

المسؤولية المدنية للناشر في شبكات التواصل الاجتماعي The Civil Liability of the Publisher on Social Media Networks

سناء مرامرية^{1*}، جامعة أم البواقي، الجزائر، sana.meramria@univ-oeb.dz

تاريخ قبول المقال: 2025/11/03

تاريخ إرسال المقال: 2025/08/01

الملخص:

من خلال هذه الورقة البحثية ارتئنا أن نوضح مسألة قيام المسؤولية المدنية عن الناشر الإلكتروني، حيث تقوم المسؤولية المدنية للناشر الإلكتروني عند وجود إخلال بالالتزامات القانونية أو التعاقدية المرتبطة بنشر محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعية، ويعد الناشر الإلكتروني مسؤولاً عن الإضرار التي تلحق الغير عند نشر تلك المعلومات المغلوطة أو المسيئة له، أو قد تنتهك حقوق الأفراد كالحياة الخاصة أو السمعة، وتندرج هذه المسؤولية ضمن إطار المسؤولية التقصيرية إذا لم تكن هناك علاقة تعاقدية مع الشخص المضرور، أو عقدية في حال وجود عقد كما يشترط لقيام المسؤولية توافر خطأ من الناشر، وضرر يصيب الغير، و العلاقة السببية بينهم، وتزداد أهمية هذه المسؤولية في ظل الانتشار الواسع للمحتوى الرقمي وسرعة انتشاره وتأثيره على الجمهور.

الكلمات المفتاحية: الناشر، المسؤولية المدنية، مواقع التواصل الاجتماعي، متعهد ايواء، ناشر الكتروني

Abstract:

Through this research paper, we aimed to clarify the issue of civil liability of the electronic publisher. Civil liability arises when the electronic publisher breaches legal or contractual obligations related to publishing content on social media platforms. The electronic publisher is held liable for any harm caused to others by publishing false or offensive information, or by violating individuals' rights such as privacy or reputation. This liability falls under tort liability if there is no contractual relationship with the harmed party, or under contractual liability if a contract exists. For liability to be established, a fault on the part of the publisher, damage to another person, and a causal link between them must be present. The

importance of this type of liability increases in light of the widespread dissemination of digital content, its rapid spread, and its impact on the public.

Key words :

Publisher, Civil liability, Social media platforms, Hosting provider, Electronic publisher.

المقدمة:

في ظل الثورة الرقمية التي يعيشها العالم اليوم، أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منصات رئيسية لنقل المعلومات وتداولها، حيث يمارس الأفراد من خلالها حرية النشر والتعبير عن الرأي بشكل يومي ومتسارع، ومع هذا التحول النوعي في وسائل الاتصال، لم يعد النشر حكراً على المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل أصبح كل فرد يمتلك حساباً إلكترونياً بمثابة "ناشر إلكتروني" قد يحدث تأثيراً واسع النطاق، بما في ذلك الإضرار بالغير من خلال بث الأخبار أو الصور أو الآراء التي تمس حقوقهم.

من هنا، يطرح النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي إشكاليات قانونية معقدة تتعلق بكيفية تكيف الوضع القانوني للناشر الإلكتروني، خاصة عندما يتجاوز حدود حرية التعبير إلى المساس بحقوق الأفراد أو الاعتداء على سمعتهم أو خصوصيتهم، فالنشر الرقمي، وإن كان في ظاهره تعبيراً عن رأي أو مشاركة لمعلومة، قد يحمل في طياته المساس بحقوق الأفراد أو بخصوصياتهم، أو الطعن في شرفهم وسمعتهم ومن هنا يتم الاعتداء على حقوق الغير.

كما أن إرساء الحماية القانونية للأشخاص في مواجهة النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يظهر من خلال البحث في موضوع المسؤولية المدنية عن النشر عبر هذه المواقع، ولقد كان - وما يزال - البحث في موضوعات المسؤولية المدنية على قمة المسائل القانونية الجديرة بالبحث في حقل القانون المدني؛ لكون موضوعها تطبيقاً لواقع الحياة، وما ينشأ بين الأفراد من خصومات ومنازعات، وأحكامها تمثل الحلول القانونية لتلك الخصومات و المنازعات، فأرست وجودها، و الذي سيظل دائماً و أبداً في تطور مع المجتمع.

وبالتالي، فإن دراسة المسؤولية المدنية للناشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي تقتضي الوقوف على طبيعة الفعل الضار، وتحديد الأساس القانوني الذي يحكم التعويض عن الأضرار التي قد تتجم عن هذا النشر.

ومن هنا تطرح إشكالية بحثنا عن الأساس القانوني لقيام المسؤولية المدني عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟.

وللإجابة على هذه الإشكالية؛ فإننا سوف نعتمد على المنهج التحليل قصد تحليل الفكرة و تحديدها، وتحليل النصوص القانونية ، واستخلاص أوجه القصور في تنظيم القانوني لهذه المسألة.

وللإجابة على إشكالية بحثنا وفقا للمنهج التحليلي سوف نقسم موضوعنا كتالي:

المبحث الأول: ماهية النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للمسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: ماهية النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي و انواعه

أولاً: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

إن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مجموعة من مواقع الاتصال عبر شبكة الانترنت و بها يكون تفاعل وتبادل اجتماعي، لجميع الناس قصد تبادل الآراء والحوارات بينهم وكتابة ما يرغبون بمشاركته أو نشره مع الناس، من جميع أنحاء العالم، والاشتراك في هذا الفضاء لا يتطلب من الشخص إلا التسجيل من خلال إميله الخاص ويكون ذلك بكل سهولة وتعتبر شخص جديد انظم لهذا الفضاء، الذي أدخلك للعالم.¹

ولقد عرف المشرع الفرنسي التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت في المادة الرابعة من القانون 575 - 2004 الصادر 21 يونيو 2004، بأنه برتوكول اتصال مفتوح، أو ربط بيانات وتبادلها بأي شكل يصل إلى الجمهور دون قيد على أي محتوى تبادلي من قبل مقدمي الخدمات التقنية.

أما المشرع الجزائري فلم يعرف مواقع التواصل الاجتماعي، بالرغم من حديثه في قانون الإعلام عن الصحافة الالكترونية.²

¹ - مهند حاتم حسن، المسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، 2019، ص 10.

² - القانون العضوي رقم 23- 14 مؤرخ في 27 أوت 2023، المتعلق بالإعلام، ج ر ج ج، الصادرة بتاريخ 2023/08/29، العدد 56.

و عرفه التقرير الصادر عن الجمعية الوطنية الفرنسية الناشرين بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي، على أنهم الأشخاص الذين يقومون بصياغة المعلومات أو تحريرها أو نشرها أو إعادة نشرها أو وضعها على مواقع التواصل الاجتماعي.¹

ومما يبدو من خلال ما تقدم أن الفقه عرف النشر الإلكتروني، ومواقع التواصل الاجتماعي كل على حدة، حيث لم يضعوا تعريفاً للنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأن وضع التعريف يجب أن يقوم على تبيان ماهية الشيء وكيانه، فماهية النشر هي البث أو الإرسال أو نقل المنشورات سواء كانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية إلى موقع آخر، أما وسيلته فهي المواقع التي تسمح بالتواصل بين الأفراد وهي ما تعرف بمواقع التواصل الاجتماعي.²

ثانياً: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

هناك العديد من المواقع الإلكترونية الحديث التي منحت للأفراد إمكانية التواصل، إلا أن لمواقع التواصل الاجتماعي خصائص مميزة له وهي كالتالي:³

- **العالمية:** جعلت العالم في قرية واحدة، وألغت جميع العوائق و الحدود و الحواجز التي بين الأفراد، فكل ما يطلبه الفرد يكون بين يديه بكل سهولة وبساطة، متخطية كافة الحدود السياسية و الثقافية.
- **التفاعلية:** تجعل أعضائه في موقع ايجابي حيث يعلق ويكتب ويرسل ويشارك، عكس الوسائل الإعلام التي تجعل الفرد سلبي في موقع متلقي فقط .
- **اعلام متعدد الوسائط:** فهو يجمع بين الصورة والنصوص و مقاطع الفيديو، فلهذا له تأثير اجتماعي وسياسي كبير .

