

## المواجهة الجنائية للبريد الإلكتروني الدعائي المزعج أو المضلل

د. ماشاء الله الزوي عضو هيئة تدريس بكلية الحقوق جامعة بنغازي

### ملخص

يعتبر البريد الإلكتروني من أهم خدمات وتطبيقات الإنترنت ورغم مزاياه العديدة والتي قربت المسافات ووفرت على الشخص الوقت ونفقات التواصل مع غيره في مختلف أنحاء العالم، إلا أنه أصبح يشكل مصدر خطر على حقوق الأفراد وحررياتهم، من خلال استخدامه في الإعلان عن المنتجات و الخدمات أو في عمليات النصب والاحتيال أو الاعتداء على نظم المعلومات وسرية البيانات الشخصية الأمر الذي جعل المشرع يتدخل في التشريع المقارن لتنظيم موضوع البريد غير المرغوب فيه spam وإصدار نصوص يمكن من خلالها مواجهة مخاطر البريد الدعائي المزعج وهو ما سنجاول بيانه في هذه المداخلة بالمقارنة مع بعض التشريعات العربية . وذلك ببيان مفهوم البريد الدعائي وطرق نشره ومخاطره ثم موقف التشريعات محل الدراسة من هذا الموضوع ونختم بخاتمة نبين فيها النتائج والتوصيات .

### Abstract:

The e-mail is the most important services of the Internet applications. Despite the numerous advantages of the Internet, such as reducing the distances and providing the person time and expenses of communicating with others in various parts of the world, it became a source of threat to the rights and freedoms of individuals. That is using the e-mail in the Declaration of products and services , in the operations of fraud or assault on information systems or security of personal data which make the legislator intervenes in comparative legislation to regulate the subject of unwanted mail spam and the issuance of the texts from which to face the risk of mail disturbing propaganda, which we will try to state in this intervention compared with some Arab legislation. In a statement the concept of propaganda Mail published methods and risks and then the position of the legislation in the study of this issue. Concluding with results and recommendations.

## مقدمة

لا مندوحة في القول بأن البريد الإلكتروني يعتبر من أهم تطبيقات الإنترنت والأكثر انتشاراً واستخداماً لما يمتاز به من سهولة استخدام وسرعة فائقة وتكلفة زهيدة إذا ما تم بمقارنته بوسائل الاتصال الأخرى<sup>(1)</sup> فخدمة البريد الإلكتروني على الشبكة قربت المسافات ووفرت الأموال التي قد ينفقها الفرد في سبيل التواصل مع غيره في شتى بقاع العالم المتراخي الأطراف ، غير أن البريد الإلكتروني قد يستخدم لتحقيق أغراض أخرى ، كمضايقة المستخدم وإزعاجه بنشر بعض الأفكار المخالفة لوجهة نظره ، وكذلك في التسويق للمنتجات التجارية من قبل أصحاب العمل والشركات ، وعلى الرغم من أن الإعلان يحقق مصلحة للمستهلك في التعرف على تفاصيل السلع والخدمات ، ومصلحة للمنتج أو الصانع بتوسيع دائرة توزيع المنتجات ، وذلك بجعل المستهلك يقبل على الشيء موضوع الإعلان<sup>(2)</sup> فهو يخلق انطباع جيد يؤدي إلى ترغيب الجمهور في المنتج أو الخدمة موضوع الإعلان<sup>(3)</sup> غير أن مقدم السلع أو الخدمة قد يستخدم الخدعة في الإعلان لتضليل المستهلك بغرض دفعه إلى شراء المنتج ومن ثم توسيع هامش الربح<sup>(4)</sup> ومع زيادة حجم المعروض من السلع والخدمات في نطاق التجارة الإلكترونية واعتماد مقدميها على الإعلان التجاري في تسويقها للمستهلك ، تزداد مخاطر تعرض المستهلك للإعلان المضلل ، سيما مع عدم إمكانية معاينة السلعة أو الخدمة في العالم الافتراضي في كثير من الحالات.<sup>(5)</sup>

الأمر الذي يشكل مساس بحق الفرد في سلامة الرضا وحرية الاختيار ، بل ويعتبر سبب من أسباب الاضطراب الاقتصادي في الدولة<sup>(6)</sup> فالمستهلك بسببه يقع في غبن يصعب عليه الاختيار والمفاضلة بين ما يناسبه من سلع وخدمات أو منتجات ، خاصة وأن الدعاية أضحت مرافقة للتجارة في عالمنا اليوم.<sup>(7)</sup> ويتم ذلك في بيئة الإنترنت بعدة طرق أشهرها ما يعرف بالبريد الدعائي spam كما أن البريد الإلكتروني قد يستخدم في أعمال النصب والاحتيال على المستخدم ، على اعتبار أن فضاء الانترنت يعتبر مجالاً خصباً لجرائم النصب والاحتيال وهي في تزايد مستمر بسبب الرغبة المشتركة لدى الجاني والمجني عليه في كسب المال بأيسر الطرق.<sup>(8)</sup>

(1) د. خالد ممدوح إبراهيم ، حجية البريد الإلكتروني في الإثبات ، دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٨م ، ص ٦-٧ .

(2) د. ممدوح محمد خير ، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٩٨م ، ص ٥ .

(3) د. عبد الفضيل محمد أحمد ، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية ، مكتبة الجلاء الجديدة ، المنصورة ، بدون تاريخ نشر ، ص ١٩ .

(4) د. فتحية محمد قوراري ، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة ، دراسة في القانون الإماراتي والمقارن ، مجلة الحقوق ، (جامعة الكويت) ، ج ٣٣ ، س ٣٣ ، سبتمبر ٢٠٠٩م ، ص ٢٤٩ .

(5) د. حداد العيد ، الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الإنترنت ، بحث مقدم للمؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون ، أكاديمية الدراسات العليا ، طرابلس - ليبيا ، ٢٧-٣٠ أكتوبر ٢٠٠٩م ، ص ١٠ .

(6) فاتح كمال ، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع ، مجلة الملف ، العدد ١٣ ، نوفمبر ٢٠٠٨م ، ص ١٦ .

(7) د. موسى أرحومة ، الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في ضوء القانون رقم ٢٣ لسنة ٢٠١٠م بشأن النشاط الاقتصادي ، أبحاث مؤتمر الاقتصاد في ليبيا بين تحليل الواقع وآليات التطور ، (ليبيا بين إعادة الإعمار والاستثمار) ، منشورات جامعة بنغازي ، يناير ٢٠١٤م ، ص ٢٦٧ .

(8) أ. علي عدنان الفيل ، جريمة الاحتيال عبر البريد الإلكتروني ، (دراسة مقارنة) ، مجلة الحقوق ، جامعة الكويت ، العدد الثاني ، السنة ٣٦ ، يونيو ٢٠١٢م ، ص ٥٧٠ .

وتعتبر مشكلة البريد الإلكتروني الدعائي من أخطر المشاكل التي تتعرض لها خدمة البريد الإلكتروني وهي مشكلة متنامية باستمرار<sup>(9)</sup>، ففي دراسة أجريت ثبت أن البريد الدعائي spam يشكل 90% من حركة البريد الإلكتروني<sup>(10)</sup>. بل أنه من أهم المشكلات الرئيسية للإنترنت<sup>(11)</sup>

لذلك اهتمت التشريعات المقارنة بسن قوانين لمكافحة البريد الدعائي أو غير المرغوب فيه، وسنحاول من خلال هذه البحث معرفة موقف التشريعات العربية في هذا المجال بالمقارنة مع التشريعات الأجنبية وقد رأينا تقسيم البحث على النحو الآتي :

**المطلب الأول: مفهوم البريد الدعائي المزعج أو المضلل**

**المطلب الثاني: مخاطر البريد الدعائي المزعج أو المضلل**

**المطلب الثالث: الحماية الجنائية لحقوق الفرد من البريد الدعائي المزعج أو المضلل**

**المطلب الأول: مفهوم البريد الإلكتروني الدعائي أو المضلل وطرق نشره**

سنركز من خلال هذه الجزئية من الدراسة تناول مفهوم البريد الدعائي المزعج ثم نتناول طرق نشر هذا البريد كمقدمة لمعرفة أكثر للمشاكل القانونية التي يثيرها كما يلي :

**أولاً: مفهوم البريد الدعائي المزعج أو المضلل**

يقصد بالبريد الدعائي المزعج أو (spam) إرسال رسائل إلكترونية غير مطلوبة، وبأعداد كبيرة لأهداف تجارية<sup>(12)</sup> في محاولة لفرض الرسالة على الناس الذين لا يرغبون في استلامها<sup>(13)</sup>.

