

منصات التواصل الاجتماعي ومسؤوليتها القانونية عن المحتوى غير المشروع^(*)

د. محمود محمد أبو فروة

أستاذ القانون المدني المساعد

قسم القانون، كلية العلوم والدراسات الإنسانية
حريملاء، جامعة شقراء، المملكة العربية السعودية

الملخص

يعد إمكان مساءلة منصات التواصل الاجتماعي، والجهات المشغلة لها، عن المحتوى غير المشروع من المشكلات القانونية المركزية في وقتنا الحاضر؛ فقد أصبحت هذه المنصات بمنزلة دولة داخل الدولة. ويمثل مدى نجاعة قدرتها على التنظيم الذاتي - من دون وجود إطار قانوني يحكم عملها، ويحدد التزاماتها وواجباتها - تحديًا كبيرًا للحكومات والدول، بالنظر إلى حجم الأضرار التي تقع نتيجة المحتوى غير المشروع الذي يُبثُّ عبرها. ويهدف هذا البحث إلى الوقوف عن حدود المسؤولية القانونية لمنصات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع الذي تبثه. وتتطلب معرفة حدود هذه المسؤولية بدايةً تحديد النطاق الذي تسري عليه كخطوة أولى، وذلك من خلال تحديد مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي؛ لتمييزها عن غيرها من المواقع والتطبيقات التي تشبهها، والتي لا تسري عليها الالتزامات القانونية التي يؤدي الإخلال بها إلى نشوء المسؤولية، كما تطلبت الدراسة تحديد مفهوم المحتوى غير القانوني، وكذلك الطبيعة القانونية لمنصات التواصل الاجتماعي، لما لذلك من تأثير على مسؤوليتها القانونية.

وعليه قام الباحث بعرض وتحليل أهم التوجهات التشريعية التي نظمت مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع، وقد خلص إلى وجود تباين في التعامل مع هذا الموضوع؛ فبينما اقتصر عدد من التشريعات على مساءلة صاحب المحتوى مباشرة، أُلقت تشريعات أخرى بالمسؤولية على منصات التواصل الاجتماعي، ضمن إطار تشريعي اعتمد على توضيح التزامات هذه المنصات. وتبعًا لذلك أوصى البحث المشرع بتنظيم أدوار مزودي خدمات وسائل التواصل الاجتماعي ومسؤولياتهم، سواء كانوا من المحليين أو الأجانب، كما أوصى بوضع قوانين صارمة لحماية الخصوصية وسرية البيانات الخاصة بالمواطنين.

كلمات دالة: المحتوى غير القانوني، والمحتوى المؤذي، والشبكات الاجتماعية، ومتعهد الإيواء، مسؤولية وسائل التواصل.

تاريخ قبوله للنشر: 3 يناير 2022

(*) تاريخ تقديم البحث: 29 أكتوبر 2021

المقدمة

أولاً: موضوع البحث

تعتبر وسائل التواصل الإلكترونية - في عصرنا الحالي - الوسيلة الأساسية لتواصل الأشخاص بعضهم مع بعض؛ إذ إنَّها طغت على وسائل التواصل التقليدية، وانتقلت بالمجتمعات البشرية إلى مرحلة جديدة من مراحل العلاقات والعادات الاجتماعية في الاتصال والتواصل بين أفرادها. كما أصبحت تعد الوسيلة الأكثر نجاعة لتوصيل المعلومات؛ فأزاحت وسائل الإعلام التقليدية (المرئية والمسموعة) من مكانتها، خصوصاً مع انتشار استخدامها بشكل كبير من طرف كل من متلقي المعلومات ومرسليها.

ومما لا شك فيه أنَّ هذا التطور الذي لحق بالمجتمعات التقليدية، والذي انتقل بعادات الأفراد وسلوكياتهم إلى شكل جديد من أشكال التفاعل الذي يتم عن بعد، وبطريقة افتراضية، فتح لأفراد المجتمع بكل فئاته مجالاً واسعاً للتعبير والتواصل من دون حواجز أو معوقات فيما بينهم. وفي ظل توسع الأفراد في ممارسة حياتهم على هذا الواقع الافتراضي، نتيجة تعدد الخدمات التي تقدمها منصات التواصل، ونظراً إلى قدرة الأفراد على إخفاء شخصياتهم، أو على الأقل شعورهم بالبعد المادي بعضهم عن بعض، أصبحت السلوكيات السلبية، من جرائم وعادات منبوذة اجتماعياً، تتخذ مظهراً أكثر بروزاً شيئاً فشيئاً؛ فازدادت المخاطر، وتنوعت الأضرار المترتبة عليها، وهذا ما أوجب على التشريعات الحديثة ضرورة الالتفات إلى هذا الفضاء؛ فأدرجت عدم إمكان إهماله وتركه يتحوّل إلى منطقة بلا قانون ينظمها.

وقد ركزت معظم التشريعات، ومن بينها التشريعات العربية، اهتمامها على كيفية الحد من السلوكيات غير القانونية، من خلال اتباع أسلوب التعامل المباشر مع المحتويات التي تمثل خروجاً على القانون، أو العادات، أو النظام العام؛ وذلك بحظر هذه السلوكيات، وتجريم أو منع القيام بها من طرف مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنَّه، ونظراً إلى أنَّ وسائل التواصل تعتمد على شبكة الإنترنت في عملها، وبحكم اتساع هذه الشبكة، فإنَّ المحتوى غير المشروع ينتقل بمجرد دخوله إلى وسائل التواصل إلى شبكة الإنترنت لينتشر عبر مختلف مواقعها وزواياها؛ فيصبح من غير الممكن الوصول إلى هذا المحتوى لإزالته بشكل كامل، ويصبح من المستحيل منع الأضرار المترتبة عليه، أو حتى معرفة الأشخاص الذين يقومون بنشره وترويجه.

لهذا انتبعت بعض الدول إلى ضرورة التحرك سريعاً وبشكل فعّال، عندما يتعلق الأمر بمحتوى غير مشروع على وسائل التواصل الاجتماعي، خصوصاً عندما يشكل هذا

المحتوى بعض أنواع الجرائم الخطيرة والمؤثرة على الأفراد والمجتمع. ومع إدراك هذه الدول أنها غير قادرة على القيام بهذا التحرك السريع بمفردها؛ نظراً إلى أنها لا تمتلك السيطرة على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد سعت إلى ضبط هذا الفضاء من خلال ضبط الأشخاص الذين يتحكمون فيه، وهم مزودو خدمات ووسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال إلقاء التزامات معينة على عواتقهم، وبهذه الطريقة استطاعت تقرير مسؤولياتهم القانونية - بمختلف مظاهرها - عن المحتوى غير المشروع، من خلال وضع غرامات عن مخالفة تلك الالتزامات، وكذلك اعتبارهم مسؤولين - مدنياً أو جنائياً - عن الأضرار التي قد يحدثها هذا المحتوى غير المشروع بالغير.

ثانياً: إشكالية البحث

يثير تحديد مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي القانونية عن المحتوى غير المشروع، أو غير القانوني، العديد من الإشكالات؛ لعل أهمها يتمثل في تحديد طبيعة الدور الذي تقوم به منصات التواصل الاجتماعي، وكذلك حدود الدور الذي يمكن أن تؤديه في محاربة المحتوى غير القانوني، وكيف يمكن التوفيق بين محاربة المحتوى غير المشروع، وفي الوقت نفسه الحفاظ على الحريات والحقوق الأساسية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

ويتطلب البحث في الإشكالات السابقة ضرورة الإجابة عن العديد من التساؤلات التي تطرح في هذا الصدد؛ فبدائية: ما المقصود بمنصات وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما طبيعة العلاقة التي تجمعها بالمستخدم؟ ثم ما المحتوى غير القانوني؟ ومن الجهة التي تحدّد مشروعية أو عدم مشروعية هذا المحتوى؟ وكيف لها أن تكيّف طبيعة المحتوى وتضفي عليه صفة الشرعية أو اللاشرعية؟

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحليل الطرق التي اتبعتها التشريعات في التعامل مع مسؤولية مزود خدمات وسائل التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع، وذلك من خلال عرض بعض تلك التوجهات، وتحليل النصوص القانونية لغاية الوصول إلى مدى نجاعة الأساليب المتبعة في محاربة المحتوى غير المشروع والحد منه، كما تهدف إلى البحث في الكيفية التي عالجت بها التشريعات العقوبات التي واجهتها، وكيف أقرت حلولاً للإشكالات القانونية التي سبق لنا الإشارة إليها.

رابعاً: أهمية البحث

يعتبر هذا الموضوع - بلا شك - من أهم الموضوعات التي تثير كثيراً من الجدل والتجاذبات في عصرنا الحالي، وذلك نظراً إلى الدور الكبير الذي تؤديه وسائل التواصل في مختلف ميادين الحياة، الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، لذلك فإن أهمية هذا الموضوع لا تقتصر على الجانب القانوني فقط؛ لأن السيطرة على مضمون محتوى وسائل التواصل أصبح وسيلة مهمة تمكن الفاعلين من التحكم في إدارة مختلف جوانب الحياة الاقتصادية، أو الاجتماعية، أو السياسية.

خامساً: منهج البحث

سيعتمد الباحث أساساً - في هذا الموضوع - على المنهج الوصفي التحليلي القائم على وصف الظواهر المرتبطة بموضوع الدراسة وتحليلها، ومن ثم تحليل مختلف النصوص القانونية التي تولت تنظيم وتحديد المسؤولية القانونية لمنصات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير القانوني، بالإضافة إلى الاعتماد على المنهج المقارن في دراسة مختلف التشريعات التي نظمت مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع.

سادساً: خطة البحث

يتطلب تحقيق أهداف هذا البحث النظر في العديد من النقاط؛ فبداية ينبغي تحديد ماهية المنصات الإلكترونية التي تعد بمنزلة منصات تواصل اجتماعي، من بين مختلف التطبيقات والمواقع الإلكترونية. كما يتعين تحديد المحتوى غير القانوني من بين ما تتضمنه من محتويات. ثم يجب تحديد طبيعة العلاقة التي تجمع تلك المنصات بالمستخدم، للوصول إلى معرفة الجهة التي تحدّد مشروعية أو عدم مشروعية هذا المحتوى، وكيفية تكييف طبيعة المحتوى، وإضفاء صفة الشرعية أو اللاشريعة عليه، وذلك للوصول إلى كيفية تعامل التشريعات مع مختلف مظاهر المسؤولية القانونية - سواء التأديبية، أو المدنية، أو الجنائية - لمنصات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع.

وفي ضوء ذلك قسّم الباحث بحثه على النحو التالي:

المطلب الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي وحدود مشروعية محتواها

المطلب الثاني: نطاق مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي والتعامل التشريعي معها

المطلب الأول

ماهية منصات التواصل الاجتماعي

وحدود مشروعيتها محتواها

منصات التواصل الاجتماعي: هي وسائط إلكترونية غير مادية، تتمثل في مواقع وتطبيقات تستخدم شبكة الإنترنت لإيجاد عالم افتراضي يتواصل من خلاله المستخدمون بشكل غير مادي، عبر ما يقومون بإنشائه ومشاركته من مواد إلكترونية، وهذا العالم الافتراضي يُدار بواسطة شركات تجارية في أغلبها، لهذا ينبغي عدم الخلط بين «الخدمة» أو «المنصة»، وبين «الجهة المقدمة لتلك الخدمة»، فموقع فيسبوك دوت كوم Facebook.com، أو تطبيق فيسبوك Facebook، على سبيل المثال، يُمثل الخدمة المقدمة أو المنصة، بينما شركة فيسبوك تحولت مؤخراً إلى شركة ميتا (Meta) Facebook, inc تعتبر الجهة المقدمة لتلك الخدمة.

إذن فمنصات التواصل الاجتماعي تتمثل في الوسائل التي تضعها الجهة المُقدِّمة للخدمات رهن إشارة المستخدمين. ومما لا شك فيه أنّ تحديد ماهيتها يعد الخطوة الأهم نحو فهم طبيعتها القانونية، ومسألة أولية مهمة لتحديد الإطار القانوني الذي ينظمها؛ لهذا سنتناول - في هذا المبحث - مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك في «الفرع الأول»، قبل الحديث عن طبيعة محتوى تلك المنصات، ومدى مشروعيتها في «الفرع الثاني».

الفرع الأول

مفهوم منصات التواصل الاجتماعي

يمثل تحديد مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي، من الناحية القانونية، تحدياً كبيراً؛ نظراً إلى مجموعة من الأسباب، فمن جهة تؤدي التطورات التقنية المتلاحقة والمتسارعة إلى تغيير وتعدد الوظائف التي تقوم بها تلك الوسائل، مما قد يؤثر - بالتالي - على طبيعتها وتكييفها القانوني، ومن جهة أخرى فإنّ مفهومها يرتبط - بشكل كبير - بعلم الاجتماع، خصوصاً في الجزء المتعلق بالاتصال والإعلام، أكثر من ارتباطه بالمجال القانوني الصرف. ويعود الفضل في معرفة المفاهيم المتعلقة بعلم الاجتماع الإعلامي الذي نشأ في الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، إلى ما يسمى «مدرسة كولومبيا» التي أسست لهذا العلم، ليكون خطوة مهمة وأساسية في تحديد نطاق سريان القانون على

العلاقات والسلوكيات المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي. ومن المهم التمييز بين «الاتصال» و«التواصل»، و«الإعلام» وغيرها من المصطلحات التي لها دلالة خاصة في هذا الإطار.

ولعل اختلاف المصطلحات ودلالاتها أدت إلى إفراز مجموعة من المفاهيم التي قد يتبادر إلى الذهن - للوهلة الأولى - تطابقها، أو على الأقل انعدام الفائدة القانونية من التمييز بينها. والحقيقة عكس ذلك؛ فتحديد المصطلحات له أهمية كبيرة، ليس فقط لتحديد نطاق الشيء المُعرَّف، بل لتحديد إطاره القانوني كذلك؛ ففي اللغة العربية نجد أنّ وسائل التواصل يُعبّر عنها بمجموعة من المصطلحات، منها: «الشبكات الاجتماعية»، و«وسائل التواصل»، و«وسائل الإعلام الاجتماعي»، و«مواقع التواصل الاجتماعي»، و«شبكات التواصل الاجتماعي»... وغيرها من المصطلحات. أمّا في اللغة الإنجليزية، فإننا نجد مصطلحين أساسيين يجري تداولهما غالباً، وهما: Social networks، أي «الشبكات الاجتماعية»، وSocial media الذي ترجمته هي «وسائل الإعلام الاجتماعي».

والإتصال، في علم الاجتماع، هو العملية التي يتم من خلالها إرسال رسالة من شخص يسمى المرسل، إلى شخص آخر يسمى المُستقبل؛ فالإتصال هو عملية أحادية الجانب، أحد طرفيها مُرسل، والآخر متلقٍ (مُستقبل). أمّا التواصل فهو عملية ثنائية يكون فيها كلا الطرفين مُرسلاً ومُستقبلاً⁽¹⁾، لهذا فإن مصطلح «وسائل التواصل» ينصرف - بشكل عام - إلى أي وسيلة يتم من خلالها إرسال الرسائل وتلقيها، بين كل من المرسل والمُستقبل. ووسائل التواصل الحديثة تعد تلك المنصة التي تسمح بإجراء عملية التواصل من بعد⁽²⁾، وقد أسست هذه الوسائل - في بداياتها - على نظرية الشبكة الاجتماعية، وفق مفهومها في علم الاجتماع⁽³⁾، والتي تمثل بنية اجتماعية مكوّنة من أفراد، أو منظمات ترتبط بأكثر من نوع

(1) محمد بآبكر العوض، الإتصال والتواصل في منظومة مجتمع المعرفة... نحو رؤية إسلامية للتواصل الإنساني، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، الولايات المتحدة الأمريكية، م 21، ع 81، سنة 2015، ص 104.