- **الحرية المطلقة:** فكل شخص فيه يمكن أن يعبر عن رأيه ويوصله لأنحاء العالم، و قد أدى هذا إلى رفع سقف حرية الرأي و التعبير و الحصول على المعلومات.

¹ - خالد حامد مصطفى، المسؤولية الجنائية لناشري الخدمات التقنية و مقديهما عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة رؤى إستراتيجية، مركز الإمارات للدراسات و البحوث، المجلد الأول، العدد الثاني، مارس 2013، ص 15.

² - محمد سليمان الأحمد، أهمية الفرق بين التكيف القانوني وطبيعته القانونية في تحديد نطاق تطبيق القانون المختص، مجلة الرافدين للحقوق، مجلد 1، السنة التاسعة، العدد 20، 2004، ص 103.

³ - مهند حاتم حسن، المرجع السابق، ص 11.

- سهولة الاستخدام: لا يحتاج إلى علم أو خبرة في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي، فكل ما في الأمر يسجل دخول الشخص عن طريق رقم الهاتف أو إيميله الشخصي و يعطى له كود لفتح الموقع.

ثالثاً: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

لقد ادى التطور التكنولوجي إلى زيادة التواصل بين الأفراد على مستوى كافة المجتمعات، وكان ذلك عبر ما يعرف بشبكات التواصل الاجتماعي وهي كالتالي:¹

1- الفاييس بوك (Face book) : يعتبر القاييس بوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، أنشئ في فبراير 2004 من مؤسسه Mark Zuckerberg فكان له دور كبير في تسهيل تبادل المعلومة بين الأفراد و الطلاب في بداية الأمر، ومن خلال هذا الموقع يمكن للشخص أن يضيف أصدقاء إلى ملفه الشخصي، و إمكانية الانضمام كذلك إلى المجموعات.²

2- تويتر (Twitter) : بدايته كانت في عام 2006 كمشروع بحثي من شركة odeo الأمريكية، فهو يقدم خدمة التدوين المصغر بإرسال تغريدات لا تتجاوز 140 حرفاً في الرسالة.³

3- اليوتيوب (You tube) : تم إنشائه في 14 فبراير 2005 عن طرق ثلاث موظفين من شركة باي بال، فهو يسمح برفع مقاطع للفيديو سواء مسجلة أو عن طريق بث مباشر.⁴

4- الانستجرام: (Instagram) : تم إنشائه في أكتوبر 2010، فهو يبيع تبادل الصور والنقاطها، وإضافة فلتر رقمي عليها، ومن ثم وضعها في شبكة الانستجرام.⁵

المطلب الثاني: التحديد القانوني للنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إن المقصود بالتحديد القانوني للنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون من خلال بيان حقيقة وتعيين عناصره، وتعريفه بما يشمل عليه المصطلح بشقيه النشر و التواصل الاجتماعي.

أولاً: مفهوم النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

عرف النشر الإلكتروني على أنه إنتاج المعلومة ونقلها من خلال أجهزة الحاسوب أو وسائل الاتصال المرتبطة بشبكة الانترنت من المؤلف إلى المستفيد النهائي مباشرة.

¹ - مهند حاتم حسن، المرجع نفسه، ص14.

² - <http://ar.wikipedia.org>

³ - <http://ar.wikipedia.org>

⁴ - <http://ar.wikipedia.org>

⁵ - <http://ar.wikipedia.org>

وعرف الفقه النشر الإلكتروني بأنه نشر المصنفات الأدبية و الفنية وغيرها من حقوق الملكية الفكرية باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة، سواء تلك التي تقوم على الأسلوب الرقمي Digital، أم تلك المتمثلة في الوسائط الإلكترونية الحديثة، مثل CD- DVD وغيرها.¹ حيث من وجهتنا أن هذا التعريف قد حصر النشر الإلكتروني للمصنف الأدبي أو الفني، وما دون ذلك لا يدخل في النشر الإلكتروني.

أما تعريف النشر الإلكتروني من جانب المشرع الجزائري فقد عرف نشاط الصحافة الإلكترونية في المادة 2 من القانون 19-23 المتعلق بالصحافة المكتوبة و الصحافة الإلكترونية،² على أن نشاط الصحافة الإلكترونية هو كل إنتاج ونشر متعدد الوسائط لمضمون أصلي موجه للصالح العام يجدد بصفة منتظمة ويحتوي على أخبار ذات صلة بالإحداث الوطنية و الدولية تكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي. أما الصحافة الإلكترونية؛ فهي كل خدمة اتصال متعددة الوسائط للإعلام أو متخصصة، موجهة للجمهور أو لفئة منه وتنتشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يتحكم في محتواها الافتتاحي؛ وقد أشار للنشر في المادة 2 من القانون 14-23 المتعلق بالإعلام³ على أنه يقصد بالنشاط الإعلامي، في مفهوم هذا القانون العضوي، كل نشر للأخبار و الصور و الآراء وكل بث لإحداث و رسائل وأفكار ومعارف ومعلومات عن طريق أي دعامة مكتوبة أو إلكترونية أو سمعية بصرية، موجه للجمهور أو لفئة منه.

وقد عرف القضاء الفرنسي النشر الإلكتروني على أنه ذلك النشر الذي يتم فيه استخدام تقنيات وخدمات من مقتضاها أن تمزج وسائل المعلوماتية بوسائل الاتصال، ولا يعتبر امتداداً طبيعياً للنشر و التوزيع على دعامة ورقية،⁴ ونذهب بالقول أن النشر الإلكتروني ما هو إلا عملية إتاحة المحتوى الذهني أو المعرفي على شبكة الانترنت.⁵

ثانياً: التكييف القانوني لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- مواقع التواصل الاجتماعي عبارة ناشر إلكتروني

¹ - محمد سعيد، عبد الله الشيايب، النظام القانوني للنشر الإلكتروني، مجلة دراسات علوم الشريعة و القانون، الجامعة الأردنية، عمان، المجلد 42، العدد 2، 2015، ص 640.

² - القانون رقم 19-23 المتعلق بالصحافة المكتوبة و الصحافة الإلكترونية، جريدة رسمية 2 ديسمبر 2023، العدد 77.

³ - القانون العضوي رقم 23 - 14 المتعلق بقانون الإعلام، المرجع السابق.

⁴ - عز محمد هشام الوحش، الإطار القانوني لنشر العقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص 73. أيمن أحمد الدلوع، عقد النشر الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016، ص 48.

⁵ - محمد سامي عبد الصادق، شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطر انتهاك الحق في الخصوصية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016، ص 22.