كما بينت اللجنة الوطنية للمعلوماتية والحريات في فرنسا CNIL مفهوم البريد الدعائي المزعج spam بقولها: "ممارسة إرسال الرسائل غير المرغوب فيها -وهي في معظم الأحيان ذات طبيعة تجارية- وبأعداد كبيرة، وبشكل متكرر للأفراد

(9)Max Mailliet: the regulation of spam A theoretical andpractical analysis, London school of Economics andpolitical.science,p.2.published on:www.e2m.iu/pdf/spam.pdf

(10)George H.pike: Anti-spam legislation setbacks. Information today, vol 25, December2008, 17,no 11

(11)Leslie Basse, L'action de la CNIL en matière de lutte contre le Spam, mai 2005, no,53,p.1

(١٢) د. بولين أنطونيوس أيوب، الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية،دراسة مقارنة،منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت،الطبعة الأولى،٢٠٠٩م،ص ١٩١

Eric Goldman: where's the Beef? Dissecting spam's purported Harms, 11 january 2004, p.3,puplication on: http://eric-goldman.tripod.com

(13) Dider colin:spamfiletering;optimization Approches to content – based filtering , thèse de doctorat ,université de Versailles-saint-quentin-yvelines, 2009,p.81

kevinGallot: Anti-spam. Paris, 2004,p,25 ,

الذين ليس لهم اتصال سابق مع المرسل، وتم الحصول على عنوان البريد الإلكتروني من الفضاء العام لشبكة الإنترنت، مثل المجموعات الإخبارية، أو القوائم البريدية، أو قائمة مواقع الويب"<sup>(14)</sup>.

كما عرف المشرّع في ولاية Arizona الأمريكية البريد الإلكتروني التجاري غير المرغوب فيه بأنه: بريد إلكتروني تجاري أرسل دون موافقة المتلقي (المستلم) من قبل شخص لا تربطه علاقة معينة بالمتلقي (المستلم)

ويقصد بالبريد الدعائي المزعج أو (spam) كذلك إغراق صندوق البريد الإلكتروني بعدة نسخ من رسالة واحدة في محاولة لفرض الرسالة على الناس الذين لا يرغبون في استلامها (15)، أو هو: "إرسال الرسائل غير المرغوب فيها لأعداد كبيرة من الناس" (16)

فمصطلح ال (spam) يشير إذًا إلى تقديم رسالة معينة إلى مجموعة كبيرة من الأفراد، في محاولة لإجبارهم على الاطلاع على الرسالة التي سيختارون عدم تلقيها؛ فالبريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه هو البريد الذي لا يحقق أي فائدة للمستلم من وجهة نظر هذا الأخير (17).

#### ثانيا- طرق نشر البريد الإلكتروني المزعج spam

يحقق البريد الإلكتروني المزعج spam أموالاً وأرباحاً تفوق بكثير تكلفة إرسال البريد الإلكتروني المزعج spam الذي هو أرخص أشكال الإعلان، فإذا أراد شخص مثلاً بيع منتج لتخفيض الوزن بأي طريقة غير ال spam فسوف يتحمل الشخص نفقات إضافية للإعلان عن المنتج، بخلاف الأمر عند إرسال ١٠٠٠ رسالة بريد إلكتروني في اليوم فلن تكلف أكثر بقليل من كلفة وصلة الإنترنت وبعض برمجيات ال spam الجاهزة (18)؛ ولذلك نجد أن الشركات التجارية تسعى بشكل كبير لاستخدام البريد الإلكتروني المزعج spam؛ لأنه - كما سبق القول - لا يكلفها كثيرا في ترويج منتجاتها، ويعمل مرسلو ال spam بشكل دائم على إرسال أعداد كبيرة جداً من الرسائل بسبب صعوبة وصول الرسائل عبر المرشحات المتعددة المستخدمة في مزودات الخدمة ولدى المستخدمين، وهكذا ترسل ملايين الرسائل على أمل أن يجد واحد بالمائة، أو اثنان بالمائة منها طريقه إلى صناديق البريد الإلكتروني، وإن واحداً بالمائة، أو اثنان بالمائة من الرسائل الواصلة سوف تحقق مبيعات (19). أو أن يتم النصب والاحتيال عليهم.

(14) Report on Electronic Mailing and data protection , commission Nationale Informatique et libertes (CNIL) france, sdopted on October 14.1999 ( the CNIL report)

(15) Dider colin:op,cit,2009,p81

(16) www.kit-jussieu.org/anti/spam/hode2.html

(17) John Magee: The law Regulating unsolicited commercial E-mail; An international perspective , computer& high technology law journal, vol.19, 2003. p.335

(18) http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles/43-malware-attacks-n-tnreats/267-spam-.html

(19) http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles/43-malware-attacks-n-tnreats/267-spam-.html

ويقوم مرسلو spam بالحصول على عناوين البريد الإلكتروني للمستخدمين لكي يتم إرسال رسائل spam إليهم بعدة طرق، وأبسط الطرق لذلك هي شراء قوائم عناوين البريد الإلكتروني من قبل بعض الشركات المتخصصة في هذا المجال، كما يمكن أن يشتري مرسلو spam قوائم بعناوين البريد الإلكتروني المسروقة(20)، وهذا يعني تكبد بعض التكاليف في سبيل الحصول على عناوين البريد الإلكتروني(21).

غير أن مرسل البريد الإلكتروني المزعج spammer عادة ما يفضل البحث عن عناوين البريد الإلكتروني في الفضاء العام لشبكة الإنترنت، والحصول عليها من الغرف الإخبارية، أو مواقع الدردشة، أو مجموعات الأخبار، أو يدخل اسم لاعب -مثلاً- في (الاجوجل)، ويبحث عن خبر له، ويأخذ عناوين البريد الإلكتروني للأشخاص المعلقين comments على الخبر... إلخ، ويفعل هذا أكثر من أن يشتري قوائم بعناوين البريد الإلكتروني من الشركات المتخصصة في هذا المجال؛ لأن طريقة الشراء لعناوين البريد الإلكتروني فيها كثير من المثالب، منها أن القائمة نفسها من عناوين البريد الإلكتروني تباع لأكثر من spammer، وهذا يعني أن الشخص صاحب البريد الإلكتروني لن يكون لديه فضول للاطلاع على الرسائل الغريبة التي تأتي لصندوق بريده الإلكتروني؛ لكثرة ال spam الذي تلقاه، فضلاً على ذلك سيكون هناك كثير من عناوين البريد الإلكتروني التي تحتويها القائمة المعروضة للشراء معطلة وغير فعالة؛ والسبب -أيضاً- لكثرة ال spam (22)؛ حيث توجد برامج على الإنترنت تعمل على البحث في صفحات الويب عن عناوين بريد إلكتروني، وتمسح هذه البرامج ملايين الصفحات، وتبحث عن علامة @ وتبني قواعد بيانات بعناوين البريد الإلكتروني يستخدمها مرسلو spam والشركات من أجل تجميع عناوين البريد الإلكتروني(23).

وقد يستخدم مرسل ال spam برنامجاً يسمى (Mas Mailing)، ويقوم هذا البرنامج بتكرير عمله عبر معظم أشكال الأسماء المعروفة أو المشهورة، ويختار أحدها كهدف، ثم يشغل البرنامج ليرسل الملايين من الرسائل الإلكترونية؛ على أمل أن تكون بعض الأسماء صحيحة وموجودة في الواقع (فعالة) ومقبولة؛ فيتم تسليم الرسائل لأصحابها والاطلاع على مضمونها(24).

ويحرص مرسلو البريد الإلكتروني المزعج spam كل الحرص على إخفاء مصدر الرسالة؛ للهروب من الملاحقة القانونية، وقد تلجأ الشركات المرسله للبريد الإلكتروني المزعج spam للهروب من المساءلة القانونية -أيضاً- إلى تزييل الرسالة الموجهة إلى المرسل إليه -في حالة عدم طلب المرسل إليه الرسائل الدعائية، وهو الغالب- بعبارة تفيد أن هذه الرسالة ربما وردت عن طريق الخطأ فيرجى المراجعة في حالة كون ذلك صحيحاً، أو أن تزييل الرسالة بعبارة أخرى مفادها أن هذه الرسالة لا ترسل إلا عند طلبها (خلاف الحقيقة)، وإذا لم يكن الأمر كذلك فيرجى الاتصال بنا على موقع الإرسال، وفي

(20) <http://coeia.edu.sa/index.php/home/267-spam-2.html>

(21) Dennis w. k. khong: An economic analysis of spam law, Erasmus law and economics Review 1 February 2004, p25,

(22) Serge Gauthronet and Etienne Drouard: unsolicited commercial communications and date protection. Commission of the European communities, international Market DF- ( contract no ETD/99/B5-3000/E/96), January 2001, p.32

(23) <http://coeia.edu.sa/index.php/home/267-spam-2.html>

(24) محمد فهد الحامد، الرسائل غير المرغوبة spam2، بحث منشور على موقع:

<http://coeia.edu.sa/index.php/home/267-spam-2.html>

جميع الأحوال يكون الغرض من إرسال الرسالة الدعائية المزعجة spam قد تحقق، ألا وهو قراءة المرسل إليه للرسالة والاطلاع على مضمونها كما قد تلجأ الشركات -للهرب من الملاحقة القانونية أيضاً- إلى إرسال رسائل البريد الإلكتروني المزعج spam من مواقع مزيفة وعناوين غير موجودة في الواقع(25).

## المطلب الثاني

### مخاطر البريد الإلكتروني المزعج أو المضلل

يعاني معظم مستخدمي البريد الإلكتروني من الرسائل المتطفلة، الأمر الذي يسبب إزعاجاً كبيراً للمستخدم(26) وهي مشكلة متنامية باستمرار(27)، ومن أهم المشكلات الرئيسية للإنترنت(28)، وقد ذكرت إحدى الشركات المشهورة بتوفير خدمات البريد الإلكتروني المجاني أنها توقف يومياً أربعة مليارات ونصف المليار من رسائل البريد الإلكتروني المزعج (spam)، وتمنع هذه الرسائل من الوصول إلى صناديق بريد عملائها(29).

