على الترخيص للإعلانات الصحية" (3).

وقد تضمن "قرار رئيس المجلس الوطني رقم 35 لسنة 2012 إجراءات الحصول على الترخيص، ومدة سريان الترخيص شهر من تاريخ إصداره" (4)، "ويجوز بموافقة وكيل الوزارة بناءً على توصية إدارة الإعلانات الصحية بموجب تقرير مسبب إلغاء أو وقف الترخيص في حالة مخالفة التعليمات" (5).

وقد "استقر قضاء محكمة التمييز في دبي على أن تقليد العلامة التجارية هو اصطلاحاً لعلامة متشابهة في مجموعها للعلامة الأصلية مشابهة، من شأنها تضليل جمهور المستهلكين المخاطبين بالعلامتين لوقوع اللبس بينهما" (6).

يتضح للباحث مما تقدم بأن المشرع الإماراتي قد أخذ بعين الاعتبار حماية المستهلك بشكل عام من الإعلانات المضللة والتي تعتمد بالدرجة الأولى على تقليد العلامات التجارية المشهورة، كما راعى المشرع المقيمين في دولة الإمارات العربية المتحدة الذين لا يتحدثون اللغة العربية؛ فاشتراط استخدام لغة أخرى غير اللغة العربية إذا دعت الحاجة لذلك؛ إذ تنص المادة 5 من قانون المعاملات المدنية الإماراتي على أن: "1. لغة المحاكم هي اللغة العربية، وعلى المحكمة أن تسمع أقوال الخصوم أو الشهود أو غيرهم الذين يجهلون اللغة العربية بواسطة مترجم بعد حلف اليمين، وفقاً للقانون. 2. استثناء من أي نص ورد في أي قانون آخر، لرئيس مجلس القضاء الاتحادي أو رئيس الجهة القضائية المحلية حسب الأحوال، أن يقرر في بعض الدوائر المختصة لنظر المنازعات المتعلقة بالمواد التخصصية، أو في دعوى محددة، أو في بعض الدعاوى، أن تكون لغة المحاكمة والإجراءات والأحكام والقرارات فيها هي اللغة الإنجليزية، ويكون سماع الخصوم أو

(1) المادة 5/6 من قرار رئيس المجلس الوطني للإعلام رقم 35 لسنة 2012م.

(2) انظر: المادة الثانية من قرار مجلس الوزراء رقم 7 لسنة 2007 في شأن الإعلانات الصحية.

(3) انظر: المادة الثانية من القرار الوزاري رقم 430 لسنة 2007م.

(4) المادة 12 من القرار رقم 35 لسنة 2012 سالف الإشارة.

(5) المادة 15 من القرار رقم 35 لسنة 2012.

(6) حكم محكمة تمييز دبي بتاريخ 30/5/1999 في الطعن رقم 69/1999 طعن حقوق، القاعدة رقم 69 الصادر في العدد 10 سنة 1999 حقوق، مجموعة الأحكام والمبادئ القانونية، محكمة التمييز، محاكم دبي، ص 450.

الشهود أو المحامين وتقديم اللوائح والمذكرات والطلبات والمستندات في هذه الدوائر باللغة الإنجليزية، وعلى المحكمة أن تسمع أقوال الخصوم أو الشهود أو غيرهم الذين يجهلون اللغة الإنجليزية بواسطة مترجم بعد حلف اليمين وفقاً للقانون، وذلك في الحالات ووفق الضوابط والشروط التي يصدر بها القرار" (1).

**3 - وقف نشر الإعلان الإلكتروني المضلل:** إذا ما تم نشر الإعلان الذي يحمل قدراً من التجاوز والتضليل فإن مكتب فحص الإعلانات يقوم بدوره في تعقب هذه الإعلانات واتخاذ الإجراءات التي يراها ضرورية في هذه الحالة، كطلب وقف نشر الإعلان، وهو في سبيل ذلك يقوم بمبادرة من خلال مندوبيه بالبحث عن الإعلانات المخادعة والمضللة في الشوارع أو من خلال مشاهدتها في التلفاز أو عبر الإنترنت أو بناء على شكوى من إحدى جمعيات المستهلكين أو التجار (أحمد، 1998م، ص 359)

وفي حالة التثبت من توافر الخداع والتضليل الإعلاني يتم إنذار المعلن ومطالبته بوقف نشر الإعلان المضلل والخادع، فإن لم يستجيب المعلن للإنذار فإن المكتب يستطيع أن يحرر محضراً بالواقعة ويحيله للنياحة العامة مدعماً بما وصل إليه من قرائن ودلائل على تحقق التضليل والخداع في الإعلان، وله أن يطلب من النياحة العامة إصدار الأمر بوقف نشر الإعلان

ويلاحظ أن الأمر الصادر بوقف الإعلان يكون مصدره المحكمة المختصة بالدعوى، بطلب من النياحة العامة أو من تلقاء نفسها إذا وجدت الصفة الخادعة والمضللة للإعلان أثناء نظر دعوى الإعلان الإلكتروني المضلل والخادع

ويجوز للمعلن الطعن على القرار الصادر بوقف نشر الإعلان خاصة إذا قدم ما يبرر مشروعية إعلانه، أو كان هناك خطر قد يلحق به من وقف نشر الإعلان، وهي في كل الأحوال مسألة تقديرية يترك أمر تقديرها للقاضي الذي يوازن بين المبررات التي يسوقها المعلن لمزاعمه الإعلانية والأدلة التي يستند إليها المستهلك أو جمعيات حماية المستهلكين

وفي كل الأحوال، يكون أمر وقف نشر الإعلان نافذاً حتى مع حصول الطعن عليه من المزود أو المعلن (عبد اللاه، 2016م، ص 786)

(1) المادة 5 من المرسوم بقانون اتحادي رقم 42 لسنة 2022 بإصدار قانون الإجراءات المدنية.

## المطلب الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة إبرام العقد

عند التعاقد إلكترونياً، من الواجب حماية المستهلك من حيث الرضا والمعلومات الجوهرية عن محل التعاقد، وكذلك احترام حق المستهلك في الخصوصية، وحماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني، وصولاً إلى حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك (الهبجاء، 2002م، ص 53)

ولذلك يلزم توافر ضمانات قانونية لحماية المستهلك من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (عبد الباقي، 2004م، ص 403)

وللتعرف على أوجه حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة إبرام العقد، تم تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، على النحو الآتي:

الفرع الأول: حماية رضا المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرع الثاني: حماية المتعاقد من خلال اشتراط الكتابة والتوقيع.

الفرع الأول: حماية رضا المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي

أورد المشرع الإماراتي من القواعد القانونية الخاصة ما يكفل حماية رضا المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث تنص المادة 34 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على: "حظر إدراج شرط يضر بالمستهلك إذ يقع باطلاً كل شرط من شأنه إعفاء المزود من مسؤوليته أو أي من التزاماته الواردة في القانون وهذا القرار تجاه المستهلك، سواء وردت هذه الشروط في نماذج عقود أو الفاتورة أو مستندات أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك<sup>(1)</sup>."

كما تقوم القواعد العامة في العقود على أن إتمام العقد يتطلب إيجاباً معيناً وقبولاً مطابقاً له عن تراض صحيح، وتتحقق صحة التراضي متى كانت الإرادة الصادرة من كلا طرفي العقد صادرة عن ذي أهلية، غير مشوبة بعيوب من عيوب الرضا (Murray, 2000, P. 17)

فلصحة التراضي لا بد أن يكون خالياً من عيوب الإرادة وهي الإكراه والتغريب والغبن والغلط، فقد يقدم المشتري لإبرام العقد تحت تأثير الإكراه، والذي يتحقق عندما يجد المتعاقد نفسه مجبراً على التوجه لشخص محدد للحصول على الخدمة التي يحتاجها نظراً لاحتكاره

(1) المادة 34 من قرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023 بشأن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك.