(2) مدحت محمد أبو النصر، مفهوم وأهداف وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي ورصد الإيجابيات والسلبيات، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل في الإسلام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22 و 23 نوفمبر 2016، المجلد الأول، ص 25، منشور على الموقع التالي: www.iu.edu.sa/Page/21410 (Accessed on: 11/7/2020).

انظر كذلك:

Dana M. Boyd & Nicole B. Ellison, Social network sites: Definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.13. (2007), p.214.

(3) عبد الوهاب جودة الحاييس، الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على بعض جوانب الشخصية الشابة، مجلة شؤون اجتماعية، الإمارات العربية المتحدة، م 32، ع 126، سنة 2015، ص 82.

من أنواع الترابط، مثل القرابة والصداقة، والمصالح المشتركة، وتبادل المعاملات المالية، أو علاقات المعرفة والمعتقدات، وقد استُخدمت هذه النظرية لإجراء الدراسات الاجتماعية⁽⁴⁾.

وبالتالي فإنّ مصطلح «الشبكات الاجتماعية» (Social networks) يتخذ معنى مزدوجاً في إطار وسائل التواصل الاجتماعي، فهو يدل على وظيفتها الاجتماعية باعتبارها أداة الوصل بين الأفراد الذين تربطهم علاقات معيّنة. ويستدل كذلك من وجود كلمة network، أي الشبكة، على أنّ هذه الأداة تعتمد على الإنترنت كوسيلة لاتصال الأفراد فيما بينهم. وبناء على ذلك فإنّ الشبكات الاجتماعية 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، و«تويتر» Twitter، و«سناپ شات» Snapchat، و«لينكد إن» LinkedIn... وغيرها مما يشبهها.

وعلى الرّغم من أنّ المفهوم السابق يتماشى مع الفكرة الجوهرية التي تقوم عليها الشبكات الاجتماعية، بأنّها تخدم أفراداً تجمعهم علاقات وروابط معيّنة، بغرض تحقيق التواصل الاجتماعي الودي فيما بينهم، فإنّ هذا المفهوم لا يُعبر عن المضمون الحالي لهذه الشبكات، خصوصاً مع التطورات الكبيرة التي طرأت عليها منذ نشأتها إلى وقتنا الحالي، والانتشار الواسع الذي حققته، الشيء الذي أدى إلى تنوع أشكالها وخصائصها وأهدافها ووظائفها⁽⁵⁾؛ فقد ترتّب على ذلك اعتماد معظم قطاعات الدولة وفئاتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإعلامية... وغيرها على تلك الوسائل، بهدف الوصول إلى المخاطبين والمعنيين؛ فتعدى دورها التواصل الاجتماعي البسيط بين الأفراد؛ لتصبح منبراً يتواصل من خلاله الشخص المعني مع الجمهور بشكل العام، كما هو الشأن بالنسبة إلى وسائل الإعلام التقليدية.

(4) وقد انتقلت هذه النظرية إلى العلوم الأخرى التي استفادت منها في تحليل السلوك البشري، مثل علوم الأوبئة، للمساعدة في فهم أنماط الاتصال البشري، ومنع انتشار الأمراض، على سبيل المثال، انظر: [/https://ar.wikipedia.org/wiki](https://ar.wikipedia.org/wiki)

(5) ظهرت شبكات عامة عالمية، وأخرى داخلية، للشركات أو المدارس أو الجامعات، وهناك شبكات مهنية. في حين أنّ البعض الآخر يركز على العلاقات الشخصية، أو الشبكات التي تستهدف الاتصال بعدد غير محدود من الناس. ومن جهة أخرى فإنّ هذا التنوع في الأشكال تبعه تنوع في الأهداف والوظائف التي تقوم بها، فبعضها تسمح لأعضائها بنشر رسائل قصيرة مرئية لجميع مشتركها، أو لجميع قائمة أصدقاء المستخدم، بينما يسمح بعضها الآخر بنشر تفاصيل الملف الشخصي والخبرة المهنية الخاصة بالمستخدم، فيما تسمح بعض الشبكات بالمراسلات الفورية بين المستخدمين، وبعضها تسمح بنشر رسائل على الصفحات الشخصية للمستخدمين، وبعضها تقدم ألعاباً تُمكن المستخدمين من اللعب وحدهم، أو مع الآخرين. وبعض الشبكات تمنح أعضائها خاصية القدرة على الكتابة ونشر المقالات والملاحظات في الموضوعات التي تهمهم. ويمكن أن تستمر هذه القائمة إلى ما لا نهاية - تقريباً - بالنظر إلى التطورات التقنية، وإلى ما يمكن أن تضيفه الشبكات من خصائص ووظائف جديدة.

لكن بما أنّ وسائل الإعلام التقليدية يتمثل دورها الأساسي في نقل المعلومة، وفي اتجاه واحد، أي أنّ الشخص يتصل بالجمهور من خلالها، ولا يتواصل معهم، أي أنّ التفاعل يكون منعزلاً فيها؛ فقد طوّرت الشبكات الاجتماعية هذا الدور لتصبح وسيلة الجمهور في خطاب الجمهور، أي أنّ الجميع يستطيع الإرسال، والجميع يتلقى تلك الرسالة، وفي اتجاهين. بمعنى أنّ الإعلام أصبح هنا تفاعلياً؛ فظهر مصطلح «وسائل التواصل الاجتماعي»، وهو ضمناً ما يُعبّر عنه بمصطلح social media الذي يُترجم حرفياً بـ «الإعلام الاجتماعي»، وفي هذا البحث استخدمنا مصطلح «وسائل التواصل»، مع أنّه يعد مفهوماً أوسع من مفهومي «شبكات التواصل» و«الإعلام الاجتماعي»، تماشياً مع موضوع البحث من جهة، وحتى لا نحصر الوظيفة التي تقوم بها تلك الوسائل في الوظيفة الإعلامية فقط، من جهة أخرى.

وإذا قلنا هنا إنّ وسائل التواصل تؤدي الوظيفة التي تؤديها وسائل الإعلام، فإننا لا نقصد بذلك أنّها تُعدّ وسيلة إعلام، بل نقصد أنّ الشخص الذي يستخدمها يتمكّن من مخاطبة الجمهور، وفي الوقت نفسه يستطيع الجمهور مخاطبته. واعتبارها وسيلة إعلام بـ «المعنى الحرفي» مرتبط باستخدامها؛ فإذا استخدمت بوصفها وسيلة إعلام، أو كانت ذراعاً لإحدى المؤسسات الإعلامية، فإن ذلك يؤدي إلى تطبيق أحكام وقوانين تختلف عن تلك المطبّقة على المُستخدم الفرد، حتى لو نقل هذا الأخير بعض الأخبار أو المعلومات، فوسائل الإعلام تخضع لقوانين وأنظمة خاصة.

وعلى أي حال، فمن خلال ما سبق، يظهر الاختلاف⁽⁶⁾ بين مفهوم «شبكات التواصل» و«وسائل التواصل»؛ فشبكات التواصل الاجتماعي، أو الشبكات الاجتماعية، وفق البعض، هي وسائل تستهدف جمع الأصدقاء والمعارف والأقارب وزملاء الدراسة في مكان واحد على الويب، والتشارك في الآراء والاهتمامات والتعليقات والأخبار، وتكوين صداقات جديدة⁽⁷⁾، أو هي عبارة عن وسائل تستخدم الشبكة الإلكترونية لإجراء تواصل بين أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة، وفق البعض الآخر⁽⁸⁾.

(6) يُلاحظ أنّ العديد من الدراسات التي تناولت وسائل التواصل اعتبرت أنّ المصطلحين مترادفان، انظر، على سبيل المثال: مسلم شباب المطيري، التعويض عن إساءة السمعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، رسالة دكتوراه، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص 31. عزيز عبد الرشيد، وسائل التواصل وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة صوت الأمة، الهند، م 47، ع 6، سنة 2015، ص 39.

(7) محمد أحمد حسن ربابعة، دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام وآلية توجيهه واستثماره، بحث مقدم لمؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل في الإسلام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22 و23 نوفمبر 2016، المجلد الثالث، ص 51، منشور على الموقع التالي:

www.iu.edu.sa/Page/21410 (Accessed on: Feb 24 2017)

(8) مدحت محمد أبو النصر، مفهوم وأهداف وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 28.

أما «وسائل التواصل الاجتماعي» (Social Media)، فقد عرّفها البعض بأنها مجموعة نظم رقمية تسمح للمستخدمين بالاتصال والتفاعل، وإنشاء المعلومات ومشاركتها⁽⁹⁾، بينما عرّفها البعض الآخر بأنها: تواصلٌ إلكتروني يستطيع فيه المستخدم التنقل بحرية وسهولة بين دوره كمتلقٍ، ودوره كمتحدث⁽¹⁰⁾.

فمفهوم وسائل التواصل أكثر اتساعاً من شبكات التواصل؛ لأنّ مفهومها يشمل كل «المنصات الاجتماعية»، بما فيها «الشبكات الاجتماعية»؛ فعلى سبيل المثال تعتبر المنتديات والمدونات ومواقع مشاركة الفيديو... وغيرها من المواقع والتطبيقات المماثلة من وسائل التواصل الاجتماعي، لكنّها لا تعتبر شبكات اجتماعية؛ فالوظيفة الأساسية للشبكات الاجتماعية هي ربط المستخدمين بعضهم ببعض، ومن ثمّ التفاعل ونشر المحتويات ومشاركتها باستخدام وسائل التواصل المتاحة، لكن إذا كانت وسائل التواصل - وفق ما سبق - عبارة عن منصات اتصال تسمح للمستخدم بالتفاعل مع غيره، من خلال إنشاء ومشاركة البيانات بكل أشكالها، فهل هذا يعني أنّ أي موقع إلكتروني، أو تطبيق، يتيح لمستخدميه نوعاً من التفاعل، مثل المواقع الإخبارية والصحافية التي تتيح للمستخدمين التعليق، وكذلك المتاجر الإلكترونية، ومواقع حجوزات الفنادق والرحلات والمطاعم التي تسمح بالتعليق وإبداء الرأي في المنتج أو الخدمة المقدمة، يعتبر وسيلة تواصل اجتماعي؟

إنّ تحديد وسائل التواصل الاجتماعي، بشكل دقيق، يعتبر أمراً صعباً، بالنظر إلى التطور الذي تشهده في الأنواع والأشكال والخدمات. وإمكان التواصل أو التفاعل وحده لا يجعل من الموقع أو التطبيق وسيلة من وسائل التواصل؛ فالتكليف الصحيح يرتبط بوجود مجموعة من المعايير فيها، وإذا وُجدت تلك المعايير فيمكن اعتبار الموقع أو التطبيق وسيلة تواصل، بغضّ النظر عن غايته، أو طبيعة العمل الذي يقوم به.

ومن خلال الاطلاع على مختلف الدراسات التي تناولتها يمكن إيجاد مجموعة من القواسم المشتركة بين مختلف وأشكال وسائل التواصل المعروفة في الوقت الحالي، وتمييزها عن غيرها، من تلك التي قد تشبهها، هذه القواسم يمكن إجمالها في الآتي:

(9) K. Lewis Bobbi, Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students, Public Relations Journal, USA, Vol.4, No.3, (2010), p.2.

(10) Peter Coe, The social media paradox: an intersection with freedom of expression and the criminal law, Information & Communications Technology Law, Vol.24, No.1, (2015), p.17.

أولاً: وسائل التواصل تعتمد على تقنية الجيل الثاني للإنترنت (web 2.0)

إنَّ تطور تقنية الإنترنت عمّا كانت عليه في تسعينيات القرن الماضي إلى شكلها الحديث، والمتمثل في تقنية «الويب 2»⁽¹¹⁾، يعد العامل الرئيسي الذي أدى إلى ظهور وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها في شكلها الحديث، حيث أتاحت هذه التقنية تفاعلاً أكثر بين مستخدمي الإنترنت؛ فأصبحوا يشتركون في صناعة المضمون، بعد أن كانوا - في السابق - مجرد متلقين له⁽¹²⁾، فهذه التقنية أتاحت تصميم المواقع والتطبيقات بشكل يسمح للمستخدمين بإنشاء ومشاركة البيانات، والتفاعل بشكل فوري مع المستخدمين الآخرين. ومن جانب آخر فإن اعتماد وسائل التواصل على شبكة الإنترنت جعلها أكثر عمومية من وسائل الاتصال والتواصل التقليدية، من حيث إمكان الولوج إليها من طرف فئة أوسع من أفراد المجتمع، ووصول الرسائل المرسلة عبرها إلى جمهور أكبر⁽¹³⁾.

ثانياً: البيانات التي ينشئها المستخدمون ويشاركونها هي أساس وسائل التواصل

في وسائل التواصل الاجتماعي يُنشأ المحتوى من طرف المستخدمين أنفسهم، فسواء أنشئ حساب شخصي على أحد المواقع أو التطبيقات، أو نُشر محتوى كتابي أو صورة أو فيديو، أو أُرسِل طلب صداقة أو إعجاب، أو أُبدِي رأيٌ بتصويت، أو أُعيد نشر أو بث تغريدة فإنَّ هذه القرارات والخيارات التي يتخذها مستخدمو وسائل التواصل تُعدُّ - بحق - هي المحرك الأساسي لوسائل التواصل الاجتماعي، فجميع هذه السلوكيات اللامادية في العالم الافتراضي تُميِّز وسائل التواصل عن بقية محتويات الإنترنت، من مواقع وتطبيقات، ولعل هذه الخاصية هي ما يميز وسائل التواصل عن غيرها من

(11) تطورت التقنيات التي تقوم عليها الإنترنت بشكل سريع، وأدى هذا التطور إلى تغيير كبير في مختلف نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، فبعد الانتقال من مرحلة (web 1.0) إلى (web 2.0)، بدأ الحديث يزداد عن المرحلة القادمة التي تتمثل في تطور تقنيات الإنترنت لتدخل مرحلة (web 3.0) التي تعتمد على تقنيات الذكاء الاصطناعي والعالم ثلاثي الأبعاد والتشفير بتقنية البلوك تشين، للمزيد من الاطلاع انظر:

R. Rudman and R. Bruwer, Defining Web 3.0: opportunities and challenges, The Electronic Library, Vol.34, No.1, (2016), pp.132, <https://doi.org/10.1108/EL-08-2014-0140>.

(12) مهند مبارك العجب، الويب 2.0، مجلة المال والاقتصاد، بنك فيصل الإسلامي السوداني، الخرطوم، ع 59، ديسمبر 2008، ص 17.

(13) يقصد بالتفاعلية: استجابة طرفي عملية الاتصال كل منهما للآخر (المرسل والمتلقي)، سواء بشكل متزامن أو غير متزامن، بحيث يصبح كل منهما مرسلًا ومتلقيًا، أما العمومية فيقصد بها عدم تقييد وسائل التواصل بالحدود الجغرافية، وشموليتها لكل فئات المجتمع، بغض النظر عن العمر أو الجنس، انظر: عبد الوهاب جودة الحاييس، الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على بعض جوانب الشخصية الشبابية، مجلة شؤون اجتماعية، الإمارات العربية المتحدة، م 32، ع 126، سنة 2015، ص 83.

المواقع التي قد توفر نوعاً من التفاعل بين المستخدمين، مثل المواقع التجارية والخدمية الإلكترونية التي قد تسمح للفرد بإبداء رأيه، أو تقييم المنتج، أو التعليق على الخدمة، كما تميزها عن المواقع والتطبيقات الإعلامية التي تعمل على تقديم محتوى جاهز يُوضَع من طرف القائمين على تلك المواقع والتطبيقات، ولو كان في الإمكان التعليق على المحتوى أو إبداء الرأي فيه.