وطبقاً لدراسة أجرتها شركة Nucleus للأبحاث عام ٢٠٠٠م تُكثفُ عملية إدارة رسائل الاسبام spam الشركات الأمريكية أكثر من ٧ مليار دولار سنوياً بسبب تكلفة ساعات الإنتاج الضائعة بمعدل ٧١ دولار لكل عامل(30)، ومن المتوقع أن يرتفع هذا المبلغ (٧ مليار دولار سنوياً) إلى ٢٥ بليون دولار سنوياً إن لم تكن هناك جهود مناسبة لمنع انتشاره ونموها(31)، وفي المقابل فإن مرسل رسائل ال Spam (Spammer) يتكبد هو الآخر تكاليف لإرسال رسائل البريد المزعج spam، وهذه التكاليف تقدر بـ ٥٠.٠٠٠ سنتاً للرسالة الواحدة، و٨ دولار لكل ٣٢ مليون رسالة بريد إلكتروني مزعجة أو غير مرغوب فيها(32).

(٢٥) د. بولين أنطونوس أيوب، مرجع سابق، ١٩٢

(٢٦) علاء على عبد، كيفية التعامل مع الرسائل الإلكترونية المتطفلة، مقالة منشورة على موقع:

www.com-  
Hazemsakeek.com/magazine/index.php?option=content&view=article&id=799:.....&catid=29:...&Itemid=333

(27) Dider colin:spamfiletering;optimization Approaches to content – based filtering , thèse de doctorat ,université de Versailles-saint-quentinen-yvelines, 2009,p.81,kevinGallot: Anti-spam. Paris, 2004,p,25,Alan Schwartz:spam Assassin, Sebastopol,o'Reilly, 2004,p31

(28)Leslie Basse, L'action de la CNIL en matière de lutte contre le Spam, mai 2005,no,53,,p.1

(٢٩) د. محمود ندين نحاس، البريد الإلكتروني المزعج، مقالة منشورة على موقع:

www.alitthead.net/vb/ howthread.php?t=3987

(30)George H.pike: Anti-spam legislation setbacks,information today,vol 25,December 2008,p,17,no 11

(31)www.anthonryricigliano.com/the-dangers-of-spam/

(32)Michael B.Edward: Recent development: Acall to Arms; Marching orders for the North Carolina Anti- spam statute ,North Carolina Journal of law &technology volum4,Issue1,fall 2002 , p.93

ويعتبر البريد المزعج spam هو أكثر صور العدوان على قواعد البيانات تداولاً، بل وأشهرها؛ حيث يستهدف قاعدة البيانات الخاصة بالبريد الإلكتروني(33)، كما أن استقبال البريد الإلكتروني للمستخدم لأعداد كبيرة من رسائل ال Spam تضخمه على النحو الذي يجعل فتحه مستحيلاً، أي: إعاقة البريد الإلكتروني عن تأدية مهامه (34)،

كما أن البريد المزعج (spam) يشكل مساساً بحرمة الحياة الخاصة للمستخدم، وذلك عن طريق الاعتداء على عنوان البريد الإلكتروني للمستخدم؛ فأغلب التشريعات المعنية بالحياة الخاصة وحمايتها على شبكة الإنترنت تعتبر عنوان البريد الإلكتروني للمستخدم معلومة من المعلومات الاسمية التي يجب المحافظة عليها ببقائها طي السرية والكتمان(35)، خصوصاً وأن عنوان البريد الإلكتروني يتضمن بلد الشخص واسمه (إن كان العنوان هو اسم المستخدم). وعليه؛ فإن تجميع أعداد كبيرة من عناوين البريد الإلكتروني المتروكة على الشبكة لأغراض التخاطب والدردشة أو المناقشات... إلخ وإرسال رسائل لتلك العناوين البريدية يعد تعدياً على حرمة الحياة الخاصة للمستخدم صاحب العنوان الإلكتروني، خصوصاً إذا ما وضعنا في الاعتبار أن تلك الرسائل عادة ما تكون بأعداد كبيرة جداً، بحيث تعيق عند قراءتها عمل صاحب العنوان الشرعي المرسل إليه، وذلك لمواجهة مشكلة في تحري وتفقيد الرسائل المطلوبة من غير المطلوبة (spam) وفرزه(36).

كما أن البريد المزعج أو غير المرغوب فيه (spam) لم يعد مجرد وسيلة لإرسال عروض عن المنتجات، بل تطور به الأمر فأصبح وسيلة لسرقة الهوية الرقمية L'identite numérique؛ حيث يتم اختراق التفاصيل الشخصية للمستخدمين والتجسس عليها واستخدامها دون إذن منهم في مجالات مختلفة، منها الاحتيال(37)؛ ذلك أن مرسل البريد المزعج spammer عادة ما يقوم باختراق النظام المعلوماتي الخاص بالمستخدم، ويقوم بعد ذلك بإرسال رسائل ال spam منه للأسماء الموجودة في قائمة الأسماء لدى المستخدم صاحب البريد الإلكتروني دون إذنه أو إذن هؤلاء الأشخاص(38) session hijacking، والأسلوب الشائع في تحقيق ذلك هو إرسال مصائد البيانات والمعلومات الشخصية للمستخدم في البريد المزعج spam وفقاً لأحدث نوع من أنواع Spam حيث يقوم المرسل spammer بعد الحصول على بعض المعلومات من المستخدم بمخاطبة بنك المستخدم -مثلاً- عن طريق المعلومات التي يَحْصُلُ عليها من المستخدم للحصول على معلومات أو بيانات شخصية أخرى

(33) المستشار الدكتور / فتحي محمد أنور عزت، الأدلة الإلكترونية في المسائل الجنائية والمعاملات المدنية والتجارية، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، الطبعة

الأولى، ٢٠١٠م، ص ٣١٦.

(34) المستشار الدكتور / فتحي محمد أنور عزت، مرجع سابق، ص ٣١٧.

(35) د. بولين أنطونيوس أيوب، مرجع سابق، ص ١٩١

قريب من هذا المعنى:

Nathalie MALLET- Poujol , Protection de la vie privée et données á caractere personnel, université  
Motpellier1, Reactualise en Mai 2007, Guillaume Desgens- pasanau , L'identité á l'ère numérique, Dalloz,  
2009, p.67

(36) د. بولين أنطونيوس أيوب، مرجع سابق، ص ١٩١

(37) محمد فهد الحامد، الرسائل غير المرغوبة spam 2، مرجع سابق، الإشارة نفسها.

(38) مى تركي، الرسائل الافتتاحية، قضية أمنية، مقال منشور على موقع:

<http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awariness/articles/50-internet-and-web-services-security/1026-spam-security-issue.html>

متعلقة بالحساب البنكي الخاص بالضحية، وذلك عن طريق التحايل على الموقع الإلكتروني لبنك المستخدم (39) لكي يتمكن لاحقًا من سرقة حساب المستخدم البنكي.

ومن ذلك أيضًا أن تدعى رسائل spam أنها نموذج مصرفي، وبعض رسائل التصيد أو المصيدة تكون خدع واضحة وظاهرة للعيان بحيث يمكن اكتشافها، وتكون الرسالة أيضًا متضمنة رابط لصفحة البنك الخاص بالمستخدم (مستلم الرسالة)، وهذه الصفحة مزيفة وليست هي الصفحة الحقيقية للبنك الخاص بالمستخدم، وهذه الصفحة المزورة هي من صنع مرسل رسالة الـ spam (spammer)، ويخُلُّ المستخدم صاحب الحساب (مستلم رسالة المصيدة) على الصفحة المزورة ويخُلُّ بياناته الشخصية بما في ذلك كلمة المرور الخاصة بحسابه البنكي، فيتم سرقة بياناته الشخصية التي قام بوضعها في الصفحة المزورة بما في ذلك كلمة المرور لهما فيما بعد سرقة حسابه البنكي.

وطريقة الصفحة المزورة التي تأتي في رسالة المصيدة، هي الطريقة ذاتها المتبعة حاليًا، والشائعة في العالم الافتراضي لسرقة البريد الإلكتروني، كأن تأتي للمستخدم رسالة من شخص لا يعرفه على الإطلاق ومفاد هذه الرسالة أن ذلك الشخص قد قام بإضافة المستخدم "المتلقي للرسالة" لقائمة الأسماء الخاصة به وأنه أصبح صديقًا له على أحد المواقع الاجتماعية المخصصة للتعرف، وتتضمن الرسالة -أيضًا- رابطًا للموقع الذي ينتهي إليه الشخص مرسل الرسالة، الذي قام بإضافته عليه، والرسالة مذيلة -أيضًا- باسم ذلك الموقع، وتطلب منه مجرد الدخول على الرابط الذي تحتويه الرسالة لتأكيد الصداقة أو مشاهدة الصور الخاصة بالشخص الذي قام بإضافته -وهو لا يعرفه، وبمجرد الدخول على الرابط يجد المستخدم نفسه أمام صفحة بمثل مواصفات ودقة الصفحة الأصلية للموقع، وبمجرد وضع عنوان البريد الإلكتروني وكلمة المرور pass word يتم سرقة البريد الإلكتروني من قبل الشخص مرسل الرسالة.