لها لتخصصه وحده الفني في تقديم هذه الخدمة، كما قد يقدم على إبرام العقد نتيجة تدليس المتعاقد الآخر كأن يكون قد أضفى خصائص غير صحيحة على المبيع<sup>(1)</sup>، وقد يبرم العقد تحت تأثير الغلط في الخصائص الجوهرية للمبيع، وبالتالي لن تؤدي الوظيفة التي ينتظرها منها<sup>(2)</sup> (إبراهيم، 2008م، ص 19؛ Taormina, 2004, P. 6; Calaisp Steinmetz, 2006, P. 6; Cause, 2006, p. 73 et s; Halloum; عبد العال، 2010م، ص 95):

## 1. الإكراه:

لا يتصور وجود الإكراه في العقود الإلكترونية؛ وذلك لأنها تكون عن بعد وبكامل رضا المتعاقد، وفقاً للقواعد العامة فوفقاً للمادة (176) من قانون المعاملات المدنية فإن: "الإكراه ضغط يقع على شخص بقصد الوصول إلى غرض غير مشروع فيحدث في نفس المتعاقد رهبة تحمله على التعاقد" (أحمد، 2006م، ص 100) "فيجب أن تكون الرهبة التي دفعتها إلى التعاقد قد بعثت بدون وجه حق، وتقدير الإكراه ومبلغ جسامته وتأثيره في نفس المتعاقد هي من الأمور الموضوعية التي تستقل بالفصل فيها محكمة الموضوع"<sup>(3)</sup>.

وقد رتب المشرع الإماراتي بالمادة (182) على العقد المشوب بالإكراه أن يكون موقوفاً على إجازة المكره أو رتبته بعد زوال الإكراه

(1) قضت محكمة تمييز أبوظبي بأنه: "من المقرر في قضاء المحكمة أنه ولأن كان مفاد نص المادتين (1032/1033) من قانون المعاملات المدنية أنه يجوز كأصل عام للمؤمن في عقد التأمين طلب فسخ العقد إذا أخفى المؤمن له بسوء نية أمراً أو قدّم بياناً غير صحيح بصورة تقلل من أهمية الخطر المؤمن منه أو تؤدي إلى تغيير في موضوعه أو إذا أخلّ عن غش بما تعهد به، وكذلك فإنه يلتزم بالكشف عن كل المعلومات التي يهيم المؤمن معرفتها لتقدير المخاطر التي يأخذها على عاتقه، والتي على أساسها يتم التأمين على هذه الأشياء قبل التعاقد، بحيث لو كانت الحالة قائمة وقت إبرام العقد لامتنع المؤمن عن التعاقد أو لما تعاقد إلا نظير مقابل أكبر، كما يلزم المؤمن له أيضاً بإخطار المؤمن بكل ما يطرأ أو يستجد أثناء مدة تنفيذ العقد من أمور تؤدي إلى زيادة هذه المخاطر، وإلا ترتب على ذلك عدم التزام المؤمن بضمان الأضرار التي لحقت الشيء المؤمن عليه، إلا أنه يقع على شركة التأمين عند الادعاء بتقديم المؤمن له بيانات غير صحيحة عبء إثبات ادعائه، واستخلاص ارتكاب الغش هو من مسائل الواقع التي تستقل بتقديرها محكمة الموضوع". انظر: محكمة تمييز أبوظبي، الدائرة المدنية، الطعن رقم 504 لسنة 12 القضائية، بجلسة 16 يوليو 2018.

(2) إذ عرفت كل دول العالم ضرورة حماية المستهلك من خلال إصدار قوانين أكثر فعالية لحمايتهم في القرن الماضي، إذ إن ظهور الوسائل الإلكترونية للتعاقد؛ وخصوصاً شبكة الإنترنت، أدى إلى ضرورة إعادة النظر في قواعده بتوفير حماية إضافية للمستهلك الذي يشتري عن بعد.

(3) تمييز دبي بتاريخ 23/ 12/ 1995 في الطعن رقم 203/ 1995 طعن حقوق، القاعدة رقم 139 الصادرة في العدد 6 سنة 1995 حقوق، مجموعة الأحكام والمبادئ القانونية، محكمة التمييز، محاكم دبي، ص 802. وقد نظمت المواد 176، 180، 181 من ذات القانون شروط الإكراه ومنها: استعمال وسائل للإكراه سواء أكانت مادية كالضرب أو الحبس أو القيد أو القطع، أو المعنوية كالتهديد بخطر سيقع مستقبلاً يصيب الشخص في نفسه أو يصيب الغير وذلك لتحقيق غرض غير مشروع، كما يشترط بأن يكون المكره قادراً على إيقاع ما هدد به وأن يولد في نفس المكره رهبة تدفعه إلى التعاقد.

وفي الحقيقة أن تعدد وتطور صور الإكراه في الوقت الحالي تستدعي التوسع في مفهومه ليكون كفيلاً بحماية المستهلك في ظل التسارع التكنولوجي وتطور تقنيات الترويج للسلع (البدواوي، 2013م، ص 109)

## 2. التغير والغبن:

تنص المادة 8 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك على حماية المتعاقد من الإعلان المضلل عن سلعة أو خدمة حيث جاء نصها: "يعد وصفاً أو إعلاناً أو عرضاً خادعاً لسلعة أو خدمة ما بحسب الحالة، إذا تضمن بياناً مضللاً متى كان من شأنه أن يؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل للمستهلك<sup>(1)</sup>، كما أن المواد 185، 186، 187، 188، 191 من قانون المعاملات المدنية تنص على أن: "التغيير هو أن يخدع أحد المتعاقدين الآخر بوسائل احتيالية قولية أو فعلية تحمله على الرضا بما لم يكن ليرضى به بغيرها"، وأن مؤدى هذه النصوص هو أنه: "في غير حالة مال الوقف وأموال الدولة لا يفسخ العقد بسبب الغبن الفاحش ما لم يكن مصحوباً بتغيير أحد المتعاقدين بالطرف الآخر" (البدواوي، 2013م، ص 110)<sup>(2)</sup>.

### ج. الغلط:

الغلط هو وهم يقوم في ذهن الشخص فيصور له الأمر على غير حقيقته، ويكون دافعاً إلى التعاقد (أحمد، 2006م، ص 120)، وقد تناولته "المشرع الإماراتي في المادة (195) من قانون المعاملات المدنية، فاشتراط لوقوع الغلط الذي يعيب الرضا حتى يعتد به، وهو ما يعبر عنه المشرع المصري في القانون المدني بأن يكون الغلط في صفة جوهرية" (أحمد، 2006م، ص 122)، كما يلزم وقوعه في أمر مرغوب وبدرجة من الجسامه، متى كان هذا الغلط داخلاً في نطاق التعاقد، بحيث إذا توافرت هذه الشروط كان من حق المتعاقد الذي وقع في الغلط طلب فسخ العقد؛ لأن رضاه كان معيباً، ويقع عليه عبء إثبات ذلك بكافة طرق الإثبات وتقرير ما إذا كانت شروط الغلط الذي يعيب الرضا

(1) المادة 8 من قرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023 بشأن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك.

(2) وهذا ما أقرته محكمة النقض - أبوظبي: "بأن يكفي لقيام الركن المادي أحياناً مجرد الكذب أو الكتمان فيعتبر تدليس أو تغريباً السكوت عمداً عن واقعة أو ملابس إذا ثبت أن المغرر به ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابس، وتقدير ذلك ينظر فيه إلى شخص المتعاقد المدلس عليه أو المغرر به، وهو من المسائل الموضوعية التي يستقل قاضي الموضوع بتقديرها فإذا غرر أحد المتعاقدين بالآخر وتحقق أن العقد قد تم بغبن فاحش جاز لمن غبن فسخ العقد ويسقط حقه فيه بالتصرف في المعقود عليه كله أو بعضه تصرفاً يتضمن الإجازة وبهلاكه عنده واستهلاكه". راجع: محكمة نقض أبوظبي، الدائرة المدنية، الطعن رقم 321 لسنة 12 القضائية، بجلسة 20 أكتوبر 1991.

