

اثبات الغش الغذائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. دراسة مقارنة Proving food fraud via social media. A comparative study

(1) * د/ سجي عمر شعبان ال عمرو

(1) كلية الحقوق، جامعة الموصل، sajaalamr@uomosul.edu.iq، العراق

تاريخ النشر: 2025/12/01

تاريخ القبول: 2025/11/20

تاريخ الإرسال: 2025/ 09/ 17

ملخص:

الغش في المنتجات التجارية عموماً والمنتجات الغذائية خصوصاً من الآفات الاجتماعية والاقتصادية القديمة التي نشأت مع المجتمعات البشرية الأولى لكن آثاره استفحلت بشكل يثير القلق والخوف في الوقت الحاضر، وما ينتج عنه من أضرار واضرار على صحة المواطنين وحياتهم، بل واصبحت الافة تزداد في مجال التجارة الالكترونية والتي تتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي وظهور مشاريع صغيرة اخذت على عاتقها القيام بصناعة الغذاء وتصديره عبر الانترنت ووجود منتجين غي مرخص لهم في صناعة الغذاء وتزداد المشكلة صعوبةً وتعقيداً عندما يقف المستهلك عاجزاً عن اثبات عدم سلامة المنتج الغذائي وعيوبه وبالمقابل يقف المنتج ايضا عاجزاً عن اثبات سلامة منتجه ليأتي دور التشريع لوضع قواعد في الاتبات وطرقه تتماشى مع هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة كتحدي جديد من تحديات الحادثة في الوسائل الالكترونية فكان لابد من التصدي لها لمعالجة المشكلة ووضع حلول لها حماية للمتعاملين وسلامة غذائهم عبر وسائل التواصل الاجتماعية في القضايا المدنية وتحقيقاً لأهداف التنمية المستدامة.

الكلمات المفتاحية: الاتبات، الغش الغذائي، المستهلك، وسائل التواصل الاجتماعي، التنمية المستدامة

Abstract:

Fraud in commercial products in general and food products in particular is an ancient social and economic scourge that arose with the first human societies, but its effects have worsened in a way that raises concern and fear at the present time, and the resulting dangers and damage to the health and lives of citizens. The scourge is even increasing in the field of electronic commerce. Which is done through social media and the emergence of small projects that have taken it upon themselves to manufacture food and export it via the Internet and the presence of unlicensed producers in the food industry. The problem becomes more difficult and complex when the consumer is unable to prove the unsafety of the food product and its defects, and in return the producer is also unable to prove the safety of his product. The role of legislation comes to set rules of proof and its methods that are compatible with these modern technological means as a new challenge of modernity in electronic means. It had to be addressed to address the problem and develop solutions to protect customers and the safety of their food through social media in civil cases and to achieve the goals of sustainable development..

Keywords: Evidence, food fraud, consumer, social media, sustainable development

* المؤلف المرسل : د/ سجي عمر شعبان ال عمرو

مقدمة

اولاً: مدخل تعريفى بموضوع البحث

يعد الاهتمام بصحة الغذاء وسلامته أساساً للحفاظ على الصحة، ابتداءً بالجودة والصلاحية وانتهاءً بتحضير الطعام وتقديمه، ليحمي الأفراد أنفسهم من خطر وتأثير التلوث على الصحة الذي قد يكون له أثراً واضحاً كالتسمم، أو أثراً بعيد المدى كأمراض الجهاز الهضمي ويشير مصطلح سلامة الغذاء إلى ضوابط عملية التعامل مع الغذاء بمراحلها جميعها من تصنيع وتخزين وتغليف وحفظ، لحين استهلاكه بأمان ومن دون التعرض لضرر ومخاطر صحية محتملة.

ونتيجة للأهمية المتناهية للأغذية وما ينجم عنها من أضرار جديّة على صحة الإنسان لما يحتله موضوع الغذاء من حيز كبير للإنسان وشدة حاجتهم إليه، قامت التشريعات بتوفير حماية قانونية للغذاء من التلوث وأصدرت تشريعات متخصصة بسلامة الغذاء والتصدي للغش الغذائي. الذي بات يشكل ظاهرة أخذت بالتزايد وتمثل خطراً كبيراً على الإنسان، ولعل السبب في ازدياد هذه الظاهرة هو بروز السمة المادية في نفوس التجار، والتوسع التكنولوجي في وسائل وطرق الغش. وما يشهده العالم اليوم من ثورة في مختلف المجالات رغبة منه في تحسين مستوى معيشة الأفراد والأسر وتحقيق الرفاهية للمجتمع ، وفى ظل مناخ العولمة التي عملت على إحداث تغييرات عديدة أهمها التسوق عن بُعد من خلال شبكة الإنترنت، هذه الخدمة التي باتت متاحة دائماً في العصر الحديث حيث أصبحت السلع الغذائية متوفرة ومتنوعة بأشكال مختلفة وتلبي كل ما يحتاجه الفرد في حياته دون عناء الانتقال الى أماكن بيعها فما على المستخدم الا التصفح والتبضع ،وبسبب زيادة عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي و تضاعف حجم ساعات تصفح الأفراد فيها، توجهت أغلب المؤسسات الاقتصادية المنتجة او المستوردة للغذاء الى استغلال تلك الفضاءات للتسويق وقد تقاومت هذه الأخطار مع ظهور صناعات جديدة منها صناعة الغذاء المجهز ، ونشوء مؤسسات الأغذية على نطاق تجاري واسع لاسيما من قبل مشروعات صغيرة تصنع الغذاء من داخل منزلها ، ناهيك عن انتشار أماكن بيع الأغذية ومطاعم الوجبات السريعة.

يبدأ التسوق عن بُعد باختيار المنتجات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبحث في مواصفات المادة الغذائية التي يطلبها والتأكد من جودتها، بالسعر الأنسب ان هذا التزايد في الاعتماد على الإنترنت اظهر العديد من التحديات القانونية وجب تسليط الضوء عليها لضمان سلامة الغذاء بعد وصوله إلى المستهلك حيث قد يتعرض الى الغش الغذائي لعدم قدرته على التأكد من سلامة السلعة الغذائية في العالم الافتراضي والذي يشكل خطراً على حياته ويعرض التاجر او المورد الى المسؤولية القانونية التي لا بد من اللجوء الى القضاء لا ثباتها واثبات الغش وتزداد المسالة تعقيدا عند خلو التشريعات من تنظيمات خاصة بوسائل اثباتها نظرا لحداتها مما يستلزم تسليط

الضوء عليها والبحث عن حلول قانونية لهذه التحديات الحديثة ضمانا لسلامة الغذاء عند التسوق عن بُعد وتحقيق اهداف التنمية المستدامة.

ثانيا: اهمية البحث

تكمن اهمية البحث من اهمية سلامة الغذاء وضمان صحة الانسان وحمايته من التعرض لمخاطر الغش الذي بات يشكل خطرا متفشيا القى بظلاله على اقتصاد البلاد وعلى المستهلك ذلك الطرف الضعيف في المعاملات التجارية لاسيما في ظل التجارة الالكترونية والتسوق عن بعد الذي يحتاج دوما الى توفير حماية قانونية له ومساعدة التشريعات له في الحصول على هذه الحماية من خلال توفير وسائل حديثة تتلاءم مع الواقع الذي يعيشه في العالم الافتراضي ومعاملاته عن بعد لإثبات حقه وضمان حمايته ومساءلة الغشاشين.

ثالثا: فرضيات البحث

تتجسد الفرضيات بالآتي:

1-ان التقاء الظواهر والوقائع المادية في الغش الغذائي وانتشار التسوق عن بعد من خلال استخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار الاعلانات المروجة للأغذية يمكن ان يخلق اساليب للتعامل في البيع والشراء وبالتالي وقوع الغش في المواد مما يصعب اثباته.

2-امكانية استثمار الادلة المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الاثبات المتطور للغش الغذائي.

رابعا: مشكلة البحث وتساؤلاته:

تكمن مشكلة البحث في بيان التحديات القانونية التي تواجه الخصم عند اثبات الغش الواقع عبر وسائل

التواصل الاجتماعي وستقوم الدراسة بطرح التساؤلات الآتية:

- ما مفهوم الغش الغذائي؟ وماهي صوره عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي؟ وماهي تطبيقاتها؟
- كيف يتم اثبات الغش؟
- ما المقصود من الادلة المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ماهي الجهود التشريعية في مجال الحفاظ عل سلامة الغذاء من الغش؟
- ماهي الجهود التشريعية في مجال الاثبات بوسائل التواصل الاجتماعي؟ وما مدى كفايتها؟

خامسا: نطاق البحث

يتحدد نطاق البحث بأدلة اثبات الغش الغذائي في القضايا المعروضة على القضاء المدني وبذلك يخرج من نطاق البحث الادلة امام القاضي الجنائي.

سادسا: اسباب اختيار موضوع البحث

ترجع اسباب اختيارنا لهذا الموضوع إلى ما يلي :

- 1- تفاقم ظاهرة تلوث الغذاء بسبب الغش وما يترتب عليها من أمراض وحالات تسمم غذائي تهدد مصير الإنسان بسبب خصوصية الشراء عبر الانترنت والتأكد من سلامة الغذاء .
- 2- حداثة هذا الموضوع والمتأتية من حداثة وسائل الاثبات في العالم الافتراضي وقلة وندرة الدراسات والأبحاث حوله وعدم شمولها لجوانب الموضوع كافة بغية الاجابة عن التساؤلات المثارة حوله.
- 3- عدم كفاية وفعالية النصوص القانونية فيما يتعلق بمواجهة التحديات القانونية التي تثيرها وسائل التواصل الاجتماعي وقدرتها على ايجاد حلولاً قانونية.

سابعا: منهجية البحث

اتبع الباحث المنهج التحليلي المقارن من خلال تحليل النصوص القانونية على الموضوع وتم اختيار المنهج المقارن للتشريعات العراقية مع التشريعات الاماراتي والجزائري المنظمة للمسالة موضوع البحث.