وقد يكون مضمون الرسالة المرسل (المصيدة) أن هناك صديقًا للمستخدم (الطلي للرسالة) يعرفه جيدًا وموجود لديه في قائمة الأسماء في البريد الإلكتروني الخاص به قد أرسل له مقطع فيديو أو غيره، ويطلب دعوته للانضمام إلى موقع اجتماعي معين -أيضًا- تكون الرسالة متضمنة رابطًا للصفحة المزورة لذلك الموقع وتطلب منه الدخول عليه. والحقيقة يخ لاف هذا تمامًا؛ فالشخص الذي يعرفه المستخدم وموجود اسمه في قائمة الأسماء الموجودة في بريده الإلكتروني لم يرسل تلك الرسالة إطلاقًا، والحقيقة أن مرسل رسالة المصيدة له، قد تمكن من معرفة علاقة الصداقة بينه وبين ذلك الشخص من خلال اختراقه للبريد الإلكتروني الخاص بصديقه والتجسس عليه دون سرقة.

يتضح لنا مما سبق أن مخاطر البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam في نسق تصاعدي؛ فقد كانت في بادئ الأمر تقتصر على إغراق البريد الإلكتروني بالرسائل والدعاية غير مدفوعة الثمن، وتساعدت هذه المخاطر لتلحق أو تصيب الحياة الخاصة للشخص، تلك الحياة التي يسعى الشخص حثيثًا لحمايتها من التطفل.

وهكذا تظهر واضحة مخاطر البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam في أنه وسيلة لجمع المعلومات

(39) [www.logiciel-antispam.com/anti-spams/courrier20%electronque.html](http://www.logiciel-antispam.com/anti-spams/courrier20%electronque.html) Nino silverio: It Ecole de commerce et de Gestion p.79, une livre, publicite sur: <http://homepages.Internet.lu/silverio/NTIC> - BTS.pdf



والبيانات الشخصية الخاصة بمشتركي خدمة البريد الإلكتروني دون رضاهم(40).

فإذا قلنا إن عنوان البريد الإلكتروني للشخص يشكل هوية l'identité للشخص في فضاء الإنترنت أو في المجال الرقمي - خصوصاً وأنه يحتوي على اسم الشخص الحقيقي، في أغلب الحالات، ومهنته في حالات أخرى، وقد يشير عنوان البريد الإلكتروني فوق ذلك إلى بلد الشخص أو جنسيته، وغيرها من المعلومات الخاصة- فإن الاعتداء عليه يشكل اعتداءً على الحياة الخاصة للشخص؛ فالهوية تدخل في نطاق الحياة الخاصة للشخص.

وقد أكدت محكمة النقض الفرنسية أن هوية الشخص واسمه يدخلان في نطاق الحياة الخاصة للشخص، وأن الاعتداء عليها يشكل انتهاكاً للمادة (٩) من القانون المدني(41). وأن عنوان الفرد يدخل في نطاق الحياة الخاصة كذلك(42).

### المطلب الثالث

#### الحماية الجنائية لحقوق الفرد من البريد الإلكتروني المزعج

يعد البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه (spam) من الأعمال غير المشروعة قانوناً، وتعرض صاحبها للمسائلة القانونية، فمن خلال تحليل عينات عشوائية لرسائل البريد الإلكتروني المزعج أو الغير مرغوب فيه (spam)، تبين أن ثلث هذه الرسائل تحتوي على معلومات غير صحيحة بشكل أو بآخر؛ وبذلك يمكن اعتبارها نوعاً من الأنواع الاحتمالية(٣). وقد أكدت لجنة التجارة الفيدرالية (FTC) (federal trade commission) على عدم مشروعية البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه (spam) وأنه يعد -من الناحية القانونية- نوعاً من أنواع الاحتيال (٤)

وقد سن المشرع في التشريعات المقارنة قوانين لمواجهة هذه الظاهرة عاذاً إياها عملاً إجرامياً يتعدى مجرد السلوك غير المشروع لما يسببه من إتلاف لآلية عمل الإنترنت (٥)، وأصدرت اللجنة الوطنية للمعلومات والحريات في فرنسا commission national de l'informatique et libertés مجموعة من التوصيات في هذا المجال، وذهبت اللجنة أنه من الضروري أن يتمتع كل مستخدم للإنترنت ببعض الحقوق الأساسية ومنها(٦):

(40)Willam B.Baker and colleen king: Anti-spam Enforcement cases Bring fines, privacy in focus , April 2006 published on: [www.wileyrein.com/publication.cfm?sp=articles&news\\_letter=4&id=2331](http://www.wileyrein.com/publication.cfm?sp=articles&news_letter=4&id=2331), Leslie Basse: l'action de la CNIL en matiere , Mai 2005, no 53, p.1

(41)cass.civ 7 mai 2008.Bull Civ ,2008, I, No 126

(42) TGI paris, 2 juin 1979: D,1997, J 364, Note lindon ; TGi paris,22 janvier 1996, legi-presse 1996, no130

(٣) محمد فهد الحامد، الرسائل غير المرغوبة spam2، بحث منشور على موقع:

<http://coeia.edu.sa/index.php/home/267-spam-2.html>

(٤) محمد فهد الحامد، الرسائل غير المرغوبة spam2، مرجع سابق، وللمؤلف نفسه: الرسائل الدعائية (spam)، مرجع سابق

وانظر أيضاً: [www.infong.com/computer/spam/flight-internet-hackers-email-spammers.htm](http://www.infong.com/computer/spam/flight-internet-hackers-email-spammers.htm)

(٥) المستشار الدكتور/ فتحي محمد أنور عزت، الأدلة الإلكترونية في المسائل الجنائية والمعاملات المدنية والتجارية، مرجع سابق، ص ٣١٧.

(6) أندريه برتران، الحق في الحياة الخاصة والحق في الصورة، (ترجمة د. نقولا فتوش)، مكتبة صادر ناشرون، بدون مكان نشر، ٢٠٠٣ م، ص ١٨٤.

وعلى مستوى بعض الدول الأخرى: (الأرجنتين، أستراليا، البرازيل، كندا، الهند، اليابان، بنما، بيرو، روسيا، كوريا الجنوبية، يوغسلافيا، انظر):

حق مراجعة المواقع التجارية على الإنترنت دون الحاجة للتعريف بنفسه بإعطاء اسمه الأول، أو اسم العائلة، أو عنوان البريد الإلكتروني، وحق معارضة استقبال وثائق لأبحاث تجارية لم يطلبها عبر بريده الإلكتروني. وحق رفض إعطاء عنوان بريده الإلكتروني إلى طرف ثالث، أو استعماله لحساب طرف ثالث بدون الحصول على إذنه وموافقته.

وسنحاول بيان موقف المشرع في التشريعات العربية والأجنبية كما يلي :

#### أولاً: التشريعات الأجنبية

أهتم العديد من التشريعات الأجنبية بمكافحة البريد الدعائي أو المزجج ومن تلك التشريعات التشريع الفرنسي والتشريع الأمريكي وهو ما سنبينه على النحو الآتي

#### ١. في التشريع الفرنسي

صدر عن المجلس الأوروبي European council في ١٢ يوليو ٢٠٠٢ التوجيه رقم ٢٠٠٢/٤٨ م والذي يعنى بحماية الحياة الخاصة في قطاع الاتصالات الإلكترونية ومعالجة البيانات الشخصية<sup>(43)</sup> وقد اهتم هذا التوجيه بمعالجة موضوع البريد الدعائي المزجج ، حيث تم تنظيم عمله في الدول الأعضاء في الاتحاد بإنشاء نظامين: الأول: نظام option-in، ويعني موافقة المستخدم على إرسال البريد الدعائي Spam إلى بريده الإلكتروني. والثاني: نظام option-out، ويعني هذا النظام عدم موافقة المستخدم واعتراضه على إرسال رسائل البريد الدعائي Spam إلى بريده الإلكتروني،<sup>(44)</sup> وتقوم كل دولة من الدول الأعضاء بالتقيد بالأنظمة السابقة وعدم مخالفتها؛ وذلك لعدد قوائم تتضمن أسماء الأشخاص الموافقين والمعترضين على البريد الدعائي Spam احتراماً لرغبة المستخدم<sup>(45)</sup>.

وقد أصدر المشرع الفرنسي العديد من التشريعات التي يمكن من خلالها توفير حماية لحقوق الفرد من مخاطر البريد الدعائي المزجج ، من ذلك القانون رقم ٢٠٠٤/٧ الصادر في ٢١ يولييه ٢٠٠٤م بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي-Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique

ويعكس هذا القانون مدى اهتمام المشرع وحرصه على حماية هوية الأشخاص وحياتهم الخاصة في بيئة الإنترنت<sup>(46)</sup>، وجرم المشرع من خلال هذا القانون فعل إرسال رسائل البريد الدعائي المزجج أو غير المرغوب فيه le spam؛ وذلك بمقتضى المادة (٢) حيث تحظر هذه المادة أي شكل من أشكال التسويق، أو الدعاية، أو الترويج للبضائع والمنتجات

[www.spamlaws.com /world.shtml](http://www.spamlaws.com/world.shtml)

<sup>(1)</sup>DIRETIVE 2002/ 58/ EC of The European Parliament and of the council of 12 July 2002.Concerning the processing of personal data and te protection of privacy and electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications).

<sup>(٢)</sup>Cass,Sociale 10 mars 2016, N° de pourvoi: 15-19544.

<sup>(٣)</sup> المادة ١٣ من الدليل.