ثالثاً: لاستخدام وسائل التواصل لا بد من إنشاء حساب شخصي

إنّ دخول العالم الافتراضي لوسائل التواصل يستدعي وجود شخصية متميزة لكل مستخدم داخل المجتمع المكوّن لها، وذلك يكون من خلال الحساب الشخصي الذي ينشئه المستخدم عند الشروع في استخدامها، من خلال إدخال بعض المعلومات الشخصية التي تختلف من وسيلة تواصل إلى أخرى، مثل الاسم والصورة وتاريخ الميلاد، ومن دون هذه البيانات لا يمكن للأفراد أن يتعرفوا بعضهم على بعض، وإجراء التواصل فيما بينهم.

رابعاً: الغاية الأساسية لوسائل التواصل هي ربط الأفراد بعضهم ببعض

نشأت وسائل التواصل - في الأساس - بوصفها شبكات اجتماعية تهدف إلى ربط الأفراد بعضهم ببعض؛ وتسهيل التواصل فيما بينهم، وما زالت هذه السمة تميز وسائل التواصل عن غيرها من تلك التي يمكن أن تشبهها، وعلى العموم فإنّ أي موقع أو تطبيق يقوم على فكرة محتوى المستخدم، ويعطي مستخدميه إمكان التفاعل مع غيرهم، من دون أن يشارك في تقديم المحتوى، يعتبر من وسائل التواصل الاجتماعي، حتى لو لم تكن الغاية الأساسية منه هي التواصل، مثل منصات الألعاب، على سبيل المثال.

وعليه فإنّ أي خدمة تُقدّم عبر الإنترنت، وتتوافر فيها جميع العناصر السابق ذكرها، تعتبر بمنزلة وسيلة تواصل اجتماعي؛ فهذا المصطلح يستخدم للتعبير عن فئة خاصة من مخرجات التقنية الحديثة، تقوم على المزاجية بين تقنيات الاتصال والإنترنت، وينشئ بواسطتها الشخص شخصية افتراضية يتفاعل من خلالها مع غيره من الأشخاص، سواء كانوا من المرتبطين معه ضمن شبكة واحدة، أو من غير المرتبطين معه ضمن هذه الشبكة. وهذا التفاعل يشبه نظيره في المجتمع المادي الحقيقي، غير أنّ وسائله هي نشر كل أشكال البيانات والمعلومات ومشاركتها، عوضاً عن التفاعل المادي المباشر.

مما سبق يتضح أنّ وسائل التواصل الاجتماعي تتميز بمجموعة من الميزات التي تعطيها أهمية استثنائية، بالنظر إلى ما يترتب عليها من مخاطر، وما تطرحه من إشكالات قانونية قد لا نبالغ إذا قلنا إنّها تتعلق - في بعض الأحيان - بكيونة المجتمع وأسسها

العامة، فكونها وسائل تفاعلية تستطيع نقل رد الفعل بين الأطراف بشكل تزامني، أو غير تزامني، يجعلها أكثر قدرة على التأثير من وسائل الاتصال التقليدية، كما أنها تُمكن مستخدميها من الاختفاء خلف شخصيات وهمية غير حقيقية، وهذا الأمر يفتح مجالاً أوسع لحرية التعبير عن الرأي، وتبادل الأفكار والاهتمامات بين مختلف الأشخاص.

كما أنّ الانتشار الواسع لها جعلها أكثر الطرق فاعلية في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من أفراد المجتمع أو فئاته، بل إنّ أفراد المجتمع نفسه أصبحت لديهم توقعات عالية بأن يكون لكل قطاعات الدولة وفئات المجتمع وأفراده حضور على وسائل التواصل، بهدف الحصول على المعلومات أو الخدمات، أو مجرد التواصل، خصوصاً في ظل سهولة استخدامها والتعامل معها، وعدم الحاجة إلى مؤهلات تقنية عالية، مما سمح لكل أفراد المجتمع، من كل الأعمار، بالاعتماد عليها.

لهذا فقد أصبحت وسائل التواصل هي الطريقة الأمثل والأكثر فاعلية لإحداث التأثير في مختلف المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتجارية... وغيرها، سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات، فظهرت وانتشرت العديد من السلوكيات الاجتماعية السلبية المرتبطة باستخدامها، منها ما يرقى إلى درجة الجريمة، مثل الجرائم الماسة بالسمعة والكرامة، والابتزاز، وانتحال الشخصية، والحض على العنف والكرهية والتمييز... وغيرها⁽¹⁴⁾، ومنها ما يعد بمنزلة سلوكيات اجتماعية غير محببة، مثل النقد غير البناء، والتنمر، واستعطاف المجتمع، والتسول... وغيرها، بل إنّ تأثيرها قد امتد إلى بنية المجتمع نفسه، ونتجت عنها مخاطر جسيمة على مستوى المساس بالنظام العام بكل مجالاته في الدولة، وكذلك على صعيد القيم والمبادئ الاجتماعية والأخلاقية التي تقوم عليها المجتمعات⁽¹⁵⁾.

الفرع الثاني

حدود مشروعية محتوى منصات التواصل الاجتماعي

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي وسيلة أساسية لتواصل أفراد المجتمع بعضهم مع بعض، فحلت محل الوسائل التقليدية، وأصبح من غير الممكن الاستغناء عنها، خصوصاً في ظل ما يشهده العالم من تطور تكنولوجي، بالإضافة إلى تزايد أهميتها نتيجة ما

(14) محمد عبد العزيز المحمود، المسؤولية الجنائية عن إساءة استخدام وسائل التواصل الحديثة، رسالة دكتوراه، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص 53.

(15) فاطمة زين العابدين، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الأردنية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2014، ص 78.

يحدث - في عصرنا الحالي - من كوارث طبيعية وأوبئة وحروب؛ فانتقلت التفاعلات والسلوكيات البشرية - من خلالها - من تفاعلات وسلوكيات مادية إلى افتراضية. وبما أن هذا الانتقال انطوى على كل مظاهر السلوك الإنساني (الإيجابية منها والسلبية)؛ فإن المحتوى الذي تتضمنه وسائل التواصل قد يكون - في حالات كثيرة - غير متناسب مع القواعد الأخلاقية والاجتماعية التي يضعها المجتمع لنفسه، أو قد يكون غير متناسب مع أهواء فئة معينة من أفراد المجتمع مما يطرح من إشكالات تتعلق بمدى مشروعية، أو عدم مشروعية، المحتوى الذي يُبثُّ عبرها، ولعل أبرز هذه الإشكالات يتمثل في تحديد ماهية المحتوى غير المشروع، فكيف يمكن الحكم بمشروعية محتوى معين؟

قبل الإجابة عن التساؤل السابق، نشير إلى أن الأهمية العملية لتحديد مدى مشروعية المحتوى تتمثل في ضرورة توفير رد الفعل القانوني المواجه له، على أن هذا الرد ينبغي أن يكون في مواجهة المصدر بلا شك. لكن نظراً إلى أن شبكة الإنترنت فيها من المميزات ما يمكن صاحب المحتوى من إخفاء نفسه، بالإضافة إلى سرعة انتشار المعلومات التي تحتوي عليها، فقد وُجّهت الأنظار إلى المنصات التي تمتلك السيطرة على المعلومات التي تحتوي عليها، لاتخاذ إجراء بشأن هذا المحتوى.

وعلى أي حال فإنه لا يوجد مفهوم واضح يمكن من خلاله تحديد ما هو المحتوى غير المشروع بشكل دقيق. لكن - ومع ذلك، ووفقاً للقواعد القانونية المحلية في كل دولة - يمكن القول بوجود أسس تُحارب من خلالها المظاهر السلبية للمحتوى الذي يُبثُّ عبر وسائل التواصل، وذلك من خلال أسلوب التعامل المباشر معها، حيث حدّثت العديد من الدول منظومتها الجزائية، بحيث تتلاءم مع انتقال الجرائم إلى الواقع الافتراضي لوسائل التواصل الاجتماعي. وقد شمل هذا التنظيم أغلبية الجرائم التقليدية التي تسمح بطبيعتها بارتكابها من بعد، ومن دون الحاجة إلى تواصل مادي بين أفراد المجتمع، بصرف النظر عما إذا كانت تمس الأفراد أو المجتمع ككل⁽¹⁶⁾، كما عزّزت كثير من الدول تشريعاتها

(16) أصدرت أغلبية الدول العربية - في هذا الصدد - قوانين خاصة تنظم الجرائم المرتكبة عبر التقنيات الحديثة، ومن بينها وسائل التواصل الاجتماعي؛ ففي الأردن أصدر المشرّع القانون الرقم 27 لسنة 2015 المتعلق بالجرائم الإلكترونية. وفي دولة الكويت أصدر المشرّع القانون الرقم 63 لسنة 2015، في شأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات. وفي قطر أصدر المشرّع القانون الرقم 14 لسنة 2014 المتعلق بمكافحة الجرائم الإلكترونية. وفي السعودية صدر نظام مكافحة جرائم المعلوماتية في العام 2007. وفي عمان أصدر المشرّع قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات للعام 2011. وفي الإمارات أصدر المشرّع القانون الرقم 5 لسنة 2012 بشأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات. وفي البحرين أصدر المشرّع القانون الرقم 60 لسنة 2014 بشأن جرائم تقنية المعلومات.

الوطنية غير الجزائية بنصوص من شأنها أن تحد من المحتويات غير المشروعة التي تمس جوانب الحياة المختلفة⁽¹⁷⁾.

وتحديد المحتوى غير المشروع على أنه المحتوى غير القانوني يعطي مستخدمي وسائل التواصل فكرة واضحة عما يُعد مقبولاً، وما لا يُعد مقبولاً من محتوى، ويضمن إمكان المساءلة القانونية، بغض النظر عن طبيعة القوانين التي وقعت مخالفتها، سواء أكانت تجارية، مثل التشريعات التي تنظم المنافسة والعلامات التجارية والملكية الفكرية، أم مدنية، كتلك التي تنظم المسؤولية أو العقود، أم جزائية، كما هي الحال بالنسبة إلى الجرائم الإلكترونية... أو غيرها من أحكام قانونية. وبالتالي فإن المحتوى غير المشروع - وفقاً لهذا التحديد - يشمل مجموعة متنوعة من السلوكيات والأفعال غير المتوافقة مع التشريعات واللوائح والأنظمة الوطنية.

لكن، من جانب آخر، هناك أشكال عديدة من المحتوى الذي يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمثل سلوكيات يمكن وصفها بالمؤذية، أو بالتي قد تتسبب في أضرار على مستويات متعددة، ومع ذلك فهي لا تدخل تحت طائلة القانون، مثل الممارسات التي قد تسبب نوعاً من الأذى النفسي للأفراد، كالتنمر - على سبيل المثال - أو التحرش الإلكتروني، أو التحريض على الانتحار، أو التصرفات التي قد يكون لها أثر أوسع نطاقاً، مثل نشر الأخبار الزائفة التي تؤثر سلباً على قدرة أفراد المجتمع في اتخاذ القرارات الصحيحة⁽¹⁸⁾، والمحتوى الذي يتضمن بث أفكار المنظمات الإرهابية والترويج لها، وتجنيد الأفراد واستقدامهم⁽¹⁹⁾، وكذلك المحتوى الذي يعمل على تقويض السلم

(17) منذ ظهور التقنيات الحديثة التي تقوم على استخدام الحاسب الآلي عكفت الدول على تطوير منظوماتها التشريعية لتتلاءم مع الواقع الجديد الذي فرضته هذه الوسائل، من بينها - على سبيل المثال - تشريعات التعاقد الإلكتروني، والتوقيع الإلكتروني، وتشريعات حماية البيانات، وكذلك التشريعات المتعلقة بالملكية الفكرية، والعلامات التجارية... وغيرها.

Majid Yar, E-Crime 2.0: The Criminological Landscape of New Social media, Information & Communications Technology Law, Routledge, UK, Vol.21, No.3, October 2012, p.208.

(18) كان لوسائل التواصل - على سبيل المثال - أثر كبير في تجاوب أفراد المجتمع مع توصيات وتعليمات الجهات الصحية المختصة في أثناء جائحة كورونا؛ فقد أدى انتشار الأخبار والمعلومات المضللة إلى تفاقم الأزمة الصحية في بعض الدول، نتيجة إجماع أفراد المجتمع عن تلقي اللقاح، بالإضافة إلى مراعاة اشتراطات السلامة، انظر، في هذا الصدد:

Wajahat Hussain, Role of Social Media in COVID-19 Pandemic, The International Journal of Frontier Sciences, Vol. 4, Iss. 2, (2020), pp.59-60. <https://doi.org/10.37978/tijfs.v4i2.144>.

(19) James P. Farwell, The Media Strategy of ISIS, Survival, Global Politics and Strategy, UK, Vol.56 (2014), p.49.

والأمن المجتمعيين، من خلال بث الإشاعات والأخبار الكاذبة والتحريض، بالإضافة إلى توجيه الرأي العام بغرض تحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية غير مشروعة، أو لمجرد المساس بأمن الدولة الداخلي، أو السلم المجتمعي فيها⁽²⁰⁾، وكذلك بث خطاب الكراهية، والحض على العنف ضد الأديان، أو الطوائف، أو الأقليات، أو الإثنيات العرقية، أو حتى الجنس أو الجنسية⁽²¹⁾.

وفي هذا الصدد يؤدي معيار النظام العام دوراً كبيراً في تحديد مدى مشروعية المحتوى الذي يُبثُّ عبر وسائل التواصل؛ فالمحتوى المخالف للنظام العام - بجميع مظاهره: الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والدينية أو الآداب العامة - يُعد محتوى غير مشروع، وبالتالي فإنَّ المحتوى المؤذي لا يختلف عن المحتوى غير القانوني، من حيث مدى إمكان مساءلة صاحبه⁽²²⁾، وحتى في الحالات التي لا يكون مقيماً فيها المسؤولية الجنائية، على اعتبار أنه لا يعد جريمة منصوصاً عليها، أو حتى الحالات التي لا يكون فيها مخالفاً للنصوص القانونية المختلفة بشكل صريح، فإنه قد يتسبب في ضرر، وهذا الضرر يكون محلاً لمسؤولية صاحبه المدنية تجاه من وقع عليهم الضرر، وفقاً للقواعد العامة.

وعليه فإنَّ مواجهة صاحب المحتوى بعدم مشروعية محتواه الذي بثَّه عبر وسائل التواصل الاجتماعي لا تثير العديد من الإشكالات القانونية، إذا تمت من خلال الجهات القانونية والقضائية داخل الدولة نفسها، فهي ترتبط بأنظمة الدولة ونظامها العام. ولعل الإشكال الأكبر يطرح بتحديد مشروعية، أو عدم مشروعية، المحتوى في مواجهة

(20) لعل أبرز مثال على مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي، في هذا الصدد، هو تدخل بعض الدول في الحياة السياسية لدول أخرى. ومما لا شك فيه أنَّ مثل هذه المزايم تشكل مساساً خطيراً بالأمن الداخلي، وتقويضاً للمبادئ التي تقوم عليها الدولة. انظر:

Damian Tambini, Social Media Power and Election Legitimacy, Oxford University Press, UK, 2018, p. 265. <http://eprints.lse.ac.uk/87370/> (Accessed on: 12/7/2020).