ثامنا: هيكلية البحث

ولأجل الوقوف عند موضوع البحث ارتأى الباحث تقسيم الخطة إلى قسمين، الأول سنتطرق فيه إلى التعريف بالغش الغذائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي ،و الثاني سنتناول فيه اثبات الغش الغذائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

1.التعريف بالغش الغذائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تمثل ظاهرة الغش عموما والغش الغذائي خصوصا من الظواهر القديمة التي تصدت لها التشريعات بالمعالجة بغية توفي حماية للمستهلك فالغش مصطلح ليس بالحديث وما يحمله من معاني في المجال القانوني سواء في التشريعات او اجتهادات الفقهاء وما ينتج عنه من صور متنوعة متعارف عليها في المعاملات التجارية، الا ان الغش لم يقف عند هذا الحد بل اصبح يتم في عالم افتراضي حيث شهدت التجارة الالكترونية في مختلف دول العالم تحولا جذريا نتيجة للتقدم الحاصل في تقنيات الاتصالات من خلال شبكة الانترنت فقد استطاعت هذه الشبكة أن تجمع مناطق متباعدة ومتفرقة في العالم في سوق الكترونية محلية وعالمية، محققة بذلك عدة مزايا للمستهلكين للتسوق عبر استخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي والتي ممكن ان يكون عرضة للوقوع في

الغش من خلالها ولأجل الوقوف عند مفهوم الغش ووسائل التواصل الاجتماعي قمنا بتقسيم التعريف إلى مفهوم الغش الغذائي ثم تحديد مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

1.1 مفهوم الغش الغذائي

يعد مصطلح الغش الغذائي مركب وصفي يتكون من صفة وهي الغذائي وموصوف وهو الغش عليه لابد ان نعرفه لغة أولا ثم اصطلاحا ثم قانونا وكالاتي:

الغش لغة: "نقيض النصح، وهو مأخوذ من الغش المشرب الكبر، وغشه يغشه لم يحصه النصيحة" (1) وفي القاموس المحيط هو "نقيض النصح وغشه لم يحصه النصح واطهر له خلاف ما أضمر" (2) ومعنى الغذاء اللغوي فيراد به: هو كل ما يتغذى به الانسان، ويكون فيه نماء للجسم وقوامه من قبيل الطعام، والشراب (3).

اما اصطلاحا: فبداية لابد من تعريف الغش التجاري والصناعي عموما على اعتبار ان الغش الغذائي يمثل أحد صوره، يمكن القول انه تنوعت التعريفات الفقهية فيه فعرفه البعض بانه "كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة أو خواص المواد أو فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل. او" هو "كل فعل عمدي ينال سلعة ما بتغيير خواصها أو ذاتيتها أو صفاتها الجوهرية وبشكل عام العناصر الداخلة في تركيبها بحيث ينخدع المتعاقد الآخر" (4) وعرفه البعض الآخر بانه "كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة المواد أو فائدتها التي دخل عليها عمل الفاعل، ولاتهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل في سبيل تحقيق غايته. فقد يتم الغش بإحلال مواد أقل قيمة مكان أخرى أعلى منها فيما يراد إدخال الغش عليه أو بإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخرى عليه تزيد من كميته وتقلل من مفعوله، وغير ذلك من الصور التي لا تدخل تحت حصر حيث يتفنن الغشاشون في استنباطها لتحقيق أغراضهم بالحصول على أرباح طائلة وغير مشروعة" (5)

او هو " كل تعديل أو تغيير عمدي من شأنه إيجاد فروق في الأوزان بالزيادة أو النقصان يستفيد منه الحائز لأدوات القياس، ويقع ضررا على المستهلك. ويعرف كذلك على أنه تغيير يقع على جوهر السلعة أو تكوينها الطبيعي وتكون هذه السلعة معدة للبيع بحيث يترتب على هذا التغيير التأثير على خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو اعطائها مظهرا آخر يختلف عنه في الحقيقة، وذلك من أجل الاستفادة من الخواص المسلوقة للحصول على كسب مادي عن طريق الفرق في الثمن" (6)

اما الغش المقصود والذي نحن بصدده محل البحث وهو الغش في المنتجات الغذائية عرفه البعض بانه " كل ما يطرأ على السلعة أو المنتج من تغيرات تؤدي إلى تغيير في الخواص الطبيعية أو الخواص الكيميائية للسلعة سواء بنقص بعض مكوناتها أو إضافة مواد أخرى تحدث بها تلف أو عيب أو تزيد من حجمها أو وزنها أو تغيير

من لونها أو شكلها الطبيعي ويؤدي ذلك إلى تلوث أو تسمم أو ضرر بصحة المستهلك وبيئته وتكلفة السلعة⁽⁷⁾ وهو "أي فعل متعمد يقصد منه خداع المستهلكين بتزويدهم بمعلومات خاطئة عن جودة المنتجات الغذائية ومكوناتها لتحقيق مكاسب مالية." (8)

اما قانوننا: ومن خلال استقراء ترسانة التشريعات العراقية الخاصة بالمعاملات التجارية وحماية المستهلك والأغذية والمنتجات وعلى الرغم من تجريم الغش التجاري والصناعي بصوره كافة ومنها الغش الغذائي واعتباره من الاعمال الغير المشروعة من قبل المشرع العراقي في المعاملات التجارية في قانون العقوبات رقم 111 لسنة 1969 المعدل (9) كذلك في قانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2010 الا اننا لم نجد فيه أي تعريف له وتحديد لماهيته وانما فقط حظر العديد من السلوكيات التي تتصل بالغش الذي يطل صحة الإنسان وحياته وذلك في الفصل الخامس منه تحت عنوان المحظورات في المادة التاسعة (10)

ولم نجد تعريفاً للمنتجات والسلع الغذائية بنص مخصوص بل فقط عرف السلعة على العموم وذلك في المادة الاولى في الفقرة ثانياً بالنص على انه "السلعة: كل منتج صناعي أو زراعي أو تحويلي أو نصف مصنع أو مادة أولية أو أي منتج آخر ويمكن حسابه أو تقديره بالعدد أو الوزن أو الكيل أو القياس يكون معداً للاستهلاك" وكذلك الحال في قانون حماية المنتجات العراقية رقم (11) لسنة 2010 المعدل حيث نجد ان المشرع لم يعط تعريفاً أو مفهوماً لمصطلحي الغش والغذاء، وإنما اكتفى بتعريف مصطلح المنتجات (11)

اما في التشريع الاماراتي، فقد اولى المشرع للغش وحماية المستهلك منه اهمية كبيرة من خلال احاطته بتشريعات حمائية كضمانات لحمايته من الغش والتدليس على العموم، فجاء بقانون خاص لمكافحته وهو قانون مكافحة الغش الاتحادي ذي الرقم 42 لسنة 2023 حيث نلاحظ انه قد نص على تحديد مفهوم الغش وذلك في المادة الأولى منه والخاصة بالتعريفات بالقول: "الغش التجاري: خداع المتعامل بأية وسيلة كانت وذلك بتبديل أو تغيير ماهية السلع أو مقدارها أو جنسها أو سعرها أو صفاتها الجوهرية أو منشئها أو مصدرها أو صلاحيتها أو تقديم بيانات تجارية غير صحيحة أو مضللة عن المنتجات المروجة أو أي أمر آخر متعلق بها يؤدي إلى خداع المتعامل." (12)

اما القانون الاتحادي ذي الرقم 15 لسنة 2020 في شأن حماية المستهلك عرف الغش التجاري في المادة الأولى والتي نصت على انه "خداع أحد المتعاملين بأي وسيلة كانت وذلك بتبديل وتغيير ماهية السلع أو مقدارها أو أسعارها أو صفاتها الجوهرية أو مصدرها أو منشئها أو مصدرها أو صلاحيتها أو أي أمر آخر متعلق بها أو تقديم بيانات تجارية غير صحيحة أو مضللة عن المنتجات المروجة ويشمل ذلك التدليس وغش الخدمة والتقليد بعدم اتفاقها مع القوانين النافذة بالدولة أو انطوائها على بيانات مضللة أو كاذبة"

وأيضاً عرف السلعة دون تحديد السلع الغذائية بنص خاص إلا أنها تدخل في النص وذلك في نفس المادة أعلاه وذلك بالنص على أنها: " كل مادة طبيعية أو منتج صناعي أو زراعي أو حيواني أو تحويلي أو فكري أو تقني بما في ذلك العناصر الأولية للمواد والمكونات التي تدخل في المنتج." نلاحظ أن المشرع كان أكثر وضوحاً وتحديداً لمصطلح الغش والسلع المغشوشة باعتبارها صوراً للغش في المنتجات عموماً ومنها الغذائية.

إلا أن القانون الاتحادي بشأن سلامة الغذاء رقم 10 لسنة 2015 عرف الغذاء في المادة الأولى بأنه " أية مادة أو جزء منها خام أو أولية أو مصنعة أو شبه مصنعة مخصصة للاستهلاك الآدمي بطرق الأكل أو الشرب، بما في ذلك المشروبات ومياه الشرب المعبأة والمخللات والبهارات ولبان المضغ، وأية مادة تدخل في تصنيع وتحضير ومعالجة الغذاء، إلا أنها لا تشمل مواد التجميل أو التبغ أو المواد التي لا تستخدم إلا كعقاقير" أما المشرع الجزائري فعلى الرغم من أنه تصدى للغش من خلال إصدار تشريعات خاصة بقمعه وحماية المستهلك وتجريمه في قانون العقوبات⁽¹³⁾ إلا أنه لم يعرف الغش بصفة عامة ولا الغش الغذائي بصفة خاصة. فلم تشمل المادة 70⁽¹⁴⁾ من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ذي الرقم 9/3 لسنة 2009 المعدل على تعريف الغش التجاري بل استبدل لفظ "الغش" بلفظ "التزوير" بينما استعمل لفظ الغش الذي يفضي إلى مرض أو عجز عن العمل في المادة 84 منه⁽¹⁵⁾.

يرى البعض⁽¹⁶⁾ أنه كان من الأولى بالمشرع الجزائري استعمال لفظ الغش صراحة لأنه الأنسب في مجال المنتجات بما فيها المواد الغذائية حيث أن مصطلح "التزوير" ينصب على الأوراق والوثائق. أما المادة الغذائية فقد عرفت المادة 3/2 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90 لسنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنها: " كل مادة خامة معالجة أو معالجة جزئية أو خام، موجهة لتغذية إنسان أو الحيوان، بما ذلك المشروبات وعلك المضغ وكل المواد المستعملة".