<sup>(46)</sup> Solanki Jigar et Akpakpo Brune: Authentification d'utilisateur,Gestion des Identites, universite sciences et technologies BordeauxI,(351 cours de la lib eration, 33400 talence)Decembre 2007, p.6

والسلع والخدمات عبر البريد الإلكتروني، إلا في الأحوال التي يوافق فيها الشخص صاحب البريد الإلكتروني على إرسال رسائل البريد الدعائي المزعج أو غير المرغوب فيه spam إليه.

كما يعاقب المشرّع من خلال قانون الاستهلاك Code de la consommation على فعل إرسال رسائل البريد الدعائي المزعج أو غير المرغوب فيه spam في هذا القانون من خلال المادة L 121-1 والضافة بالمرسوم رقم ٣٠ لسنة ٢٠١٤ والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٤ م حيث تحظر أي شكل من أشكال الإعلانات والدعاية أو العروض التي تحتوي على بيانات من المحتمل أن تكون خادعة ومضللة ويراعى في تقدير الإعلان المضلل بعض الفئات من المستهلكين كالذين يعانون من ضعف عقلي أو بدني أو عجز أو السن، وذلك بأن يأخذ في الاعتبار متوسط قدرة تلك الفئات على التمييز بين الإعلانات المختلفة .

وقد عدت المادة L-121-2 من ذات القانون والضافة بالمرسوم رقم ٣٠ لسنة ٢٠١٤ والصادر في ١٤ مارس ٢٠١٤ م الممارسات التجارية المضللة أو الخادعة ومن ذلك: الدمج أو الضم بين أسم أو علامة تجارية أو خدمة تعود لتجار منافسين، أو عندما تتضمن إدعاءات أو عروض كاذبة فيما يتعلق بوجود أو طبيعة الخدمة(47). أو الخصائص الأساسية للخدمة أو السلعة ومن تلك الخصائص تاريخ الصنع وطريقة الصنع وكفاءة المنتج أو السلعة والنتائج المتوقعة من استخدامه(48)، وكذلك الثمن وطريقة تحديده وشروط البيع أو الدفع أو التسليم للسلعة أو الخدمة، خدمة ما بعد البيع أو مدى الاستحقاق للخدمة والهوية والصفات ومهارات المهنيين ومعالجة المطالبات وحقوق المستهلك(49) أو عندما يكون الشخص المستهدف بالتنفيذ لا يمكن تحديده بوضوح . (50)

ومن ناحية أخرى يخضع فعل إرسال رسائل البريد المزعج أو غير المرغوب فيه spam للمادة ١٣١-٣ من قانون العقوبات الفرنسي بوصفه نوعاً من أنواع الغش والخداع(51)، هذا إذا كان ما يحتويه البريد الدعائي معلومات مغلوطة وغير صحيحة ولكن قد يكون ما يتضمنه البريد الدعائي معلومات صحيحة ولكنها تشكل إقلاق للمستخدم كأن يكون موضوع البريد الدعائي محاولة إقناع المستخدم بأفكار دينية أو اقتصادية أو اجتماعية معينة يستهجنها المستخدم، كما يمكن إخضاعه -أيضاً- لنص المادة ٢٣٢-٢ من قانون العقوبات الفرنسي والمعدلة بالقانون رقم ١٩١ لسنة ٢٠١٤ والصادر في ٢٤ يوليو ٢٠١٤ م حيث يعاقب المشرع على فعل عرقلة أو تعطيل نظم المعالجة الآلية للبيانات بالسجن خمسة سنوات وغرامة ١٥٠ ألف يورو، ويشدد المشرع من العقوبة لتصل إلى السجن سبع سنوات وغرامة ٣٠ ألف يورو إذا وقع الاعتداء على نظم المعالجة الآلية للبيانات الشخصية التي تدار بواسطة الدولة. كأن يتم عرقلة أو تعطيل نظم المعالجة الآلية للبيانات بإدخال الجاني لبرامج ضارة أو فيروسات داخل تلك النظم مما يترتب عليه إعاقة عملها(52)

(47) Cour d'appel de Nîmes, 16 avril 2015 , N° de RG: 13/05251 .

(48) Cass.Civil, 6 décembre 2016, N° de pourvoi: 15-20206.

(49) Cass.Civil, 14 décembre 2016, N° de pourvoi: 14-11437, Cass,Crim 29 janvier 2013, N° de pourvoi: 11-21011 11-24713, Cass,Crim 2 décembre 2014 , N° de pourvoi: 13-86990.

(50) Cass,Crim 29 janvier 2013, N° de pourvoi: 11-21011 11-24713, Cass,Civil 17 juin 2015, N° de pourvoi: 14-11437.

(51) www.capnom.com/cap/dossiers/dossiers.php?val=3-legislation

(52) www.ddm.gouv.fr/article.php?id= article = 600

## ٢. في التشريع الأمريكي

أهتم المشرع الأمريكي على المستوى الفيدرالي بمكافحة البريد الدعائي المزعج أو المضلل فقد سن المشرع قانون خاص بمكافحة البريد غير المرغوب فيه أو المزعج spam في عام ٢٠٠٣ "The can-spam Act 2003" وجرم بمقتضاه أعمال إرسال رسائل البريد المزعج أو غير المرغوب فيه ؛ حيث تم التوقيع عليه من قبل الرئيس الأمريكي بوش Bush في ١٦ ديسمبر ٢٠٠٣م ودخل حيز التنفيذ في يناير ٢٠٠٤م (53).

وفي ٢٩ إبريل عام ٢٠٠٤م وجهت الحكومة الاتحادية في الولايات المتحدة الأمريكية أول اتهام جنائي ومدني بالاستناد إلى قانون محكمة البريد المزعج أو غير المرغوب فيه سالف الذكر

(the can-spam Act 2003) وكان المتهم شركة فونيكس أفاتار phoenix Ava tar، وأربعة أفراد آخرين هم: daniel J.lin, James J.lin, mark M.sadek, Christopher chung واتهموا بإرسال مئات الآلاف من رسائل البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam إلى مشتركي خدمة البريد الإلكتروني، بما يشكل جريمة في القانون المذكور عقوبتها تصل إلى السجن خمس سنوات (54).

وتوالى بعد ذلك القضايا، ومن ذلك قضية united states v. Moshou في ١٧ نوفمبر من عام ٢٠٠٤م؛ حيث اتهمت الحكومة الاتحادية بيتر موشو "peter Moshou" لإرساله الملايين من رسائل البريد المزعج أو غير المرغوب فيه spam تدور حول تقديم خدمات الوساطة المالية للأشخاص المهتمين بذلك، واتهم كذلك بأن الرسائل غير المرغوب فيها spam التي أرسلها تضمنت أيضاً معلومات رأس الصفحة لبعض المواقع مزوّرة، وحكم عليه (موشو) بالسجن لمدة سنة، وغرامة قدرها ١٢٠٠٠ دولار (55).

## ثانياً: في التشريعات العربية

يثير البريد الدعائي المزعج أو المضلل مشاكل عديدة للمستخدم لئغراق صندوق البريد الإلكتروني بالرسائل الأمر الذي يعوق الاستخدام السليم للبريد الإلكتروني ، كما أوضحنا سابقاً والنصب والاحتيال ، فضلاً عن كونه نوع من أنواع الإعلان المضلل أو الخادع ، وسنحاول معرفة موقف المشرع في بعض التشريعات العربية وذلك على النحو التالي :

### ١. في التشريع المصري :

صدر في مصر قانون حماية المستهلك ( القانون رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٤م ) بتاريخ ١٩ مايو ٢٠٠٤ م ، وبدأ العمل به بتاريخ ٢ أغسطس ٢٠٠٤م وقضت المادة السادسة بإلزام كل مورد ومعلن بإمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ما قد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في خلط أو غلط. ويعض

(53) Effectiveness and enforcement of the can-spam Act. Areport to congress, Federal trade commission Deborah plat mijoras. Chaiman, Thomas B-Leary.comissioner.pamela Jones Harbour. commissioner jon Leibowilz. Commissioher , December 2005, p.1

(54) <http://technopolity.editme.com/spamcriminalcase>

(55) united states v. Moshou. Novmber 17,2005

المعلن من المسؤولية متى كانت المعلومات التي تضمنها الإعلان فنيته يتعذر على المعلن المعتاد التأكد من صحتها ، كان المورد قد أمدّه بها".

وعليه فإننا نعتقد - حسب وجهة نظرنا - بأن النص السابق ( نص المادة ٦ ) ينطبق على فعل إرسال رسائل البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam لأن المشرع لم يشترط وسيلة معينة للإعلان عن السلعة أو المنتج ، معبراً عن ذلك بقوله "... باستخدام أي وسيلة من الوسائل".

غاية الأمر أن النص السابق ينطبق فقط على الأحوال التي يكون فيها موضوع البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam معلومات مغلوطة أو كاذبة أو خادعة أو مضللة وذلك هو الغالب الأعم من حالات البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه .

ولكن مع ذلك يضل احتمال أن يكون موضوع البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه هو إعلان عن منتج أو سلعة أو خدمة معينة ويتضمن معلومات صحيحة.