يعرف الناشر الإلكتروني، على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بإنشاء صفحة على الموقع الإلكتروني، أو النظام المعلوماتي، أو شبكة المعلومات، أو أي وسيلة تقنية معلومات لاستقطاب مستخدمي الشبكة، أو كل من قام بنشر أو إعادة نشر أو كتابة أو تدوين أو صياغة معلومات، أو بيانات، أو صور، أو أفلام، أو مستندات، أو أرقام، أو حروف، أو رموز، أو إشارات وغيرها، ووضعها أو إرسالها إلى الموقع الإلكتروني أو إحدى وسائل التقنية المعلومات وجعلها متاحة لمستخدمي الشبكة.¹

كما أشار المشرع الفرنسي إلى الناشر الإلكتروني في المادة 2/6 من قانون 575 - 2004 إلى أنه يعتبر مشارك في إنشاء المضمون المعلوماتي، أما المشرع الأمريكي فعرفه في المادة 3 من القسم 230 من قانون آداب الاتصال لسنة 1996 بأنه أي شخص أو كيان مسئول كلياً أو جزئياً عن إنشاء وتطوير المعلومة التي يقدمها عبر شبكة الانترنت أو عبر خدمات الحاسوب التفاعلية الأخرى.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أشار إليه في المادة 38 و 39 من القانون 19-23 السالف الذكر على اعتبار أنها مؤسسة ناشرة من واجبها اتخاذ جميع التدابير و الوسائل اللازمة لمكافحة المحتوى غير القانوني و إخطار الجهات المعنية ومنع النفاذ إليها أو السحب الفوري للمحتوى، وتخلوا مسؤوليتها إذا كان النشر عن طريق اختراق أو قرصنة للبت.

كما لزم المشرع الجزائري في نص المادة 35 من القانون 19-23 على إلزام ذكر البيانات الناشر من اسمه ولقبه، عنوان المقر الاجتماعي و الغرض الاجتماعي للمؤسسة الناشرة، رقم تسجيل التصريح، البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة الناشرة، عدد زوار الموقع، وهو حكم نص المادة 6 من القانون 575-2004 من القانون الفرنسي.

وقد أكد القضاء الفرنسي في تكييفه لمواقع التواصل الاجتماعي على أنه ناشر إلكتروني، وتحمل المسؤولية القانونية مثل الناشر، وهو ما أكدته محكمة باريس في حكمها الصادر بتاريخ 22-06-2007 أن موقع التواصل الاجتماعي يكون ناشراً إلكترونياً ويتحمل المسؤولية وفقاً لقواعد العامة للمسؤولية، ولا يعتبر متعهد إيواء ولا يستفيد من الإعفاء المقدم إليهم، لأنه نشر مقاطع فيديو خاصة وقام بوضع فلتز لها، وقد استفاد منها مادياً، ونفس الأمر بالنسبة لمحكمة النقض الفرنسية بتاريخ 14-01-2010 في الدعوى المقامة على موقع التواصل الاجتماعي Tiscali، الذي كان يضع صفحات شخصية، بمقابل، حيث قام بنشر رسوماً

¹ - مهند حاتم حسن، المرجع السابق، ص 16.

دون إذن صاحبها، فلقد دفع صاحب الموقع على أنه مجرد متعهد إيواء، وذلك للدفع عنه بالمسؤولية، وهو ما رفضته المحكمة واعتبرته ناشر الكتروني.¹

ونستخلص مما ذكرناه أن القضاء الفرنسي حمل المسؤولية للناشرين على موقع التواصل الاجتماعي على اعتباره ناشرا إذا تحقق المعيار الاقتصادي، أي إذا استغل موقع التواصل الاجتماعي لأغراض تجارية ربحية، وهذا المعيار من صنع القضاء لان قانون الثقة الاقتصادي الرقمي لم ينص على منع متعهد الإيواء من الاستغلال التجاري لموقعه، وذهبت في أحكام أخرى إلى عدم أهمية الاستغلال التجاري لمواقع التواصل الاجتماعي في تحديد تكييفها كونه ناشرا الكترونيا أو متعهد إيواء.

2- مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن متعهد إيواء

ومنه فإن متعهد الإيواء هو ذلك الشخص الذي يقوم بتخزين التطبيقات و البيانات المعلوماتية لعملائه وتزويدهم بالبنية التحتية اللازمة للوصول إلى هذه البيانات على مدار الساعة على الانترنت.²

وعرفته المادة 2/6 من القانون 575 - 2004 من القانون الفرنسي - متعهد الإيواء - بأنه ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم بمقابل أو دون مقابل بتخزين الإشارات و النصوص و الصور و الأصوات و الرسائل بمختلف أنواعها ويقدمها للمستفيدين من هذه الخدمة؛ وقد وضحت المواد 14 و المادة 15 من التوجيه الأوروبي رقم 31 - 2000 الصادر بتاريخ 8-6-2000، المتعلق ببعض المظاهر القانونية لخدمات مجتمع المعلومات خاصة التجارة الالكترونية في السوق الداخلية، فأشارت إلى أنه يشترط لقيام مسؤولية متعهد الإيواء أن يثبت علمه بالمحتوى غير المشروع الموضوع على أجهزته التقنية، أو أن يكون النشاط غير المشروع واضحاً ويمتلك الأدوات التقنية التي تسمح له بالتحكم في المحتوى الذي بينته من خلال تقنياته، وأن يوقف بث المحتوى غير المشروع فور علمه به، كما ألزمت المادة 15 منه دول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي بأن لا تلزم متعهد الإيواء بأي التزام عام بمراقبة المحتوى المخزن على أجهزته أو أن يبحث عن الوقائع و الظروف التي تنشر محتوى غير مشروع.³

من خلال ما سبق تبيانه يظهر لنا إن متعهد الإيواء هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتخزين البيانات و المعلومات التي يستقبلها من الناشر على مواقع التواصل الاجتماعي، بما يسمح بإتاحتها

¹ - Cass, Civjere 14 janvier 2010, AJ 260, Obs, C. Manare

² - أحمد قاسم فرح، النظام القانوني لمقدمي خدمات الانترنت، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد 13، العدد 9، 2007، ص 324. حسن مهند حاتم، المرجع السابق، ص 26.

³ - مهند حاتم حسن، المرجع السابق، ص 27.

للجمهور، وهو مسؤول عن محتوى المنشورات حين يثبت علمه الفعلي بعدم مشروعية المنشور الذي قام بتخزينه وإتاحته للجمهور، فهنا موقفه سلبي حول اختيار المنشورات، فعمله قائم على تحميل المنشورات في الموقع و لا يتدخل لحذفها إلا بعد إخطاره بعدم مشروعيتها، وهذا على خلاف الناشر الإلكتروني الذي يكون دوره ايجابي في اختيار المنشور و الرقابة عليه.¹

ويتبين لنا من خلال هذه التفرقة أن الناشر الإلكتروني يتحمل المسؤولية عن المنشورات غير المشروعة التي يختارها ويراقبها وفق أحكام القواعد العامة للمسؤولية؛ أما متعهد الإيواء فلا تقوم عليه المسؤولية إلا إذا ما امتنع عن اتخاذ الإجراءات من أجل الوصول إلى المحتوى بعد تحقق علمه عن طريق الإخطار بعدم مشروعية المحتوى، فتكون مسؤوليته محدودة، وقد ذهب القضاء الأمريكي إلى اعتبار موقع اليوتوب متعهد إيواء، فقررت في دعوى Viacom Internationnal Inc et seq vs Youtube أن الموقع لا يدعو كونه متعهد إيواء ويلتزم به الأخير، ولا تطبق عليه الأحكام القانونية المطبقة على الناشر الإلكتروني.²