ويفسد العقد متوافرة من عدمه هو مسألة واقع لدى محكمة الموضوع دون معقب عليها<sup>(1)</sup>.

ويشترط في الغلط أن يكون داخلاً في نطاق التعاقد، وهو ما أيدته "نص المادة (193) من قانون المعاملات المدنية" "لا يعتبر الغلط إلا فيما تضمنته صيغة العقد أو دلت عليه الملابس وظروف الحال أو طبائع الأشياء أو العرف"

### الفرع الثاني: حماية المتعاقد من خلال اشتراط الكتابة والتوقيع

فيما يتعلق بأحكام الاعتماد على التوقيع الإلكتروني، وكذلك شهادات المصادقة الإلكترونية على هذا التوقيع، فقد فصلت أحكامها في المادتين 7 و 8 من المرسوم بقانون اتحادي رقم رقم (46) لسنة 2021م بشأن المعاملات الإلكترونية وخدمات الثقة

فالقاعدة أن الشخص المعنى بالتوقيع الإلكتروني أو شهادة المصادقة الإلكترونية، يحق له الاعتماد عليهما، شرط أن يكون ذلك الاعتماد معقولاً أو مبرراً، بمعنى أن يكون ذلك الاعتماد له ما يبرره كأن يكون طرفاً في معاملة إلكترونية مع صاحب التوقيع أو صاحب الشهادة (حجازي، 2006م، ص 141)

من ناحية أخرى فإنه يجب على ذلك الشخص الذي يعتمد على التوقيع الإلكتروني لطرف آخر ويكون التوقيع معززاً بشهادة مصادقة إلكترونية، فإنه يجب على ذلك الشخص اتخاذ إجراءات التوثيق المحكمة أو غيرها من الإجراءات والخطوات اللازمة للتأكد من صحة الشهادة وصحة البيانات الواردة فيها، وما إن كانت لا زالت سارية أم أنها معلقة أو ملغاة، وكذلك بحث أية قيود تعطل قوة وتأثير هذه الشهادة. وعلى ذلك فإذا لم يتخذ هذه الخطوات، ولم ينجح في معرفة أن الشهادة ملغاة أو معلقة أو مقيدة بأي قيد آخر، فإن النتائج التي ستترتب على ذلك تخصه وحده هو دون غيره، ويتحملها هو دون غيره (حجازي، 2005م، ص 202)

من ناحية أخرى فقد أورد المشرع بعض المعايير التي تساعد الشخص الذي يعتمد على شهادة المصادقة الإلكترونية أو التوقيع الإلكتروني، وذلك كإجراءات تبرر اعتماده على أي منهما، وتخلص هذه الاعتبارات في الآتي:

أ. طبيعة المعاملة المعنية، والتي قصد الشخص تعزيزها بالتوقيع الإلكتروني من عدمه؛ لأن هناك بعض الصفقات، نظراً لقيمتها وأهميتها تتطلب ذلك التوقيع الإلكتروني وبعضها قد لا يتطلبه، وهناك بعض المعاملات لا تقبل التوقيع

(1) تمييز دبي بتاريخ 12/ 6/ 2004 في الطعن رقم 581/ 2002 طعن حقوق، القاعدة رقم 192 الصادرة في العدد 15 سنة 2004 حقوق، مجموعة الأحكام والمبادئ القانونية، محكمة التمييز محاكم دبي، ص 1291.

الإلكتروني حسب هذا القانون مثل عقود الزواج، وعقود التصرف في العقارات.

ب. أهمية المعاملة المعنية؛ وذلك لأن طبيعة بعض المعاملات من الأهمية بحيث تعتمد على التوقيعات الإلكترونية في إتمامها، وكذلك شهادات المصادقة حتى يستوثق الأفراد من صحة التوقيعات الممهور بها هذه العقود فمثلاً في صفقة شراء طائرة أو مجموعة سيارات وقع على عقدها بطريق التوقيع الإلكتروني يحق للطرف الآخر أن يستوثق من مدى صحة هذه التوقيعات، وذلك عن طريق المصادقات الإلكترونية الصادرة من طرف ثالث أو وسيط يضمن صحة التوقيع الإلكتروني عن طريق إصدار هذه الشهادة "شهادة المصادقة الإلكترونية".

ج. مدى قناعة الشخص في الاعتماد على التوقيع الإلكتروني أو شهادة المصادقات؛ إذ يجب كذلك البحث فيما إذا كان ذلك الشخص الذي اعتمد على التوقيع أو شهادة المصادقة الإلكترونية، قد اتخذ الإجراءات المناسبة والمعقولة لكي يقرر بعدها حاجته للاعتماد على هذا التوقيع أو شهادة المصادقة الإلكترونية (حجازي، 2005م، ص 300. منصور، 2003م، ص 158).

د. كذلك فإن أي توقيع إلكتروني لا بد وأن يعزز بشهادة مصادقة على صحة ذلك التوقيع، وهذا الأمر يتطلب بحث من صاحب التوقيع فيما إن كان ذلك التوقيع معززاً بشهادة مصادقة أم لا، وكذلك على الطرف الآخر الذي يعتمد على هذا التوقيع لا بد أن يبحث عن هذه الشهادة.

هـ. أيضاً فإن التوقيع الإلكتروني وشهادة المصادقة الخاصة به قد يحتمل الإلغاء، وهنا يتعين بحث ما إن كان الشخص -طرف المعاملة الإلكترونية- كان يعلم بالإلغاء أو كان يجب عليه أن يعلم به أم لا؛ وذلك لأن عملية وجوب العلم بالإلغاء أو عدم وجوبه ترتب آثاراً قانونية مهمة في حق ذلك الشخص.

من ناحية أخرى فإن المعاملات أو الاتفاقيات السابقة ما بين منشئ الرسالة الإلكترونية -الشخص الذي صدر عنه الإيجاب في العقد- وذلك الشخص الذي اعتمد على التوقيع الإلكتروني أو الشهادة، تؤخذ في الحسبان لتقدير معقولة الاعتماد على أي منهما. كذلك فإن أي عرف تجاري يحكم معقولة اتخاذ إجراء الاعتماد على التوقيع أو الشهادة يجب كذلك النظر إليه بعين الاعتبار بوصف أن العرف يعد مصدراً للتشريع في حالة عدم وجود نص قانوني مكتوب، وبالإضافة للعوامل السابقة التي تعد معياراً للتعرف على مدى معقولة الاعتماد على التوقيع الإلكتروني أو الشهادة الإلكترونية فقد أجاز المشرع الإماراتي في إمارة دبي اللجوء إلى أي عامل آخر ذي صلة لبحث هذه المعقولة

ومن ناحية أخرى فإن "المادة 30 من المرسوم بقانون اتحادي رقم رقم (46) لسنة 2021م بشأن المعاملات الإلكترونية وخدمات الثقة"، "أوردت جزاءً على ذلك الشخص الذي يعتمد على التوقيع الإلكتروني أو شهادة التوثيق الإلكترونية، وكان ذلك الاعتماد غير مبرر أو غير معقول في ضوء الظروف المحيطة به، وأصابته أضرار من جراء ذلك، فإن هذا الشخص دون غيره هو الذي يتحمل نتيجة عدم صحة ذلك التوقيع أو عدم صحة هذه الشهادة"

## المبحث الثاني: حماية المتعاقد في مرحلة تنفيذ العقد

في مراحل التعاقد الإلكتروني، لا بد من وجود ضمانات حماية للمستهلك، وتتمثل أوجه الحماية الخاصة للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني في حق المستهلك بالضمان، والعدول عن العقد (Bernard, 2002, p.105)، وسنوضح ذلك من خلال تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين على النحو الآتي:

المطلب الأول: حق المتعاقد في الضمان.

المطلب الثاني: حق المتعاقد في العدول عن العقد.