(21) كان من أبرزها ما وقع في مدينة كرايستشيرش Christchurch، في نيوزلندا، حيث بث الجاني تفاصيل المجزرة التي ارتكبها عبر وسائل التواصل، وعند البحث في سجلاته تبين أنه كان متأثراً بخطاب الكراهية المنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

Karsten Müller and Carlo Schwarz, Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime (June 5, 2020). Available at SSRN <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3082972> (Accessed on: 12/7/2020).

(22) Madiega Tambiana, Reform of the EU liability regime for online intermediaries, European Parliamentary Research Service, 2020, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/649404/EPRS_IDA\(2020\)649404_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/649404/EPRS_IDA(2020)649404_EN.pdf) (Accessed on: 12/7/2020).

منصات التواصل نفسها، فهذه المنصات لا تعرف الحدود، وتشريعات الدول وقوانينها مختلفة، كما أنّ فكرة النظام العام هي فكرة متغيرة، زماناً ومكاناً، وهي ما تؤدي إلى اختلاف وجهات النظر التشريعية بين الدول، أو حتى داخل الدولة الواحدة، بخصوص عدم مشروعية المحتوى الذي يُبثُّ عبر وسائل التواصل، من ذلك ما يثيره مدى تعارض الحكم بمشروعية محتوى معين مع حرية التعبير⁽²³⁾.

وبالإضافة إلى ذلك؛ فإنّ المفهوم الذي يربط بين عدم المشروعية ومخالفة النظام العام من شأنه أن يؤدي إلى صعوبة تمييز المحتوى غير المشروع عن نظيره المشروع؛ فشبكة الإنترنت هي شبكة عالمية، وما يعد مشروعاً في بلد ما، قد لا يكون كذلك في بلد آخر، فعدم المشروعية - وفقاً لهذا المفهوم - لا تقتصر على مدى مخالفة قانون الدولة فقط، بل تمتد إلى مخالفة عاداتها وتقاليدها وأخلاقها وآدابها العامة، والأسس التي يقوم عليها نظامها الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وهذا من شأنه أن يُصعب المهمة على منصات التواصل لمحاربة المحتوى غير المشروع من جهة، وي طرح إشكالات في كيفية التعامل معه من جهة أخرى، خصوصاً إذا كان لا يقع تحت طائلة صريح القانون⁽²⁴⁾.

لهذا، وحتى يمكن مواجهة وسائل التواصل بعدم مشروعية محتوى معين، ينبغي أن يكون مفهوم المحتوى غير المشروع محدداً بشكل أكثر دقة، على ألا يصل ذلك إلى حدود استخدام أسلوب الحصر والتعداد؛ لأنّ هذا الأمر سوف يؤدي إلى جمود القواعد القانونية وعدم تكيفها مع المستجدات، خاصة إذا ما تعلق الأمر بوسائل التواصل الاجتماعي المعنية بتواصل الأفراد بعضهم مع بعضهم، حيث إنّ تقنياتها تتطور باستمرار، فمقدار التفاعل

(23) تعد جدلية التعارض بين مدى مشروعية الخطاب وحرية التعبير أحد أهم الإشكالات المطروحة أمام التشريعات في التعامل مع المحتوى الذي يُبثُّ عبر وسائل التواصل الاجتماعي، انظر في ذلك، على سبيل المثال:

Gaur Niharika, Broadcast Laws and its effects on freedom of Speech: A Comparative Analysis, International Journal of Reviews and Research in Social Sciences, Vol.8, Iss.4, October - December 2020.

https://www.researchgate.net/publication/348662649_Broadcast_Laws_and_its_effects_on_freedom_of_Speech_A_Comparative_Analysis.

(24) على سبيل المثال أشارت المادة (4/ك) من قانون النزاهة ومكافحة الفساد الأردني رقم 13 لسنة 2016، إلى أنّ من أهداف الهيئة مكافحة اغتيال الشخصية، وبناءً عليه إذا تبين للهيئة أنّ المحتوى الذي يتضمن اتهامات، أو إشارات بالفساد، تجاه شخص معين، كيدي، أو كاذب فإنّ لها أن تحوّل صاحب المحتوى على الجهات القضائية المختصة، وفقاً لما ورد في المادة (8/8) من القانون نفسه، إلا أنّه نظراً لعدم وجود نص قانوني يعاقب على مثل هذا الفعل، وعدم وجود تحديد لمعنى اغتيال الشخصية، فسوف تظهر العديد من الإشكالات القانونية تتعلق بكيفية التعامل مع هذا المحتوى.

الإنساني وحجمه يعتمد على هذه التقنيات، وبتطورها تنتقل سلوكيات جديدة من العالم الواقعي إلى هذا العالم الافتراضي⁽²⁵⁾.

لهذا، ورغبة في ضبط مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي، وتحديد ما يُعدُّ غير مشروع من محتوى، وضعت العديد من الدول قوانين خاصة بهذا الشأن، ووضعت قواعد واضحة، تتضمن التزامات معينة على عاتق منصات التواصل بكيفية التعامل مع المحتوى الذي يُعدُّ غير مشروع. ووفقاً لهذه القوانين⁽²⁶⁾، وفي صدد ماهية المحتوى غير المشروع، أحالت بعض التشريعات إلى قوانينها الوطنية بشكل واضح⁽²⁷⁾، فيما وضعت دول أخرى تشريعات خاصة، لعدم احتواء تشريعاتها الوطنية على تنظيم بعض السلوكيات المؤذية، أو التي من المحتمل أن تؤدي إلى إيقاع أذى، مثل نشر خطاب الكراهية، والترويج له، أو تبني أفكار المنظمات والجماعات التي تُشكّل خطراً على المجتمع، وأسلوب حياته، ونشر المعلومات المضللة، خصوصاً في أثناء فترة الانتخابات⁽²⁸⁾.

(25) تسارع التطورات التقنية على وسائل التواصل الاجتماعي ينعكس على سلوك الأفراد عبرها؛ فالتقنيات الحديثة كتقنية الواقع المعزز (AR)، وتقنية الرموز غير القابلة للاستبدال (NFT)، والتي تعتمد على تقنية البلوك تشين لضمان حقوق الملكية الفكرية... وغيرها مما يمكن أن يستجد من تقنيات من شأنها أن تطرح العديد من الإشكالات القانونية إذا ما انتقلت السلوكيات المتعلقة بها إلى وسائل التواصل الاجتماعي، انظر في هذا الصدد:

Brian Wassom, Augmented Reality Law, Privacy, and Ethics, syngress, Ma, Usa, 2014; Joshua Fairfield, Tokenized, The Law of Non-Fungible Tokens and Unique Digital Property, Indiana Law Journal, Forthcoming, (April 6, 2021), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3821102> (Accessed on: 12/07/2020).

(26) كان التوجيه الأوروبي المتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي يحمل الرقم 2000/31 عند تقريره لمسؤولية منصات التواصل يشير إلى المحتوى غير القانوني بشكل عام، والمحتوى غير القانوني، وفقاً لذلك، هو أي محتوى يخالف لقوانين الاتحاد الأوروبي، بالإضافة إلى تشريعات دول الاتحاد، غير أنه بعد ذلك أصدر عدة توجيهات تفرّز مسؤولية منصات التواصل عن محتويات أخرى غير واردة ضمن قوانين الاتحاد أو الدول التابعة له، مثل التوجيه رقم 2010/13 المتعلق بمواقع مشاركة الفيديو، والتوجيه رقم 2017/541 المتعلق بالمحتوى الإرهابي، والتوجيه رقم 2011/93 المتعلق بالاستغلال الجنسي للأطفال، والتوجيه رقم 2008/913 المتعلق بخطاب الكراهية، والتوجيه رقم 2004/48 المتعلق بحقوق الملكية الفكرية، والتوجيه رقم 2019/790 المتعلق بحقوق التأليف والنشر في السوق الرقمية.

(27) على سبيل المثال حدد المشرع الألماني المحتوى غير المشروع، وذلك في التشريع الخاص بإنفاذ القانون على شبكات التواصل الاجتماعي، والمعروف بـ NetzDG، من خلال الإحالة على 22 مخالفة واردة في القانون الجنائي.

(28) أصدرت فرنسا - على سبيل المثال - عدة تشريعات بهدف مساءلة منصات التواصل عن المحتوى غير المشروع؛ فصدر القانون المسمى (Avia Law) الذي أحال المحتوى غير المشروع على عدد من المخالفات الواردة في القانون الجنائي الفرنسي، بينما صدر قانون التلاعب بالمعلومات الذي يهدف إلى حماية الدولة والجمهور من المعلومات المضللة في أثناء فترة الانتخابات.

وكذلك التحرش والتنمر... وغيرها من التصرفات التي ظهرت وانتشرت بشكل كبير على منصات التواصل الاجتماعي، فاعتبرت مثل هذا المحتوى غير قانوني، بعد أن كان مجرد محتوى مؤذٍ غير خاضع للتنظيم القانوني.

فالأمر كان يستدعي تدخلاً مباشراً، حتى يمكن مساءلة منصات التواصل بعيداً عن مدى قيام مسؤولية صاحب المحتوى نفسه، وإن أدى هذا التدخل - في بعض الأحيان - إلى ظهور إشكاليات جديدة تتعلق باختلاف التعامل مع الفعل الواحد بين الواقع الحقيقي والواقع الافتراضي لوسائل التواصل، نتيجة وجود تباين بين التشريعات التي تُنظم وسائل التواصل الاجتماعي، وبين ما عليه الحال في الواقع الحقيقي⁽²⁹⁾.

(29) ظهرت هذه الإشكالية - على سبيل المثال - عند مناقشة الورقة التمهيديّة التي قدمتها الحكومة البريطانية للتعامل مع المحتويات المؤذية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (online harms white paper)، راجع في ذلك:

<https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper>

المطلب الثاني

نطاق مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي والتعامل التشريعي معها

إنَّ الحديث عن مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي يتطلَّب - بدايةً - تحديد العلاقات القانونية التي تقوم بصدها، وفي هذا المطلب سنستعرض طبيعة وسائل التواصل، من حيث طبيعة العلاقات القانونية التي تقوم بصدها (الفرع الأول)، ثم نتحدث عن كيفية تناول التشريعات مسألة مسؤولية المنصات عن المحتوى غير المشروع، وكيف تعاملت معها وفقاً لطبيعتها القانونية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

طبيعة منصات التواصل وأثر ذلك على مسؤوليتها القانونية

كما سبق وأشرنا فإنَّ منصات التواصل الاجتماعي هي عبارة عن مساحة افتراضية تسمح للمستخدم بالتواصل والتفاعل مع غيره من المستخدمين، ويقوم عمل مقدّمي الخدمات، أو الجهة التي تتولى تشغيل المنصة، على إدارة النشاط المعلوماتي على تلك المنصة من جهة، وتوفير حيزٍ خاص لكل مستخدم على حواسيبهم الآلية المرتبطة بشكل دائم بشبكة الإنترنت من جهة أخرى؛ ليستطيع من خلالها تخزين المعلومات والبيانات، مع توفير البرمجيات والوسائل التقنية التي تمكنه من الوصول إليها واسترجاعها على مدار الساعة.

وبالتالي فإنَّ طبيعة عمل مزوّد الخدمة تقوم على توفير مساحة خاصة في خوادمه، أو حواسيبه، لكي يستخدمها العميل كمكان لتخزين معلوماته وبياناته، واسترجاعها في الوقت الذي يريد. وطبيعة عمله هذه دفعت البعض إلى إطلاق تسمية «فنادق الإنترنت» عليهم؛ نظراً إلى وظيفتهم المتمثلة في الإيواء⁽³⁰⁾، أو كما يتم تسميتهم باللغة العربية

(30) Amanda De carlo, La Responsabilité de L'hébergeur Internet Visà- Vis des Tiers, Mémoire du diplôme de la Faculté Libre de Droit, d'Economie et de Gestion (FACO), JUIN 2008, p.5. <https://www.lepetitjuriste.fr/wp-content/uploads/2011/05/La%20responsabilit%C3%A9%20de%20l'h%C3%A9bergeur%20internet%20vis-%C3%A0-vis%20des%20tiers.pdf>, (Accessed on: 12/7/2020).

«متعهدو الإيواء»⁽³¹⁾.

وقد عرّف المشرع الفرنسي «متعهدي الإيواء»، في المادة (6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي رقم 2004/575 بأنهم: «كل شخص طبيعي، أو معنوي، يضمن - ولو بشكل مجاني - أن يوفر للجمهور، عن طريق خدمات الاتصالات العامة على الإنترنت، إمكان تخزين الإشارات، أو الكتابة، أو الصور، أو الصوت، أو الرسائل، أو أي شكل من البيانات»⁽³²⁾.

وحتى يستطيع الشخص استخدام وسائل التواصل ينبغي عليه - بداية - الموافقة على الشروط التي يضعها مُقدّم الخدمة لاستخدامها، ثم بعد ذلك التسجيل في الموقع، أو البرنامج، من خلال إدخال معلوماته الشخصية لإنشاء صفحة خاصة به تُعرّفه وتُميزه عن بقية أفراد المجتمع، بحيث لا يستطيع الدخول إليها إلا باستخدام كلمة سرية خاصة به. وشروط الاستخدام التي يوافق عليها المستخدم تتضمن توجيهات ومعلومات يُقدّمها مزود الخدمة لضمان الاستخدام السليم لوسائل التواصل، وعدم الإضرار بالغير في أثناء ذلك، كما تتضمن - بالإضافة إلى ذلك - بيان الحقوق والالتزامات المتبادلة بين طرفي العلاقة.

ونظرًا إلى كون استفادة المستخدم من وسائل التواصل مرهونة بموافقة على شروط الاستخدام التي يضعها مُقدّم الخدمة، فإنّ الإطار المنظم للعلاقة بين الطرفين هو إطار تعاقد في الأساس⁽³³⁾، فاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتمّ من خلال اتفاق يمنح

(31) أحمد فرح، النظام القانوني لمقدمي خدمات الإنترنت، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، الأردن، م 13، ع 9، سنة 2007، ص 325. عبد المهدي ناصر، المسؤولية المدنية لوسطاء الإنترنت، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، جامعة القادسية، العراق، م 2، ع 2، سنة 2009، ص 240.

(32) حيث جاء في الفقرة 2 من المادة (6) بصدد تحديد مسؤولية مقدمي الخدمات: "Les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images..."

(33) تُمكن خاصية العمومية التي تتمتع بها وسائل التواصل كل الأفراد من استخدامها، بصرف النظر عن فئاتهم العمرية، ومن دون أي اعتبار لأهليتهم القانونية، وعلى الرغم من أنّ مواقع التواصل تشترط أن يكون المستخدم قد أتم 13 سنة - على الأقل - ليستطيع إنشاء حساب عبرها، فإنّ غياب وسائل الرقابة والتحقّق الكافية تسمح لمن دون هذه السن من استخدامها، انظر في ذلك: الفقرة 5 من المادة (4) من شروط استخدام فيسبوك Facebook، والمادة الأولى من شروط استخدام تويتر twitter. والحقيقة أنّ غاية مواقع التواصل من تحديد سن المستخدم التي سعت إليها مواقع التواصل من تحديد سن المستخدم ليست هو حماية من هو دون تلك السن، بل للحيلولة دون تطبيق بعض القوانين الأمريكية التي تُشدد من الالتزامات الملقاة على عاتق المواقع التي تسمح لمن هم دون تلك السن باستخدامها، مثل قانون "Children's Online Privacy Protection Rule 1998" (COPPA)، انظر في ذلك: Mary Madden et al, Teens, Social Media, and Privacy, <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/> (Accessed on 12/7/2020).