يكيف الناشر الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أساس كونه متعهد إيواء لا ناشراً إلكترونياً، نظراً لأنها تتيح للمستخدمين نشر المحتوى دون رقابة مسبقة، أو اختيار مسبق، وهذا ما تبينه سياسة المواقع الخصوصية وشروط الخدمة في مواقع التواصل الاجتماعي أن شخص المستخدم هو الذي تقول إليه حقوق المنشور، ويتحمل المسؤولية المترتبة عليه سواء أتاحه لعامة المستخدمين أو فئة منهم.³

ورغم ذلك، لا تُعفى هذه المواقع من المسؤولية عن المحتوى غير المشروع عند علمها به، فتلتزم بحذفه فوراً، وإتاحة آلية واضحة للإبلاغ عنه، إضافة إلى إبلاغ الجهات المختصة عند الضرورة. أما المسؤولية المباشرة عن النشر فتقع على عاتق المستخدم الذي قام بالنشر.

المبحث الثاني: الطبيعة القانونية للمسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

¹ - محمد ابراهيم عرسان ابو هيجاء، علاء الدين عبد الله فواز الخصاونة، المسؤولية التقصيرية لمزودي خدمات الانترنت عن المحتوى غير المشروع، جامعة الامارات، العدد الثاني و الاربون، ابريل 2010، ص 37.

² - Viacom Internationnal Inc et seq vs Youtube, 718 F, Supp, 2ed 514 (S.D.N.Y. 2010)

³ - جاء في بيان الحقوق و المسؤوليات في موقع الفاييس بوك في الفقرة 2 منه على أنه: "تقول ملكية كل محتوى و المعلومات التي تنشرها على فاييس بوك، ويمكنك التحكم في كيفية مشاركتها من خلال الخصوصية وإعدادات التطبيقات لديك" منشور على الموقع الإلكتروني:

<https://www.facebook.com/legal/terms>

- راجع؛ حسن مهند حاتم، المرجع السابق، ص 45.

المطلب الأول: المسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسؤولية عقدية و تقصيرية

أولاً: المسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسؤولية عقدية

يعتبر الفقه أن أصحاب المهن الحرة مثل الأطباء، المهندسين، المحامين، والصحفيين، يرتبطون بزبائنهم عادةً بعقود تتعلق بتقديم خدمات محددة، وتقوم مسؤوليتهم القانونية عند الإخلال بهذه الالتزامات على أساس المسؤولية العقدية،¹ ويُطبق هذا الحكم كذلك على بعض علاقات النشر في مواقع التواصل الاجتماعي متى وجد عقد صحيح ينظم العلاقة بين الأطراف.

تنشأ المسؤولية العقدية في مجال النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حالات متعددة، منها: التعاقد بين إدارة الموقع أو مديره التنفيذي وصحفيين أو وكالات أنباء لتزويد الموقع بمحتوى يومي من الأخبار والمعلومات، مثل حالة الطقس أو أسعار النفط و العملات، فإذا أخل أحد الأطراف بشروط هذا العقد، تتحقق المسؤولية العقدية بين الطرفين.²

كما تقوم المسؤولية العقدية بين المستخدم وموقع التواصل الاجتماعي ذاته من خلال اتفاقية الشروط والأحكام التي يوافق عليها المستخدم عند إنشاء حسابه، فإذا أخل الموقع بهذه الاتفاقية، كأن ينتهك خصوصية المستخدم أو ينشر رسائله الخاصة دون إذنه، فإنه يتحمل المسؤولية العقدية عن الضرر الذي يلحق بالمستخدم.³

¹ - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الأول، مصادر الالتزام، نهضة مصر، القاهرة، 2011، ص 821.

² - قد تعنى بعض المواقع نفسها من المسؤولية من خلال اتفاقية الشروط والأحكام كما في موقع (فيس بوك)، إذ جاء في البند 3/15 المنازعات "نحاول أن تجعل فيسبوك قيد التشغيل، وخالياً من الأخطاء، وأمناء لكنك تستخدمه على مسؤوليتك الشخصية، إننا نوفر فايس بوك " كما هو " من دون أي ضمانات صريحة أو ضمنية بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر الضمانات الضمنية للرواج التجاري والملائمة لغرض معين، وعدم انتهاك الحقوق لا تضمن أن يبقى فيسبوك آمناً أو خالياً من أي خطأ أو أن يعمل من دون تعرضه المعوقات أو فترات تأخير أو شوائب ليس فيسبوك مسؤولاً عن الإجراءات أو المحتوى أو المعلومات أو البيانات التي تخص أطراف ثالثة، وأن تبرئ دمتنا و ذمة أعضاء مجلس الإدارة و المسؤولين والموظفين والوكلاء لدينا، من أي مطالبات وأضرار، سواء كانت معروفة أم مجهولة، تنشأ عن أي مطالبة ترفعها ضد أي من هذه الأطراف أو تكون ذات صلة بها بأي طريقة". متاح على الرابط <https://www.facebook.com/legal/terms>

³ - عبد الرزاق السنهوري، النظرية العامة للالتزامات، نظرية العقد، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 1998، ص 622.

وتشمل المسؤولية العقدية أيضًا العلاقات بين المستخدمين أنفسهم، خاصة إذا تم التعاقد على نشر إعلان أو محتوى معين عبر صفحة مشهورة أو متخصصة، أو في حالة التعاقد مع شخص لإدارة صفحة تابعة لشركة أو منظمة، فإذا خالف أحد الأطراف شروط الاتفاق، كأن ينشر محتوى مسيئًا أو مخالفًا لما تم الاتفاق عليه، فإنه يتحمل المسؤولية العقدية.

يشترط لقيام المسؤولية العقدية توافر أركان العقد الصحيحة، وهي: الرضا، المحل المشروع، والسبب المشروع. وبالتالي، إذا كان سبب العقد مخالفًا للنظام العام أو الآداب العامة، كالتشهير أو نشر محتوى غير أخلاقي، فلا تنشأ مسؤولية عقدية.¹

كما أن مرحلة المفاوضات السابقة للعقد تخضع للمسؤولية التقصيرية إذا حصل عدول مفاجئ عن التفاوض دون مبرر.

تتحقق المسؤولية العقدية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حالات عدة: كعدم تنفيذ الالتزام بالنشر المتفق عليه، أو التنفيذ المعيب بنشر محتوى يسيء للمتعاقد، أو التأخير في النشر عن الموعد المحدد، أو التنفيذ الجزئي كحذف جزء من المحتوى. ويشترط أن يؤدي هذا الإخلال إلى ضرر فعلي يصيب أحد المتعاقدين، لتترتب المسؤولية العقدية وتلزم الطرف المخل بالتعويض.²

ثانيًا: المسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي مسؤولية تقصيرية

قد تبين لنا أن المسؤولية العقدية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي تدور وجودا وعدما مع وجود عقد صحيح بين الطرفين، وأن يُخل الناشر بأحد الالتزامات التي التزم بها في العقد، لذلك فالمسؤولية التقصيرية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي تثور في كل حالة ينصب فيها الإخلال على التزامات لا تكون الإرادة مصدرا لها، فيتحدد نطاق المسؤولية التقصيرية بتحديد نطاق المسؤولية العقدية، كما أن المسؤولية التقصيرية (مصدر) للإلزام وليس مجرد (أثر) للإخلال بالتزام سابق كما هو الحال في المسؤولية العقدية.³

فتثور المسؤولية التقصيرية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حالات انقضاء العلاقة العقدية بين الناشر المسئول والشخص المتضرر، فالمسؤولية العقدية تكون في مدة نفاذ العقد، وبالتالي قطع

¹ - جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية (البيع، الإيجار، المقاوله)، العاتك لصناعة الكتاب، القاهرة، 2007، ص 388.