ففي مثل هذه الأحوال لا ينطبق نص المادة (٦) السابق الإشارة إليه وذلك لانتفاء موضوع الجريمة الواردة في النص السابق، وذلك على الرغم من عدم مشروعية فعل إرسال رسائل البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه لوقوعه دون رضا المتلقي ( المستخدم المستلم للرسائل ) وخطورته على الحياة الخاصة للمستخدم سيما عندما يرفق معه برنامج تجسس . spyware

وبطبيعة الحال فإن النص السابق لا يكفل الحماية لعناوين البريد الإلكتروني الموجود على الفضاء العام لشبكة الانترنت ( مثل المجموعات الإخبارية وغرف الحوار والدرشة ) والتي يتم الاعتداء عليها بالتقاطها وتجميعها بشكل غير مشروع من قبل مرسل البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam .

يذكر أن المشرع يعاقب على مخالفة الالتزام المنصوص عليه في المادة (٦) السابق الإشارة إليها ، بعقوبة الغرامة التي لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تتجاوز مائة ألف جنيه، غير ان توقيع العقوبات السابقة مرتبط بعدم الإخلال بأية عقوبة أشد ينص عليها أي قانون آخر ودون الإخلال بحق المستهلك في التعويض.(١)

جدير بالذكر أنه قد صدر في مصر مشروع قانون حماية المستهلك لسنة ٢٠١٦م و يقضي بإلغاء قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٠م كما يقضي في المادة الحادية عشر والثانية عشر بإلزام المؤد بقواعد الصحة والسلامة ومعايير الجودة وضمانها للمستهلك وفقاً للمواصفات القياسية المصرية، كما يحضر على المؤد أو المعلن القيام بأية أفعال من شأنها الإساءة أو الإضرار بالكرامة الشخصية أو القيم الدينية أو قواعد النظام العام والآداب.

في حين ألزمت المادة ١٣ من هذا المشروع المؤد بإعلام المستهلك بكافة البيانات الصحيحة عن المنتجات وعلى الأخص مصدر المنتج وصفاته وخصائصه الجوهرية والتمن وكيفية أدائه وشروط ومحاذير الاستعمال وشروط وإجراءات التعاقد ومدة الضمان وكيفية الحصول عليه، وأية بيانات أخرى تعددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

(١) راجع المادة (٢٤) من قانون حماية المستهلك

وقد بينت المادة<sup>١</sup> من المشروع (المقابلة لنص المادة L-121-2 من قانون الاستهلاك الفرنسي) متى يعتبر سلوك المورد أو المعلن خادعاً للمستهلك فاعتبرت سلوكاً خادعاً كل فعل أو امتناع عن فعل من جانب المؤدّد أو المُهلِن يُؤدّي إلى خلق إنطباع غير حقيقي أو مُضلل لدى المُستهلك، أو يُؤدّي إلى وقوعه في خلط أو غلط، وذلك متى انصب هذا السلوك على طبيعة السلعة أو صفاتها الجوهرية أو العناصر التي تتلّون منها أو كهيّتها.

أو انصب على مصدر السلعة أو وزنها أو حجمها أو طريقة صرّعها أو تاريخ إنتاجها أو تاريخ صلاحيتها أو شروط استعمالها أو محاذير هذا الاستعمال، أو خصائص المُتج والنتائج المُوقّعة من استخدامه، أو جهة إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة أو انصب على نوع الخدمة ومكان تقديمها ومحاذير استخدامها وصفاتها الجوهرية سواء انصبت على نوعيّتها أو الفوائد من وراء استخدامها، أو شروط وإجراءات التعاقد بما في ذلك السعر وكيفية أدائه وخدمة ما بعد البيع والضمان أو الجوائز أو الشهادات أو علامات الجودة أو انصب السلوك على العلامات التجارية أو البيانات أو الشعارات. على أن تحدد اللائحة التنفيذية أي صور أخرى للخداع.

كما يلتزم المورد بمقتضى المادة<sup>٣٣</sup> من المشروع في حالة التعاقد عن بعد أن يمكن المستهلك من مُعاينة المنتج المُباينة التامة النافية للجهالة عند الاستلام.

ويعاقب المشرع المصري بمقتضى المادة<sup>٥</sup> من المشروع على الأفعال السابقة بالغرامة التي لا تقل عن عشرة آلاف جنيه، ولا تتجاوز المليون جنيه مع رد في مة المنتج محل المخالفة للمستهلك، وتضاعف العقوبة في حالة العود وفقاً للمادة<sup>٥</sup> من المشروع، بالإضافة إلى أنه يعاقب بذات العقوبات المنصوص عليها في هذا المشروع المسئول عن الإدارة الفعلية للشخص الإعتباري المُخالف إذا ثبت علقه بالمُخالفة وكان إخلاله بالواجبات التي تفرضها عليه تلك الإدارة قد أسهم في وقوع الجريمة طبقاً للمادة<sup>٥</sup> من المشروع.

في حين تعاقب المادة<sup>٥١</sup> بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن خمسة وعشرين ألف جنيه ولا تتجاوز المليون جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين إذا ترتب على المخالفة الإضرار بصحة وسلامة المستهلك، أما إذا نشأ عن المخالفة إصابة شخص بعاهة مستديمة أو وفاة شخص أو أكثر فتكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر وغرامة لا تقل عن خمسون ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، وذلك مع عدم الإخلال بأية عقوبة أشد منصوص عليها في أي قانون آخر و دون أن يترتب على ذلك الإخلال بحق المستهلك في التعويض. وحسناً فعل المشرع بذلك، ولاشك أن المشرع المصري قد وسع من الحماية المقررة للمستهلك من خلال مشروع قانون حماية المستهلك الجديد، عن النحو الوارد في القانون رقم<sup>٦٧</sup> لسنة ٢٠٠٥ م.

## ٢. في التشريع الإماراتي

صدر في دولة الإمارات العربية المتحدة القانون رقم<sup>٢٤</sup> لسنة ٢٠٠٥ م بشأن حماية المستهلك بتاريخ<sup>١٣</sup> أغسطس ٢٠٠٥ م، وقضت المادة السادسة من هذا القانون بإلزام المورد بعدم العرض أو الترويج أو التقديم أو الإعلان عن أية سلعة أو خدمات تكون مغشوشة أو فاسدة أو مضللة بحيث تلحق الضرر بمصلحة المستهلك أو صحته عند الاستعمال العادي. ويلاحظ أن المشرع يعاقب من خلال المادة<sup>١٨</sup> على الأفعال التي تشكل مخالفة لأحكام هذا القانون بعقوبة الغرامة التي لا تقل عن ألف درهم وتشدّد العقوبة لتصل إلى الغرامة التي لا تقل عن عشرة آلاف درهم إذا لم يقوم المزود بالتنبيه عن خطورة السلعة أو الخدمة بشكل ظاهر وترتب على ذلك ضرر.

ونعتقد أنه كان من الأفضل العقاب على الفعل دون الحاجة إلى اشتراط تحقق الضرر ،فينبغي أن تكون المصلحة المحمية بالدرجة الأولى هي حماية رضا المستهلك بأن يكون رضاه سليماً عند تلاقي السلعة أو الخدمة.

جدير بالذكر أن العقوبات سألقة الذكر تم تشديدها في مشروع قانون حماية المستهلك الجديد حيث تكون الحد الأدنى للغرامة في المشروع الجديد للقانون من عشرة آلاف درهم إلى مائتان ألف درهم، كما تصل في قضايا الاحتكار إلى نحو مليون درهم.

واهتم المشرع بدولة الإمارات العربية المتحدة بمكافحة البريد الدعائي المزعج أو غير المرغوب فيه من خلال قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم ٥ لسنة ٢٠١١م حيث يعاقب المشرع بمقتضى المادة ٨ على فعل تعطيل الوصول إلى شبكة معلوماتية أو موقع إلكتروني أو نظام معلومات إلكتروني ،كما يعاقب من خلال المادة ١٠ على فعل إغراق البريد الإلكتروني بالرسائل بقصد التعطيل أو الإتلاف أو الإيقاف، فيشمل الحالات التي لا يكون فيها موضوع البريد الدعائي أو المزعج الإعلان عن المنتجات والسلع في حين يعاقب بمقتضى المادة ١١ على فعل الحصول على أموال الغير عن طريق الاحتيال باستخدام وسائل احتيالية أو اتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة عن طريق الشبكة المعلوماتية .

### ٣. في التشريع البحريني

أصدر المشرع بدولة البحرين قانون حماية المستهلك رقم ٣٥ لسنة ٢٠١١م وأكد من خلال المادة الثانية على حق المستهلك في الحصول على البيانات والمعلومات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه وكذلك حقه في الاختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات المعتمدة قانونا.

كما قضت المادة السادسة من القانون بالزام كل مزود أو معلن إمداد المستهلك بالمعلومات الصحيحة عن طبيعة المنتج وخصائصه وتجنب ماقد يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك أو وقوعه في غلط أو خلط و أعفت الهذة المزود إذا لم يكن منتجاً أو مصنعاً للسلعة أو الخدمة من المسؤولية إلا إذا كان المنتج قد أمده بتلك المعلومات ،كما أعفت المعلن من المسؤولية متى كانت المعلومات التي تضمنها الإعلان فنيه بحيث يتعذر على المعلن التأكد من صحتها وكان المزود قد أمده بها .

كما يعاقب المشرع البحريني بموجب قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات من خلال المادة الثامنة كل من يستولي على مال مملوك للغير أو حصل على أية مزية لنفسه أو لغيره أو إلى توقيع سند أو إلغائه أو إتلافه أو تعديله باتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة أو بالاستعانة بطريقة احتيالية، وذلك بldخال أو تعيب أو تعطيل أو إلغاء أو حذف أو تدمير أو تغيير أو تعديل أو تحريف أو حجب بيانات وسيلة تقنية المعلومات. أو القيام بأي تدخل في عمل نظام تقنية المعلومات. وذلك في غير الأحوال التي يجيزها القانون.