بموجبه أحد الطرفين (مُقدّم الخدمة) الطرف الآخر (المستخدم) الحق في إنشاء صفحة شخصية على الموقع، أو البرنامج، أو التطبيق الإلكتروني المملوك للطرف الأول، لكي يستخدمها للتواصل والتفاعل مع الغير، بإرسال ومشاركة المعلومات بشكل إلكتروني، على أن يستخدمها وفقاً للضوابط والمعايير التي يُحددها الطرف الأول.

ويتميز الاتفاق الذي يُنظم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بأن مُقدّم الخدمة هو الذي يضعه ويُحدّد شروطه، ويمتلك إمكانية تعديله في أي وقت، ولا يمكن للمستخدم التفاوض بشأن تلك الشروط، أو الاعتراض على التعديلات التي تمّ إخطاره بها، لذلك نجد أن أغلبية الشروط التي يتضمنها تصب في مصلحة مُقدّم الخدمة، بما في ذلك الشروط التي تُحدّد التزامات الأطراف ومسؤولياتهم⁽³⁴⁾، ولا يملك المستخدم إلا الإذعان للشروط التي وضعها مُقدّم الخدمة إذا ما رغب في الاستمرار في الاستفادة من وسائل التواصل؛ لأنّ أيّ إخلال بتلك الشروط يعطي مُقدّم الخدمة الحق في حذف المحتوى المخالف، أو حجب خدماته عن المستخدم بشكل مؤقت أو نهائي.

لذلك فإنّ الاتفاق المُبرم بين المستخدم ومُقدّم الخدمة يمثّل الإطار القانوني المنظم لعلاقة الطرفين، كل منهما بالآخر، والمحدّد الرئيسي للالتزامات المتبادلة بينهما، وأيّ إخلال بهذا الاتفاق، من أيّ طرف، سوف يؤدي إلى قيام مسؤوليته العقدية في مواجهة الطرف الآخر، لهذا فإنّ الفقه⁽³⁵⁾ يرى أنّ العلاقة بين مُزوّد الخدمة والمستفيد هي أقرب إلى عقد إيجار الأشياء أو الإعارة، وفق طبيعة الخدمة، إذا كانت بمقابل أو مجانية؛ فمهمة مُزوّد الخدمة تقتصر على تزويد مساحة خاصة لتلقيها يمكن له استخدامها بحرية كاملة، وهو يمتلك كل البيانات التي يقوم بإضافتها أو مشاركتها، ما لم يثبت العكس⁽³⁶⁾، وبطبيعة الحال فإنّ استخدامه تلك المساحة ينبغي أن يكون وفقاً للضوابط والشروط المتفق عليها، بالإضافة إلى التزامه العام بعدم الإضرار بالغير في أثناء هذا الاستخدام.

وتنص بنود شروط الاستخدام على إلزام المستخدم بضرورة عدم الإضرار بالغير في أثناء التعامل بوسائل التواصل⁽³⁷⁾، وبالتالي يكون المستخدم وحده هو من سيتحمل

(34) Bruce Goldner & Naomi Sonser: Social Media Platform Agreements and Brand Risk, p. 1, <https://www.skadden.com/sites/default/files/publications/Social%20Media%20Platform%20Agreements%20and%20Brand%20Risk.pdf>, (Accessed on 12/7/2020).

(35) Amanda De carlo, op.cit., p.7.

عبد المهدي ناصر، مرجع سابق، ص 241. أحمد فرح، مرجع سابق، ص 326.

(36) انظر البند 2 من شروط استخدام فيسبوك Facebook، والبند 3 من شروط استخدام تويتر Twitter.

(37) انظر على سبيل المثال: البنود 3 و4 و5 من شروط استخدام فيسبوك Facebook، والبند 4 من شروط استخدام تويتر Twitter.

المسؤولية في حالة وقوع مثل تلك الأضرار، وذلك بناء على قواعد المسؤولية التقصيرية. ولا شك في أنّ هذه الأحكام كما أنّها تهدف إلى توعية المستخدم بالمخاطر المحيطة بوسائل التواصل، وبمسؤوليته الكاملة عن استخدامها⁽³⁸⁾، فإنّها تهدف كذلك إلى إعفاء مُقدّمي الخدمة من أي مسؤولية؛ ففي إطار سعي مُزوّد خدمات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت إلى حماية أنفسهم من أي مطالبات أو مسؤولية قانونية، فإنّهم يُضمّنون الاتفاقات نصوصاً تُحمّل المستخدم كامل المسؤولية عن المحتويات التي ينشرها، وبالتالي يُعفى مُزوّد الخدمة نفسه من أي مسؤولية أو مطالبات يمكن أن يتقدم بها الغير نتيجة الأضرار التي تقع له بفعل المستخدم⁽³⁹⁾، ممّا يجعل مسؤولية مُقدّم الخدمة تتحدّد في ضمان الأضرار التي تقع نتيجة فعله الشخصي فقط كقاعدة عامة، وفق البنود التي تمّ الاتفاق عليها بين المستخدم ومُزوّد الخدمة، لكن هل هذا يعني أنّ تلك المسؤولية - وفي جميع الحالات - تقع فقط على عاتق المستخدم؟

في الحقيقة إنّ تحديد نطاق مسؤولية المنصة في مواجهة الغير كانت تستلزم - بدايةً - من القضاء والفقهاء تحديد طبيعة عملها بدقة؛ فالمعلومات التي تتضمنها قد يكون من شأنها الإضرار بالغير، وكأي مسألة واقعية مستحدثة حاول الفقهاء والقضاء - في البداية - تطويع القواعد القانونية الموجودة على ما هو جديد⁽⁴⁰⁾، ونظرًا إلى اقتراب طبيعة عملها من العمل الذي يقوم به العاملون في مجال الإنتاج الإعلامي والأدبي والفني، فقد اتجهت الأنظار إلى القوانين المنظمة للصحافة والنشر، وقوانين البريد والاتصالات، بالإضافة إلى القواعد العامة في القوانين المدنية، لوضع نظام لمسؤولية المنصات عن المحتوى غير المشروع.

وقد خلصت الآراء الفقهية والقضائية التي بحثت في هذا المجال إلى عدم إمكان تطبيق القوانين الخاصة بالصحافة والنشر، أو تلك التي تُنظّم البث الإذاعي والتلفزيوني، على اعتبار أنّ طبيعة عمل منصات التواصل الاجتماعي تختلف عن عمل الوسائل الإعلامية

(38) أدانت محكمة أمريكية أحد مستخدمي وسائل التواصل في مواجهة الغير، بالاستناد إلى إخلال المستخدم بشروط الاستخدام التي وضعها مُقدّم الخدمة، وقد انتقد هذا الاتجاه من طرف الفقهاء؛ لأنّ الاعتماد على شروط الاستخدام سوف يجعل من السهل مقاضاة أي مستخدم لأي سبب، انظر: Thaddeus A. Hoffmeister, The Challenges of Preventing and Prosecuting Social Media Crimes, Pace Law Review, Vol.35, Iss.115, (2014), p.121, Available at: <https://digitalcommons.pace.edu/plr/vol35/iss1/4>.

(39) انظر البند 15 من شروط استخدام فيسبوك Facebook، والبند 5 من شروط استخدام تويتر.

(40) انظر التوجهات الفقهية والقضائية لتحديد طبيعة عمل مزودي الخدمات ومسؤوليتهم القانونية: Amanda De Carlo, op.cit., p.58.

عبد المهدي ناصر، مرجع سابق، ص 241. أحمد فرح، مرجع سابق، ص 333.

المقروءة، أو المسموعة، أو المرئية⁽⁴¹⁾، فلا يمكن اعتبارها صاحبة المحتوى المنشور بالنظر إلى كون وظيفتها تقوم على استضافة المحتوى، كما لا يمكن اعتبارها محرراً أو ناشراً أو منتجاً؛ لأن لا سيطرة لها على المحتوى الذي ينشره المستخدم، بل إن عملها هو أقرب إلى العمل الذي يقوم به الموزع، وكما المتجر الذي يبيع الكتب، والذي لا يمكن مساءلته عما ورد في الكتب التي يبيعهها⁽⁴²⁾.

فقبل النشر، عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لا يكون لدى مُزوّد الخدمة أي سيطرة على المحتوى، ولا يستطيع التدخل - بأي شكل من الأشكال - في نقل البيانات، وهو غير قادر على تحديد الموضوع أو الموضوعات المعروضة عليه قبل وضعها على الإنترنت، وفي ظل هذه الظروف لا يمكن تحميله المسؤولية عما يُنشر من محتوى، لكن نتيجة لتكاثر الدعاوي المرفوعة على مُزوّدَي الخدمات اضطر القضاء إلى الاعتراف بحد معين من الالتزامات التي تقع على عاتقهم، بحيث تقوم مسؤوليتهم عند الإخلال بها، وقد التقت التشريعات هذه الفكرة من القضاء وجسّدتها على أرض الواقع؛ فصدر العديد من القوانين التي تُنظّم حدود مسؤولية مُزوّدَي خدمات وسائل التواصل⁽⁴³⁾.

ومن جانب آخر، فإنّ العلاقة التعاقدية لا تُمثّل الإطار الحاكم للمسؤولية بشكل مطلق؛ فوسائل التواصل الاجتماعي (التي تقوم على فكرة الشبكات الاجتماعية) تعتمد على جمع البيانات الشخصية التي يدخلها الأفراد طوعاً عند إنشاء حساباتهم، أو من خلال تحليل أنشطة المستخدمين وتتبعها، من خلال خوارزميات معقدة مُعدّة لذلك في أثناء استخدامهم وسائل التواصل⁽⁴⁴⁾، ومن ثم تستخدم هذه البيانات لأغراض تجارية،

(41) انظر في طبيعة عمل مزودى الخدمات وحدود المسؤولية القانونية المترتبة على ذلك:

José Van Dijck and Thomas Poell, Understanding Social Media Logic - Media and Communication, Vol.1, Iss.1, (2013), pp.2-14, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2309065>, (Accessed on: 17/7/2020).

عبدالحليم بوقرين، المسؤولية الجنائية عن الاستخدام غير المشروع لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، م 16، ع 1، سنة 2019، ص 391.

(42) وفي رأي مخالف انظر: عابد فايد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 268.

(43) لعل أبرز التشريعات التي وضعت قواعد خاصة لحدود ونطاق مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي يتمثل في التشريع الأمريكي من خلال القسم 230 من قانون أدب الاتصالات (CDA)، وهو الاسم الشائع للجزء الخامس من قانون الاتصالات للعام 1996. وكذلك التوجيه الأوروبي المتعلق بالتجارة الإلكترونية رقم 2000/31 في المادتين (14 و 15) منه. بالإضافة إلى كل من التشريع الفرنسي، من خلال قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي، وذلك في المادة (6) منه، والتشريع الألماني من خلال التشريع الخاص بإنفاذ القانون على شبكات التواصل الاجتماعي والمعروف بـ NetzDG.

(44) ومما لا شك فيه أنّ هاجس عدم احترام خصوصية المستخدمين، وإمكان اختراقها يُعدان من أهم الانتقادات التي وُجّهت إلى وسائل التواصل الاجتماعي، ومن أهم المخاطر المترتبة عليها، وهذا ما دفع بعض الدول - مثل روسيا، على سبيل المثال - إلى اشتراط تخزين البيانات الخاصة بالمواطنين =

وتحقق أرباحاً كبيرة من وراء هذا الاستخدام، ومما لا شك فيه أن الغرم يجب أن يكون بمقدار الغنم.

لكن، على الرغم من ذلك، فإنّ التشريعات كانت أكثر حذرًا في التعامل مع هذا الموضوع، وذلك نظرًا إلى ما يمكن أن تؤدي إليه المبالغة في التنظيم القانوني من احتمال التعارض مع مبادئ دستورية وأساسية، مثل مبدأ حرية الاتصال، ومبدأ حرية التعبير، بالإضافة إلى عدم الرغبة في وضع عراقيل أمام التطور التقني، بتشديد مسؤولية الجهات التي تقوده؛ لهذا تعددت الاتجاهات التشريعية بين من يتشدد إزاء مسؤولية مُزوّد الخدمات عن المحتوى غير المشروع، ومن يتساهل معها إلى درجة تقرير عدم مسؤوليتها بشكل تام ومطلق تقريباً.

الفرع الثاني

التعامل التشريعي مع مسؤولية منصات التواصل

عن المحتوى غير المشروع

قليلة هي التشريعات التي تعرضت لمسؤولية منصات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع؛ فالأغلبية منها، خصوصاً الدول العربية، اتجهت إلى وضع قواعد خاصة بمحاسبة صاحب المحتوى نفسه، سواء من خلال التجريم والعقاب وفق قوانين خاصة، أو من خلال تطبيق القواعد العامة. لكن بالنظر إلى عدم فاعلية هذا التوجه في محاربة المحتوى غير المشروع بالشكل المطلوب؛ فقد سعت بعض دول إلى إشراك مُزوّد الخدمات في المسؤولية الناتجة عما يحدثه المحتوى غير المشروع من أضرار.

وبالاطلاع على هذه التشريعات يُلاحظ أنّها - منذ البداية - وضعت قاعدة مفادها أنّ المنصة، أو مُزوّد الخدمة، لا يُعد مسؤولاً عن المحتوى غير المشروع من دون تمييز بين مختلف أنواع المسؤولية القانونية، إلا أنّها - مع ذلك - قرّرت إمكان قيام المسؤولية في

=الروس المستخدمين لوسائل التواصل في خوادم خاصة موجودة في روسيا، بينما حظرت الصين معظم وسائل التواصل، ووفرت أخرى محلية بديلة لمواطنيها؛ فيما أصدرت محكمة العدل الأوروبية أخيراً قراراً يقضي بإبطال اتفاقية نقل المعلومات الشخصية بين الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية. للتوسع أكثر انظر: سهل ظاهر، المسؤولية المدنية للإعلام الإلكتروني عن انتهاك الحقوق اللصيقة بالشخصية، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة اليرموك، الأردن، 2014، ص30.

Court of justice of the European Union، press release no 91/20, Luxembourg 16 July 2020, Judgement in case C-311/18, http://curia.europa.eu.jcms/jo2_7052/eng/, (Accessed on: 17/7/2020).

حالات محدّدة واستثنائية، وذلك عند إخلال مُزوّد الخدمة بالالتزامات القانونية التي تقع على عاتقه، على أنّ المسؤولية المقصودة هنا هي مسؤولية مُزوّد الخدمة، سواء تجاه المجتمع؛ فيكون الجزاء هو غرامات تُوقَّع عليه، أو قد تأخذ مفهوم المسؤولية الجزائية، أو المسؤولية المدنية التي - بطبيعة الحال - تقوم على أساس تقصيري.

وفي هذا الإطار يمكن التمييز بين ثلاث اتجاهات أساسية: الاتجاه الأكثر تساهلاً مع مُزوّدي الخدمات، والذي تمثله تشريعات الولايات المتحدة الأمريكية، والاتجاه المتوسط الذي يمثله التشريع الفرنسي، وأخيراً الاتجاه الأكثر تشدداً الذي يمثله التشريع الألماني.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية التي تعد مهد الإنترنت، نظم المشرّع مسؤولية مُزوّدي الخدمات، من خلال ما نص عليه في القسم 230، مما يسمى قانون أدب الاتصالات (CDA)، وهو الاسم الشائع للجزء الخامس من قانون الاتصالات للعام 1996، وقد نص هذا القسم - صراحة - على أنّ مُزوّد الخدمة لا يمكن اعتباره ناشراً أو متحدثاً بأي شكل من الأشكال، كما أعطى هذا القسم مُزوّد الخدمة الحق في إزالة أي محتوى يعتبره غير مشروع أو مخالفاً، حتى لو أدى هذا الأمر إلى المساس بحقوق محمية قانوناً، مثل الحق في التعبير عن الرأي، مادام مُزوّد الخدمة تصرف بحسن نية⁽⁴⁵⁾.