### المطلب الأول: حق المتعاقد في الضمان

أورد المشرع حق الضمان ضمن قانون حماية المستهلك؛ إذ تنص المادة 11 على مستند الضمان بأنه: "يحظر على المزود الإعلان مشافهة أو بأي وسيلة إعلامية عن ضمان السلعة دون إعطاء المستهلك المستند الدال على هذا الضمان"<sup>(1)</sup>، كما تنص المادة 12 على بيانات الضمان بأنه: "يكون الضمان للسلع وتأدية الخدمات التي تقدم للمستهلك من المزود حسب بنود العقد المبرم بينهما"<sup>(2)</sup>، وتنص المادة 13 على التزامات المزود بتنفيذ الضمانات: 1. يلتزم المزود بضمان الخدمة التي أداها إلى المستهلك خلال فترة تتناسب مع طبيعة الخدمة المقدمة أو المدة المتفق عليها مع المستهلك، أيهما أطول، وفي حال إخلال المزود بهذا الالتزام، فإنه يحق للمستهلك الاختيار بين إعادة الثمن كاملاً في حال عدم تنفيذ الخدمة أو الإخلال في تنفيذها ..... 2. كما يلتزم المزود تحذير المستهلك بشكل واضح من الأضرار المحتملة جراء الخدمة المقدمة والاحتياطات الواجب اتخاذها إن وجدت وكيفية

(1) المادة 11 من قرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023 بشأن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك.

(2) المادة 12 من قرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023 بشأن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك.

الوقاية منها وسبل العلاج من أي ضرر ينتج عنها، وذلك بحسب طبيعة كل خدمة"<sup>(1)</sup>.

كما يجوز للمتعاقد أن يتمسك بالقواعد الخاصة بعقد البيع ومنها بوجه خاص الضمان القانوني في حال وجود عيب خفي في الشيء المباع من جهة أولى، كما أن عقد البيع قد يتضمن أحياناً شروطاً يضعها المشتري، تنص على ضمان إضافي يسمى بالضمان الاتفاقي

وسأتناول هذه المسألة على النحو الآتي:

### أولاً- مفهوم الضمان:

الضمان هو: "التزام يفرضه العقد أو القانون على من ينقل ملكه لمصلحة غيره، حتى يتمكن الأخير من الانتفاع بملكه، وحتى تيبث الثقة والاستقرار في التعاملات سواء المدنية منها أو التجارية" (البدواي، 2013م، ص 116)

وقد خلا القانون المدني الإماراتي من تعريف العيب، كما أن "المشرع الإماراتي قد ضيق معنى العيب وأخذ بالمفهوم المادي فحسب، فوفقاً للمادة (238) من قانون المعاملات المدنية فإن حصول المشتري على الضمان القانوني لا يكون إلا في حالة وجود آفة تؤثر في قيمة المبيع أو نفعه، أما إذا تخلفت الصفة، فقد فصلها المشرع عن ضمان العيب واعتبرها من قبيل الالتزامات العقدية

ولذلك نص المشرع الفرنسي في قانون الاستهلاك (خيال، 1998م، ص 12) على ضرورة توافر السلامة والأمان المرجو من السلعة والأثل مثل اعتداءً على صحة المستهلكين ما دامت تُستخدم في ظل ظروف عادية (إبراهيم، 2006م، ص 354)

أما بالنسبة للأساس القانوني لرجوع المستهلك الإلكتروني على المنتج، فإن المستهلك في التعاقد الإلكتروني حينما يستقر على منتج معين أو خدمة فإنه يبرم تعاقدًا بشأنها، ومع ذلك فإن المستهلك يستطيع الرجوع على المنتج على أساس المسؤولية التقصيرية (الميمني، 2000م، ص 157)

(1) المادة 13 من قرار مجلس الوزراء رقم 66 لسنة 2023 بشأن اللائحة التنفيذية للقانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك.

## ثانياً- شروط تحقق الضمان:

المبدأ العام هو أن ضمان العيب الخفي يتناول جميع الأشياء وجميع البيوع، فقد نصت المادة (237) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي على أنه: "يثبت حق فسخ العقد بخيار العيب في العقود التي تحتمل الفسخ دون اشتراطه في العقد". ومن النص السابق نجد بأن خيار العيب يثبت في جميع أنواع العقود القابلة للفسخ"

فالضمان القانوني للعيب الخفي يوجد في جميع أنواع البيوع بدون تمييز، سواء وقعت تلك البيوع على عقار أو منقول، وسواء كان المنتج جديداً أو مستعملاً كما أنه لا أهمية لصفة البائع، سواء كان محترفاً أو لا، لقيام التزامه بالضمان، كما أنه لا أهمية لصفة المشتري، سواء كان مستهلكاً عادياً أو لا

وهناك أربعة شروط حددها "المادة (238) من قانون المعاملات المدنية الإماراتية؛ ألا وهي: "يشترط في العيب لكي يثبت به الخيار أن يكون قديماً مؤثراً في قيمة المعقود، عليه وأن يجهله المشتري، وألا يكون البائع قد اشترط البراءة منه"، كما نصت "المادة (110) من قانون المعاملات التجارية الإماراتي على أنه: "يشترط في العيب الذي يؤدي إلى طلب فسخ العقد أن يكون خفياً لا يعرف بمشاهدة ظاهر المبيع ولا ينتبه إليه الشخص العادي أو لا يكشفه غير خبير ولا يظهر إلا بالتجربة"، وعلى هذا النحو نوجز تلك الشروط فيما يلي (البدواوي، 2013م، ص 119):

### 1. أن يكون العيب قديماً:

"نص المادة (2/544) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي " على أنه: "يعتبر العيب قديماً إذا كان موجوداً في المبيع قبل البيع أو حدث بعده وهو في يد البائع قبل التسليم"

وحكمت محكمة تمييز دبي بأنه: "ومعنى أن يكون العيب قديماً في المبيع هو أن يكون موجوداً فيه وقت أن يستلمه المشتري من البائع، فإذا حدث العيب بالمبيع بعد أن تسلمه المشتري، فلا يثبت له خيار العيب ما لم يرجع سببه المباشر إلى ما قبل التسليم"<sup>(1)</sup>.

وهو الرأي الغالب في الفقه، والمعول عليه هو التسليم الفعلي للمبيع، ويقع على المشتري عبء إثبات قدم العيب على حصول البيع، ولقاضي الموضوع سلطة تقديرية لإثبات صفة القدم في العيب باعتبارها واقعة مادية وليست قانونية وتثور صعوبة إثبات قدم العيب عندما يكون الشيء المبيع محلاً لعدة تصرفات ناقلة للملكية كالسيارات المستعملة،

(1) تمييز دبي بتاريخ 16/12/2007 في الطعن رقم 229/2007 طعن مدني القاعدة رقم 224 الصادرة في العدد 18 سنة 2007 حقوق، مجموعة الأحكام والمبادئ القانونية، محكمة التمييز محاكم دبي، ص 1487.

وعلى ذلك ليس على البائع أن يضمن العيوب الناشئة بعد تاريخ انتقال ملكية السيارة المستعملة إلى المشتري (دياب، 1981م، ص80)، في حين يرى البعض الآخر أن صفة القدم تنسم ببعض الخصوصية في المنتجات الخطيرة (شهيده، 2003م، ص 107)

## 2. أن يكون العيب مؤثراً:

ويقصد به في الفقه: "العيب الذي ينقص قيمة السلعة بحسب الغاية المقصودة والمستفاد منها مما هو مبين في العقد، أو مما هو ظاهر من طبيعتها، أو الغرض الذي أعدت له" (البيطوسي، 2011م، ص 172)، ويكون العيب مؤثراً إذا كان على درجة من الجسامه، والتي تقاس وفقاً لمعيار موضوعي أو مادي بحسب ظروف الحال، كأن يقع العيب على المبيع فيحدث نقصاً في قيمته أو منفعة المادية بحسب الغاية المقصودة منه أو صلاحيته للاستعمال (إبراهيم، 2008م، ص 209)، بحيث لو علم به المستهلك قبل الشراء لما أقبل على شرائه، أو كان سيقبل به ولكن بسعر أقل، ولا يضمن البائع العيب غير المؤثر -التافه- الذي يجري العرف على التسامح فيه