من خلال ما تقدم من التعريفات سواء الفقهية والتشريعية السابقة الغش التجاري تبين لنا أن الغش الغذائي ما هو إلا صورة من صوره وعليه فيمكننا الخروج بتعريفه كالآتي: "هو كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة غذائية، أو في أصول صناعتها شأنه التغير من طبيعتها أو خواص المواد أو فائدتها، أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكل ومظهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة بأية وسيلة كانت وبصورة مخالفة للقانون "

وتتمثل صور الغش في المواد الغذائية بإحلال مواد أقل قيمة مكان أخرى أعلى منها فيما يراد إدخال الغش عليه. أو بإنقاص بعض المواد أو إضافة مواد أخرى عليه تزيد من كميته وتقلل من مفعوله، وغير ذلك من الصور

لا تدخل تحت حصر. حيث يتفنن الغشاشون في استنباطها لتحقيق أغراضهم بالحصول على أرباح طائلة وغير مشروعة.⁽¹⁷⁾ او ممكن ان تكون في صورة إعلانات كاذبة او مضللة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

1.2 مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي

يعد مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي⁽¹⁸⁾ من المصطلحات الحديثة التي ظهرت في الآونة الأخيرة باعتبارها من أحدث وسائل الاتصال في عالم التكنولوجيا ومن أهم الوسائل للإلكترونية التي بات يلجا إليها المتعاملون والمتعاقدون في توفير احتياجاتهم الغذائية بأسرع وقت وأقل جهد وأكثر سهولة.

ويعبر عنها في اللغة العربية بمجموعة من المصطلحات، منها: "الشبكات الاجتماعية"، "وسائل الإعلام الاجتماعي"، و"مواقع التواصل الاجتماعي"، «شبكات التواصل الاجتماعي...» وغيرها من المصطلحات. أما في اللغة الإنجليزية، فهناك مصطلحين أساسيين يجري تداولهما غالبا وهما Social networks، أي «الشبكات الاجتماعية»، و media Social هي «وسائل الاعلام الاجتماعي»⁽¹⁹⁾

ولأجل الوقوف عند هذه الوسائل وكيفية حدوث الغش عبرها لابد من تحديد مفهومها في اللغة والفقه والتشريع كالآتي:

ففي اللغة يعد مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي من المصطلحات الوصفية المركبة لابد من تعريف كل مصطلح كالآتي:

فالوسيلة لغة: هي ما يُتوسَّل به إلى الغير، وتجمع الوَسِيل والوسائل والتوسيل والتوسل⁽²⁰⁾

والتواصل من و.ص.ل (وَصَلَ) إِلَيْهِ يَصِلُ (وُصُولًا) أَي بَلَغَ. من الوصل ضد الهجر، والشيء متصل بالشيء بلا انقطاع، والتواصل: ضد التصارم وفي الحديث: «لَعَنَ اللَّهُ (الْوَاصِلَةَ) وَ (الْمُسْتَوْصِلَةَ) فَالْوَاصِلَةُ الَّتِي تَصِلُ الشَّعْرَ وَالْمُسْتَوْصِلَةُ الَّتِي يُفْعَلُ بِهَا ذَلِكَ»⁽²¹⁾

اما الاجتماعي من مصدرها اجتماع وجذرها (ج، م، ع)، (جَمَعَ) الشَّيْءَ الْمُتَفَرِّقَ (فَاجْتَمَعَ) وَبَابُهُ قَطَعَ، وَ (تَجَمَّعَ) الْقَوْمُ اجْتَمَعُوا مِنْ هُنَا وَهُنَا. وفعله اجتمع، وهي عكس تفرق،⁽²²⁾

اما في الاصطلاح الفقهي فعرّفها البعض⁽²³⁾ "خدمة إلكترونية أو موقع إلكتروني على الخط أو على شبكة معلوماتية أو على الإنترنت يتيح إنشاء علاقات اجتماعية أو تجمعات بين أشخاص يتشاركون اهتمامات معينة ويتبادلون معلومات مختلفة ومتنوعة. وهي تسمح للأشخاص بتشارك أفكار أو نشاطات أو أحداث أو تعليقات أو نصوص أو صور أو فيديو أو غيرها من الأشياء ذات الاهتمام." وعرفه آخرون⁽²⁴⁾ أيضا بأنه "منصة اتصال عبر شبكة الإنترنت تسمح للمستخدمين أصحاب المصالح المشتركة بالانضمام إليها من خلال إنشاء حساب على موقعها مجانا من أجل تبادل الحوار والمناقشة"

اوهي "عبارة عن مواقع، أو تطبيقات، إلكترونية تسمح للمستخدم بالتواصل والتفاعل مع من هم موجودون ضمن شبكته، وتبادل كل أشكال المعلومات والبيانات معهم، ولعل أبرز الأمثلة عليها: «فيسبوك Facebook»، وتويتر Twitter»، وسناب شات Snapchat»، ولينكد إن LinkedIn...» وغيرها مما يشبهها". (25)

او هي "منظومة من الشبكات التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها". (26)

وعرفت اللجنة الاقتصادية الاجتماعية الاوربية بانها "خدمات على الانترنت تهدف الى انشاء مجموعات من الاشخاص والى الربط بينها حيث يتشارك هؤلاء الاشخاص نشاطات او اهتمامات مشتركة او يرغبون ببساطة معرفة الاشياء للمفضلة او نشاطات الاشخاص الاخرين وتضع هذه الخدمات بتصرف هؤلاء مجموعة من الوظائف تسمح بالتفاعل بينهم" (27)

وعلى هذا الاساس التعريفي تعد وسائل التواصل الاجتماعي ذات طبيعة تعاقدية ومن عقود الاذعان فالمستخدم حتى يفتح حساب عليها أو يستجل عليها، عليه الإذعان للشروط العامة لاستعمال وسيلة التواصل الاجتماعي وتتضمن مجموعة من الروابط والعقد وتختلف أنواع وسائل التواصل الاجتماعي وغاياتها، فبعضها يهدف إلى إنشاء علاقات مهنية بين الزملاء أو الزبائن أو الموردين، وبعضها الآخر يهدف إلى تمكين المستخدم من إيجاد صديق قديم أو زميل في المدرسة، وبعضها غايته علاقات الصداقة فقط وبعضها ، وبعضها الآخر كفيسبوك هو بهدف عام يسمح بكل أنواع العلاقات، ويتيح للمستخدم عند إنشاء حساب عليه تحديد أنواع العلاقة التي يبحث عنها. وقد توجد بعض وسائل التواصل الاجتماعي المغلقة أو الخاصة بأشخاص معينين مثل تلك الخاصة بطلبة جامعة معينة .ويرتكز تعريف وسائل التواصل الاجتماعي على ثلاثة عناصر: إنشاء سيرة ذاتية من قبل المستخدم ووجود أدوات تسمح بإنشاء الصفحة للتعارف والتفاعل معهم، تمكن المستخدم من وضع المحتوى الخاص به. (28)

اما في الاصطلاح التشريعي ومن خلال استقراء التشريعات العراقية لم نجد أي تعريف للمصطلح نظرا لحدثته على الرغم من وجود تشريع خاص بالتوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية ذي الرقم 78 لسنة 2012 النافذ حيث جاء خاليا من تحديد مفهومه او الإشارة اليه كمصطلح لا من قريب ولا من بعيد. الا ان الامر لا يخلو من وجود تنظيمات قانونية لمصطلحات قريبة او مرادفة لتلك الوسائل، فلدى عطف النظر على قانون هيئة الاتصالات والاعلام رقم 65 لسنة 2003 نلاحظ انه ورد تعريف مصطلح الاتصالات فيه في القسم الثاني الفقرة 4 بالنص كالآتي " تعنى عبارة الاتصالات الاتصالات السلكية واللاسلكية والبث المرئي والمسموع بما في ذلك

البث المرئي بواسطة نظام الكابل، وخدمات المعلومات التي يتم توصيلها عبر وسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية ووسائل البث والارسال".

وكذلك قانون شبكة الإعلام العراقي رقم (٢٦) لسنة ٢٠١٥ عرف وسائل الإعلام على اعتبار انها ترادف وسائل التواصل الاجتماعي في المادة ١/ثانياً بالنص على انه: "وسائل الإعلام: الادوات أو الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية أو الإلكترونية أو اية وسيلة اخرى توفر للمواطنين وعموم المتلقين الاخبار أو المعلومات أو البرامج التثقيفية أو الترفيهية أو غيرها"

اما في التشريع الاماراتي فقد عرف الموقع الإلكتروني وشمل وسائل التواصل الاجتماعي ضمن التعريف وذلك في المادة الأولى من القانون الاتحادي بشأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم 5 لسنة 2012 إنه: "مكان اتاحة المعلومات الإلكترونية على الشبكة المعلوماتية، ومنها مواقع التواصل الاجتماعي، والصفحات الشخصية والمدونات"

الا ان قرار المجلس التنفيذي - رقم 1 - لسنة 2017 بشأن تنظيم استخدام الجهات الحكومية وموظفيها لوسائل التواصل الاجتماعي - لإمارة الشارقة عرف وبشكل أكثر وضوحاً وصراحة وسائل التواصل الاجتماعي وذلك في المادة الاولى منه بالقول "وسائل التواصل الاجتماعي: مواقع أو تطبيقات تكنولوجية معلوماتية على أي شبكة تواصل الكترونية تتيح للمستخدم إنشاء حسابات شخصية أو رسمية لمتابعة أو إضافة أو نشر محتويات بصيغ مكتوبة أو مسموعة أو مرئية لتحقيق التواصل والتفاعل مع باقي المستخدمين في حدود الشبكة."