وفي حين يعتبر القسم 230 في الولايات المتحدة الأمريكية سبباً رئيساً لتطور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، على وجه الخصوص، فإنّ التطبيق العملي له لم يخل من التحديات؛ ممّا دفع المشرّع الأمريكي إلى التدخل - في بعض الحالات - لإجبار مُزوّدي الخدمات على إزالة بعض المحتويات غير المشروعة، في بعض القوانين الخاصة،

(45) نصت المادة (230) على أنّه:

(c) Protection for "Good Samaritan" blocking and screening of offensive material.

(1) Treatment of publisher or speaker.

No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider.

(2) Civil liability.

No provider or user of an interactive computer service shall be held liable on account of -

(A) any action voluntarily taken in good faith to restrict access to or availability of material that the provider or user considers to be obscene, lewd, lascivious, filthy, excessively violent, harassing, or otherwise

objectionable, whether or not such material is constitutionally protected; or

(B) any action taken to enable or make available to information content providers or others the technical means to restrict access to material described in paragraph (1).

مثل قانون حماية حقوق المؤلف، وقانون الاتجار بالجنس⁽⁴⁶⁾، كما أنّ القضاء بدوره أسهم - في بعض الحالات النادرة - في رفع الحصانة المطلقة التي يتمتع بها مزودو الخدمات من المسؤولية عن المحتوى غير المشروع⁽⁴⁷⁾.

وعلى الرغم من الاستثناءات السابقة، فإنّ القسم 230 من قانون الاتصالات مازال يُشكّل اللبنة الأساسية لحدود مسؤولية مُزوّدَي الخدمات، وهو يعطيهم حصانة شبه مطلقة من المساءلة عن أي محتوى يتم بثّه عبر منصاتهم، وأخيراً أصبح يُوجّه إلى هذا الفصل كثير من الانتقادات، خصوصاً في كونه يمثل سيقاً لمزوّد الخدمة الذي يتمكن من خلاله من إزالة أي محتوى لا يتفق مع توجهاته، أو يعتبره هو غير مشروع، في ضوء عدم وضوح مفهوم «حسن النية» الذي نص عليه المشرّع⁽⁴⁸⁾، ويعتبر درعاً له؛ لأنّه يحميه من المسؤولية عن أي محتوى، حتى لو كان غير مشروع قانوناً⁽⁴⁹⁾.

ولعل المثال الأبرز على هذه الحالة ذلك الجدل السياسي الذي حدث بخصوص موضوع الانتخابات عبر البريد في الولايات المتحدة الأمريكية⁽⁵⁰⁾، حيث أظهرت بعض الأحداث أنّ مقدمي الخدمات يمتلكون سيطرة واسعة على الاتصالات العامة والخاصة؛ مما يمنحهم

(46) Megan McKnelly, Untangling SESTA/FOSTA: Hoe the internets “knowledge” threatens anti-sex trafficking law, Berkeley Technology Law Journal, University of Berkely, California, USA, Vol.34, (2019), p.1239, https://btlj.org/data/articles2019/34_4/11_McKnelly_WEB.pdf (17/7/2020).

(47) Varty Defterderian, Fair housing council V. Roommates.com: A new path for section 230 immunity, Berkeley Technology Law Journal Vol.24, No.1, (2009), p.563, https://www.btlj.org/data/articles2015/vol24/24_1_AR/24-berkeley-tech-1-j-0563-0592.pdf, (Accessed on: 17/7/2020).

(48) David Sloss, Section 230 and the Duty to Prevent Mass Atrocities, 52 Case W. Res. J. Int'l L. 199 (2020) Available at: <https://scholarlycommons.law.case.edu/jil/vol52/iss1/11>, (Accessed on: 12/7/2020).

(49) David S. Ardia, Free Speech Savior or Shield for Scoundrels: An Empirical Study of Intermediary Immunity Under Section 230 of the Communications Decency Act, Loyola of Los Angeles Law Review, Vol.43, No.2, (2010), Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1625820>, (Accessed on: 12/7/2020).

(50) حيث اعتبر الرئيس الأمريكي آنذاك دونالد ترامب في تغريدة له على موقع تويتر، أنّ هذا الإجراء من شأنه أن يؤدي إلى كثير من التزوير في الانتخابات، فوضعت منصة تويتر إشارة على تلك التغريدة مفادها أنّها قد تحتوي على معلومات مغلوطة، وذلك في إطار سعيها إلى الحد من الأخبار المضلّة والشائعات، وهذا أدى بالرئيس الأمريكي دونالد ترامب إلى اتهام «تويتر» بالتخيز السياسي، ومحاولة إسكات صوت حزب معين، وترجيح كفة حزب آخر في الانتخابات.

Datis Khajeheian, The Struggle to Regulate Social Media Platforms, Nordic Journal of Media Management, Vol.1, Iss.2, (2020), pp.123-127. <https://doi.org/10.5278/njmm.2597-0445.5462> (12/7/2020).

سلطة لا حدود لها للرقابة وتقييد وتحرير وتشكيل وإخفاء وتغيير أي شكل من أشكال التواصل بين المواطنين.

أما على صعيد الدول الأوروبية، فقد بدأت المحاولات التشريعية لوضع أحكام بخصوص مسؤولية «متعهدي الإيواء»، ومن بينهم مُزودو خدمات وسائل التواصل، بعد صدور التوجيه الأوروبي رقم EC/31/2000 بخصوص بعض المسائل القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، والذي نص في المادتين (14 و15) منه على بعض تلك الأحكام، ورسم حدوداً معينة للدول الأعضاء بهذا الخصوص، ولعل من أهم الأحكام التي نصّ عليها التوجيه في هذا الصدد هو ما يسمى «الملاذ الآمن» Safe harbor الذي يقرّر عدم مسؤولية «متعهد الإيواء» عن المحتوى غير القانوني الذي يضعه المستخدم⁽⁵¹⁾، كما منع التوجيه التشريعات الأوروبية من إلزام مُزودَي خدمات التواصل، وغيرهم من متعهدي الإيواء، بالرقابة على المحتوى، أو البحث، أو التحقيق فيه إلا في حالات محدودة⁽⁵²⁾.

والحقيقة أنّ إعفاء منصات التواصل من المسؤولية عن المحتوى غير المشروع، وفقاً للتوجيه الأوروبي، يقوم على اعتبار أنّ الدور الذي تؤديه تقني محض ومحايد، وليس لها أي دور إيجابي فعّال في ذلك المحتوى. كما أنّ عدم إلزامها - وفقاً لهذا التوجيه - بالرقابة الاستباقية على المحتوى من شأنه تعزيز فكرة الإعفاء من المسؤولية؛ لأنّ إلزامها بالرقابة الاستباقية من شأنه افتراض علمها بالمحتوى غير المشروع من جهة، ومن جهة أخرى قد يؤدي فرض هذا الالتزام إلى منح هذه المنصات سلطات واسعة نتيجة خوفها من التعرض للمسؤولية الناتجة عن أي محتوى غير مشروع⁽⁵³⁾، وقد أخذت الدول الأوروبية بهذا التوجيه، وأدرجت أحكامه ضمن تشريعاتها الوطنية، فنص

(51) جاء في نص المادة (14) من التوجيه الأوروبي المذكور:

“...Member States shall ensure that the service provider is not liable for the information stored at the request of a recipient of the service, on condition that:

(a)-the provider does not have actual knowledge of illegal activity or information and as regards claims for damages, is not aware of facts or circumstances from which the illegal activity or information is apparent; or

(b)-the provider, upon obtaining such knowledge or awareness, acts expeditiously to remove or to disable access to the information...”

(52) وقد جاء في المادة (15) من التوجيه الأوروبي:

“Member States shall not impose a general obligation on providers, when providing the services covered by Articles 12, 13 and 14, to monitor the information which they transmit or store, nor a general obligation actively to seek facts or circumstances indicating illegal activity....”

(53) Alexandre De Streel et al, Online Platforms Moderation of Illegal Content Online, European Parliament’s committee on Internal Market and Consumer Protection, 2020, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU\(2020\)652718_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/652718/IPOL_STU(2020)652718_EN.pdf), (Accessed on: 12/7/2020).

القانون الفرنسي على «فكرة الملاذ الآمن»، في المادة (6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي رقم 2004/575.

وتقوم فكرة الملاذ الآمن على أن مُزوّد خدمات وسائل التواصل ليسوا مسؤولين - كقاعدة عامة - مدنياً أو جنائياً عن المحتوى الذي يضعه المستخدمون. وهذا الملاذ الآمن يستفيد منه مُشغّل الخدمة بناءً على قرينة قانونية مفادها عدم علمه بعدم مشروعية المحتوى الذي تمّ وضعه، وبالتالي فمُزوّد الخدمة الذي يتدخل في وضع المحتوى، أو يشارك فيه، أو يكون الشخص الذي وضعه تابعاً له بأي شكل من الأشكال، يكون مسؤولاً بشكل مباشر عنه⁽⁵⁴⁾.

وكذلك فإنّ مُزوّد الخدمة الذي يكون على علم - بشكل فعلي - بعدم مشروعية المحتوى، أو كان مدركاً للظروف والحقائق التي من شأنها أن تشير إلى عدم مشروعية المحتوى يكون مسؤولاً، لكن مسؤوليته لا تقوم بشكل مباشر، بل في حالة عدم قيامه بإزالة المحتوى، أو جعل الوصول إليها مستحيلاً⁽⁵⁵⁾، والفرق بين العلم الفعلي والعلم بالظروف والملاذبات غاية التمييز بين الأحكام المطبّقة على نوعي المسؤولية؛ فالعلم الفعلي مطلوب لتحقيق المسؤولية الجنائية والمدنية. أمّا العلم بالظروف والملاذبات فغير كافٍ بالنسبة إلى المسؤولية الجنائية، لكنه كذلك في المسؤولية المدنية⁽⁵⁶⁾.

ومعنى ذلك أنه لقيام مسؤولية مُزوّد الخدمات يجب فقط ألا يكونوا على دراية فعلية بالمحتوى غير المشروع، أو مدركين للحقائق والظروف التي من شأنها أن تدل على عدم مشروعيته، بل ينبغي كذلك ألا يقوموا بإزالة المحتوى، أي يصرّوا على بث المحتوى، أو أن يفشلوا في إزالته بأن يبقى الوصول إليه ممكناً، والطريقة التي يثبت فيها علم أو إدراك مُزوّد الخدمات بطبيعة المحتوى تكون من خلال إخطاره بوجود محتوى غير مشروع ينبغي عليه التعامل معه، كقاعدة - كما ذكرنا سابقاً - أن مُزوّد الخدمات ليس عليهم التزام بالتحقق من مدى مشروعية المحتوى، أو الرقابة عليه.

وفي ظل ثبات واستقرار «فكرة الملاذ الآمن» حاولت التشريعات التي سعت إلى وضع أحكام خاصة لمسؤولية مُزوّد الخدمة تنظيم هذه الفكرة وحصرها ضمن حدود واضحة، من خلال تقرير التزامات محدّدة ينبغي على كل مُزوّد خدمة أن يلتزم بها؛

(54) المادة (2/1/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

(55) Thierry Léonard et. al, L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne: un état de la question, In: Journal des tribunaux, 2012, p.814, <http://hdl.handle.net/2078.3/168641>, (Accessed on: 17/7/2020).

(56) Amanda De Carlo, op. cit., p.46.

ليستفيد من الملاذ الآمن، وبالتالي فإنَّ مسؤوليته القانونية، بمختلف أنواعها تقوم إذا ما أخل بهذه الالتزامات.

وكما قلنا فإنَّه يفترض علم مُزود الخدمة بالمحتوى غير المشروع إذا ما تم إخطاره به. وبإخطاره وعدم تصرفه بسرعة يكون مسؤولاً، لكن بما أنَّ تقرير مسؤولية مُزود الخدمات بهذا الشكل، وفي ظل التدفق الكبير للمعلومات عبر وسائل التواصل، قد يكون سبباً لإزالة المحتوى، حتى لو كان مشروعاً ممَّا يُعدُّ مساساً خطيراً بحرية التعبير؛ فقد وضع المشرِّع الفرنسي بعض القواعد الخاصة بالإخطار، ففي البداية عاقب أي شخص يوجه إخطاراً لمزود الخدمة لحجب أو إزالة محتوى مشروع على أنه غير مشروع، عند علمه بعدم دقة هذه المعلومة، بالسجن لمدة عام، وبغرامة 1500 يورو⁽⁵⁷⁾.

كما وضع المشرِّع الفرنسي أسساً لعملية الإخطار، تتمثل في أربعة عناصر ينبغي أن يتوافر عليها حتى يكون صحيحاً ومنتجاً لآثاره، مع تحديد ضرورة قيام مُزود الخدمة بتوفير التقنيات التي من شأنها أن تضمن تحقق هذه العناصر، وأول هذه العناصر هو ضرورة تحديد شخصية المختر، وذلك بالحصول على البيانات الخاصة به، سواء أكان شخصية طبيعية أم اعتبارية أم جهة إدارية. والعنصر الثاني يتمثل في وصف المحتوى غير المشروع المطلوب إزالته أو حجبهِ. والعنصر الثالث يتمثل في الأساس القانوني الذي يُعدُّ بموجبه المحتوى غير مشروع، فما وجه غير المشروعية في هذا المحتوى، وما الذي يُمثله؟ أي بعبارة أخرى تكييفه القانوني. وأخيراً يجب أن يتم تقديم ما يثبت مخاطبة ناشر المحتوى بخصوص محتواه غير المشروع، أو تقديم ما يثبت العجز عن إجراء هذا التواصل⁽⁵⁸⁾، وهذا الإجراء الأخير غير مطلوب في بعض أنواع الجرائم التي نص عليها⁽⁵⁹⁾.

وكما أسلفنا القول فإنَّ المشرِّع الفرنسي لم يلزم مُزودي خدمات وسائل التواصل بمراقبة المحتوى، ولم يلزمهم كذلك بإجراء عمليات البحث والتحقيق عن المحتويات غير المشروعة؛ فالشخص المتضرر، أو أي شخص آخر، يستطيع إخطار مُزود الخدمة بالطريقة السابقة الإشارة إليها، لكن المشرِّع الفرنسي أشار، في بعض أنواع الجرائم، إلى وجود التزام نسبي بالرقابة والبحث والتحقيق، وذلك بإلزامه مُزودي الخدمة بضرورة توفير آلية تُمكن أي شخص من إبلاغهم باحتمالية ارتكاب إحدى تلك الجرائم، وذلك دون التقيّد بالشروط المطلوبة في الإخطارات السابقة الإشارة إليها، كما يلتزم مُزود الخدمة

(57) المادة (4/1/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

(58) المادة (5/1/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

(59) المادة (7/1/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

بإبلاغ السلطات مباشرة بتلك الوقائع⁽⁶⁰⁾.

وقد أضاف المشرع الفرنسي نصًا خاصًا يتيح للقضاء المستعجل إجبار مزود الخدمة على اتخاذ التدابير اللازمة لمنع الضرر أو الحد منه، إمّا تلقائيًا، وإمّا بناءً على طلب المستفيد من الخدمة، وذلك في حال فشله في إزالة أو وقف المحتوى غير المشروع، وهذا الإجراء يُعدُّ ضروريًا لإشراك مزود الخدمة في المسؤولية المترتبة عن المحتوى غير المشروع⁽⁶¹⁾، وهذا المقتضى القانوني الذي أورده المشرع الفرنسي لا ينص على كون تكييف عدم المشروعية يعود في الأساس إلى القضاء، بل فقط في حالة عدم إزالة المحتوى يستطيع القضاء اتخاذ ما يراه ضروريًا لمنع حدوث الضرر أو إزالته.