فقد "نصت الفقرة الأولى من المادة (543) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي" على أنه: "يعتبر البيع منعقداً على أساس خلو المبيع من العيوب إلا ما جرى العرف على التسامح فيه". وعلى كل فإن مسألة تقدير جسامه العيب هي مسألة واقع لقاضي الموضوع السلطة في تقديرها في ضوء الواقع طبّقاً للضوابط السابقة. والعيب المؤثر يختلف تبعاً لاختلاف طبيعة المبيع، فوجود مواد غريبة بنسبة معينة في الدقيق أو الأرز هو عيب مؤثر، ولكن لا يشكل عيباً إذا وجد القمح، كما قد يكون العيب مؤثراً ولكن العرف جرى في التعامل على عدم اعتباره عيباً والتسامح به وهو ما أخذ به بعض الفقهاء، فمثلاً جرى العرف على التسامح في بعض عيوب اشتمال القمح على كمية مألوفة من الأثرية وحب السمسم من ناحية اشتماله على بعض المواد الغريبة؛ ولذا فلا يعتبر ذلك عيباً مؤثراً (دياب، 1981م، ص 69-72)

أما بالنسبة إلى الأشياء المستعملة، ولا سيما السيارات منها، فإن تقدير فداحة العيب فيها، يخضع لشروط قاسية، بحيث لا يجوز التوسع في مفهومها فلا يعتبر العيب متوفراً إلا إذا اتصف بفداحة يصعب معرفتها حتى بفحص دقيق عند الشراء، تؤدي إلى عدم إمكانية استعمال المبيع، وفقاً للاستعمال العادي المتوقع من هذا الشيء المستعمل؛ لأن من يشتري شيئاً مستعملاً، عليه أن يتوقع خللاً معيناً في استعماله ينعكس على عمله، ولذا لا يكون الضمان موجباً إذا كان هذا الإصلاح غير مرهق بحد ذاته ويمكن إجراؤه بصورة عادية

وعلى هذا النحو: "فإذا كان العيب جسيماً في المبيع، بحيث لو علم به المشتري وقت البيع لما أقدم على الشراء، فيكون عندها المشتري بالخيار بين رد المبيع المعيب وبين

استبقاء المبيع مع المطالبة بتعويض عما أصابه من ضرر بسبب العيب" (البدووي، 2013م، ص 121).

### 3. أن يكون العيب خفياً:

بالإضافة إلى شرطي القدم والتأثر، فإنه يشترط في العيب أن يكون خفياً وغير معلوم للمشتري، فقد "نصت المادة (3/544) من قانون المعاملات المدنية الإماراتي على" أن: "يشترط في العيب القديم أن يكون خفياً، والعيب الخفي هو الذي لا يعرف بمشاهدة ظاهر المبيع أو لا يتبينه الشخص العادي أو لا يكشفه غير خبير أو لا يظهر إلا بالتجربة"

فإن كان ظاهراً للمشتري ولم يعترض عليه عد ذلك قبولاً منه للعيب، وإسقاطاً لحقه في الضمان، ويقع على البائع حينئذ عبء إثبات علم المشتري بالعيب الخفي (البدووي، 2013م، ص 122) فمن يقدم على شراء شيء أولى به أن يتفحصه ليتبين ما به من عيوب، ويعتبر مخطئاً في حق نفسه، وعليه أن يتحمل نتيجة خطئه، أو يعتبر أنه قبل هذا المبيع على ما به من عيب (الشامسي، 1998م، ص 540)، وعلى ذلك يعتبر العيب خفياً في حالتين: الأولى إذا لم يكن العيب وقت تسلم المشتري للمبيع ظاهراً ولا يمكن للمشتري تبينه لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، فيكون العيب لا يمكن تتبعه إلا بواسطة خبير أو اختصاصي، أم الحالة الثانية، أن البائع قد تعمد إخفاء هذا العيب غشاً (السنهوري، 2004م، ص 633 وما بعدها)

واشترط "المشرع الإماراتي بالمادة (238) من قانون المعاملات المدنية حتى يكون البائع ضامناً للعيب ألا يشترط البراءة من العيوب التي في المبيع"، إلا أن المشكلة في أن البائع أو المنتج في كثير من الحالات يسعى إلى التهرب من المسؤولية عن العيب الخفي في مبيعه من خلال النص في العقد على شرط الإعفاء أو التخفيف من المسؤولية، أو أن يفرد بنداً خاصاً ينص فيه على عدم إمكان رجوع المشتري عليه بدعوى ضمان العيوب الخفية، وتعد هذه الشروط من قبيل الاتفاقيات المعدلة للمسؤولية، إلا أن حرص البائع أو المنتج على استغلال تلك الاتفاقيات يهدر الأهداف المأمولة من أحكام الضمان بما يتعارض من ضرورات حماية المستهلك؛ لذا دأب الفقه والقضاء نحو الحد من الآثار السلبية لمثل هذه الاتفاقيات لتجنب إعفاء البائع أو المنتج من المسؤولية أو حصر تلك البنود للتقليل منها

وبالرجوع للمشرع الإماراتي، نجد بأنه اشترط البراءة من العيوب التي لا يعلمها البائع، أما التي يعلمها فلا يسقط عنه ضمانها، فقد نص في الفقرة الرابعة 454 على الآتي: "إذا باع البائع المبيع بشرط عدم مسؤوليته عن كل عيب فيه أو عن عيب معين إلا إذا تعمد البائع إخفاء العيب أو كان المشتري بحالة تمنعه من الاطلاع على العيب"

وينصرف عجز هذه الفقرة إلى اشتراط البائع عدم مسؤوليته عن العيب، إلا إذا كان حاضراً ومغيباً في صندوق، أو مغلفاً، ففي هذه الحالة ما يشابهها لا يمكن القول وفقاً للنص بأن المشتري قد رضي بالمبيع، مع اشتراط عدم مسؤوليته عن العيوب الخفية (البدواري، 2013م، ص 123)

### المطلب الثاني: حق المتعاقد في العدول عن العقد

يعد حق العدول عن التعاقد الإلكتروني من أكثر الوسائل ملائمة والتي لجأت لها التشريعات الحديثة لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية، كما يعد هذا الحق إرادياً محضاً للمستهلك، وفقاً للضوابط القانونية (شليبي، 2007م، ص 111) (Omri, 2011)

أولاً- خلق قانون حماية المستهلك من حق العدول مع نصه على حق الاستبدال:

مراجعةً لخصوصية العقود بحماية المستهلك صدر القانون الاتحادي رقم 15 لسنة 2020 وأتبعه مجلس الوزراء بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك"

وبالرجوع إلى هذا القانون نجد أنه لم يتضمن نصاً صريحاً مشابهاً لنص "المادة (18- L22I) من قانون الاستهلاك الفرنسي"؛ إلا أنه ألزم المزود برد السلع أو إبدالها في حال اكتشاف المستهلك عيباً فيها وفق القواعد الواردة في اللائحة التنفيذية لهذا القانون<sup>(1)</sup>. كما أوجبت "المادة (12) من هذا القانون على المزود أن يضمن عقوده الالتزام بالإصلاح أو الصيانة أو الخدمة بعد البيع وإرجاع السلعة خلال فترة زمنية من ظهور عيب فيها، إلا أنه لم يحدد هذه المدة ولم يشر إلى الخدمات". ومن هنا يثور التساؤل هل توفر الأحكام الخاصة برد أو استبدال السلع المعيبة حماية مماثلة للحماية التي قدمتها قانون الاستهلاك من خلال تكريسه وتنظيمه لحق العدول عن العقود الإلكترونية؟

وقد نظمت اللائحة التنفيذية التزام المورد برد السلع المعيبة مع التوسع بتعريف العيب الذي يترتب على وجود هذا الالتزام ليشمل أي خلل في تصميم أو معالجة أو تصنيع السلعة (الحباري، فياض، 2017م، ص 20)

فقد أجازت "المادة (20) من اللائحة التنفيذية للمستهلك التقدم بطلب إلى إدارة حماية المستهلك بوزارة الاقتصاد لاسترداد السلعة المعيبة"<sup>(2)</sup>.