² - سليمان مرقص، محاضرات في المسؤولية المدنية في تقنيات البلاد العربية، ص 3.

³ - محمد سليمان الأحمد، النظرية العامة للقصد المدني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2009، ص 186

المفاوضات تعشقا يكون مسؤولية المديرية كما بين ذلك القضاء الفرنسي،¹ كما أن المرحلة اللاحقة للعقد - أي المدة الزمنية التي تلي انتهاء العقد - تكون المسؤولية خلالها مسؤولية تقصيرية وإن كان الإخلال بالتزام قد ورد في العقد المبرم سابقا.²

وقد حدد الفقه حالات قيام المسؤولية التقصيرية عن النشر في مواقع التواصل الاجتماعي كما يلي:

- **حالة الخطأ الجسيم أو الغش:** إن المتعاقد يتعاقد مع مستخدم الإنترنت على نشر صور له على صفحته الخاصة على موقع التواصل الاجتماعي يسأل وفقا لأحكام المسؤولية التقصيرية.³

- **حالة مخالفة الناشر للنصوص القانونية:** كمخالفة النصوص المتعلقة بالنظام العام، بحقوق الملكية الفكرية، مس الحياة الخاصة، أو التشهير أو الإساءة للأفراد حتى ولو ماتوا فيبقى الحق للورثة، أو بث خطابات الكراهية، ... الخ

- **حالة مخالفة واجب قانوني:** وهو ما أكدته القضاء الفرنسي⁴ في حكم له عن قضية سب وقذف عبر صفحة احد الأشخاص في موقع التواصل الاجتماعي، فقررت التعويض على أساس المسؤولية التقصيرية الناتجة عن مخالفة واجب قانوني.

- **حالة اخطاء المهنية:**

تقوم المسؤولية التقصيرية عن الأخطاء المهنية يتم تحديدها عادة عن طريق خبراء المهنة يحددون إذا كان الفعل يمثل خطأ يستوجب التعويض، كما أن المحكمة تستعين بخبراء في الإعلام إذا ما طرح عليها نزاع من هذا القبيل قصد التأكد هل يدخل المنشور ضمن حرية التعبير المكفولة دستوريا، أم أنه تجاوزاً ويعتبر خطأ مهنيا يرتب المسؤولية التقصيرية والتعويض⁵

وخلصنا لما سبق تبياناه؛ إننا لو استطعنا أن نرجح أحد أنظمة المسؤولية المدنية على قضايا النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي فلن نتردد في اختيار قواعد المسؤولية التقصيرية كتنظيم قانوني موحد المسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ لأن معظم صور الخطأ في النشر عبر مواقع التواصل

¹ - Cass, civil, 15-03-2005, Dalloz, p1345.

² - حسين عامر، التعسف في استعمال الحقوق وإلغاء العقود، مطبعة مصرشركة مساهمة مصرية، 1960، ص 58.

³ عدنان ابراهيم سرحان، نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية الالتزامات، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2008، ص 321.

⁴ -Cass, civil, 20-11-2003, Dalloz, p 1346

⁵ - نبيل عبد شعيب المياحي، المسؤولية المدنية للقنوات الفضائية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة النهرين، 2009، ص 175.

الاجتماعي من قبيل الخطأ التقصيري، كالاغتناء على الحياة الخاصة للأشخاص أو التشهير بهم والإساءة إليهم أو تشويه سمعتهم وقذفهم مع عدم وجود علاقة عقدية بين المسئول والمضروب. و التعويض فيها يكون على الضرر المادي و المعنوي المباشر المتوقع وغير متوقع، عكس المسؤولية العقدية.¹

المطلب الثاني: أركان المسؤولية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لقيام المسؤولية المدنية - سواء العقدية أو التقصيرية- يجب توافر ثلاثة أركان وهما؛ الخطأ و الضرر و العلاقة السببية. ويقصد بالركن الأخير أن يكون الضرر نتيجة مباشرة لفعل الخطأ؛ ففي المسؤولية العقدية يرتبط الضرر باخلال المدين بالتزامه، وفي التقصيرية يرتبط بالفعل غير المشروع.

فركن السببية هنا يخضع لأحكام القواعد العامة و لا يثير خصوصية في موضوع النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فسوف تكون دراستنا على ركن الخطأ وتوضيح صوره في النشر الالكتروني، و الضرر بانواعه وشروطه، وهذا ما سوف نوضح كما يلي:²-

أولاً: ركن الخطأ الموجب للمسؤولية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم الخطأ

الأصل في الخطأ كما عرفه الفقه الفرنسي بلانيول بأنه إخلال بالتزام سابق³، قد يكون منشأه العقد أو القانون أو قواعد الأخلاق،⁴ و الخطأ يكون في المسؤولية العقدية أو التقصيرية على سواء؛ غير أنه في المسؤولية العقدية يعتبر إخلال المدين بالالتزام الذي يترتب العقد في ذمته،⁵ ويتحقق الخطأ هنا عندما يخل المدين بالتزامه التعاقدي، سواء بعدم تنفيذ أو التأخير - كتأخير النشر مثلاً -، أو أن يكون التنفيذ جزئياً أو معيباً؛ كإخلال مدير صفحة موقع تواصل اجتماعي باتفاق نشر اعلان أو مقال، بعدم النشر أو النشر بطريقة تسيء لصاحب الإعلان.

¹ - سليمان مرقص، الوافي في شرح القانون المدني، الجزء الثاني في الالتزامات، المجلد الثاني، في الفعل الضار و المسؤولية المدنية، مطبعة السلام، مصر، 1988، ص 19.

² - مهند حاتم حسن، المرجع السابق، ص 70 وما بعدها.

³ - حسن علي الذنون، النظرية العامة للالتزامات مصادر الالتزام - إثبات الالتزام، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1976، ص 232.

⁴ - علي فيلاي، الالتزامات (الفعل المستحق للتعويض)، الطبعة الثانية، موفم للنشر، الجزائر، 2007 ص 58.

⁵ - حسن علي الذنون، المرجع السابق، ص 233.

أما الخطأ الموجب للمسؤولية المدنية فيعرف على أنه إخلال بواجب قانوني بعدم الإضرار بالغير،¹ سواءً عن قصداً و عمداً أو إهمال وهو ما أكدته القضاء.²

ومن صور الخطأ لقيام المسؤولية المدنية- الإخلال بواجب قانوني وهو عدم الإضرار بالغير-؛ ويشمل الاعتداء على حقوق الآخرين، التشهير، المساس بالسمعة، أو نشر محتوى فيه انتهاك للخصوصية الشخص عبر مواقع التواصل الاجتماعي.³

ويتكون الخطأ التقصيري من عنصرين:-

العنصر المادي: وهو الإخلال بواجب القانوني، بمعنى انحراف الشخص عن السلوك الواجب، كقيامه بنشر محتوى مسيء عبر صفحته في مواقع التواصل الاجتماعي، وكان هذا المنشور يحتوي على إساءة إلى الغير.

أما المعنوي: فهو الإدراك والتمييز، بما يقوم به الشخص من التعدي و أن فعله يعد خروجاً عن القانون ويلحق ضرراً بالغير،⁴ كالنشر على موقع التواصل الاجتماعي، بما يسيء للغير و يسبب ضرراً لهم. ولقيام عنصر الخطأ لا بد أن يتوافر هذان العنصران وهو ما أكدته المشرع الجزائري طبقاً لنص المادة 125 من القانون المدني التي تنص على أنه: " لا يسأل المتسبب في الضرر الذي يحدثه بفعله أو امتناعه أو بإهمال منه أو عدم حيطته إلا إذا كان مميزاً".

وحسن ما فعل المشرع الأردني في نص المادة 156 من القانون المدني الأردني حينما رتب المسؤولية التقصيرية حتى على غير المميز، ولم يتطلب توافر لعنصر الإدراك⁵، فالخطأ في المسؤولية المدنية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يكون في أحوال عديدة من عديمي التمييز.

1 - Cour de cassation - Première chambre civile 17 octobre 2012-n° 11-10.577.

2 - Cour d'appel de Riom-ch. commerciale - 23 mars 2011 - n° 10/01-429.

- cass, civil, 23-11-1972, Dalloz, p 1349.

3 - أحمد السيد البهي الشوبري، المسؤولية المدنية عن الخطر التكنولوجي والتأمين عليها، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2016، ص 61.

4 - Cour de cassation - Première chambre civile 11 juin 2009-n° 08-12.742.

5 - سليمان مرقس، محاضرات في المسؤولية المدنية في تقنيات البلاد الغربية، مرجع سابق، ص ٧٧ وما بعدها.

5 - نائل علي المساعدة، أركان الفعل الضار الالكتروني في القانون الأردني، مجلة دراسات علوم الشريعة و القانون، جامعة الأردن، عمان، المجلد 32، العدد 1، 2005، ص 59.

فإن من ضمن المشكلات التي تواجه المجتمع هو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من دون رقابة، ودون التأكد من السن القانونية للمستخدمين، رغم تأكيد المواقع من خلال اتفاقية الشروط والأحكام على عمر معين لمستخدمي الموقع،¹ ورغم توافر بعض الطرق التقنية للتأكد من الإدراك والتمييز كأعادة كتابة الكلمة المكتوبة بصورة غير واضحة، فإنها غير كافية، ويجب أن تستحدث مواقع التواصل الاجتماعي من التقنيات التي يتأكد بها عمر المستخدم؛ ليكون مدركاً للعمل الذي يقدم عليه، وفي حالة إساءته للغير فإن عنصري الخطأ يكونان متوافرين، ومن الجدير بالذكر أن بعض صغار السن غير المميزين يفوقون أحياناً من هم أكبر منهم في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الإدراك يتناسب طردياً مع صور الخطأ في النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي تبيان عنصري الخطأ بينت محكمة النقض المصرية أنه إذا كانت العبارات المنشورة من خلال عنوانها وألفاظها تنطوي على إسناد وقائع مهيأة بالمضروب فإن ذلك يعني توافر عنصري الخطأ في حق الناشر، حتى ولو كانت تحت مسمى حرية التعبير.²

2- إثبات الخطأ الموجب للمسؤولية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

وفقاً لأحكام القواعد العامة في قيام المسؤولية المدنية فإن عبئ الإثبات يقوم على المدعي بناءً على قاعدة البينة على من إدعى؛ ففي المسؤولية العقدية، يجب إثبات وجود عقد صحيح، و في المقابل يطلب من المدعي عليه إثبات تنفيذ التزاماته.

وفي المسؤولية التقصيرية، يجب على المدعي إثبات وقوع الخطأ، بمعنى أن المدعي عليه اخل أو انحرف عن سلوك الشخص المعتاد، وما نتج عن تصرفه من ضرر.³

أما بخصوص قضايا النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بتأسيس المسؤولية المدنية، إن إثبات الخطأ له خصوصية مرتبطة بطبيعة النشر، حيث يرى الفقه⁴ إلى أن المسؤولية التقصيرية الناشئة عن التشهير أو الاعتداء على أحد الحقوق الشخصية عبر وسائل الإعلامية تقوم على أساس خطأ مفترض في

¹ - جاء في البند 4 من بيان الحقوق و المسؤوليات لموقع الفاييس بوك المعدل في 30 يناير 2015 على ما يلي: 5- عدم استخدام فاييس بوك إن كنت دون سن 13 عاماً " متاح على الرابط:

<https://www.facebook.com/legal/terms>.

² - نقض مصري رقم 508 لسنة 57 جلسة 1995-05-21

³ - محمد ناجي ياقوت، مسؤولية الصحفيين المدنية في حالة قذف ذوي الصفة العمومية، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1985، ص 30.

⁴ - Philips James; General Principals of law of torts fourth edition, london, 1978, p 244.

جانب الناشر، من مجرد نشره المادة التي تحتوي على الإساءة للغير، فكل ما على المضرور هو إثبات أن المادة تنطوي على معنى من شأنه المساس به والإساءة له؛ لتقوم قرينة على توافر الخطأ في جانب الناشر. بينما يرى آخرون¹ أن أساس المسؤولية المدنية تقوم على إثبات الضرر وحده جراء النشر دون حاجة لإثبات الخطأ، وفقاً لمبدأ تحمل التبعة.

أما القضاء سواء في فرنسا أو مصر² ذهباً بالقول إلى افتراض الخطأ وبالخصوص في قضايا النشر و التشهير؛ فعند نشر أي محتوى يتضمن المساس والإساءة للسمعة، تتعقد المسؤولية دون حاجة المدعي لإثبات الخطأ.

ومن خلال ما تقدم يتبين لنا أن ساس المسؤولية المدنية عن النشر في مواقع التواصل الاجتماعي هو الخطأ الواجب الإثبات، مع إمكانية الاستعانة بوسائل الإثبات المختلفة لإثبات وقوع الخطأ من جانب الناشر، سواء بنشره محتوى مسيئاً أو تشهيرياً تسبب في ضرر للغير، وهو ما ذهب إليه القضاء في الاستعانة بالمعينة و الخبرة لإثبات الخطأ من جانب الناشر في مواقع التواصل الاجتماعي.

3- حالة نفي الخطأ المقرر للمسؤولية عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لنفي ركن الخطأ ودفع المسؤولية عن الناشر في مواقع التواصل الاجتماعي، أن يدفع بممارسته بحقه في النقد بناء على حرية التعبير و الرأي المكفولة دستورياً طبقاً للمادة 51 من الدستور الجزائري التي تنص على أنه: لا مساس بحرمة حرية الرأي" والمادة 52 منه التي تنص على أنه: "حرية التعبير مضمونة"، والمادة 54 كذلك منه تنص على أنه: 6- الحق في نشر الاخبار و الافكار و الصور و الآراء في إطار القانون، واحترام ثوابت الأمة وقيمتها الدينية و الأخلاقية و الثقافية".

ويعرف حق النقد بأنه³: "حق كل شخص في إبداء رأي سلبي إزاء تصرف واقع أو موضوع موجود يهم المجتمع بقصد النفع العام بصورة موضوعية وباستخدام العبارات الملائمة لذلك".

¹ - Patrice Jourdian, Les Principes de la responsabilite civil, second edition, paris, 1994, p 121.