اما في التشريع الجزائري فلم نجد تعريف خاص لوسائل التواصل الاجتماعي على الرغم من وجود العديد من التنظيمات المتعلقة بالمعاملات الالكترونية والاتصالات الا ان القانون رقم 09/04 لسنة 2009 بشأن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحته عرف الاتصالات الالكترونية في المادة 2 في الفقرة وبالنص على انه : "الاتصالات الإلكترونية: أي ترسل أو إرسال أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو معلومات مختلفة بواسطة أي وسيلة إلكترونية" وقانون رقم ١٨/0٤ لسنة 20١٨ بشأن القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية عرف الاتصالات الالكترونية في المادة العاشرة فقرة 1 انها:

"اتصالات إلكترونية :- كل إرسال أو ترسل أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو بيانات أو معلومات مهما كانت طبيعتها، عبر الأسلاك أو الألياف البصرية أو بطريقة كهرومغناطيسية"

يتضح لنا من خلال المواقف التشريعية السابقة الذكر بصدد تعريف وسائل التواصل الاجتماعي انها في الغالب لم تحدد معنى المصطلح بدقة ووضوح بل انها لم تستخدمه على وجه الخصوص بل عرفته من خلال

مرادفاته من مواقع الكترونية واتصالات الكترونية واعلام الالكتروني، وان كان التبرير بعدم اختصاص المشرع بوضع تعريفات الا ان هذه المصطلحات الحديثة باتت تحتاج الى تحديد لمفهومها وإزالة اللبس والغموض عنها باعتبارها سمة العصر التكنولوجي الذي نعيشه.

وتعد وسائل التواصل الاجتماعي المصدر الأكثر فعالية في شبكة الأنترنت، وأكثر الوسائل التي يستخدمها المستهلك للتسوق عبر الشبكة والتاجر والمزود لترويج سلعته عموما والغذائية خصوصا وصورها والتي تقع حالة الغش الغذائي من خلالها وهي تتم عادة من خلال خدمات وتطبيقات عدة اهمها يتمثل بالآتي:

أ- **الفيسبوك Facebook**: هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي والذي يعد الاكثر شهرة وهو التعبير المستخدم لوصف أي موقع إلكتروني من خلال إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علمي عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول الى ملفاتهم الشخصية. ⁽²⁹⁾ هو واحد من أهم شبكات التواصل الاجتماعي، وهو موقع للتواصل بين الأفراد من مختلف قارات العالم، قصد الصداقة أو التعارف أو حتى التجارة وكذلك يمنح خدمة تكوين مجموعات وصفحات دعائية على الموقع، هذه اعلى الموقع، هذه المجموعات تتيح للأعضاء فيها الاتصال ببعضهم البعض، وهو موقع مجاني، إلا أنه يجني إيراداته من الإعلانات، التي ينشئها المشتركين أو الزوار، كما يتيح أيضا خدمات الرسائل والمحادثات ⁽³⁰⁾

ب- **تويتر: "Tweeter"** والذي يعني بالعربية "التغريدة"، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة ال تتعدى مئة وأربعين حرفا للرسالة الواحدة. كما يمكن لكل من لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة التويتر خدمة التدوين المصغرة هذه امكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني. لهذا إن التويتر تطبيق تواصل اجتماعي ال يقل أهمية عن الفيسبوك بل ويعد المنافس الأكبر له. ⁽³¹⁾

ج- **الواتساب WhatsApp**: يعني بالعربية "ما الخبر": هو نوع من التطبيقات لتبادل الرسائل الفورية، ويمكن أيضا من إرسال الرسائل الصوتية والصور والفيديو والوسائط، وهذه الخدمة مجانية وآمنة بحيث لا يستطيع أي طرف ثالث الاطلاع على الرسائل والمحادثات، ولا حتى مشغل واتس آب نفسه ⁽³²⁾

د- **لينكد إن: LinkedIn** بالعربية تعني متصل، يعتبر سيلة تواصل اجتماعي للمحترفين. ويمكن لكل شخص البحث عن سيرة ذاتية للمستخدم على هذا الموقع؛ ولا حاجة لأي كلمة سر للبحث عن عمل مناسب أو شخص مناسب له أو احتمالات لتحقيق الربح. ⁽³³⁾

ومن الجدير بالذكر ان الموقف الاماراتي قد تفرد وتميز عن غيره في صدد التعريف بهذه التطبيقات مواكبا بذلك التطور التكنولوجي الحاصل في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال اصدار هيئة تنظيم الاتصالات

والحكومة في الامارات ما يعرف ب" الأوراق البيضاء الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي "الذي حدد معنى كل تطبيق. (34)

2. اثبات الغش الغذائي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

لما كانت طلبيات السلعة الغذائية تتم عبر شبكة الانترنت اما بالدخول الى الموقع الالكتروني عبر صفحة الفيس بوك او المراسلة من خلال تطبيق الواتساب او الماسنجر او الفاير فريم ابرام العقد والذي يتخذ طابعا الكترونيا وقد لا يتضمن توقيعاً ، وقد لا تكون العلاقة تعاقدية اصلاً وبالتالي لاجال لإثبات المسؤولية العقدية مما يصر الى المسؤولية التقصيرية ،ولما كان الغش الغذائي يقع عبر هذه الوسائل، مما يشكل تحدياً قانونياً يواجه المستهلك عند المطالبة بإبطال العقد او المطالبة بالتعويض نتيجة تعرضه للغش في السلعة الغذائية وعدم سلامتها ومطابقتها للمواصفات المعلن عنها الكترونياً مما ينبغي البحث عن تنظيم قانوني لإثباته حماية للمستهلك عن بعد ومواكبة للتطورات التقنية في مجال التسوق الغذائي وهذا ما سنتناوله من خلال النقطتين التاليتين :

2.1 اثبات الغش الغذائي بالأدلة التقليدية

يقصد بالأدلة التقليدية هي طرق الاثبات التي نظمها قانون الاثبات وهي الوسائل التي والتي يلجأ إليها الخصوم لأقناع القاضي بصحة الوقائع التي يدعونها وحددها القانون على سبيل الحصر وهي: الدليل الكتابي، الإقرار، الاستجواب، الشهادة، القرائن، حجية الاحكام، اليمين، المعاينة، الخبرة. ويحدد القانون لكل طريق من طرق الاثبات، حجتيه في الاثبات وفق قواعد وضعها لذلك، ولأي من الخصوم اختيار دليل من ادلة الاثبات ما يجيزه القانون.. فالإثبات نظام قانوني لا يقبل في الإثبات إلا بالوسائل المحددة في القانون.

وما يهمننا في هذا الصدد هو تكييف هذه النصوص القانونية لإثبات العقد الالكتروني كتصرف قانوني أولاً ثم اثبات الغش الغذائي كواقعة قانونية وقعت على الخصم المستهلك وسببت له ضرراً وبالتالي فهو يحتاج لإثبات حقه، بداية لابد من القول ان قانون الاثبات العراقي النافذ ذي الرقم 107 لسنة 1979 المعدل قد حدد قاعدة لإثبات التصرفات القانونية وذلك في المادة 77 والتي نصت على انه: "أولاً- يجوز إثبات وجود التصرف القانوني أو انقضائه بالشهادة إذا كانت قيمته لا تزيد على خمسين ديناراً. ثانياً- إذا كان التصرف القانوني تزيد قيمته على خمسين ديناراً أو كان غير محدد القيمة، فلا يجوز إثبات هذا التصرف أو انقضائه بالشهادة ما لم يوجد اتفاق أو قانون ينص على خلاف ذلك". وعليه لا يمكن اثبات العقد بأي طريق سوى الكتابة وبما ان العقد المقصود هو الالكتروني ولا يحمل توقيعاً فيتم اثباته ان زاد عن القيمة المحددة قانوناً فيتم اثباته طبقاً لقانون المعاملات الالكترونية او في ضوء الاستثناءات الواردة على قاعدة الاثبات في الكتابة والمحددة في القانون (35)

والقاعدة نفسها نراها في القانون الاتحادي رقم (35) لسنة 2022 الخاص بإصدار قانون الإثبات في المعاملات المدنية والتجارية الاماراتي وذلك في المادة 66 و 67⁽³⁶⁾ اما القانون الجزائري فلا يختلف موقفه عن تلك القوانين بهذا الصدد وذلك في المواد 333 و 335 من القانون المدني المعدل ذي الرقم 35-58 لسنة 1975 والمعدل بالقانون 2005⁽³⁷⁾

الا ان الذي يميز القانونين الاماراتي والجزائري عن القانون العراقي اخذهما بمبدأ حرية الإثبات في المسائل التجارية وهذا يعطي للخصوم حرية الإثبات في الأدلة دون التقيد بأي قيمة للتصرف. وقد لا نكون امام عقد ومسؤولية عقدية، من جهة ثانية فالمستهلك في العقد الالكتروني يتجول عبر صفحات الإنترنت بغية التسوق والشراء، وحينما يستقر على منتج معين فإنه يبرم تعاقدًا بشأنها، وفي الغالب ليس صانع المنتج هو الذي يتعاقد مع المستهلك فالتاجر هو الذي يقوم بالتعاقد مع المستهلك ويسلمه السلعة، وبالتالي لا يكون هناك ثمة علاقة تربط ما بين المستهلك والمنتج الا ان المستهلك يستطيع الرجوع على المنتج على أساس المسؤولية التقصيرية.