(1) المواد 10 - 25 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المستهلك الإماراتي.

(2) المادة (19) من اللائحة التنفيذية.

"ويترتب على المزود في حال استرداد السلعة أن يقوم باستبدالها أو إصلاحها أو إرجاع ثمنها، أو استبدال أو إصلاح الجزء المعيب منها"<sup>(1)</sup>.

علمًا بأن "المادة (24) من اللائحة أعطت المستهلك حق اختيار طريقة معالجة السلعة المعيبة أما باستبدالها أو إصلاحها أو استرداد ثمنها"<sup>(2)</sup>.

وفيما يتعلق بالجزاء المترتب على الإخلال بهذا الالتزام اعتبرت "المادة (22) من اللائحة التنفيذية عدم قيام المزود باسترداد السلع المعيبة، مع علمه بوجود عيب في تلك السلع، غشًا تجاريًا وفقًا لأحكام القانون الاتحادي رقم (42) لسنة 2023، وأوجبت على الإدارة إحالة الموضوع إلى النيابة العامة لتحريك الدعوى الجزائية ضد المزود. ولضمان حقوق المستهلك في هذه الحالة أوجبت اللائحة التنفيذية على الإدارة اتخاذ إجراءات استرداد للسلع المعيبة" (الحياري، فياض، 2017م، ص 20)

كما نصت "المادة (17) منها وجوب قيام الإدارة باتخاذ إجراءات استرداد السلع المعيبة، دون قرار وزاري أو تنسيق مع أي جهة، في الحالات الضرورية التي تشكل خطورة على المستهلك، على أن يتحمل المزود تكلفة عملية الاسترداد"

ثانيًا- مدى نجاعة التزام المورد بالاسترداد بتوفير الحماية التي يكفلها حق العدول:

لقد خطى قانون حماية المستهلك الإماراتي خطوة إلى الإمام في حماية المستهلك من خلال تقنين التزام المورد بضمان السلع المعيبة؛ إذ وسع من نطاق الضمان بتبنيه تعريفًا للعيب المضمون يشمل أكبر عدد ممكن من الفرضيات التي يمكن أن تؤثر على هدف المستهلك من إبرام العقد. كما سهل على المستهلك إثبات وجود العيب المضمون وإقامة مسؤولية المزود عنه، من خلال تدخل إدارة حماية المستهلك بالتحقق من وجود العيب وإلزام المزود بمعالجته دون تدخل القضاء

من جانب آخر امتازت معالجة المشرع الإماراتي لالتزام المزود بضمان السلع المعيبة بالطابع الحمائي؛ إذ تضمن آليات تكفل له حقه من خلال حلول الدولة محل المزود في إجراءات الاسترداد. لكن من الصعب القول بأن هذه الحماية تعادل تلك التي وفرها قانون الاستهلاك الفرنسي من خلال تنظيم حق العدول عن العقد المبرم بين غائبين. فحق الاسترداد في قانون حماية المستهلك الإماراتي يقتصر على السلع دون الخدمات. وحتى في إطار العقود الواردة على السلع فإن التزام المزود بالرد يتوقف على إثبات وجود عيب

(1) المادة (12) من اللائحة التنفيذية.

(2) المادة (13) من اللائحة التنفيذية.

في السلع التي ورد لها. وعليه ينبغي الرجوع إلى القواعد العامة للبحث عن أحكام يمكن أن تغطي هذا النقص (الحياري؛ فياض، 2017م، ص 21)

هذا ويعد تقرير الحق في الرجوع عن البيع من أكثر وسائل حماية المستهلك ملاءمة في المعاملات الإلكترونية. وقد تدخل المشرع حماية منه للمستهلك في العلاقات العقدية، خروجاً على القواعد القانونية التقليدية طالما أن الأنظمة القانونية هي التي اتجهت نحو فرض هذه الحماية

## الخاتمة:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات، وما رافقها من تطور علمي وتقني كبير، إلى ظهور ما يعرف بالبيع الإلكتروني أو التجارة الإلكترونية، وقد استجاب المشرع لهذه التطور فقام بإصدار قانون ينظم المعاملات الإلكترونية ويضمن حماية المستهلك؛ إذ إن الحماية الجنائية للمستهلك الإلكتروني، حين إبرام عقد التجارة الإلكترونية، أو عند تنفيذ عقد التجارة الإلكتروني، لحماية المتعاقد من خلال التواصل الاجتماعي مقابل التاجر في العقد الإلكتروني؛ لأنه ليس بإمكانه معاينة المنتج أو الخدمة محل العقد الإلكتروني؛ بسبب البعد المكاني، هذا بالإضافة إلى المخاطر وقلة الأمان وكثرة المشاكل التي يواجهها المستهلك أثناء التعاقد الإلكتروني

وفي ختام الدراسة، انتهت لجملة من النتائج والتوصيات نعرضها كالآتي:

### أولاً- النتائج:

- تضمنت التشريعات الإماراتية آليات متنوعة لحماية المستهلك المتعاقد في معاملات التواصل الاجتماعي، مع وجود حاجة لتطوير بعض الجوانب التنظيمية والرقابية.
- نص المشرع الإماراتي على حماية رضا المستهلك دون أن ينظم الرضا المسبق للمستهلك في تلقي الإعلانات التجارية غير المرغوب فيها، والتي تعتبر مصدر إزعاج حقيقي لكل مستهلك إلكتروني.
- منع المشرع الاتحادي الإماراتي المزود من القيام بعمل أي تخفيضات أو الترويج للسلع إلا بعد موافقة من الجهات المختصة، والتي تتأكد من صحة التخفيضات والإعلانات.
- تضمن قانون حماية المستهلك حق الضمان بينما خلا من حق العدول مع إيراده لحق الاستبدال.

- ألزم المشرع الإماراتي جميع مستخدمي عمليات البيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي بوجوب ترخيص تلك المواقع من الجهات المختصة.

ثانيًا- التوصيات:

- ضرورة وضع مادة قانونية تجرم تضليل المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي لضمان حماية المستهلك الإلكتروني من التضليل، مع تعزيز المنافسة المشروعة بين التجار.
- أقترح أن يشير القانون إلى إلزام مواقع البيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي بإرسال وثيقة ضمان السلع للمشتري كما هو الحال بالنسبة للبائع التقليدية.
- إصدار قانون خاص بحماية المستهلك المتعاقد عبر وسائل التواصل الاجتماعي، على غرار القانون رقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك.
- إلزام ممارسي الأنشطة التجارية عبر منصات التواصل الاجتماعي بتوثيق حساباتهم من خلال ربطها بهوياتهم الوطنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي تحقيقاً لشفافية أنشطتهم.
- أقترح ان يتضمن قانون حماية المستهلك لمواد ملزمة بحق عدول للمتعاقد على غرار حق الضمان والاستبدال.

## قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

أولاً- الكتب:

- ابتسام علي البدواوي، الحماية المدنية للمستهلك، (دبي: دار نشر أكاديمية شرطة دبي، 2013م).
- إبراهيم أحمد البسطويسي، المسؤولية عن الغش في السلع، (القاهرة: دار الكتب القانونية، 2011م).
- أسعد دياب، ضمان عيوب البيع الخفية، دراسة مقارنة، (بيروت: دار إقرأ، 1981م)، ط 2.
- آمانج رحيم أحمد، حماية المستهلك في نطاق العقد، (بيروت: شركة المطبوعات للنشر والتوزيع، 2010م).
- جاسم علي سالم الشامسي، عقد البيع في قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، (العين: جامعة الإمارات المتحدة، 1998م).
- حامد منصور حامد صقر، الحماية المدنية من الإعلانات الكاذبة في عقد البيع الإلكتروني، دراسة تحليلية مقارنة، (مصر: دار الإسكندرية، الجامعة الجديدة، 2020م).
- حماد مصطفى عزم، الجوانب القانونية للإعلان عن المنتجات والخدمات عبر الإنترنت، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2003م).