ومن الالتزامات التي ألقاها المشرع الفرنسي، كذلك، على عاتق مُزودي الخدمات ضرورة احتفاظهم بكل البيانات التي تسمح بتحديد شخصية أي شخص يسهم في صناعة المحتوى المنشور عبر الوسائل التي يقدمونها، مع ضرورة الإدلاء بها للقضاء عند الطلب منهم⁽⁶²⁾، وبالنظر إلى مدى أهمية هذا الالتزام وتأثيره على خصوصية المستخدمين، أناط المشرع الفرنسي بمجلس الدولة إصدار مرسوم متعلق بهذا الالتزام، يُبين ماهية البيانات المحفوظة، وكيفية ومدّة حفظها، ويكون مُزود خدمات التواصل الاجتماعي مسؤولاً في حال عدم تنفيذ الالتزامات التي ألقاها المشرع على عاتقه بخصوص تمكين المستخدمين من توجيه الإخطار، وكذلك حفظ البيانات وتقديمها للجهات القضائية التي تطلبها، ويُعاقب إذا فشل في ذلك بالسجن لمدة عام، وبغرامة 2500 يورو⁽⁶³⁾، أمّا مسؤوليته عن المحتوى غير المشروع فتقوم إذا ما أصر على بث المحتوى، على الرغم من عدم مشروعيته، أو إذا لم يقم بإزالته بشكل فوري.

وعلى أي حال فإنّ التنظيم التشريعي لمسؤولية مُزودي الخدمات في القانون الفرنسي لم يخل من إشكالات قانونية وعملية، ومما لا شك فيه أنّ المخاطر المتزايدة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي كانت، وما زالت، دافعاً لتطوير الأنظمة القانونية التي تؤطرها؛ ممّا يستدعي تدخل المشرع بشكل مستمر، فعلى سبيل المثال أقام المشرع الفرنسي الإعفاء من المسؤولية على عدم العلم الفعلي بالمحتوى غير المشروع، والذي يظهر أنّه غير قانوني

(60) المادة (7/1/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي، انظر كذلك في التزامات مُزود الخدمات في القانون الفرنسي:

Ronan Hardouin, Observations sur les nouvelles obligations prétorienne des hébergeurs.

<http://www.juriscom.net/documents/resp20071108.pdf>, (Accessed on: 17/7/2020).

(61) المادة (8/1/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

(62) المادة (2/6) والمادة (3/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

(63) المادة (5/6) من قانون الثقة في الاقتصاد الرقمي.

بشكل واضح، إلا أنه لم يضع معايير تبين ماهية المحتوى غير القانوني بشكل واضح⁽⁶⁴⁾، فهل يترك الأمر لتكييف مشروعية المحتوى من عدمه لمزود الخدمة، أم أن الأمر يعتمد على وجهة النظر القانونية البحتة؟ وفي حال اعتبار مُزود الخدمة أن هذا المحتوى غير مشروع كيف يجب عليه التصرف سريعاً، وفق ما تطلبه المشرع الفرنسي؟ وما معيار تحديد مدى سرعة تصرفه⁽⁶⁵⁾؟

في الإجابة عن الأسئلة السابقة، حاول المشرع الفرنسي تعديل بعض أحكام مسؤولية مُزود الخدمات بإضافة التزامات جديدة على عاتقه، وتحديد مدة معينة ينبغي على مُزود الخدمة التصرف خلالها⁽⁶⁶⁾، وقد كان من بين هذه التعديلات إعطاء السلطات الإدارية الحق في الطلب من مُزود الخدمات إزالة المحتوى غير المشروع في بعض الحالات، على أن يقوم مُزود الخدمة بإزالتها خلال 24 ساعة، وإلا كان مسؤولاً، ويُعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في القانون، لكن المجلس الدستوري⁽⁶⁷⁾ قضى بعدم دستورية هذا التعديل، على اعتبار أن تقرير عدم قانونية محتوى معين ليس رهناً بوجهة نظر السلطات الإدارية، وكون الأمر يتعلق بقرار إداري قابل للطعن فيه، فإن 24 ساعة لا تُعد مدة كافية للجوء مُزود الخدمة إلى القضاء للطعن في القرار الإداري.

كما حاول المشرع الفرنسي إلزام مُزود الخدمة، في تعديل آخر، بإزالة المحتوى غير القانوني في حالات أخرى خلال 24 ساعة، بمجرد إخطاره من طرف أي شخص يكون هذا المحتوى غير قانوني من دون أي شرط⁽⁶⁸⁾، وقد قضى المجلس الدستوري كذلك بعدم دستورية هذا التعديل، بناءً على أن عدم وضع شروط محددة لتبرير إزالة هذا المحتوى من شأنه أن يضع مُزود الخدمة في موقف يرتب عليه إجراء فحص قانوني موسّع

(64) وفي قرار المجلس الدستوري رقم 2004/496، بتاريخ 10 يونيو 2004 المتعلق بقانون الثقة في الاقتصاد الرقمي أبدى المجلس تحفظه عن عبارة (manifestement illicite) الواردة في القانون، انظر: Décision n° 2004-496 DC du 10 juin 2004. Loi pour la confiance dans l'économie numérique <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2004/2004496DC.htm>, (Accessed on: 17/7/2020).

(65) انظر في الإشكالات القانونية التي طرحها تحديد طبيعة المحتوى غير القانوني: Ophélie Fondeville et Anne-Sophie Jouannon. Le «manifestement illicite», mystérieux point de rencontre entre la victime et l'hébergeur. <http://www.juriscom.net/documents/resp20080407.pdf>, (Accessed on: 17/7/2020).

(66) Loi n° 766-2020 du 24 juin 2020 visant à lutter contre les contenus haineux sur internet

(67) Décision n° 2020-801 DC du 18 juin 2020 Loi visant à lutter contre les contenus haineux sur internet. <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2020/2020801DC.htm>, (Accessed on: 17/7/2020).

(68) Loi n° 2020-766 du 24 juin 2020 visant à lutter contre les contenus haineux sur internet.

لتحديد مدى مشروعيته، وهو ما لا يمكن إجراؤه خلال 24 ساعة، وفي النتيجة اعتبر المجلس الدستوري أنّ هذه التعديلات من شأنها أن تشجع مُزودي الخدمات على إزالة المحتويات بغض النظر عن مشروعيتها، وبالتالي انتهاك حرية التعبير والاتصال؛

فالتعديلات التي وضعها المشرّع، والتي كانت غايتها وضع حدٍّ للإساءات المترتبة على حرية التعبير، والتي تضر بالأشخاص، وتُقوّض النظام العام، غير متناسبة مع الضرر الواقع على حرية التعبير في هذه الحالة؛ فحرية التعبير أكثر قيمة؛ لأنّ ممارستها شرط من شروط الديمقراطية، وأحد ضمانات احترام الحقوق الأخرى⁽⁶⁹⁾.

والحقيقة أنّ التعديلات التي حاول المشرّع الفرنسي إدخالها ورفضها المجلس الدستوري جاءت بعد أن أقرّت ألمانيا قانون NetzDG في العام 2017، والمتعلق بإنفاذ القانون على شبكات التواصل الاجتماعي، والذي يُعدُّ الأكثر إثارة للجدل، والأكثر تطرفاً - إن صح التعبير - في مواجهة مُزودي خدمات وسائل التواصل الاجتماعي، مقارنةً بغيره من التشريعات، وذلك من حيث طبيعة الالتزامات التي يُلقبها على عاتقهم، بالإضافة إلى التشديد من مسؤوليتهم، هذا مع العلم أنّ القانون الألماني تبنى «فكرة الملاذ الآمن» التي نصّ عليها التوجيه الأوروبي، وكذلك نصّ على عدم وجود التزام عام بالرقابة والبحث والتحقيق، وذلك في المواد من (7 إلى 10)، مما يسمى Tele Media Act بتاريخ 26 فبراير 2007.

ومن خلال قراءة محتوى قانون NetzDG الألماني يمكن أن نلاحظ - بدايةً - أنّ المشرّع كان يحاول أن يكون دقيقاً منذ البداية، بتحديد نطاق تطبيق هذا القانون، من خلال وضع شروط خاصة للأشخاص الملزمين بأحكامه، وكذلك تحديد نطاق ما يسمى المحتوى غير المشروع؛ فالقانون يُطبّق على الشركات الكبرى التي يتجاوز عدد مستخدميها مليوني مستخدم في ألمانيا؛ ممّا يعفي الشركات الصغرى من أي التزام قرّره هذا القانون، كما أنّ مفهوم المحتوى غير القانوني مُحدّد بمجموعة من الجرائم عدّها المشرّع، وأحال إلى شروطها وأركانها المطلوبة في القانون الجزائي⁽⁷⁰⁾.

أمّا الالتزامات التي ألقاها المشرّع الألماني على عاتق مُزودي خدمات وسائل التواصل فتتمثل في⁽⁷¹⁾:

(69) Décision n° 2020-801 DC du 18 juin 2020 Loi visant à lutter contre les contenus haineux sur internet. <https://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2020/2020801DC.htm>, (Accessed on: 17/7/2020).

(70) المادة (3/1/1) من القانون.

(71) نص القانون على هذه الالتزامات في المادتين (2/1) و(3/1).

- على مزودي الخدمة الذين يتلقون أكثر من 100 إخطار سنوياً تتعلق بمحتوى غير مشروع أن يقدموا تقريراً نصف سنوي للإدارة، ويُنشر على الموقع الإلكتروني للمنصة، ويتضمن عدة بيانات من بينها، وصفاً كاملاً للإخطارات، ونوع المحتوى، وكيفية التعامل معه... وغيرها من البيانات.
- كذلك يلتزم مزودو الخدمات بوضع نظام خاص للإبلاغ عن المحتوى غير المشروع، يسهل إيجاده والتعامل معه من طرف المستخدمين.
- يلتزم مزودو الخدمات، بعد ورود أي بلاغ، بالتحقيق والتحقق من مدى مشروعية المحتوى قبل اتخاذ أي إجراء بخصوصه.
- يلتزم مزودو الخدمات بالاحتفاظ بأي محتوى غير مشروع تمت إزالته لمدة مُعيّنة، كما يلتزمون بحفظ سجل الشكاوى وإجراءات التعامل معها كدليل لتقديمه عند الحاجة أو الطلب.
- يلتزم مزودو الخدمات بمراجعة آلية التعامل مع البلاغات شهرياً، وتصحيح أي قصور تنظيمي فيها.
- يلتزم مزودو الخدمات بتدريب نصف سنوي للأشخاص المكلفين بتلقي البلاغات والمتعاملين معها، ويشمل هذا التدريب دورات اللغة الألمانية.
- يلتزم مزودو الخدمات بإنشاء وتمويل مؤسسة مستقلة حاصلة على اعتراف وترخيص السلطات الإدارية، وتتوافر على التمويل والخبرات اللازمة لإصدار القرارات الخاصة بتحديد مدى مشروعية المحتوى عند عدم وضوح ذلك.
- يجب على مُزودي الخدمات تسمية شخص داخل ألمانيا يكون مسؤولاً، أمام السلطات الإدارية، عن توفير المتطلبات، والقيام بالالتزامات المفروضة على مُزودي الخدمات وفقاً لهذا القانون.
- يجب كذلك على مُزودي الخدمات تسمية شخص مُخوّل بتلقي الطلبات من السلطات الألمانية، والمتعلقة بالحصول على المعلومات التي تتضمنها منصاتهم، بحيث يضمن ذلك أن يتم تزويد السلطات بالمعلومات خلال فترة لا تتجاوز 48 ساعة.
- وبخصوص إجراءات التعامل مع البلاغات، والالتزامات المتعلقة بها، فقد ألزم المشرع الألماني مُزودي الخدمات - كما قلنا سابقاً - بالتحقق من مدى مشروعية كل محتوى يتم الإبلاغ عنه قبل حذفه أو إخفائه، وفي هذا الصدد ميّز المشرع بين ثلاثة أنواع من المحتويات غير المشروعة وطريقة التعامل معها⁽⁷²⁾:

(72) نص القانون على هذه الالتزامات في المادتين (2/1) و(3/1).

- فإذا كانت عدم مشروعية المحتوى واضحة، ولا لبس فيها، يجب على مُزود الخدمة إزالة المحتوى أو إخفاؤه خلال 24 ساعة من وصول البلاغ.
- أمّا إذا كانت عدم مشروعية المحتوى ناتجة عن القول بأنه يتضمن ادعاءات كاذبة، أو أنّ الظروف والحقائق تشكك في مشروعيتها، فإنّه يجب على مُزود الخدمة أن يمنح صاحب المحتوى فرصة للرد على الشكوى قبل الإزالة.
- وأخيراً إذا كانت مشروعية المحتوى غير واضحة، أو مشكوكاً في مدى مشروعيتها من عدمه، فإنّ مزودي الخدمات ينبغي عليهم إرسال الشكوى إلى المؤسسة المستقلة التي تمّ إنشاؤها بالتعاون بين مزودي خدمات التواصل، وحصلت على ترخيص الدولة، بحيث يكون قرارها ملزماً، على أنّه وفي جميع الأحوال تجب إزالة المحتوى الذي تبين عدم مشروعيته خلال 7 أيام من ورود الشكوى.

وإذا لم يتم مُزود الخدمة بإزالة المحتوى، سواء اعتبره مشروعاً أو غير مشروع، فإنّ إجبار مُزود الخدمة، من طرف السلطات الإدارية، لا يكون صحيحاً إلا بعد الحصول على قرار قضائي يثبت عدم مشروعية المحتوى⁽⁷³⁾، لهذا فإنّ تقرير عدم مشروعية المحتوى لا يعود إلى السلطات الإدارية، بل يعود إلى القضاء، وفي هذه الحالة - وبعد صدور القرار - فإنّ ذلك يفتح باب مسؤولية مُزودي الخدمات عن المحتوى غير المشروع، ويكونون بذلك مسؤولين (مدنياً وجزائياً) عما يتضمنه من مخالفات.

وعلى صعيد التطبيق؛ فقد أظهر تطبيق القانون الألماني تحسناً على مستوى محاربة المحتويات غير المشروعة من طرف مُزودي خدمات وسائل التواصل الاجتماعي⁽⁷⁴⁾، إلا أنّ هذا الأمر لا يعني عدم وجود صعوبات عملية وإشكالات قانونية في أثناء التطبيق، فمن أهم الإشكالات التي طرحها مسألة «المحتوى غير القانوني الواضح»، وهو الإشكال نفسه الذي طرِح سابقاً في إطار القانون الفرنسي، والذي تحفّظ عليه المجلس الدستوري، حيث ألزم القانون الألماني مُزود الخدمة بإزالة المحتوى غير القانوني الواضح خلال 24 ساعة، تحت طائلة غرامات كبيرة⁽⁷⁵⁾، مع عدم وجود معيار، أو طريقة، يمكن من خلالها

(73) وقد نص القانون على هذه الالتزامات في المادتين (2/1) و(3/1).

(74) H. Tworek & P. Leerssen, An Analysis of Germany's NetzDG Law, Transatlantic High-Level Working, Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression (2019). https://pure.uva.nl/ws/files/40293503/NetzDG_Tworek_Leerssen_April_2019.pdf, (Accessed on: 17/7/2020).

(75) William Echikson and Olivia Knodt, Germany's NetzDG: A Key Test for Combating Online Hate, CEPS Policy Insight, 2018, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3300636> (Accessed on: 17/7/2020).

اعتبار محتوى معيناً ممثلاً لجريمة معينة، وهذا يعني إعطاء صلاحية التكييف القانوني للفعل لمزودي الخدمات أنفسهم.

كما أنه، ومما يُعاب على القانون الألماني، عدم إيجاده آلية تضمن حقوق أصحاب المحتوى الذي تمت إزالته، أو حظره، باعتباره محتوى غير مشروع، وهو في حقيقة الأمر محتوى مشروع، فلم ينص على إمكان اللجوء إلى القضاء للمنازعة في قرار الحذف أو الحظر. بمعنى آخر، فإنّ انتهاك الشركات، أو مزودي الخدمات، حرية التعبير بقي من دون عواقب قانونية⁽⁷⁶⁾، ومما لا شك فيه أنّ هذا الانتقاد في محله، بالنظر إلى السلطات الواسعة التي يمتلكها مزودو الخدمات في إزالة المحتوى، وحتى لا يكون ذلك سبيلهم لقمع حرية التعبير والتحيّز وعدم الحيادية.

ومن بين الانتقادات التي وجهها المدافعون عن حرية التعبير أنّ القانون وضع عبء إثبات كون المحتوى غير قانوني على عاتق مزودي الخدمات، في حين أنّ هذا العبء من المفترض أن تتحمله الدولة، ذلك أنّه حتى المحاكم تجد صعوبة في تكييف الفعل في بعض الأحيان، كونه يتطلب خلفية قانونية واجتماعية وثقافية واسعة، في حين أنّ مزودي الخدمات هم في أغلب الأحوال شركات أجنبية⁽⁷⁷⁾، ونعتقد أنّ هذا الانتقاد في غير محله، على اعتبار أنّ المشرّع وفرّ من الضمانات ما يمكن من خلالها إجراء مراجعة متخصصة لطبيعة المحتوى، قبل أن يُعدّ أنّه غير قانوني، وذلك بتقسيم المشرّع المحتويات إلى واضحة وغير واضحة، وإلزام مزودي الخدمات باستشارة جهة خارجية مستقلة في حالة عدم وضوح المحتوى، وكذلك ضرورة حصول الإدارة على قرار قضائي بكون المحتوى غير مشروع وعندها يمكن أن يقوم مزودو الخدمات بإزالته.

(76) Katharina Kaesling, "Privatising Law Enforcement in Social Networks: A Comparative Model Analysis", Erasmus Law Review, Vol.11, No.3, (2019), p.151, Available at: <https://repub.eur.nl/pub/115659/>, (Accessed on: 17/7/2020).

(77) ibid.

الخاتمة

حاولنا، من خلال هذه الدراسة الموجزة، رصد أهم معالم التنظيم القانوني لمسؤولية مُزودي خدمات التواصل الاجتماعي عن المحتوى غير المشروع، والتي توصلنا في ختامها إلى مجموعة من الاستنتاجات سنستعرضها تالياً، على أن نتبعها بما توصلنا إليه من توصيات:

أولاً: النتائج

- 1- لم تلق العديد من التشريعات العربية بالألماً لما يمكن أن يقوم به مُزودو خدمات التواصل الاجتماعي من دور في محاربة المحتوى غير المشروع، ولم تضع أنظمة قانونية تُنظّم عملهم، أو تحدّد التزاماتهم ومسؤولياتهم تجاه المحتوى غير المشروع، فيما حاربت المحتوى غير المشروع بالأسلوب المباشر الذي يعتمد على مساءلة صاحب المحتوى.
- 2- إنّ معظم التشريعات التي نظمت مسؤولية مُزود الخدمة عن المحتوى غير المشروع وضعت مبدأ عاماً مفاده انعدام مسؤوليته؛ نظراً إلى كونه لا يعد صاحب المحتوى من جهة، وبالنظر إلى عدم وجود التزام عليه بالرقابة على المحتوى.
- 3- وجدت بعض التشريعات التي نظمت مسؤولية مُزود الخدمات في علم هذا الأخير بالمحتوى غير المشروع باباً قانونياً يمكن من مساءلته، ويمكن من خلاله إشراكه في الرقابة على المحتوى غير المشروع، من خلال فرض التزامات عليه في هذا الصدد.
- 4- واجهت التشريعات التي نظمت مسؤولية مُزود الخدمات إشكالات قانونية كبيرة متعلقة بالسلطة التي يُخولها المشرع لمُزودي الخدمات في محاربة المحتوى غير المشروع، ومدى تعارضها مع مبدأ حرية التعبير.

ثانياً: التوصيات

- 1- ينبغي على التشريعات العربية عدم إهمال الدور الذي يمكن أن يقوم به مُزودو خدمات وسائل التواصل الاجتماعي في إيقاف بث أو إزالة المحتوى غير المشروع، والذي قد يتسبّب في أضرار كبيرة للأفراد والمجتمع.
- 2- بما أنّ شبكة الإنترنت لا تعرف الحدود، ونظراً إلى كون مُزودي خدمات التواصل هم في الأغلب شركات أجنبية، ينبغي على التشريعات العربية اتخاذ تدابير من شأنها توحيد الجهود في سبيل وضع آلية محدّدة للتعامل بشكل موحد مع مُزودي خدمات

- وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك حتى في الحالات التي يكون فيها التهديد أو الضرر الذي يتسبب فيه المحتوى غير المشروع خارجي المصدر.
- 3- يجب كذلك العمل على إلزام مُزوذي الخدمات بأن تكون لهم مكاتب إقليمية في المنطقة العربية، وتسمية جهة معيّنة مسؤولة في مواجهة الدولة والأفراد، حتى تسهل مقاضاتها، أو على الأقل مخاطبتها فيما يتعلق بالمحتوى غير المشروع.
- 4- يجب كذلك على التشريعات العربية العمل على حماية مصالحها ومصالح مواطنيها، من خلال فرض التزامات معيّنة على مُزوذي خدمات وسائل التواصل، بشأن حماية خصوصية وسرية البيانات الخاصة بمواطنيها.
- 5- وندعو كذلك التشريعات العربية إلى وضع آليات مناسبة لمساءلة مُزوذي خدمات وسائل التواصل عن المحتوى غير المشروع، بشكل يحمي حرية التعبير، مع تحديد مدى مسؤوليته الجنائية والمدنية على حد سواء.
- 6- ينبغي كذلك على التشريعات العربية، عند تحديد الالتزامات التي تقع على عاتق مُزوذي خدمات وسائل التواصل، أن تحقق الحد الأدنى من الضمانات المتعلقة بعدم المساس بالحريات والحقوق الأساسية، والتي من بينها حرية التعبير والاتصال، وأن تعطي القضاء دوراً فاعلاً في الإجراءات المتعلقة بإزالة المحتوى غير القانوني.
- 7- ويجب كذلك تحديد ماهية المحتوى غير القانوني بشكل واضح ودقيق، من خلال النص على ماهيته، حتى لا يكون بمنزلة سلطة مطلقة في يد مُزوذي خدمات التواصل.
8. ينبغي كذلك تحيين (تحديث) التشريعات العربية، والعمل على إضافة الجرائم المرتكبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ضمن منظومتها القانونية الجزائية، وذلك بالنظر إلى النمط الإجرامي الجديد الذي أنتجته بيئة وسائل التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

1- البحوث:

- أحمد فرح، النظام القانوني لمقدمي خدمات الإنترنت، مجلة المنارة، جامعة آل البيت، الأردن، م 13، ع 9، سنة 2007.
- محمد أحمد حسن ربابعة، دور الإعلام الجديد في تشكيل الرأي العام وآلية توجيهه واستثماره، بحث مقدم لمؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل في الإسلام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22 و 23 نوفمبر 2016، المجلد الثالث، منشور على الموقع التالي: www.iu.edu.sa/Page/21410
- محمد بابكر العوض، الاتصال والتواصل في منظومة مجتمع المعرفة... نحو رؤية إسلامية للتواصل الإنساني، مجلة الفكر الإسلامي المعاصر، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، فرجينيا، الولايات المتحدة الأمريكية، م 21، ع 81، سنة 2015.
- مدحت محمد أبو النصر، مفهوم وأهداف وخصائص شبكات التواصل الاجتماعي ورصد الإيجابيات والسلبيات، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل في الإسلام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22 و 23 نوفمبر 2016، المجلد الأول، منشور على الموقع التالي: www.iu.edu.sa/Page/21410
- مهند مبارك العجب، الويب 2.0، مجلة المال والاقتصاد، بنك فيصل الإسلامي السوداني، الخرطوم، العدد 59، ديسمبر 2008.
- عابد فايد عبد الفتاح، دور التشريعات والأنظمة في ضبط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، بحث مقدم لمؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل في الإسلام، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22 و 23 نوفمبر 2016، المجلد الخامس، منشور على الموقع التالي: www.iu.edu.sa/Page/21410
- عبد المهدي ناصر، المسؤولية المدنية لوسطاء الإنترنت، مجلة القادسية للقانون والعلوم السياسية، جامعة القادسية، بغداد، المجلد 2، العدد 2، سنة 2009.
- عبد الوهاب جودة الحاييس، الآثار الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام الاجتماعي على بعض جوانب الشخصية الشابة، مجلة شؤون اجتماعية، الإمارات العربية المتحدة، م 32، ع 126، سنة 2015.

- عبد الحليم بوقرين، المسؤولية الجنائية عن الاستخدام غير المشروع لمواقع التواصل الاجتماعي، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، الإمارات، م 16، ع 1، سنة 2019.
- عزيز عبد الرشيد، وسائل التواصل وأثرها على الفرد والمجتمع، مجلة صوت الأمة، الهند، المجلد 47، العدد 6، سنة 2015.

2- الرسائل الجامعية:

- محمد عبد العزيز المحمود، المسؤولية الجنائية عن إساءة استخدام وسائل التواصل الحديثة، رسالة دكتوراه، كلية العدالة الجنائية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2014.
- مسلم شباب المطيري، التعويض عن إساءة السمعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الحديثة، رسالة دكتوراه، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2014.
- سهل ظاهر، المسؤولية المدنية للإعلام الإلكتروني عن انتهاك الحقوق للصيقة بالشخصية، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة اليرموك، الأردن، 2014.
- فاطمة زين العابدين، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعة الأردنية، رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، 2014.

ثانياً: باللغة الأجنبية

- Amanda De Carlo, La responsabilité de l'hébergeur internet visà- vis des tiers, Mémoire soutenu publiquement pour l'obtention du diplôme de la Faculté Libre de Droit, d'Economie et de Gestion (FACO), JUIN 2008.
- Bobbi K. Lewis, Social media and strategic communication: Attitudes and perceptions among college students, Public Relations Journal, USA, Vol. 4, No. 3, (2010).
- Bruce Goldner & Naomi Sonser, Social Media Platform Agreements and Brand Risk <https://www.skadden.com/sites/default/files/publications/Social%20Media%20Platform%20Agreements%20and%20Brand%20Risk.pdf>.

- Damian Tambini, Social Media Power and Election Legitimacy, Oxford University Press, 2018, <http://eprints.lse.ac.uk/87370>.
- Dana M .Boyd & Nicole B .Ellison, Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 13. (2007).
- Datis Khajehedian, The Struggle to Regulate Social Media Platforms. Nordic Journal of Media Management, 2020, Vol. 1, Iss. 2, <https://doi.org/10.5278/njmm.2597-0445.5462>.
- David S. Ardia, Free Speech Savior or Shield for Scoundrels: An Empirical Study of Intermediary Immunity Under Section 230 of the Communications Decency Act, Loyola of Los Angeles Law Review, Vol. 43, No. 2, 2010, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1625820>.
- David Sloss, Section 230 and the Duty to Prevent Mass Atrocities, 52 Case W. Res. J. Int'l L. 199, (2020) Available at: <https://scholarlycommons.law.case.edu/jil/vol52/iss1/11>.
- Gaur Niharika, Broadcast Laws and its effects on freedom of Speech: A Comparative Analysis, International Journal of Reviews and Research in Social Sciences. 8(4): October - December, 2020 https://www.researchgate.net/publication/348662649_Broadcast_Laws_and_its_effects_on_freedom_of_Speech_A_Comparative_Analysis.
- H. Tworek & P. Leerssen, An Analysis of Germany's NetzDG Law, Transatlantic High Level Working. Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression (2019). https://pure.uva.nl/ws/files/40293503/NetzDG_Tworek_Leerssen_April_2019.pdf.
- James P. Farwell, The Media Strategy of ISIS, Survival, Global Politics and Strategy, UK, Vol. 56, (2014).
- José Van Dijck, and Thomas Poell, Understanding Social Media Logic. Media and Communication, Vol. 1, Issue 1, (2013), Available at SSRN: // <https://ssrn.com/abstract=2309065>.

- Karsten Müller, and Carlo Schwarz, Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime (June 5, 2020). Available at SSRN <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3082972>.
- Katharina Kaesling, "Privatising Law Enforcement in Social Networks: A Comparative Model Analysis". Erasmus Law Review 11, No. 3 (2019), <https://repub.eur.nl/pub/115659>.
- Majid Yar, E-Crime 2.0: the criminological landscape of new social media, Information & Communications Technology Law, Routledge, UK, Vol. 21, No. 3, October 2012.
- Mary Madden et al: Teens, Social Media, and Privacy <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>.
- Megan McKnelly, Untangling Sesta/Fosta: Hoe the internets "knowledge" threatens anti-sex trafficking law, Berkeley Technology Law Journal, Vol. 34, (2019), https://btlj.org/data/articles2019/34_4/11_McKnelly_WEB.pdf
- Ophélie Fondeville et Anne-Sophie Jouannon, Le « manifestement illicite », mystérieux point de rencontre entre la victime et l'hébergeur. <http://www.juriscom.net/documents/resp20080407>.
- Peter Coe, The social media paradox: an intersection with freedom of expression and the criminal law, Information & Communications Technology Law, Vol. 24, No.1, (2015).
- R. Rudman and R. Bruwer, "Defining Web 3.0: opportunities and challenges", The Electronic Library, Vol. 34, No. 1, (2016), <https://doi.org/10.1108/EL-08-2014-0140>.
- Ronan Hardouin. Observations sur les nouvelles obligations prétorienne des hébergeurs. <http://www.juriscom.net/documents/resp20071108.pdf>.
- Thaddeus A. Hoffmeister, The Challenges of Preventing and Prosecuting Social Media Crimes, Pace Law Review, Vol. 35, Iss. 115, (2014). Available at: <https://digitalcommons.pace.edu/plr/vol35/iss1/4>.

- Thierry Léonard et. al., L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne: un état de la question, In: Journal des tribunaux, 2012. <http://hdl.handle.net/2078.3/168641>.
- Varty Defterderian, Fair housing council V. Roommates.com: A new path for section 230 immunity, Berkeley Technology Law Journal Vol. 24, No. 1, (2009), https://www.btlj.org/data/articles2015/vol24/24_1_AR/24-berkeley-tech-l-j-0563-0592.pdf.
- William Echikson, and Olivia Knodt, Germany's NetzDG: A Key Test for Combatting Online Hate (2018). CEPS Policy Insight, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3300636>.

المحتوى

الصفحة	الموضوع
161	الملخص
162	المقدمة
165	المطلب الأول: ماهية منصات التواصل الاجتماعي وحدود مشروعيتها محتواها
165	الفرع الأول: مفهوم منصات التواصل الاجتماعي
172	الفرع الثاني: حدود مشروعية محتوى منصات التواصل الاجتماعي
179	المطلب الثاني: نطاق مسؤولية منصات التواصل الاجتماعي والتعامل التشريعي معها
179	الفرع الأول: طبيعة منصات التواصل وأثر ذلك على مسؤوليتها القانونية
184	الفرع الثاني: التعامل التشريعي مع مسؤولية منصات التواصل عن المحتوى غير المشروع
196	الخاتمة
198	قائمة المراجع