اما اثبات واقعة الغش الغذائي فيجوز اثباتها بطرق الإثبات التقليدية كافة، لأنها من الوقائع المادية، حيث تخضع لمبدأ حرية الإثبات، فيستطيع الخصم الاستعانة بشهادة الشهود وغيرها. ان الشهود على أمن وسلامة المنتج عادة ما يكونوا عمال أو مسيرين في المؤسسة المنتجة أو خبراء فنيون متخصصين استعانت بهم الشركة، أو قد يكونوا تجارا منافسين أو المستهلكين أو حتى أشخاص عاديين، وتبقى للقاضي سلطة واسعة وحرية كاملة في تقدير حجية الشهادة ، وتعد الخبرة من اكثر ادلة الإثبات التي تكون حاضرة في اثبات الغش الغذائي في قضايا الاستهلاك ويلاحظ أن القاضي يأخذ غالبا بنتائج الخبرة ، إذا تبين له أنها سترسم له طريقا صحيحا نحو الوصول إلى الحقيقة ، بل أن التطبيقات القضائية تؤكد أن الخبرة قد ساهمت مرار في تكوين قناعة القاضي هذا وان كان هذا النوع من الخبرة يهدف إلى الكشف عن مصدر المنتج الفاسد أو السام أو المغشوش أو غير الأمن ، فان هناك نوع آخر من الخبرة يهدف إلى الكشف عن حجم الضرر ، فالقاضي كثيرا ما يحتاج إلى الخبير لمساعدته على تقدير مدى خطورة الغش و على أساس هذا التقرير يتم التكييف. (38)

2.2 اثبات الغش الغذائي بالأدلة المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي

تعد الأدلة المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي أدلة الكترونية او رقمية والدليل الرقمي عموما يمكن تعريفه بأنه "الدليل المأخوذ من أجهزة الكمبيوتر، ويكون على شكل مجالات أو نبضات مغناطيسية وكهربائية يمكن تجميعها وتحليلها باستخدام برامج وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات، وهو مكون رقمي لتقديم معلومات في

أشكال متنوعة مثل النصوص المكتوبة، أو الصور، أو الأصوات، أو الأشكال والرسوم، وذلك من أجل اعتماده أمام أجهزة إنفاذ القانون وتطبيقه⁽³⁹⁾ كما عرفه آخرون " بأنه الشيء الذي يتم الحصول عليه بواسطة التقنية الإلكترونية من معطيات الحاسوب وشبكة الإنترنت والأجهزة الإلكترونية الملحقة والمتصلة به وشبكات الاتصالات، من خلال إجراءات قانونية لتقديمها للقضاء كدليل إلكتروني"⁽⁴⁰⁾

من خلال ما سبق ذكره يمكننا الخروج بتعريف مخصص للأدلة المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي بالقول " انها الأدلة المستخرجة من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة بوسائل الكترونية تتضمن بيانات في صورة رسائل مكتوبة او مسموعة او صور فيديو حية او مسجلة لإثبات تصرف او واقعة قانونية "

وفي ظل الاستخدام الكثيف لوسائل التواصل الاجتماعي والتنوع في مخرجاتها ، التي اعتمدت كبديل لوسائل الاتصال والتواصل التقليدية وأفرزت سلوكيات غير اعتيادية وخاصة بالنسبة لسلوك اقتناء المواد الغذائية مما ينتج عنه العديد من التحديات وجعلنا نشر تساؤلات قانونية في مجال اثبات الغش عن قيمة هذه الادلة ومدى قبولها من التسجيلات والصور والفيديوهات المتحصلة من المواقع التواصل ؟، وهل تعد قرينة أم دليلا كاملا؟، وما الفرق بينهما اي هل هي وسيلة الإثبات المباشرة، الذي ينصب بذاته على الواقعة المراد إثباتها، أما القرينة فهي وسيلة إثبات غير مباشرة، قائمة على الاستنباط من الواقعة ؟ وما هو موقف التشريعات المقارنة منها؟

ان هذا التنوع الحديث في تلك الادلة يستلزم تنوع في التكيف القانوني لها في الاثبات في ضوء التشريعات المقارنة والاجتهادات الفقهية، فحينما يتم استخراج الدليل من إحدى مواقع التواصل الاجتماعي ، فان هذا الأمر سيثير نقاش فقهي حول الشروط التي يتعين توفرها في هذا الدليل وقبوله في الإثبات حيث يتشدد بعض الشراح في متطلبات الأخذ بالدليل المتحصل من مواقع التواصل الاجتماعي فهناك من يرى أنه توجب على الطرف الذي سعى إلى تقديم الدليل أن يقنع قاضي الموضوع بأن المسألة محل البحث يجب اثباتها، ويرى البعض الآخر ، أنه يجب التحقق من أصالة الدليل، وُجب أن كون وفق المعايير المنصوص عليها في القانون وهذه المتطلبات أو الشروط التي يجب توفرها في الدليل المستخرج من وسائل التواصل الاجتماعي يجب أن تتوفر كاملة في الدليل، بحيث إذ وجد شرط وتخلفت الشروط الأخرى فإنه لا يعتد به أمام المحكمة كحجة أو برهان من أجل الوصول إلى الحقيقة، والأخذ به من قبل القاضي بحيث يجب أن تكون هذه الشروط مجتمعة كاملة ولا يعترها النقصان أو التخلف. فيشترط للأخذ بالدليل ان يكون مستمد بطريقة مشروعة⁽⁴¹⁾ فاستخدام رسائل مواقع التواصل الاجتماعي في الإثبات يصطدم مع مبدأ خصوصية وسرية المراسلات الذي يعد من أهم الحقوق الشخصية والذي يعني، أن الطرف المرسل إليه، رغم أن له الحق في تقديم الرسالة للقضاء لإثبات واقعة إلا أنه مقيد بعدم احتواء الرسالة على سر حيث يلتزم بعدم إفشاءه إلا بموافقة من المرسل.⁽⁴²⁾

فبالنسبة للرسائل المكتوبة والمتحصلة من الواتساب او الماسنجر، والتي عبارة "عن رسالة نصية الكترونية في شكل محررات كتبت بطريقة آلية إلكترونية تحوي معلومات يتم إرسالها واستقبالها حقيقة عن طريق وسائل الكترونية حديثة كبرامج ومواقع التواصل الاجتماعي" (43) او هي "كل دعامة معلوماتية تم الحصول عليها بوسائل معلوماتية اي ناشئة عن جهاز الكتروني او كهرومغناطيسي او طبع ممغنط" (44)

وقد عرف المشرع العراقي الرسالة الالكترونية كمستند الكتروني واعطى لها امثلة وذلك في المادة الاولى الفقرة عاشراً من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية ذي رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢ حيث عرفها بأنها "المحررات والوثائق التي تنشأ او تدمج او تخزن او ترسل او تستقبل كلياً او جزئياً بوسائل الكترونية بما في ذلك تبادل البنانات الكترونياً او البريد الالكتروني او البرق او التلكس او النسخ البرقي وبحمل توقيعاً الكترونياً" أما المشرع الاماراتي فلم نجد أي تعريف خاص للرسالة في القانون الاتحادي رقم 46 لسنة 2021 الخاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية وخدمات الثقة، الا انه شملها بمصطلح المعلومات الالكترونية في المادة الاولى منه (45) اما المشرع الجزائري فجاءت جميع التنظيمات الخاصة بالتجارة والتوقيع الالكتروني والاتصالات خالية من أي تعريف للرسالة.

والرسائل المرسلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تكون اما موقعة او غير موقعة أصلاً من صاحبها. وهذه الاخيرة هي التي يغلب التعامل فيها بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الحصول على السلعة الغذائية التي حصل عبرها الغش، مما يجعلنا نتساءل حجيتها في اثبات الغش أي هل لها قوة ثبوتية؟ يمكننا القول ان الرسالة النصية المرسلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تواجه العديد من الصعوبات للاعتراف بها وقبولها في الإثبات، وتكمن الصعوبة في أن هذه الرسائل ذات الطبيعة الرقمية أو الإلكترونية تكتب في شكل رقمي، وتفتقر في الوقت نفسه إلى ما يدل على نسبتها إلى صاحبها؛ لأنها لم تكتب بخط يده، ولا تحمّل توقيعاً أو بصمته لأنها غير مكتوبة على دعامة مادية ملموسة. (46)

فالرسائل المعترف بحجيتها في التشريعات المقارنة هي الرسائل الموقعة توقيعاً الكترونياً وفقاً للضوابط المنصوص عليها في تلك القوانين حيث تحوز حجية كاملة في الإثبات (47). اما رسائل التواصل التي لا تحمل توقيعاً بل مقتصرة على شرط الكتابة الالكترونية فلا تحوز هذه الحجية طبقاً للتشريعات الالكترونية المقارنة، الا انه يمكن الاحتجاج بها في ضوء الاستثناءات الواردة على شرط الإثبات في القوانين الإثبات (48) كمبدأ الثبوت بالكتابة (49) إذا وجدت هذه الرسالة النصية، وكانت صادرة من هاتف الشخص إلى من يحتج عليه بها مدعياً كان أم مدعياً عليه، ولكنها لا تصلح بذاتها أن تكون دليلاً كتابياً بل دليلاً ناقصاً يكمله القاضي بأدلة اخرى، او إذا اتفق الأطراف على اثبات الغش عن طريقها وفقاً لمبدأ حرية الإثبات في المسائل التجارية (50)

اما فيما يتعلق بالأدلة الصوتية والفيديوية المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي فهي تكون اما على شكل بصمات صوتية مرسله من تطبيقات الواتساب والماسنجر وغيرها او مشاهد فيديوية اما تبث بشكل حي ومباشر على صفحة الموقع او تسجيلات فيديوية. ان خدمات التواصل الاجتماعي الجديدة مثل فاير وواتساب وغيرها تتيح خدمة التسجيل الصوتي، وهل احتفاظ أحد الأطراف بتسجيلات صوتية مفيد لهم في اثبات علاقاتهم عند الشراء ووقوعهم في الغش.