- خالد ممدوح إبراهيم، إبرام العقد الإلكتروني، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006م)، ط1.
- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، (الإسكندرية- مصر: دار الجامعية، 2008م).
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2008م).
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، دراسة مقارنة، (القاهرة: الدار الجامعية، 2007م).
- شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، (الإسكندرية-مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2008م).
- عبد الخالق حسن أحمد، الوجيز في شرح قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ج 1، مصادر الالتزام، (دي: أكاديمية شرطة دبي، 2006م). ط 1.
- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الرابع، العقود التي تقع على الملكية البيع والمقايضة، تنقيح المستشار أحمد مدحت المراغي، (الإسكندرية: منشأة المعارف، 2004م).
- عبد الفتاح بيومي حجازي، التوقيع الإلكتروني في النظم القانونية المقارنة، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2005م).
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر الشبكة الإنترنت، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، 2006م)، ط 1.
- عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، (مكتبة الجلاء، 1998م).
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، (الإسكندرية: منشأة المعارف، 2004م).
- كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، (الإسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر، 2012م).
- محمد إبراهيم الهيجاء، التعاقد بالبيع بواسطة الإنترنت، (عمان-الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002م).
- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2003م).
- مدحت محمد محمود عبد العال، نظرة تحليلية لأحكام المسؤولية عن الفعل الضار في قانون المعاملات المدنية لدولة الإمارات العربية المتحدة، (د.م: المركز القومي للإصدارات القانونية، 2010م)، ط 1.
- مرنضى إحسان هادي، حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، (الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة، 2020م).
- ثانيًا- الرسائل العلمية:
- عبد الله بن سليمان بن صالح الميمني، التنظيم القانوني للمسئولية عن أضرار المنتجات، رسالة ماجستير، (مصر: حقوق طنطا، 2000م).
- فاطمة نجيب سلطان الهاجري، الحماية القانونية لسلامة الغذاء في دولة الإمارات، رسالة ماجستير، (الإمارات: جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2019م).

ثالثًا- الأبحاث العلمية:

أحمد براهيم الحباري؛ محمود فياض، عدول المستهلك عن العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة في القانون الإماراتي والفرنسي، بحث مقدم لندوة "إشكالات وتأثير التعامل الإلكتروني على القانون المنعقدة في كلية القانون، جامعة الشارقة، يوم الثلاثاء الموافق 18 / 4 / 2017م، غير منشورة.

آمال زيدان عبد الله، وسائل حماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة، دراسة مقارنة، حولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، 2016م، المجلد الثالث، العدد الثاني والثلاثين.

شوق حسين الشويكات؛ محمود إبراهيم فياض، معايير التضليل بالفعل في إعلانات المنتجات الطبية في ضوء أحكام قانون المنتجات الطبية الإماراتي رقم 8 لسنة 2019م، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، ديسمبر 2021م، مج 10، السنة العاشرة، ع 37. <https://doi.org/10.54032/2203-010-037-006>

طاهر شوقي محمد مؤمن، شروط الإعلان التجاري عبر الإنترنت، مجلة معهد دبي القضائي، ديسمبر 2015م، مج 3، ع 2، معهد دبي القضائي. <https://doi.org/10.12816/0024599>

فتيحة محمد قوراري، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة دراسة في القانون الإماراتي والمقارن، مجلة الحقوق، سبتمبر 2009م، مجلس النشر العلمي، مج 9، ع 3، جامعة الكويت. <https://doi.org/10.34120/jol.v33i3.1657>

محمد سعد العرمان، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني من الإعلانات التجارية المضللة في التشريع الإماراتي، مجلة الدراسات القضائية، ديسمبر 2013م، مج 6، العدد الحادي عشر، وزارة العدل، معهد التدريب القضائي.

رابعًا- المواقع الإلكترونية:

<http://www.lepoint.fr/actualites-technologie-internet/2009-02-06/150-millions-d-amis-pour-l-anniversairedefacebook/1387/0/313538>.

المراجع الأجنبية:

Bernard d. Reams. Jr, the Law of Electronic Contracts, Lexis Publishing, Second Edition 2002, P.105

Consumer confidence, published in Cyber Cristina Coteanu, Electronic market failures and practices, Ash gate, 2005, p. 32 consumer law and unfair trading.

Gilles Taormina, Théorie pratique du droit de la consommation, aspects généraux et contrats spéciaux, Librairie de l'université d'Aix en provence, 2004.

Jean Calais -Aulay et Frank Steinmetz, droit de la consommation: Dalloz 7 éd. 2006.

JR, Bernard Dreams: The law of electronic contracts, LEXIS Publishing, second edition, 2002.

Murray Andrew D, the Internet-framework for electronic commerce, Second edition, Hart publishing, Oxford, Portland Oregon, 2000.

Omri Ben-Shahar and Eric A posner, The Right to Withdraw in Contract Law, The journal of legal studies, Volume 40, 2011.

al-marāji'ū al-'arabiyatu

'awwalā- al-kutubu

abtisāmun 'aliyyi albadwāwiyyu alḥimāyatu almadaniyyatu lil-mustahlaki ( dubay dāru nashri ukā'udyamiya shartati dubay 2013م).

'ibrāhīmu 'aḥmadu al-bbaṣṭīsiyyu al-mas'ūliyyatu 'ani al-ghisshi fī al-sila'ī ( alqāhiratu dāru al-kutubi al-qānūniyyati 2011م).

'as'adu dīābin ḍamānu 'uyūbi albay'ī alkhaḥfiyyati dirāsaton muqāranatun ( bayrūtu dāru aqra' 1981م)، ٢ 2.

āmānj raḥīmun 'aḥmadu ḥimāyatu almustahlaki fī niṭāqi al'aqdi ( bayrūtu sharikati almaṭbū'āti lil-nashri wa-l-tawzi'ī 2010م).

jāsim 'aliyyu sālimin al-shiāamsiyyu 'aqdu albay'ī fī qānūni almu'āmalāti almadaniyyati lidawlati al'imārati al'arabiyati almuttaḥidati dirāsaton muqāranatun bi-l-fiḥi al'islāmiyyi ( al'aynu jāmi'atu al'imārati almuttaḥidati 1998م).

ḥāmidu maṣṣūrīn ḥāmidu ṣaqrīn alḥimāyatu almadaniyyatu min al'i'lānāti alkādhībati fī 'aqdi albay'ī al'iliktirūniyyi dirāsaton taḥlīliyyatun muqārinatun ( miṣra dāru al'iskandariyya aljāmi'ati aljadīdati 2020م).

ḥammādu muṣṭafā 'azabin al-jawānibu al-qānūniyyati lil-'i'lāni 'ani al-muntajāti wa-l-khidamit 'abra al'intarniti ( alqāhiratu dāru al-nahḍati al'arabiyati 2003م).

khālidun mamdūḥu 'ibrāhīmu 'ibrāmu al'aqdi al'iliktirūniyyi ( al'iskandariyya dāru alfikri aljāmi'iyi 2006م)، ٢

khālidun mamdūḥu 'ibrāhīmu 'amnu almustahlaki al'iliktirūniyyi ( al-'iskandariyya#- miṣra dāru al-jjāmi'āyī 2008م).

khālidun mamdūḥu 'ibrāhīmu ḥimāyatu almustahlaki fī al'aqdi al'iliktirūniyyi ( al-'iskandariyya dāru alfikri al-jāmi'iyi 2008م).

khālidun mamdūḥu 'ibrāhīm ḥimāyatu almustahlaki fī almu'āmalāti al'iliktirūniyyati dirāsaton muqārinatin ( alqāhiratu al-dāru aljāmi'iyi 2007م).

sharīfun muḥammadu ḡhannāmin al-tanzīmu al-qqiāniwwuny lil-'i'lānāti al-tijāriyyati 'abra shabakati al'intarniti ( al-'iskandariyya#-miṣra dāru aljāmi'ati aljadīdati lil-nashri 2008م).