### ٤. في التشريع الليبي

على خلاف الوضع في التشريعات المقارنة لا يوجد في ليبيا حالياً قانون خاص بحماية المستهلك ،ومع ذلك أكدت المادة ١٣١٧ من قانون النشاط التجاري رقم ٢٣ لسنة ٢٠١١م على حماية المستهلك من الإعلان المضلل ،حيث تمنع هذه المادة كل عملية إشهار لسلعة أو خدمات تتضمن بأي شكل من الأشكال إدعاءات أو إشارات غير صحيحة أو من شأنها أن توقع في الغلط وعلى وجه الخصوص متى تعلقت بوجود السلعة أو طبيعتها أو تركيبها أو صفاتها الجوهرية أو كمية العناصر الفاعلة

بها أو نوعها أو مصدرها أو كميتها أو طريقة صنعها وتاريخها أو صفات وسعر وشروط بيع السلع والخدمات موضوع الإشهار أو شروط الاستعمال والنتائج المنتظرة وكذلك فيما يتعلق بأساليب وبيع السلع والخدمات بالإضافة إلى هوية أو صفة أو كفاءة المعلن .

غير أنه باعتبار أن موضوع البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam عادة ما يكون في الغالب الأعم من الحالات معلومات كاذبة أو مغلوطة للغش والخداع والنصب، فهل يشمل النص الخاص بجريمة النصب ؟.

حيث تنص المادة ٤٦ من قانون العقوبات على أن " كل من حصل على نفع غير مشروع لنفسه أو للغير إضرار بأخرين باستعمال طرق احتيالية أو بالتصرف في مال ثابت أو منقول ليس ملكاً له ولا له حق التصرف فيه أو باتخاذ اسم كاذب أو صفة غير صحيحة ، يعاقب بالحبس وبغرامة لا تتجاوز خمسين جنماً .

وتكون العقوبة السجن مدة لا تتجاوز خمس سنوات إذا وقع الفعل إضرار بالدولة أو بأية هيئة عمومية أخرى".

وإذا كان المشرع يتطلب لقيام جريمة النصب أن يكون الكذب مصحوباً بأعمال مادية خارجية تحمل المجني عليه على الاعتقاد بصحته<sup>(56)</sup> فلا يشترط لقيام جريمة النصب أن تكون الطرق الاحتيالية على درجة من الإتيان وإنما المرجح في ذلك هو مقدار تأثيرها على المجني عليه.<sup>(57)</sup> فجوهرة النصب إيقاع المجني عليه في غلط يجعله يسلم المال للجاني<sup>(58)</sup>

وعليه يمكن القول بأن الإعلان المضلل لا يدخل ضمن الطرق الاحتيالية، إلا في حالة تدعيم الدعاية الكاذبة بما يوحي بالثقة لدى المجني عليه، كما أن المصدقية في فضاء الإنترنت أصبحت محل شك كبير لدى المستخدم، ومن هذا المنطلق لا مجال للقول بتطبيق النص الخاص بجريمة النصب، في الأحوال التي لا تتوافر فيها ظروف تدعو المجني عليه متوسط الحرص لتصديق تلك الدعاية الكاذبة كأن تكون صادرة كذباً عن جهة رسمية أو محل ثقة لدى الجمهور وتم تسليم الأموال بناء على ذلك.<sup>(59)</sup> غني عن البيان لقيام الجريمة يلزم حصول الجاني على المال من المجني عليه بناء على تلك الأفعال، مع ملاحظة أن الحصول على المال في هذه الجريمة لا يتحقق بالطرق التقليدية، بل بالوسائل الإلكترونية كإرسال رقم بطاقة الائتمان الإلكترونية أو بتحويل الأموال عبر الشركات المتخصصة في هذا المجال.... الخ.

وفي جميع الأحوال فلن النص السابق يصلح للتطبيق في الحالات التي يكون الغرض فيها من رسائل البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam النصب أو الاحتيال وذلك ما يحدث في بعض الحالات كان تأتيك رسالة على البريد الإلكتروني فحواها أنك كسبت رحلة لمكان ما بمقابل دفعك بعض المصاريف البسيطة جداً ( بالمقارنة مع مصاريف الرحلة ) ولتأكيد اختيارك للجائزة عبر بطاقة الائتمان على الموقع المرسل لتلك الرسالة المتضمنة الوعد بالجائزة وعندما يدخل الشخص رقم البطاقة الائتمانية في الموقع يتم سرقة الرقم وسرقة كل ما لديه من مال.... الخ.

(٥٦) طعن جنائي ليبي ١٨ / ٢ / ١٩٦٧ م، رقم ١٣/٨٩ ق، مجلة المحكمة العليا، السنة الرابعة، العدد الثالث، ص ١٩.

(٥٧) طعن جنائي ليبي ٢٥ / ٦ / ٢٠٠٢ م، رقم ١٤١٧/ق ٤٧، غير منشور. (المحكمة العليا).

(٥٨) د. فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، ٢٠٠٠ م، ص ٨١٣.

(٥٩) راجع : د. غنام محمد غنام، دور قانون العقوبات في مكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت وجرائم الاحتيال المنظم باستعمال شبكة الانترنت، دار الفكر والقانون، المنصورة-مصر، ٢٠١٠ م، ص ٢٥٤ وما بعدها.



ولكن مع ذلك يظل هذا النص وكذلك النصوص الخاصة بجريمة النصب أو الاحتيال في التشريع المصري، عاجزاً عن توفير الحماية للحياة الخاصة في مواجهة ظاهرة البريد الإلكتروني المزعج في غير الأحوال السابقة.

كأن يكون موضوع البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam دعاية أو ترويج لسلعة أو خدمة معينة أو منتج معين، وكانت المعلومات عن ذلك المنتج أو الخدمة أو السلعة صحيحة وليست كاذبة أو مضللة، وبأن يكون الغرض هو الترويج لتلك السلع والمنتجات أو الخدمات حتى يقبل عليها مستلم تلك الرسائل، وهذا الفعل في حد ذاته غير مشروع لأن إرسال تلك الرسائل يتم دون موافقة المتلقي على إرسالها وإن إرسالها كان دون رضاه أي أنه لا يرغب في استلام تلك الرسائل أو الاطلاع عليها. مما يشكل إزعاج للمستخدم وإغراق صندوق البريد الإلكتروني برسائل عديمة الفائدة بالنسبة له وتؤدي إلى عرقلة عمل البريد الإلكتروني.

أو في الأحوال التي يكون الغرض منه هو التجسس على المستخدم (متلقي الرسائل) بإرسال برنامج تجسس مع المعلومات الصحيحة عن المنتج أو الخدمة أو السلعة المعلن عنها في البريد الإلكتروني المزعج أو غير المرغوب فيه spam وذلك لمعرفة البيانات الشخصية بالمستخدم (العلقي) ومعرفة بعض المعلومات عنه مثل أسماء أصدقائه وعائلته وماذا يفضل وماذا يكره وما هي ميوله التجارية وميوله الشخصية... الخ. فمثل تلك الأفعال والاعتداءات كانت تقتضي التدخل من جانب المشرع لمواجهتها بنصوص خاصة كما فعل المشرع في التشريع المقارن.

#### الخاتمة

نخلص من هذه الدراسة المتواضعة لموضوع البريد الإلكتروني الدعائي المزعج أو غير المرغوب فيه وتأثيره على الحقوق والحريات الفردية، بالنتائج والتوصيات الآتية:

- يشكل البريد الدعائي أو المزعج اعتداء على الحقوق والحريات الفردية لمستخدم الإنترنت، والصورة الغالبة للبريد الدعائي أن يكون نوع من أنواع الإعلان المضلل أو الخادع للسلع والمنتجات المتداولة عبر الإنترنت، وهو في ذلك يشكل اعتداء على حرية التعاقد، حيث يحول دون سلامة الرضا مما يشكل تهديد لعمليات التجارة عبر الإنترنت. فضلاً على أنه يشكل اعتداء على قواعد البيانات ونظم المعلومات وكذلك وسيلة من وسائل النصب والاحتيال عبر الإنترنت.

- عدم كفاية القواعد التقليدية في قانون العقوبات في تحقيق مواجهة فعالة لهذا النمط من الإجرام الحديث.  
- فيما عدا قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات بدولة الإمارات العربية المتحدة لعام ٢٠٠٢م، لا توجد في التشريعات العربية خاصة التشريع الليبي نصوص أو قواعد يمكن من خلالها توفير حماية فعالة للفرد في مواجهة الجرائم الإلكترونية وخاصة الجرائم التي ترتكب عبر البريد الإلكتروني، وفي المقابل لاحظنا وجود اهتمام في التشريع المقارن بهذا الموضوع، حيث يكفل المشرع الحماية للفرد من المخاطر المختلفة للبريد الدعائي بمجموعة من النصوص فضلاً عن تنظيم موضوع البريد الدعائي أو المزعج.

ولذلك نقترح:

- على المشرع في التشريعات العربية وخاصة المشرع الليبي التدخل لمواجهة هذه الظاهرة من خلال تحديث النصوص القائمة أو سن تشريعات حديثة تعالج الموضوع، على غرار الوضع في التشريع الفرنسي المقارن.