فالبصمة الصوتية عرفها البعض بانها " الأثر الصوتي للإنسان الذي يميزه عف غيره ويستحيل تشابهه مع انسان اخر" (51) او هي "ظاهرة فيزيائية يحدثها الإنسان نتيجة اهتزاز الاوتار الصوتية في الحنجرة بفعل هواء الزفير وبمساعدة العضلات المجاورة التي تحيط بها بالاشتراك مع الشفاه واللسان والحنجرة لتخرج نبرة صوتية تميز الإنسان عن غيره، وتمثل البصمة الصوتية من المكونات الصوتية ذات الصفات الخاصة التي ينفرد بها المتحدث ولا يشاركه شخص اخر في جميع تلك المكونات" (52) او هي "اي تسجيل سمعي للموجات الصوتية الخاصة بصوت إنساني، وفي بعض الأحيان، تقارن بصمات الصوت وتسجيلات الأشرطة لأصوات عدة أشخاص لتحديد صوت شخص معين." (53)

اما التشريعات المقارنة فلم نجد فيها اي تعريف سواء للبصمة الصوتية او التسجيل الصوتي فيها باستثناء قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة الاماراتي رقم (38) لسنة 2021 حيث عرف التسجيل الصوتي في المادة الأولى بانه " تثبيت الأصوات التي يتكون منها الأداء أو غيرها من الأصوات أو تثبيت تمثيل الأصوات دون أن تتأثر الحقوق المترتبة عليه بإدراجه في مصنف سينمائي أو مصنف سمعي بصري"

اما التسجيلات الفيديوية فهي " توثيق للمشاهد المتحركة، بتشكيل تسجيل عن طريق تفاعل مشترك للضوء وذبذبات الصوت، او هو صورة، أو حديث؛ تم حفظه على أشرطة أو مواد لا عادة تشغيلها عقب تسجيلها" (54) وتصوير الفيديو وهو "الذي ينقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي، ونتيجة لتأثير الضوء المنعكس من الجسم المراد تصويره على لوح من الميغا، وتقوم كاميرا التلفزيون بتحويل الصورة إلى نبضات إلكترونية، ثم إلى موجات كهرومغناطيسية، ترسل عبر هوائي الإرسال لتستقبلها هوائيات الاستقبال لأجهزة التلفزيون، وإما أن توجه إلى جهاز وتخزن على شكل شريط مغناطيسي." (55)

ولا يوجد تعريف تشريعي لها الا في التشريع الاماراتي وذلك في المادة الأولى من قانون حق المؤلف حيث عرفها تحت مصطلح (التثبيت السمعي البصري): "تجسيد الصور المتحركة سواء كانت مصحوبة أو غير مصحوبة بالصوت أو بتمثيل له، بحيث يمكن بواسطته إدراكها أو نسخها أو نقلها بأداة .

وفيما يتعلق بالدليل المتحصل من النشر والتعليقات المنشورة على صفحة (فيس بوك) والذي يعني قيام شخص بإنشاء موقع على شبكة الانترنت وسمح فيه بإضافة أشخاص وتلقى من قبلهم برامج ومعلومات، وتدوين المحتوى وصياغته، أو وضعه، أو إرساله إلى الموقع الإلكتروني، أو إحدى وسائل تقنية المعلومات وجعله متاحاً أمام مستخدمي الانترنت، ممكن، ان يكون من خلال القيام بنشر المحتوى على الموقع، أو كتب تعليقاً، أو أرسل نصاً أو رسالة أو مقطع فيديو، أو حتى رسم صورته⁽⁵⁶⁾

وبعد التعرف على مفهوم وطبيعة هذه الأدلة يثار تساؤل قانوني عن حجيتها وهل تُعد قرينة أم دليلاً؟، خصوصاً قيام الكثيرين وبشكل متكرر تسجيل بصمات صوتية عبر رسالة بالشراء أو الاعلان أو الحوار بخصوص طلبات المواد الغذائية عبر تطبيق دردشة أو نشر اعلانات عن السلعة الغذائية في الصفحات أو التعليق عليها في ضوء التشريعات المقارنة.

بداية لابد من القول بخلو التشريعات المقارنة الخاصة بالمعاملات الالكترونية من تنظيم قانوني خاص بتلك الأدلة نظراً لحداتها، فلا يوجد نص واضح وصريح يحدد قيمتها وحجيتها في الاثبات وفي ظل هذا السكوت لابد من البحث في قوانين الاثبات وبالرجوع الى المادة 104 من قانون الاثبات العراقي والتي اعطت بكل وضوح قاعدة للقاضي وهي حرية الاستفادة من وسائل التقدم العلمي في الاثبات باعتبارها قرينة قضائية⁽⁵⁷⁾ وعلى هذا الاساس فالقاضي العراقي يقف موقف وسط فلا يجردها من قيمتها تماماً بل يستفيد منها بعد ان يتحقق من صحتها للوصول الى الحقيقة وفي الوقت ذاته لا يجعلها ادلة كاملة لعدم وجود نص صريح يسعفه بل يتقيد بسلطته التقديرية في ضوء ادلة الاثبات المنصوص عليها ، ولم نجد أي تشريع يقارن اتي بمثل هذا النص الذي تفرد به التشريع العراقي .اما قانون الاثبات الاماراتي فقد بين الأدلة الالكترونية و شمل وسائل الاتصال الحديثة في الفقرة السادسة من المادة 54.⁽⁵⁸⁾ ولكنه قيد حجية الدليل الالكتروني بمراعاة ضوابط قانون المعاملات الالكترونية والتي يفقدها الدليل المستمد من تلك الوسائل حينما عرفه في المادة 53 بأنه "بمراعاة التشريعات الأخرى النافذة في الدولة كل دليل مستمد من أي بيانات أو معلومات يتم إنشاءه وتخزينه أو استخراجة أو نسخه أو إرساله أو إبلاغه أو استلامه بوسائل تقنية المعلومات، على أيّ وسيط، ويكون قابلاً للاسترجاع بشكل يمكن فهمه." الا ان الدليل يجد حجيته في المادة 57 التي نصت على انه " يكون الدليل الإلكتروني غير الرسمي حجة على أطراف التعامل في الحالات التالية، ما لم يثبت خلاف ذلك: 1. إذا كان صادراً وفقاً للتشريعات السارية في هذا الشأن. 2. إذا كان مستقداً من وسيلة إلكترونية منصوص عليها في العقد محل النزاع. 3. إذا كان مستقداً من وسيلة إلكترونية موثقة أو مشاعة للعموم". واعطته المادة 59 حجية المحرر العرفي في الاثبات، مع الاخذ بنظر الاعتبار مبدأ حرية الاثبات في المسائل التجارية الذي يعطي حجية لتلك الأدلة الحديثة في التشريعات المقارنة.

ان هذا الفراغ التشريعي قاد الفقه الى الاختلاف في الحجية لتلك الأدلة. حيث اختلف الفقه في التكييف القانوني للدليل المستمد من تقنيات الصوت والصورة، فهناك من يرى بأنه دليل مستقل بذاته افرزه العلم الحديث، في حين يتجه البعض الآخر إلى القول بأنه لا يخرج عن الأدلة المعروفة في قوانين الاثبات والامر يتعلق بالقرائن والخبرة ويظل دور القاضي بارزا في الإثبات عن طريق عملية الاستنباط الذهني التي يقوم بها، ذلك أن تقدير الأدلة هي مسألة تتعلق بجوهر العدالة. (59)

وخلاصة ما تقدم هناك فراغ تشريعي ولضح بالنسبة لتلك الادلة مما يعني ترك المسألة لاجتهاد القاضي في الاستنباط من هذه الادلة طبقا للسلطة التقديرية الممنوحة له مما يعني معه ايضا تباين القضاء في الاجتهادات تبعا لكل قضية منظورة امامه فممكن اعتبارها بمثابة محرر عرفي او مبدا ثبوت بالكتابة او قرائن، لذلك نرى انه بات لزاما تدخل المشرع في تنظيم هذه الادلة وتحديد حجية قانونية لها، التي باتت تشكل جزء كبير ومهم في حياتنا ومعاملاتنا اليومية وهي من اهم الوسائل التي تلعب دورا هاما في الحفاظ على التنمية المستدامة لا يمكن غض النظر عنها وتركها للقواعد العامة وللاجتهاد القضاة بشأنها .

الخاتمة

في ظل ما تم بحثه توصل الباحث الى جملة من النتائج وخرج بجملة من الاقتراحات كالآتي:

اولا: النتائج

من خلال بحثنا في الموضوع توصلنا الى النتائج ندرجها بالنقاط الآتية:

- 1- الغش الغذائي هو صورة من صور الغش التجاري والذي يشكل خطرا على سلامة الانسان وصحته تباينت التشريعات المقارنة في تعريفه وصوره ومواجهته بين موسع ومضيق.
- 2- تميز المشرع الاماراتي في تنظيمه للغش الغذائي وعالجته وذلك من خلال سن قوانين خاصة بسلامة الغذاء ومكافحة الغش الغذائي بينما عالجت بقية التشريعات المقارنة ضمن حالات الغش عموما.
- 3- اغفل المشرع العراقي تنظيم مسألة سلامة المنتجات الغذائية في قانون حماية المستهلك وعدم تنظيم حماية للمستهلك الالكتروني.
- 4- وجود نقص تشريعي في القوانين المقارنة في تنظيم وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها ادلة لإثبات التصرفات والوقائع التي تتم من خلالها وعدم اعطائها حجية قانونية في الاثبات مما نجم عنه تباين في الاجتهادات القضائية باستثناء المشرع الاماراتي الذي تميز بالحدثة في التنظيم للدليل الالكتروني في قانون الاثبات.
- 5- تباينت الآراء الفقهية في حجية الادلة المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي بين اعتبارها مبدا ثبوت بالكتابة او قرائن قضائية

ثانياً: الإقتراحات

من خلال ما توصل اليه الباحث من نتائج نقترح ما يلي:

- 1- تضمين قانون حماية المستهلك نصاً ينظم حق المستهلك في الصحة والسلامة عند الاستعمال الملائم والعادي للسلع الغذائية للنقص الموجود فيه والذي أغفله المشرع العراقي
- 2- توفير حماية للمستهلك الالكتروني على وجه الخصوص من الغش والخداع والاعلانات المضللة باعتباره الطرف الضعيف في العالم الافتراضي من خلال تضمين قانون حماية المستهلك احكاماً خاصة تنظم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والعمليات التي تتم من خلالها عبر التسوق من الانترنت ووسائل اثباتها.
- 3- اعادة النظر في تنظيم الأدلة الرقمية المتحصلة من وسائل التواصل الاجتماعي في قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكتروني النافذ واعطاء حجية قانونية سيما الادلة الصوتية والفيديوية وتوسيع سلطة القاضي المدني في الاخذ بها لتتوافق مع نظام الإثبات الجديد.
- 4- توسيع سلطة القاضي في الاثبات بوسائل التواصل الاجتماعي من خلال تعديل قانون الاثبات النافذ وتضمينه النص الاتي:
"يكون الدليل الرقمي غير الرسمي حجة على أطراف التعامل - ما لم يثبت خلاف ذلك- في الحالات الآتية"
 - 1- إذا كان صادراً وفقاً لقانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الإلكترونية.
 - 2- إذا كان مستقداً من وسيلة رقمية منصوص عليها في العقد محل النزاع .
 - 3- إذا كان مستقداً من وسيلة رقمية موثقة أو مشاعة للعموم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي."