'abdu alkḥāliqi ḥasanun 'aḥmadu alwajīzu fī sharḥi qānūni almu'āmalāti almadaniyyati lidawlati al'imārati al'arabiyati almuttaḥidati j 1، maṣādīri aliāltizāmi ( dubay ukā'udyamiya shurtati dubay 2006م)، ٢ 1.

'abdu al-razzāqi al-sanḥūriyyu alwasīṭu fī sharḥi alqānūni almadaniyyi aljuz'u al-rābi'u al'uquḍu allatī taqa'u 'alā almiikiyyati albay'u wa-l-muqāyaḍatu tanqīḥu almustashāri 'aḥmadi madaḥtu

- almarāghiyu ( al'iskandariyya mansha'ati alma'ārifi 2004م).
- 'abdu alfattāhi bayū'imyyun hijāziyyun al-tawqī'u al-'ilkatriwniyu fi al-naẓmi al-qānūniyyati almuqārinati ( al'iskandariyya dāru alfikri al-jāmi'iyyi 2005م).
- 'abdu alfattāhi bayū'imyyun hijāziyyun himāyatu almustahlaki 'abra al-shabakati al'intarnat ( al'iskandariyya dāru alfikri aljāmi'iyyi 2006م)، ١.
- 'abdu al-fuḍayli muḥammadu 'aḥmadu al-'ilānu 'ani al-muntajāti wa-l-khidamit mina al-wujhati al-qānūniyyati ( maktabatu al-jalā'i 1998م).
- 'umarū muḥammadu 'abdi albāqī alḥimāyatu al'aqadiyyatu lil-mustahlaki ( al'iskandariyya mansha'ati alma'ārifi 2004م).
- kawtharu sa'īdu 'adnānu khālidun himāyati almustahlaki al'iliktirūniyyi al'iskandariyya ( miṣra dāru aljāmi'ati aljadīdati lil-nashri 2012م).
- muḥammadu 'ibrāhīm alhayjā'u al-ta'āqudu bi-l-bay'i biwāsīṭati al'intarniti ( 'ammāna-al'urdunnu dāru al-thaqāfati lil-nashri wa-l-tawzī'i 2002م).
- muḥammadu ḥusayni maṣūrin al-mas'ūliyyatu al-'iliktirūniyyatu ( al'iskandariyya dāru aljāmi'ati al-jadīdati 2003م).
- madaḥtu muḥammad maḥmūdi 'abdi al'āli nazratan taḥliyyatan li'ahkāmi almas'ūliyyati 'ani alfi'li al-ḍārri fi qānūni almu'āmalāti almadaniyyati lidawlati al'imārāti al'arabiyyati almuttaḥidati ( dm almarkazu alqawmiyyu lil-'iṣdārāti alqanwinnay 2010م)، ١.
- murtaḍā 'iḥsāni hādī himāyatu al-mustahlaki fi marḥalati 'ibrāmi al-'aqdi al-'ilkatriwwiny dirāsatan muqāranatun ( al'iskandariyya dāru aljāmi'ati al-jadīdati 2020م).
- thānīā- al-rasā'ilu al-'ilmiyyatu
- 'abdu Allāhi bnu sulaymāna bni ṣāliḥin almaymaniyyu al-tanzīmu al-qqiāniwwuny lil-mas'ūlayi 'an 'aḍrāri al-muntajāti risālatu miājastyr ( miṣra ḥuqūqu ṭantā 2000م).
- fāṭimatu najīb sulṭānu alḥājirruy alḥimāyatu alqānawniyyatu lisalāmati alghidhā'i fi dawlati al'imārāti risālatu miājastyr ( al'imāruāt jāmi'atu al'imārāti al'arabiyyati almuttaḥidati 2019م).

**Romanized Arabic References:** الترجمة الصوتية لمصادر ومراجع اللغة العربية:

thālithā- al-'ābhāthu al-'ilmiyyatu

'aḥmadu brāhym alḥayyāriyyu maḥmūdu fayyāḍin 'udūlu almustahlaki 'an al'aqdi al'iliktirūniyyi dirāsaton muqāranatun fī alqānūni al'imāarittī wa-l-faranissī baḥthun muqaddamun linudwati "إشكالات" wata'athīru al-ta'āmuli al'iliktirūniyyi 'alā alqānūni almun'aqidati fī kulliyyati alqānūni jāma' al-shāriqati yawma al-thulāthā'i almūāfiqi 18/ 4/ 2017م، ghayru manshūratin

āmālu zaydāna 'abdi al-lāhhi wasā'ilu ḥimāyati almustahlaki mina al'i'lānāti al-tijāriyyati almuḍallilati dirāsaton muqārinatun ḥawliyyatun kulliyyati al-dirāsāti al'islāmiyyati wa-l-'arabiyyati lil-banāti bi-l-'iskandariyyati 2016م، almuḥalladu al-thālithi al'adadu al-thānī wa-l-thalāthīna

shawqu ḥsyn al-shū'aykāt maḥmūdu 'ibrāhīma fayyāḍin ma'āyīru al-taḍlīli bi-l-fi'li fī 'īalanit almuntajāti al-ṭibbiyyati fī ḍaw'i 'aḥkāmi qānūni almuntajāti al-ṭibbiyyati al'imāarittī raqmi 8 Isna 2019م، mijallatu kulliyyati alqānūni alkawītiyyatu al'ālamīyyati dysmbr 2021م، mj 10، al-sna al'āshirati ' 37. <https://doi.org/10.54032/2203-010-037-006>

tāhirun shawqī muḥammadu mu'umin shurūṭu al'i'lāni al-tijāriyyi 'abra al'intarniti mijallatu ma'hadi dubay alqaḍā'iyyi dysmbr 2015م، mj 3، ' 2، ma'hadi dubay alqaḍā'iyyi <https://doi.org/10.12816/0024599>

fatīḥatu muḥammadun qawrārī alḥimāyatu aljinā'iyyatu lil-mustahlaki mina al'i'lānāti almuḍallilati dirāsaton fī alqānūni al'imāarittī wa-l-muqārini mijallatu alḥuqūqi sbtmb 2009، majlisi al-nashri al'ilmīyyi mj ' jāmi'atu alkū'ayti <https://doi.org/10.34120/jol.v33i3.1657>

muḥammadu sa'du al'irmāni alḥimāyatu alqānawniyyatu lil-mustahlaki al'iliktirūniyyi mina al'i'lānāti al-tijāriyyati almuḍallilati fī al-tashrī'i al'imāriāity mijallatu al-dirāsāti alqaḍā'iyyati dīsimbira 2013م، mj al'adadu alḥādiya 'ashara wizāratu al'adli ma'hadi al-tadribi alqaḍā'iyyi

## LEGAL PROTECTION OF PARTIES CONTRACTING VIA SOCIAL MEDIA UNDER THE UAE LEGISLATION

**Hamad Hilal Shaban Murad Alblooshi<sup>(1)</sup>**

### **Abstract:**

The UAE legislator has addressed the attempts of fraud and deception against consumers contracting via social media through Consumer Protection Law No. (15) of 2020 and Federal Decree-Law No. (14) of 2023 concerning the Modern Technology-Based Trade, providing adequate legal protection for electronic consumer contracts and defining their frameworks and scopes.

The study aims to define and classify social media platforms, recognize the advantages and disadvantages of contracting through social media, and analyze consumer protection measures at various stages of the contractual process via social media. The ultimate goal is to develop an effective framework for protecting consumers contracting via social media under the UAE legislation.

The study concludes with several findings, the most significant of which is that the UAE legislator has prohibited providers from offering discounts or promoting commodities without prior approval from the relevant authorities, which verify the accuracy and legitimacy of such discounts and advertisements.

The study concludes with several recommendations, including the need to provide adequate protection and guarantees for consumers contracting via social media through Federal Decree-Law No. (14) of 2023.

**Keywords:** Contracting Consumer, E-Contract, E-Advertising, Social Media, Contract Conclusion Stage, Withdrawal.

---

(1) College of Law - University of Sharjah (Sharjah – United Arab Emirates).

[h.h.s.m.1@hotmail.com](mailto:h.h.s.m.1@hotmail.com)