² - Cour de cassation, troisième chambre civile, 17-09-2014, n°13-21.747.

قرار محكمة النقض المصرية في 30-12-1960، المشار إليه لدى؛ محمد ناجي ياقوت، مسؤولية الصحفيين المدنيين في حالة القذف في حق ذوي الصفة العمومية، مرجع سابق، ص 34.

³ - عودة يوسف سلمان، الحماية الدستورية لحرية الرأي و أثرها في تحديد نطاق جرائم الرأي في الإعلام التقليدي و الالكتروني، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، العدد 3، 2013، ص 129.

ولنفي الخطأ يجب توافر شروط معينة يلزم بها الناشر لكي يبتعد عن المسؤولية ويعتبر ما قام به من نشر مشروع ومباح، وتتجلى هذه الشروط فيما يلي¹:-

➤ **الاعتقاد بصحة الواقعة:** حيث يرى الناقد إن الواقعة التي نشرها تعتبر صحيحة ومبنية على حقائق معلومة، وأن يكون نشره نتيجة حسن نيته، لأنه بحث في الأمر واعتقد بصحته.

➤ **ارتباط الواقعة بالمصلحة:** أن تكون الواقعة محل النقد ذات اهتمام وصلة بالمجتمع، وليس بخصوص حياة الخاصة للأفراد، كما يكون النقد الموجه للشخصيات العامة (رئيس، وزير، ... الخ) من أجل تنويرهم في أداء مهامه على وجه حسن، بدون سب أو شتم.

➤ **الالتزام بالعبارات الملائمة:** يجب على الناشر استخدام عبارات لائقة بعيدة عن السب و القذف وغيرها.

➤ **حسن النية:** وتظهر حسن النية إذا الغرض من النقد موجه لخدمة المصلحة العامة لا لتصفية الحسابات أو التشهير.

هذه الشروط إذا ما توافر لدى الناشر فإنها تعد من مسببات نفي الخطأ عنه، وبها يتم الدفع بعدم المسؤولية لانقضاء ركن الخطأ.

ثانياً: ركن الضرر الموجب للمسؤولية في النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

1- مفهوم الضرر في النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ويمكن تعريف الضرر في نطاق النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي بأنه ذلك الأذى الذي أصاب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له بسبب منشور في مواقع التواصل الاجتماعي.

صور الضرر في النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهي كما يلي:²

- **حالة ترتب الضرر الشخصي:** كالنشر وكشف الأسرار الحياة الخاصة للأفراد، أو صورهم بدون إذن، وكالإساءة إلى السمعة.

- **حالة وجود ضرر يمس مصلحة مشروعة:** مثل نشر معلومات أو أخبار كاذبة على منتج لشركة حيث يؤثر سلباً عليها.

¹ - محمد الشهاوي، وسائل الإعلام و الحق في الخصوصية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010، ص 17.

² - سليمان مرقص، محاضرات في المسؤولية المدنية في تقنيات البلاد العربية، المرجع السابق، ص 42.

- حالة ترتب ضرر عام: حيث ينشر الشخص معلومات وأخبار كاذبة قصد الإخلال بالأمن والنظام العام أو نشر خطابات الكراهية أو العنف.

وقد يجتمع الضرر الخاص بالضرر العام، عند نشر أخبار كاذبة يكون القصد من ورائها إثارة الفتنة، والتشهير بأشخاص بعينهم.

وخلاصة ما ذكرناه؛ يعتبر الضرر هو الأساس في قيام المسؤولية المدنية عن النشر، سواء في العالم الواقعي أو في الفضاء الرقمي، ولا وجود للمسؤولية بدونه أو التعويض، فهو الذي يعطي للمضرور الحق في المطالبة بالتعويض.

1- أنواع الضرر الناتج عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

أ- الضرر المادي:

كل خسارة مالية فعلية، أو فوات كسب محتمل؛ كانت نتيجة- خطأ- نشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، قد ترتب ضرر مادي للشخص أو المؤسسة في الحالات التالية:-

- حالة الخسارة المباشرة أو فوات الكسب؛ مثل نشر أخبار كاذبة عن إفلاس شخص أو شركة، مما يؤدي إلى توقف المعاملات معها.

- حالة الإخلال بالتزامات النشر التعاقدية؛ وذلك عندما يتعاقد صاحب مطعم مثلاً مع صفحة للترويج له، لكن الناشر يمهّل نشر قائمة الخدمات و الأطعمة أو العصائر، مما يؤدي إلى عزوف الناس عنه.¹

- حالة المساس بالسمعة المالية و التجارية؛ وذلك تكون كالتشهير بمنتج معين أو الادعاء الكاذب بأن مصنعا يستخدم مواد فاسدة، فيهجره الناس عن ذلك التصرف.²

- حالة الاعتداء على حقوق الملكية الفكرية؛ كنشر كتاب أو فيلم على مواقع التواصل الاجتماعي ولكن بدون إذن صاحبها، مما يؤدي به إلى تراجع مبيعات ذلك المؤلف في السوق نظراً لسهولة التحصل عليه من قبل الجمهور؛ أو تشويه المصنفات الأدبية أو الفنية، مما يضر بالمؤلف مادياً نتيجة عدم شراء الناس له.³

¹ - أحمد كمال أحمد صبري، المسؤولية المدنية للمورد على شبكات المعلومات، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 2009، ص 285.

² - أوريدة عبد الجواد صالح، خصوصية المسؤولية التقصيرية للصحفي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2016، ص 63.

³ - سهيل حسين الفتلاوي، حقوق المؤلف المعنوية في القانون العراقي، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1978، ص 304.

ب- الضرر المعنوي (الأدبي)

يعتبر الضرر الأدبي هو ذلك الأذى الذي يصيب الشخص في شرفه أو سمعته أو في مكانته الاجتماعية أو في مشاعره وكرامته، دون أن تكون له آثار مادية مباشرة.

- وتتجلى صور الضرر الأدبي في النشر عبر مواقع التواصل كما يلي:

- حالة السبب الاشخاص والقذف والتشهير، كاتهام شخص أو شركة بالاحتيال أو الفساد.

- حالة الاعتداء على الخصوصية الناس، بنشر صور أو معلومات شخصية دون إذن.

- حالة الحط من الكرامة أو الاعتبار الاجتماعي، مثل نشر إشاعات تمس الشرف أو السلوك

الشخصي.

قد يقترن الضرر الأدبي بالضرر المادي أو يكون مستقلاً عنه، كاتهام شركة بأنها محتالة يؤدي إلى ضرر مادي (خسارة العملاء) وضرر أدبي (التشهير بسمعته).

2- شروط الضرر القابل للتعويض عن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هنا سوف نلخص جملة من الشروط المتفق عليها قصد تحقيق التعويض الناتج عن الضرر الذي أصاب الشخص عن طريق النشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

- أن يكون الضرر محققاً وواقعاً: ونقصد به أن هناك ضرر وقع فعلاً وليس احتمالي الوقوع، لأنه لم يقع بعد.¹

- أن يكون الضرر مباشراً: وهو الضرر الذي يعتبر نتيجة طبيعية ومباشرة للفعل الضار الذي هو النشر، كما أنه في المسؤولية التقصيرية يعوز عن الضرر المباشر سواء كان متوقعا أو غير متوقع.²

- أن يصيب الضرر حقاً أو مصلحة مشروعة للمضرور.³

- ألا يكون الضرر قد سبق تعويضه؛ لا يجوز الجمع بين تعويضين إذا أخذ من عند الناشر تعويض فلا يجوز له المطالبة أمام القضاء بالتعويض ثاني.⁴

¹ - أنور سلطان، الموجز في النظرية العامة للالتزام " مصادر الالتزام " دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005، ص 345.

² - حسن علي الذنون، النظرية العامة للالتزامات، المرجع السابق، ص217.

³ - حسن علي الذنون، المرجع نفسه، ص217.

⁴ - أنور سلطان، المرجع السابق، ص 347

الخاتمة

في ضوء ما سبق تبيان، يتبين أن النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح اليوم من أخطر مظاهر الاستخدام التكنولوجي، لما يحمله من إمكانية واسعة للوصول إلى الجماهير والتأثير في الرأي العام، سواء بالإيجاب أو بالسلب، وتعتبر هذه المنصات الالكترونية مجالا خصبا لحرية التعبير، ولكن فإن هذه الحرية لا تعني إطلاق يد الناشر دون قيد، خاصة عندما يتعلق الأمر بالإضرار بحقوق الآخرين، سواء كان ذلك بالمساس بشرفهم واعتبارهم أو بخصوصيتهم أو بمصالحهم الاقتصادية.

لذلك، فإن المسؤولية المدنية للناشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي تقوم متى تحقق الضرر وثبتت علاقة السببية بين فعل النشر وبين الأذى الذي لحق بالغير، سواء كان ذلك الفعل عمديا أو ناشئا عن إهمال أو تقصير؛ ويتحمل الناشر في هذه الحالة التزاما بالتعويض لجبر الضرر، سواء أكان الضرر ماديا أو معنويا.

وتبرز أهمية هذه المسؤولية في تحقيق التوازن بين حرية التعبير وضمان حماية الحقوق الشخصية للغير، وهو ما يتطلب تفعيل دور القضاء، ووضع إطار قانوني واضح يحدد حدود هذه المسؤولية وآلياتها، بما يكفل صون كرامة الأفراد وحماية المجتمع من مخاطر الاستخدام السلبي لهذه الوسائل الحديثة.

قائمة المصادر و المراجع:

1- أولاً: النصوص القانونية

- المرسوم الرئاسي رقم 20- 442، المتضمن الدستور الجزائري، الصادر بتاريخ 30 ديسمبر 2020، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 82.

- قانون عضوي رقم 23-14 مؤرخ في 10 صفر 1445 الموافق ل 27 غشت 2023، المتعلق بالاعلام، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 56.

- لأمر رقم 75- 58، المتضمن القانون المدني، الصادر بتاريخ 20 رمضان 1395 هـ، الموافق 26 سبتمبر 1975، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 07-05 الصادر بتاريخ 13 ماي 2007، الجريدة الرسمية، العدد 31 لسنة 2007.

- القانون رقم 23 - 19 المؤرخ في 18 جمادى الأولى 1445، الموافق ل 2 ديسمبر 2023، المتضمن الصحافة المكتوبة و الصحافة الالكترونية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 77.

ثانياً: الكتب

- أحمد السيد البهي الشوبري، المسؤولية المدنية عن الخطر التكنولوجي والتأمين عليها، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2016.
- أنور سلطان، الموجز في النظرية العامة للالتزام " مصادر الالتزام" دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2005.
- أوريدة عبد الجواد صالح، خصوصية المسؤولية التقصيرية للصحفي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2016.
- أيمن أحمد الدلوع، عقد النشر الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2016.
- جعفر الفضلي، الوجيز في العقود المدنية(البيع، الايجار، المقاولة)، العاتك لصناعة الكتاب، القاهرة، 2007.
- حسن علي الذنون، النظرية العامة للالتزامات مصادر الالتزام - أحكام الالتزام - إثبات الالتزام، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1976.
- حسين عامر، التعسف في استعمال الحقوق وإلغاء العقود، مطبعة مصرشركة مساهمة مصرية، 1960.
- سليمان مرقص، الوافي في شرح القانون المدني، الجزء الثاني في الالتزامات، المجلد الثاني، في الفعل الضار و المسؤولية المدنية، مطبعة السلام، مصر، 1988.
- سليمان مرقص، محاضرات في المسؤولية المدنيةفي تقنيات البلاد العربية، القسم الأول، الحكام العامة، معهد الدراسات العالية، جامعة الدول العربية، 1988.
- سهيل حسين الفتلاوي، حقوق المؤلف المعنوية في القانون العراقي، دار الحرية للطباعة، بغداد، 1978.
- عبد الرزاق السنهوري، النظرية العامة للالتزامات، نظرية العقد، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 1998.
- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الأول، مصادر الالتزام، نهضة مصر، القاهرة، 2011.
- عدنان إبراهيم سرحان، نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، مصادر الحقوق الشخصية للالتزامات، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2008.

- عز محمد هشام الوحش، الإطار القانوني لنشر العقد الالكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
- على فيلاي، الالتزامات (الفعل المستحق للتعويض)، الطبعة الثانية، موفم للنشر، الجزائر، 2007 .
- محمد الشهاوي، وسائل الإعلام و الحق في الخصوصية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2010.
- محمد سامي عبد الصادق، شبكات التواصل الاجتماعي ومخاطر انتهاك الحق في الخصوصية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2016.
- محمد سليمان الأحمد، النظرية العامة للقصد المدني، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2009.
- محمد ناجي ياقوت، مسؤولية الصحفيين المدنية في حالة قذف ذوي الصفة العمومية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1985.

ثالثاً: الرسائل و المذكرات

- نبيل عبد شعيب المياحي، المسؤولية المدنية للقنوات الفضائية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة النهرين، 2009.
- مهند حسن حاتم، المسؤولية المدنية للنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، 2019.
- أحمد كمال أحمد صبري، المسؤولية المدنية للمورد على شبكات المعلومات، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 2009.

رابعاً: المقالات

- أحمد قاسم فرح، النظام القانوني لمقدمي خدمات الانترنت، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، الأردن، المجلد 13، العدد 9، 2007.
- خالد حامد مصطفى، المسؤولية الجنائية لناشري الخدمات التقنية ومقدميها عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، مجلة رؤية استراتيجية، مركز الإمارات للدراسات والبحوث، المجلد الأول، العدد الثاني، مارس 2013.
- عودة يوسف سلمان، الحماية الدستورية لحرية الرأي و أثرها في تحديد نطاق جرائم الرأي في الإعلام التقليدي و الالكتروني، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، العدد 3، 2013.

- محمد إبراهيم عرسان ابو هيجاء، علاء الدين عبد الله فواز الخصاونة، المسؤولية التقصيرية لمزودي خدمات الانترنت عن المحتوى غير المشروع، جامعة الإمارات، العدد الثاني والأربعون، ابريل 2010.
- محمد سعيد، عبد الله الشياب، النظام القانوني للنشر الالكتروني، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، الجامعة الأردنية، عمان، المجلد 42، العدد 2، 2015.
- محمد سليمان الأحمد، أهمية الفرق بين التكيف القانوني وطبيعته القانونية في تحديد نطاق تطبيق القانون المختص، مجلة الرافدين للحقوق، مجلد 1، السنة التاسعة، العدد 20، 2004.
- نائل علي المساعدة، أركان الفعل الضار الالكتروني في القانون الأردني، مجلة دراسات علوم الشريعة والقانون، جامعة الأردن، عمان، المجلد 32، العدد 1، 2005.