التهميش والإحالات

(1)، ابي الفضل مكرم بن محمد بن علي جمال الدين ابن منظور لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، ج6، دون سنة نشر، ص323.

(2)، مجد الدين بن محمد بن يعقوب الفيروزي ابادي، القاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي ، مؤسسة الرسالة للطباعة، 2005، ص600.

(3)، اسماعيل بن حامد الجوهري، الصحاح تاج اللغة، ط2، دار العلم للملايين، بيروت، 1979، ص15.

(4)القاضي محمد احمد حته، الغش التجاري في إطار التجارة الإلكترونية، مقال منشور على شبكة الانترنت على الرابط الاتي:

<https://kenanaonline.com> تاريخ الزيارة 2024/5/20

(5)د. محمد عساف محمد السلامات، الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية المجلة القانونية، ص225

(⁶) نبيل صالح العريايي، غش الأغذية و حماية المستهلك، الملتقى الوطني الثاني في جامعة ادارا، الجزائر، 2014، ص86، منشور على شبكة الانترنت على الرابط الاتي :

https://dspace.univ-adrar.dz/jsui/handle/123456789/3884 تاريخ الزيارة 2024/5/20

(⁷) عمرو محمد عبد الله راضي، نجوى سيد عبد الجواد، هانى جابر المصري، العلاقة بين الوعي بأليات حماية المستهلك وأساليب الحد من الغش في المنتجات الغذائية، المجلة المصرية للعلوم - مجلد 11 العدد 1 يناير - ديسمبر 2024، ص120

(⁸) همارز رفيعة، جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق في جامعة العربي التبسي ، الجزائر، 2022، ص11

(⁹) انظر المواد 466-467. من قانون العقوبات رقم 111 لسنة 1969 المعدل

(¹⁰) نصت المادة التاسعة من قانون حماية المستهلك العراقي على انه "يحظر على المُجهز والمعلن ما يأتي: أولاً: ممارسة الغش والتضليل والتدليس وإخفاء حقيقة المواد المكونة المواصفات المعتمدة في السلع والخدمات كافة. ثانياً: استعمال القوة أو الممانعة مع لجان التفتيش وممثلي الجهات الرسمية ذوات العلاقة ومنعهم من القيام بواجباتهم المناطة بهم أو عرقلتها بأية وسيلة كانت. ثالثاً: إنتاج أو بيع أو عرض أو الإعلان عن: أ- سلع وخدمات مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة. ب- أي سلع لم يدون على أغلفتها أو عليها وبصورة واضحة المكونات الكاملة لها، أو التحذيرات (إن وجدت) وتاريخ بدء وانتهاء الصلاحية. رابعاً: إخفاء أو تغيير أو إزالة أو تحريف تاريخ الصلاحية. خامساً: عادة تغليف المنتجات التالفة أو المنتهية الصلاحية بعبوات، وأغلفة تحمل صلاحية مغايرة للحقيقة ومضلة للمستهلك".

(¹¹) نصت المادة الاولى في الفقرة اولا على انه: " السلع الصناعية او الزراعية النباتية والحيوانية المنتجة في العراق بما فيها المحاصيل الزراعية ".

(¹²) وعرف البضائع المغشوشة في نفس المادة بانها "أي بضاعة ادخل عليها أي تغيير مما أفقدها شيئاً من قيمتها المادية او المعنوية سواء كان ذلك بالإضافة أو الإنفاص أو بتغيير "في ذاتها أو طبيعتها أو جنسها أو نوعها أو خواصها أو شكلها أو عناصرها أو كيلها أو مقاسها أو عددها أو طاقتها أو عيارها أو منشأها أو مصدرها، أو الإعلان عنها أو الترويج لها بما يخالف حقيقتها، أو عدم مطابقة المواصفات والمقاييس المحددة في الدولة" والبضائع الفاسدة "اي بضاعة لم تعد صالحة للاستغلال والاستعمال والاستهلاك كلياً أو جزئياً و البضائع المقلدة : "أي بضاعة تحمل دون إذن عالمة تجارية مطابقة أو مشابهة للعالمة التجاري المسجلة بصورة قانونية".

(¹³) انظر المواد 341-334 من قانون العقوبات الجزائري ر رقم 66-156 لسنة 1966

(¹⁴) انظر المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ذي الرقم 09/03 لسنة المعدل

(¹⁵) انظر المادة 84 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ذي الرقم 09/03 لسنة 2009 المعدل

(¹⁶) بلعقون أسامة ، حماية المستهلك من الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعرييج، 2-2023 ، ص10

(¹⁷) د. محمد عساف محمد السلامة، الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية المجلة القانونية، ص225

(¹⁸) ظهر مصطلح وسائل او مواقع التواصل الاجتماعية عام ١٩٩٧ وذلك بظهور موقع Six com.degrees كأول موقع رائد لمواقع التواصل الاجتماعي يسمح للأفراد بوضع ملفاتهم الشخصية وتبادل الرسائل مع غيرهم من المشتركين ، ثم ظهر موقع

com.Myspace الذي تم إنشاؤه عام ٢٠٠٣ ثم موقع (com.Facebook)لذي كان بمثابة العلامة الفارقة في عالم التواصل الاجتماعي أو كما يسميه البعض بالإعلام الاجتماعي البديل ، لما يتيح لمستخدميه من ميزة تبادل المعلومات وإتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية . للمزيد: د. حسني عوض -أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب - بحث منشور على شبكة الانترنت على موقع جامعة القدس المفتوحة: والرابط الاتي:
http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_ho_pdf.usniAwad

(19)د. محمود محمد أبو فروة، منصات التواصل الاجتماعي ومسؤوليتها القانونية عن المحتوى غير المشروع، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية - السنة العاشرة - العدد 3 - العدد التسلسلي 39 - ذو القعدة 1443هـ/ يونيو 2022م، ص166
(20) اين منظور، مصدر سابق، ج 1، ص 276

(21)زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر عبد القادر الرازي، الحنفي، مختار الصحاح، المكتبة العصرية، الدار النموذجية بيروت، صيدا، الطبعة الخامسة، 1999، ص340

(22)، زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر الرازي ، المصدر نفسه ، ص60

(23)القاضي الدكتور وسيم شفيق الحجار النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي (واتس أب، فيسبوك، تويتر)دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص ،المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية مجلس وزراء العدل العرب جامعة الدول العربية ،الطبعة الأولى، بيروت - لبنان، 2017، ص17

(24)د محمد احمد المعداوي، حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة مقارنة، مجلة كلية الشريعة والقانون ،طنطا، العدد 33، الجزء الرابع، ص1933

(25)د محمود محمد أبو فروة ، مصدر سابق، ص 176

(26)د. طارق جمعة السيد راشد ، مدى حجية رسائل التواصل الاجتماعي النصية SMS فى الإثبات " دراسة تحليلية مقارنة ، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية ، جامعة عين شمس ، كلية الحقوق ، العدد الثاني ، ٢٠١ ، ص 176

(27)اكرام سليمان قجم ، الحماية القانونية للبيانات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي في القانون القطري والقانون المقارن ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون في جامعة قطر ، 2012، ص20

(28)القاضي وسيم شفيق الحجار ، مصدر سابق ، ص 15-16

(29)، ليلي بن برغوث، الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي: بين الانتهاك والكشف الإرادي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع فايسبوك، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات ،. المجلد 05- العدد 01 2022، ص596

(30)، سليمان مصطفى، وسائل الاثبات وحديثها في عقود التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري والمقارن ، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة دراية ادارا ، 2020، ص125

(31)نصر الله خير، جرائم تطبيقات التواصل الاجتماعي في ظل التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة د. موالى الطاهر - سعيدة -كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2022، ص12

(32) سليمان مصطفى، ص126

(33) وسيم الحجار، مصدر سابق، ص22

(34) للمزيد الدخول الى البوابة الرسمية لحكومة دولة الامارات عبر شبكة الانترنت على الرابط الاتي : <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/digital-uae/digital-inclusion/digital-inclusion-and-participation>

(35) انظر المواد 78 و 79 من قانون الاثبات العراقي النافذ

(36) انظر المواد 66 و 67 من قانون الاثبات في المعاملات المدنية الاماراتي

(37) انظر المواد 333 و 335 من القانون المدني الجزائري المعدل

(38) همار رفيده، مصدر سابق، ص 104-107

(39) محمد يحيى بن حسن النجيمي، احكام وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الشريعة والقانون، العدد 24، الإصدار الأول، الجزء

2 ص 10، زكريا امجاد، نبيل حنيفي، عبد الكريم حواش، الأدلة المتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي في الاثبات، رسالة

ماجستير مقدمة الى كلية العلوم القانونية والاجتماعية والاقتصادية، جامعة مولاي اسماعيل، 1022، ص 6

(40) أحمد حمو، علاء عواد، ولاء عبد الله، الأدلة الإلكترونية من الناحيتين القانونية والتقنية "دراسة تحليلية مقارنة، بحث مقدم الى

معهد الحقوق في جامعة بيرزيت، 2019، ص 23

(41) زكريا امجاد، نبيل حنيفي، عبد الكريم حواش، مصدر سابق 11

(42) سليمان مصطفى، مصدر سابق 200

(43) طارق جمعة السيد، مصدر سابق، ص 355

(44) "بحثنا حجية الرسائل الإلكترونية في اثبات العمليات المصرفية دراسة مقارنة منشور في مجلة كلية الحقوق، جامعة النهريين،

المجلد (٢٣) العدد (٤) كانون الاول، 02021، ص ٢٤٧

(45) انظر المادة الاولى من قانون المعاملات الالكترونية وخدمات الثقة الاماراتي

(46) د. طارق السيد جمعة مصدر سابق ص 349

(47) انظر المادة 13 من قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية العراقي، المادة من قانون المعاملات الالكترونية الاماراتي،