توعية مستخدم الإنترنت بمخاطر البريد الدعائي أو المزعج على حقوقه وحرياته الفردية الأمر الذي يتطلب عدم تعامله مع الرسائل مجهولة المصدر والإبلاغ عنها بوصفها بريد غير مرغوب فيه، فهي غالباً ما تعتبر رسائل خبيثة، وإن كان ظاهرها حسن، وتسبب الكثير من المشاكل والضرر للمستخدم. فمواجهة البريد الدعائي المزعج أو غير المرغوب فيه ينبغي أن تكون من الناحية القانونية وكذلك الناحية الفنية لضمان تحقيق حماية فعالة لحقوق الفرد وحرياته .

- التأهيل المستمر لأجهزة العدالة الجنائية حتى يكون في مقدورها التعامل مع هذا النمط المستحدث من الجرائم والذي يمتاز عادةً بذكاء مقترفها وقدرته على التخفي، خاصة في ظل عدم إلمام مأمور الضبط القضائي بطرق الحصول على الدليل في نطاق الانترنت والحفاظ عليه.

- إبرام الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في مجال التعاون لمكافحة الجرائم الإلكترونية، على اعتبار أن التعاون الدولي من الأمور المهمة لتحقيق سياسة رشيدة وناجحة لتعقب مرتكبي هذه الجرائم ومعاقبهم وذلك بالنظر إلى تجاوز مثل هذه الجرائم لحدود الدولة الواحدة، والنص في تلك الاتفاقيات على ضرورة الحصول على موافقة المستخدم حتى يكون إرسال رسائل البريد الدعائي الإلكتروني له مشروعاً والعقاب بخلاف ذلك.

## ثبت المراجع

### أولاً: باللغة العربية

١. أندرية برتران، الحق في الحياة الخاصة والحق في الصورة، (ترجمة د. نقولا فتوش)، مكتبة صادر ناشرون، بدون مكان نشر، ٢٠٠٣.
٢. بولين أنطونيوس أيوب، الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، الطبعة الأولى: ٢٠٠٩.
٣. د. حداد العيد، الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الإنترنت، بحث مقدم للمؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس-ليبيا ٢٠٢١/٣ أكتوبر ٢٠٢٠.
٤. خالد ممدوح إبراهيم، حجية البريد الإلكتروني في الإثبات، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، الطبعة الأولى ٢٠٠٨م، ص ٧٦.
٥. عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، بدون تاريخ نشر.
٦. علي عدنان الفيل، جريمة الاحتيال عبر البريد الإلكتروني، (دراسة مقارنة)، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، العدد الثاني، السنة ٣٦، يونيو ٢٠١١م.
٧. غنام محمد غنام، دور قانون العقوبات في مكافحة جرائم الكمبيوتر والانترنت وجرائم الاحتيال المنظم باستعمال شبكة الانترنت، دار الفكر والقانون، المنصورة-مصر، ٢٠١١م.

٨. فاتح كمال ، الحماية الجنائية للمستهلك في إطار القانون المتعلق بالزجر عن الغش في البضائع ،مجلة الملف، العدد ١٣، نوفمبر ٢٠٠٠.
٩. فتحي محمد أنور عزت، الأدلة الإلكترونية في المسائل الجنائية والمعاملات المدنية والتجارية، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، الطبعة الأولى، ٢٠١٠.
١٠. فتحية محمد قوراري، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة، دراسة في القانون الإماراتي والمقارن، مجلة الحقوق، (جامعة الكويت)، ع٣، س٣، سبتمبر ٢٠٠٠.
١١. فوزية عبد الستار، شرح قانون العقوبات، القسم الخاص ،دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، ٢٠٠٠.
١٢. ممدوح محمد خيرى ،الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دار النهضة العربية ، القاهرة ١٩٩٤.
١٣. د. موسى أرحومة، الحماية القانونية لحق المستهلك في الإعلام في ضوء القانون رقم ٢٣ لسنة ٢٠١٠م بشأن النشاط الاقتصادي، أبحاث مؤتمر الاقتصاد في ليبيا بين تحليل الواقع وآليات التطور ، ( ليبيا بين إعادة الإعمار والاستثمار )، منشورات جامعة بنغازي ،يناير ٢٠١٠م.

#### ثانياً: باللغة الفرنسية

- 1.Dider colin:spamfiletering;optimization Approches to content – based filtering , thèse de doctorat ,université de Versailles-saint-quentinen-yvelines, 2009.
- 2.Leslie Basse, L'action de la CNIL en matière de lutte contre le Spam, mai 2005
- 3.Nathalie MALLET- Poujol , Protection de la vie privée et données á caractere personnel, université Motpellier1, Reactualise en Mai 2007, Guillaume Desgens- pasanau , L'identité á l'ère numérique, Dalloz, 2009.
- 4.Solanki Jigar et Akpakpo Brune: Authentification d'utilisateur,Gestion des Identites, universite sciences et technologies BordeauxI,(351 cours de la lib eration, 33400 talence)Decembre 2007

#### ثالثاً: باللغة الإنجليزية

- 1.Dennis w. k. khong:An economic analysis of spam law ,Erasmus law and economics Review 1 February 2004
- 2.Eric Goldman: where's the Beef? Dissecting spam's purported Harms, 11 january 2004,
- 3.George H.pike: Anti-spam legislation setbacks. Information today, vol 25, December2008,
- 4.John Magee: The law Regulating unsolicited commercial E-mail; An international perspective , computer& high technology law journal, vol.19, 2003
- 5.kevinGallot: Anti-spam. Paris, 2004.
- 6.Michael B.Edward: Recent development: Acall to Arms; Marching orders for the North Carolina Anti- spam statute ,North Carolina Journal of law &technology volum4,Issue1,fall 2002

7.Serge Gauthronet and Etienne Drouard: unsolicited commercial communications and date protection. Commission of the European communities, international Market DF- ( contract no ETD/99/B5-3000/E/96), January2001

8. Report on Electronic Mailing and data protection , commission Nationale Informatique et libertes(CNIL) france, sdopted on October 14.1999( the CNIL report)

#### رابعاً: مقالات على الانترنت

١. إبراهيم الماجد، بين الفيروسات والرسائل العشوائية spam البريد الإلكتروني يغرق في المشكلات، مجلة العالم الرقمي، ع ٨، الأول من أغسطس ٢٠٠٠، منشور على موقع:

[http:// search.sunuf.net.sa/digomage/01082004/w44.htm](http://search.sunuf.net.sa/digomage/01082004/w44.htm)

٢. علاء على عبد، كيفية التعامل مع الرسائل الإلكترونية المتطفلة، مقالة منشورة على موقع:

[www. Hazemsakeek.com/magazine/index.php?option com-content&view=article&=799:.....&catid=29:....&Itemid=333](http://www.Hazemsakeek.com/magazine/index.php?option=com-content&view=article&=799:.....&catid=29:....&Itemid=333)

٣. محمد فهد الحامد، الرسائل غير المرغوبة spam2، بحث منشور على موقع:

[http:// coeia.edu.sa/index.php/home/267-spam-2.html](http://coeia.edu.sa/index.php/home/267-spam-2.html)

٤. د. محمود ندين نحاس، البريد الإلكتروني المزجج، مقالة منشورة على موقع:

[www.alittehad.net/vb/ howthread.php?t=3987](http://www.alittehad.net/vb/howthread.php?t=3987)

٥. مي تركي، الرسائل الاقحامية، قضية أمنية، مقال منشور على موقع:

<http://coeia.edu.sa/index.php/ar/asuurance-awarness/articles/50-internet-and-web-services-security/1026-spam-security-issue.html>

6.Willam B.Baker and colleen king: Anti-spam Enforcement cases Bring fines, privacy in focus , April 2006 published on: [www.wileyrein.com/publication.cfm?sp=articles&newsletter=4&id=2331](http://www.wileyrein.com/publication.cfm?sp=articles&newsletter=4&id=2331),

7.Max Mailliet: the regulation of spam A theoretical andpractical analysis, London school og Economics andpolitical.science.p.2.published on:[www.e2m.iu/pdf/spam.pdf](http://www.e2m.iu/pdf/spam.pdf)

#### خامساً: الأحكام القضائية

١. طعن جنائي ليبي ١٨/٣١٦٦٣ م، رقم ١٣٨٩ ق، مجلة المحكمة العليا، س، ع ٣، ص ٩١.

٢. طعن جنائي ليبي ٢٥/٣١٦٦٣ م، رقم ١٤١٤١ ق/٤٧، غير منشور.(المحكمة العليا).

3. Cour d'appel de Nîmes, 16 avril 2015 , N° de RG: 13/05251 .

4. Cass.Civil, 6 décembre 2016, N° de pourvoi: 15-20206.

5. Cass.Civil, 14 décembre 2016, N° de pourvoi: 14-11437

6. Cass,Crim 29 janvier 2013, N° de pourvoi: 11-21011 11-24713

7. Cass,Crim 2 décembre 2014 , N° de pourvoi: 13-86990.
8. Cass,Crim 29 janvier 2013, N° de pourvoi: 11-21011 11-24713
9. Cass,Civil 17 juin 2015, N° de pourvoi: 14-11437.
10. Cass,,Sociale 10 mars 2016, N° de pourvoi: 15-19544.