و المادة 15 و 53 و 54 و 55 من قانون الاثبات الاماراتي، المادة من القانون المدني الجزائري المعدل

(48) راجع المواد 78 من قانون الاثبات العراقي والمادة 51 من قانون الاثبات في المعاملات المدنية والتجارية الاماراتي رقم 35

لسنة 2022

(49) عرفت المادة 78 من قانون الاثبات العراقي مبدا الثبوت بالكتابة بانه "كل كتابة تصدر من الخصم يكون من شأنها ان تجعل

الحق المدعى به قريب الاحتمال "

(50) د. طارق السيد جمعة مصدر سابق، ص 376-380، موزة عبد الله الكبيسي، الحماية القانونية للمستهلك الالكتروني عبر

وسائل التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون، جامعة قطر، 2021، ص 59-60

(51) اثير حميد محمود، التطور العلمي وأثره في وسائل الاثبات المدني، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون، جامعة بغداد

، 2022، ص 90

(52) أ.د. علي عبد العالي الاسدي، حجية البصمة الصوتية الأدمية في الإثبات المدني، مجلة دراسات البصرة، وقائع المؤتمر

العلمي الوطني الثامن لكمية القانون ملحق خاص 2، العدد 44، السنة السابعة عشرة / حزيران / 2022، ص 106

- (⁵³) بلكرام اميمة، مشروعية الصوت والصورة في الاثبات الجنائي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي ، الجزائر ، 2022، تص 9
- (⁵⁴) اثير حميد محمود، مصدر سابق، ص113
- (⁵⁵) بلكرام اميمة، مصدر سابق، ص44
- (⁵⁶) .صالح عبد الكريم مؤمن جبريل، المسؤولية الجنائية للناسخ الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي مجلة القرطاس العدد 17، 2022، ص22-23
- (⁵⁷) انظر المادة 104 من قانون الاثبات العراقي
- (⁵⁸) انظر الفقرة السادسة من المادة 54 من قانون الاثبات الاماراتي
- (⁵⁹) بلكرام اميمة، مصدر سابق، ص62

قائمة المراجع

أولاً: كتب اللغة

- 1- ابن منظور ،ابي الفضل مكرم بن محمد بن علي جمال الدين ، لسان العرب، دار صادر، بيروت، الطبعة 3، الجزء 6، و11 دون سنة نشر.
- 2- الجوهري،،اسماعيل بن حامد الصحاح تاج اللغة، ط2 دار العلم للملايين، بيروت، 1979،
- 3- الرازي ،زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر عبد القادر الحنفي، مختار الصحاح، المكتبة العصرية، الدار النموذجية، بيروت، صيدا، الطبعة الخامسة، 1999.
- 4- الفيروزي ابادي ،مجد الدين بن محمد بن يعقوب ، القاموس المحيط، تحقيق: مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة للطباعة، 2005.

ثانياً: المؤلفات

- 1- د. الحجار ،وسيم شفيق ، النظام القانوني لوسائل التواصل الاجتماعي) واتس أب، فيسبوك، تويتر (دراسة قانونية مقارنة حول الخصوصية والحرية الشخصية والمسؤولية والاختصاص، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية مجلس وزراء العدل العرب جامعة الدول العربية، الطبعة الأولى، بيروت - لبنان، 2017.

ثالثاً: الاطاريح والرسائل الجامعية

- 1- محمود، اثير حميد ، التطور العلمي وأثره في وسائل الاثبات المدني، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون، جامعة بغداد، 2022.
- 2- حمو،،أحمد علاء عواد، ولاء عبد الله، الأدلة الإلكترونية من الناحيتين القانونية والتقنية" دراسة تحليلية مقارنة، بحث مقدم الى معهد الحقوق في جامعة بيرزيت، 2019

- 3- قجم ،اكرام سليمان ، الحماية القانونية للبيانات الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي في القانون القطري والفانون المقارن ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون في جامعة قطر ،2012.
- 4- أسامة ، بلعقون ،حماية المستهلك من الغش التجاري الإلكتروني في التشريع الجزائري، مذكرة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في الحقوق، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج،2-2023
- 5- اميمة، بلكرام ، مشروعية الصوت والصورة في الاثبات الجنائي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي ، الجزائر ،2022.
- 6- امجاد ،زكريا ، نبيل حنفي، عبد الكريم حواش، الادلة المتحصل عليها من مواقع التواصل الاجتماعي في الاثبات، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية العلوم القانونية والاجتماعية والاقتصادية، جامعة مولاي اسماعيل 2022،
- 7- مصطفى، سليمان ، وسائل الاثبات وحديثها في عقود التجارة الالكترونية في التشريع الجزائري والمقارن، اطروحة دكتوراه مقدمة الى كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة دراية ادارا ،2020.
- 8- النجيمي،،محمد يحيى بن حسن احكام وسائل التواصل الاجتماعي، مجلة كلية الشريعة والقانون، العدد24، الإصدار الأول، الجزء 2 .2022.
- 9- الكبيسي ،موزة عبد الله ، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية القانون، جامعة قطر،2021.
- 10- خير ،نصر الله ، جرائم تطبيقات التواصل الاجتماعي في ظل التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة د. موالى الطاهر -سعيدة- كلية الحقوق والعلوم السياسية
- 11- رفيدة همار ،جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الحقوق في جامعة العربي التبسي، الجزائر،2022

رابعاً:المقالات

- 1- د. السيد راشد ،طارق جمعة ، مدى حجية رسائل التواصل الاجتماعي النصية SMS فى الإثبات " دراسة تحليلية مقارنة، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، العدد الثاني، ٢٠١.
- 2- د. ال عمرو، سجي عمر شعبان ، حجية الرسائل الإلكترونية في اثبات العمليات المصرفية دراسة مقارنة منشور في مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، المجلد (٢٣) العدد (٤) كانون الاول لسنة 02021
- 3- جبريل ، صالح عبد الكريم مؤمن ، المسؤولية الجنائية للناسر الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي مجلة القرطاس العدد 17، 2022.

- 4- د. الاسدي ،علي عبد العالي ، حجية البصمة الصوتية الأدمية في الإثبات المدني، مجلة دراسات البصرة، وقائع المؤتمر العلمي الوطني الثامن لكمية القانون ملحق خاص 2، العدد 44، السنة السابعة عشرة / حزيران/ 2022.
- 5- راضي ،عمرو محمد عبد الله ، نجوى سيد عبد الجواد، هاني جابر المصري، العلاقة بين الوعي بآليات حماية المستهلك وأساليب الحد من الغش فى المنتجات الغذائية، المجلة المصرية للعلوم - مجلد 11 العدد 1 يناير - ديسمبر 2024، 24، 2.
- 6- بن برغوث ،ليلي ، الخصوصية الفردية في مواقع التواصل الاجتماعي: بين الانتهاك والكشف الإرادي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع فايسبوك، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات .، المجلد -05 العدد 01 2022.
- 7- المعداوي ،محمد احمد ، حماية الخصوصية المعلوماتية للمستخدم عبر شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة مقارنة، العدد 33، الجزء الرابع.
- 8- السلامات،،محمد عساف محمد الإطار القانوني لحماية المستهلك في التجارة الإلكترونية المجلة القانونية.
- 9- أبو فروة ،محمود محمد ، منصات التواصل الاجتماعي ومسؤوليتها القانونية عن المحتوى غير المشروع، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية - السنة العاشرة - العدد 3 - العدد التسلسلي 39 - ذو القعدة 1443هـ/ يونيو 2022م.

خامسا: مواقع شبكة الانترنت

- 1-القاضي محمد احمد حته، الغش التجاري في إطار التجارة الإلكترونية، مقال منشور على شبكة الانترنت على الرابط الاتي : <https://kenanaonline.com>
- 2-نبيل صالح العرباوي، غش الأغذية و حماية المستهلك، الملتقى الوطني الثاني في جامعة ادارا، الجزائر، 2014، ص86، منشور على شبكة الانترنت على الرابط الاتي : <https://dspace.univ-adrar.dz/jspui/handle/123456789/3884>
- 3-د. حسني عوض، أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، بحث منشور على شبكة الانترنت على موقع جامعة القدس المفتوحة: http://www.qou.edu/arabic/conferences/socialResponsibilityConf/dr_ho pdf.usniAwad

4-البوابة الرسمية لحكومة دولة الامارات عبر شبكة الانترنت على الرابط الاتي: <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/digital-uae/digital-inclusion/digital-inclusion-and-participation>

سادسا: المصادر القانونية

- 1- قانون حماية المستهلك العراقي ذي الرقم (1) لسنة 2010
- 2-قانون حماية المنتجات العراقية رقم (11) لسنة 2010
- 3- العقوبات العراقية ذي الرقم 111 لسنة 1969 المعدل
- 4-قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية ذي رقم ٧٨ لسنة ٢٠١٢
- 5- قانون الاثبات العراقي ذي الرقم 107 لسنة 1979 المعدل
- 6-القانون الاتحادي الاماراتي في شأن حماية المستهلك ذي الرقم 15 لسنة 2020
- 7-القانون الاتحادي الاماراتي بشأن سلامة الغذاء رقم 10 لسنة 2015
- 8- قانون مكافحة الغش الاتحادي الاماراتي ذي الرقم 42 لسنة 2023
- 9- القانون الاتحادي الخاص بإصدار قانون الإثبات في المعاملات المدنية والتجارية الاماراتي رقم 35 لسنة 2022
- 10 -القانون الاتحادي الخاص بالمعاملات والتجارة الإلكترونية وخدمات الثقة ذي الرقم 46 لسنة 2021
- 11- قانون حق المؤلف والحقوق المجاورة الاماراتي ذي الرقم 38 لسنة 2021
- 12- قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري ذي الرقم 09/03 لسنة 2009 المعدل
- 13-القانون المدني الجزائري اذي الرقم 35-58 لسنة 1975 المعدل.
- 14-المرسوم التنفيذي رقم 39-90 لسنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الجزائري
- 15- قانون العقوبات الجزائري ر رقم 66-156 لسنة 1966
- 16- القانون الجزائري رقم 09/ 04 لسنة 2009 بشأن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحته.