

## ترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمسؤولية المدنية الناتجة عنها

م.م. حسين علوان رشيد

الجامعة العراقية مركز البحوث والدراسات الاسلامية (مبدا)

### Spreading rumors on social media and the resulting civil liability

Hussein Alwan Rasheed

[hussain.a.rashid@aliraqia.edu.iq](mailto:hussain.a.rashid@aliraqia.edu.iq)

Iraqi University \ Center for Islamic Research and Studies (Mabda)

الملخص

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على الشائعات الإلكترونية، لما لها تأثير كبير على حياة المجتمع سواء كان تأثيرها اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي في ظل الثورة المعلوماتية لمواقع التواصل الاجتماعي لأنها توفر البيئة الخصبة لانتشار الشائعات من حيث سرعة الانتشار والتكلفة البسيطة جدا، وهنا تكمن خطورة تلك الشائعات في ترتيب الفعل الضار للغير من قبل مستخدمي مواقع التواصل وما ينتج عنها من مسؤولية مدنية الناتجة عن الفعل الضار. الكلمات المفتاحية ( الشائعات - المسؤولية المدنية )

#### Summary

The study aims to shed light on online rumors, given their significant impact on society, whether social, political, or economic, in light of the information revolution brought about by social media, which provides a fertile environment for the spread of rumors due to the speed of dissemination and very low cost. The danger of these rumors lies in the harmful actions of social media users and the civil liability that results from such harmful actions. Keywords (rumors - civil liability)

#### المقدمة

تعد الشائعات من أقدم الظواهر الاجتماعية التي تزداد ظهورها وما رافقها من التطور التكنولوجي وخاصة عبر تقنيات مواقع التواصل الاجتماعي وبسبب توافر السرعة في الانتشار على نطاق عالمي بغض النظر عن حدود دولة معينة، سواء كان المنشور بصيغة الكلمات المكتوبة أو الصورة المعدلة أو مقطع فيديو حيث يتم الانتشار عبر صفحات التواصل الاجتماعي سواء كانت صفحة شخصية أو صفحة رسمية سواء مؤسسة حكومية أو غير حكومية وما يترتب عليها من آثار المسؤولية المدنية على صاحب المنشور، حيث أصبحت تلك المواقع عبارة عن بيئة خصبة لتداول المعلومات المجهولة المصدر.

**أهمية الدراسة** تبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على موضوع الشائعات ودورها في مواقع التواصل الاجتماعي على التأثير على المجتمع في نشر معلومات مجهولة المصدر وما تحمله في طياتها من مخاطر اجتماعية وسياسية والمسؤولية المدنية المترتبة على الضرر الناتج من نشر الشائعات.

**مشكلة الدراسة** بسبب عدم وجود نظام قانوني لتحديد على من تقع المسؤولية المدنية الناتجة من ترويج الشائعات خلال مواقع التواصل الاجتماعي في ظل ازدياد رواد مواقع التواصل الاجتماعي.

**هيكلية الدراسة** المبحث الأول ماهية الشائعات المطلب الأول تعريف الشائعات وخصائصها المطلب الثاني أنواع الشائعات ومراحل انتشارها المبحث الثاني المسؤولية المدنية عن ترويج الشائعات المطلب الأول مسؤولية الناشر عن نشر الشائعات المطلب الثاني مسؤولية المتفاعلين مع الشائعات

المبحث الأول ماهية الشائعات

ان التطور الهائل في التكنولوجيا وما رافقه من تقنيات مثل مواقع التواصل الاجتماعي وتعرف "مجموعة من المواقع الالكترونية, الموجودة على شبكة الانترنت هدفها الرئيسي هو بناء تواصل بين مجموعة من الأشخاص ,في مختلف انحاء العالم "(نزار حازم , ٢٠٢٠, ص٣٢٧) , أدى ذلك زيادة عدد المستخدمين لتلك المواقع بسبب قلة التكلفة وسهولة استخدامها , مما يتيح لهم الحصول على المعلومات او إمكانية نشر المعلومات فتكونت بيئة خصبة لنشر الشائعات الغير موثوق المصدر , فتعدى اثرها إلى العالم من دون تقييد لحدود دولة معينة لذلك سوف نسلط الضوء على تعريف الشائعات وبيان خصائصها في المطلب الأول وبيان انواع الشائعات ومرآل انتشارها في المطلب الثاني .

### **المطلب الأول تعريف الشائعات وخصائصها**

سنتناول في هذا المطلب تعريف الشائعات وفي الفرع الثاني خصائص الشائعات

#### **الفرع الأول تعريف الشائعات**

تعد الشائعات من اخطر الأسلحة التي تهدد المجتمع بمثابة سلاح له تأثير كبير في الحروب الأخلاقية والنفسية إذ لا تقف أثرها الى هذا الحد وإنما تجاوز أثرها الجوانب الاقتصادية والاجتماعية . حيث عرفها البعض (كل قضية أو عبارة نوعية قابلة للتصديق وتتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة والشفوية ، وذلك دون أن تكون هنالك معايير للصدق أو البرهان ) (زيد محمد , ٢٠٢٢, ص١١) وفي تعريف اخر (هي الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر من جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح وذلك بهدف التأثير النفسي) (سرين أسامة ومحمد احمد, ٢٠١٩, ص ٦٧) وتعرف أيضا (هي الترويج لخبر مختلق من اساسه يوحي الى التصديق أو المبالغة بسرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة ، وهي تنشر من خلال الكلمة الشفهية دون أن تتطلب مستوى معين من البرهان أو الدليل كما أنها تنتقل من خلال نكتة أو الحركة التعبيرية الثرثرة والتنبؤ والكوادر والطرائف وإذا استخدمت في أيام الحرب فإنها تعتبر من أسلحة الحرب النفسية لأنها تثير العواطف الجماهيرية وتعمل على بلبله الأفكار ) ( حنان حسين , ٢٠٢٣, ص٢٥) , يلاحظ من التعريف السابقة الذكر أن الشائعات هي انشاء خبر ذات مصدر مجهول بهدف تحريف الحقائق أو تكوين معلومة غير دقيقة بهدف التشويش على الرأي العام والايحاء على أنها صحيحة. وتعرف الشائعات أيضا (كل قضية أو عبارة نوعية مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة عادة وذلك دون ان يكون هنالك معايير أكيدة للصدق ) (صاحب اسعد, ٢٠١٦, ص٤٥٢) وتعرف أيضا (هي خبر او مجموعة اخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة ظنا منهم على صحتها ) (حمدان خضر و جاسم شبيب, ص١٨٥) . وفي تعريف اخر (النبأ الهادف الذي يكون مصدره مجهولا وهي سريعة الانتشار ذات طابع استغزاري او هادئ حسب طبيعة النبأ ) (زيد محمد, ٢٠٢٢, ص١١) وتعرف ايضا (كلام أو صورة أو مقطع فيديو أو مادة مسجلة مختلق كاذب بأكمله أو يحمل نسبة معينة من الصحة يتميز بالأهمية أو الغموض أو الجاذبية ينتقل أو يروج له بين الناس عن طريق المشافهة أو الكتابة أو عن طريق إحدى وسائل الاتصال والإعلام التقليدي و الالكتروني بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي بهدف التأثير على الجمهور لغرض ترديدها أو المشاركة بنشره لتحقيق هدف معين سواء على المستوى الشخصي أو المؤسساتي أو المحلي أو العالمي ) (حمدان خضر و جاسم شبيب, ص١٨٥) ويلاحظ هذا التعرف جاء شامل كل الوسائل التي تنتشر من خلالها الشائعات خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي قد تكون على شكل كلمات او صورة او مقطع فيديو يتم تصنيعه من أجل التأثير على الجمهور او على فئة معينة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي

#### **الفرع الثاني خصائص الشائعات الإلكترونية**

**أولا\_ السرعة** تمتاز الشائعات الإلكترونية بالسرعة في الانتشار في وسائل التواصل الاجتماعي فلا تحتاج سوى دقائق معدودة للانتشار بسبب التطور التقني الذي يمكن للمستخدم من النشر فهي تختلف عن الشائعات التقليدية التي تحتاج وقت أطول للانتشار (سهاد عادل, ٢٠٢٣, ص٢٠٨-٢٠٩) **ثانيا\_ الكلفة القليلة** لا تتطلب انتشار الشائعات الإلكترونية كلفة عالية وإنما الى كلفة قليلة من أجل الانتشار , وذلك بسبب تطور التكنولوجيا والذي يعكس أثرها على وسائل التواصل الاجتماعي فيطلب لنشر الشائعات إلى جهاز لوحي واتصال بشبكة الاتصال العالمي فقط (محمد حمزة, ٢٠٢٣, ص٧٥)

**ثالثا\_ لا تقييد بحدود معينة** أن انتشار الشائعات الإلكترونية لا تقف عند حدود دولة معينة وإنما يكون انتشارها على مستوى العالم وهذا سبب خطورة الشائعات الإلكترونية على عكس الشائعات التقليدية التي تقف عند فئة معينة في المجتمع (سهاد عادل, ٢٠٢٣, ص٢١١)

رابعا\_التفاعل عن بعد أن التطور التكنولوجي الذي رافق وسائل التواصل الاجتماعي والذي يمكن للمستخدم من نشر الشائعات الإلكترونية وكذلك يمكن للمتلقي من خاصية التفاعل عن بعد عبر خاصية المشاركة المنشور والتعليق فيكون هذا التفاعل أثر في انتشار الشائعات الإلكترونية (محمد حمزة , ٢٠٢٣, ص ٧٥)

خامسا\_قابلية التعديل أو الإضافة أو الحذف تمكن وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدم في ظل التطور التكنولوجي بخاصية التعديل أو الإضافة أو الحذف بعد نشر الشائعات الإلكترونية وهي ماتميزها عن الشائعات التقليدية التي تنتقل فيها من خلال الكلمات الشفهية (سهاد عادل, ٢٠٢٣, ص ٢١١)

### **المطلب الثاني أنواع الشائعات ومراحل انتشارها**

سوف نسلط الضوء في هذا المطلب على نوعين من الشائعات وهما الشائعات الإعلامية والشائعات الإلكترونية بسبب قوة التأثيرها على مستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي ومراحل انتشارها , سنتناول انواع الشائعات في الفرع الأول ومراحل انتشار الشائعات في الفرع الثاني .

#### **الفرع الأول أنواع الشائعات**

**أولا\_ الشائعات الإعلامية** تعتبر الشائعات الإعلامية في ظل التطور التكنولوجي الحاصل من اخطر انواع الشائعات لانها تتمتاز بكوادر متخصصة التي تمتلك الخبرة في النشر خلال توقيتات معلومة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وذلك لتحريرها من قيود الاتصال الشخصي وانطلاقها عبر شبكة الاتصال العالمية والتي لا تقف عند حدود جغرافية معينة مستفيدة من التطور التكنولوجي لأجل تحقيق أهداف معينة , ومن جانب آخر تتسم الإشاعة الإعلامية بالخطورة في عمل الإعلاميين لأن هدف الإعلام هو نشر الوعي والايخبار الصحيحة لكن قد تتحول الى نشر أخبار تكون فيها نسبة الشك اكبر من صحتها خاصة عند ادراج خبر من مصادر غير معلومة المصدر في صناعة الاخبار وغير مؤكدة من صحتها تحت عناوين مثل مصدر مطلع أو مصدر موثوق حيث تفتح مجال واسع من التاويلات والتفسير المشكوك بها مما يخلق بيئة خصبة لنشر الشائعات(مفيد عبد الجليل, ٢٠١٩, ص ١٣) وتوجد صورة أخرى وهي إعادة تصميم الصورة ونشرها بخلاف الغرض الذي التقطت من أجله عن طريق ادراج عبارات معينة على الصورة جاذبة للجمهور من دون وعي, أو في حالة نشر معلومات تغيب عنها المصادقية في المواقع التي يرتادها مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعي من دون إثبات صحة المعلومة وخلال تكرار إعادة النشر أو المشاركة في وسائل التواصل , فتعد الشائعات الإعلامية سلاح خطر جدا لانه يمتاز بعنصر المفاجئة فيصبح أداة فعالة لتسقيط الشخصيات ونشر الأفكار الهدامة في كافة مستويات المجتمع (محمد عبد الرؤف, ٢٠١٩, ص ١٠-١٢)

**ثانيا\_ الشائعات الإلكترونية** أن وسائل الاتصالات الحديثة عبر شبكة الاتصال العالمي اصبحت ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها خاصة بعد التحاق وسائل الاتصال بركب التطور التكنولوجي مما أدى إلى توافر اكبر قدر من المعلومات التي تساعد على اتخاذ القرار الصائب لخدمة المستخدمين في هذه التقنيات , لكن هذا التطور التكنولوجي لم يقف عند الآثار الإيجابية , وإنما سببت اثار سلبية وهي فقدان السيطرة على إدخال معلومات تشوبها عنصر الشك في مصداقيتها أو معلومات كذبة مما يطلق على تلك الحالات بمصطلح الشائعات الإلكترونية والتي تكون محل للتداول في المجتمع الافتراضي من خلال تقنيات الدردشة (نصر رمضان, ٢٠١٩, ص ١٠-١٤) وغالبا ما تترتب الشائعات الإلكترونية التي تنتشر في العالم الافتراضي بصورة مباشرة من الأشخاص الذين يمتلكون خبرة فنية عالية في المجال التكنولوجي وقد يتطور الأمر إلي اختراق المواقع الإلكترونية للأخريين بهدف الحصول على المعلومة وتحريفها بوسائل غير قانونية من أجل إعداد مادة لشائعات معينة تطلق في الواقع الافتراضي فيتم تداولها من قبل المستخدمين في تلك المواقع فيمتد أثر هذه الشائعات من العالم الافتراضي إلى الواقع (سلوى احمد, ٢٠١٩, ص ٥)

**الفرع الثاني مراحل انتشار الشائعات الإلكترونية** أن الشائعات الإلكترونية تجد بيئة خصبة لها في جميع وسائل التواصل الاجتماعي على شكل خبر مكتوب او صورة معدلة او مقطع فيديو , فتتطلب لتكوين الشائعات مراحل قبل انتشارها وهي ثلاثة مراحل.

**المرحلة الأولى مرحلة الإدراك الانتقائي** هي مرحلة إدراك الخبر أو الحدث يجذب اهتمام الأشخاص المتلقين لها وذلك لتأثيرها على النفوس خاصة مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي

**المرحلة الثانية مرحلة التنقيح بالتعديل أو الإضافة** لكي يتم صياغة الشائعات معينة بشكل يتلائم مع العناصر المكونة لها بحيث تصبح العناصر المكونة لها بنسق واحد .

**المرحلة الثالثة مرحلة الاستيعاب النهائي والانتشار للجمهور** يجب أن تكون الشائعات الإلكترونية على درجة كبيرة من المقبولية ومتوافقة مع الأفكار السائدة في المجتمع وتواكب معتقداتهم , وتمثل خطورة انتشار الشائعات هو التصديق والثقة التي يمنحها المتلقي لكل ما يشاهد من اخبار غير مؤكدة

عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي (سهاد عادل, ٢٠٢٣, ص٢١١) حيث تنتشر الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي بسرعة كبيرة بسبب رغبة المتلقي بمعرفة المزيد من الاخبار بغض النظر عن صحة الخبر, وبسبب اخر ميل المتلقي في مواقع مهمة في تزيف الحقائق مما يخلق نسبة عالية من الغموض عن صحة الأخبار, وإلى جانب ضعف الثقة بين المتلقي والابحار المعلنة وتناقضها مع الواقع, وبسبب انعدام المسؤولية الرقمية وضعف ثقافة المجتمع تلعب دور رئيسي في انتشار الشائعات والذي يؤدي إلى خمول المتلقي من التأكد من صحة الخبر في التفاعل معه أو مشاركة الخبر في وسائل التواصل الاجتماعي مما يحدث انتشار كبير للشائعات الإلكترونية بشكل هرمي مع توافر عنصر السرعة لنشر الخبر الغير مؤكد والذي يسمى الشائعات الإلكترونية فهي لا تحتاج سوى الجلوس خلف الشاشة واتصال بشبكة الاتصال العالمية الانترنت من خلال الرسائل المنظمة للخبر الغير مؤكد عن طريق الغرف الرقمية للدردشة من خلال التفاعل والمشاركة وخاصة التعليق على المنشور في مواقع التواصل الاجتماعي (مفيد عبد الجليل, ٢٠١٩, ص١٧-١٨)

### **المبحث الثاني المسؤولية المدنية عن ترويح الشائعات**

يعتبر الناشر هو المسؤول الأول عن نشر الخبر الغير موثوق و المضر بالغير في وسائل التواصل الاجتماعي لأنها تمكن الناشر في التحكم في مدى وصول المنشور لجمهور مستخدمين المواقع سواء كانت مواقع أو صفحة شخصية أو صفحات تابعة لجهات رسمية مؤسسات حكومية أو غير حكومية وغيرها, سوف نسلط الضوء على مسؤولية الناشر فيما نشر سواء على صفحته الشخصية و الصفحة الرسمية في المطلب الأول ومسؤولية المتفاعلين مع الشائعات من إعادة النشر او التعليق بالكتابة على المنشور في المطلب الثاني

#### **المطلب الأول مسؤولية الناشر عن نشر الشائعات**

سوف نتناول في هذا المطلب مسؤولية الناشر في حالة النشر على صفحته الشخصية في الفرع الأول وعلى الصفحة الرسمية في الفرع الثاني الفرع الأول حالة نشر الإشاعة من الصفحة الشخصية يتمتع الناشر في مواقع التواصل الاجتماعي بحرية كبيرة في النشر من خلال صفحته الشخصية لكن هذه الحرية ليست مطلقة وانما مقيدة بعدم التعسف في استعمالها بالحدود التي تتعارض مع حقوق الآخرين وعدم الاعتداء على حياتهم الخاصة من خلال النشر في صفحته الشخصية بما يشكل اساءة إليهم, نصت المادة ٢٠٤ من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ على أنه " كل تعد يصيب باي ضرر آخر غير ما ذكر في المواد السابقة يستوجب التعويض ", ومن فحوى هذه المادة المذكورة سابقا تترتب المسؤولية على الناشر في صفحته الشخصية عن النشر الضار للغير وفق القواعد الوارد في القانون المدني العراقي بسبب عدم وجود تشريع خاص بالنشر الإلكتروني. فيجب على الناشر أن يكون واعيا وان يتأكد من المعلومات التي يتم نشرها في صفحته الشخصية سواء كان النشر على شكل كتابة أو مع صورة أو مقطع فيديو لانه يعتبر المسؤول الأول عن النشر خاصة إذا تضمن المنشور اساءة للغير يستوجب التعويض (زيد محمد, ٢٠٢٢, ص٧٥) ومن جانب التطبيق القضائي في النشر عبر صفحته الشخصية حيث " ادعى وكيل المدعي أمام المحكمة بأن المدعي عليه قام بالنشر على مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بتاريخ ٢٠/٥/٢٠١٥ على موقعه الشخصي بتشويه سمعة موكله والإساءة اليه باتهامات غير صحيحة عرضت حياته وحياته عائلته للخطر وسببت ضررا كبيرا " (كريم خضر, ٢٠٢٣, ص٦) ويلاحظ أن الناشر هو المسؤول الأول عن النشر وما يترتب عليه من مسؤولية وفق القواعد العامة للمسؤولية فيستوجب التعويض بناء على هذا الفعل الضار للغير من النشر على صفحته الشخصية. الفرع الثاني حالة نشر الإشاعة من الصفحة الرسمية تمكن مواقع التواصل الاجتماعي صلاحية انشاء صفحة رسمية أو حساب رسمي والذي يمثل مؤسسات حكومية أو منظمات مجتمع مدني تنشر من خلال تلك الصفحة ما تود عرضه على الجمهور وتكون هذه الصفحة أو الحساب الرسمي تحت إشراف شخص تربطه بالجهة الرسمية حكومية أو منظمات مجتمع مدني بعقد يكون مسؤول عن إدارة هذا الحساب أو الصفحة (زيد محمد, ٢٠٢٢, ص٥٤) فيتميز الحساب الرسمي بعنصر الإدارة حيث يتم إدارة الحساب من شخص موظف لدى الجهة التي تمثل الحساب الرسمي بما ينشر على الحساب من تصريحات وإرادة تمثل توجهات المؤسسة سواء كانت حكومية أو غير حكومية, ويجب أن يكون جميع ما ينشر صحيح ودقيق من الخبر الذي يراد نشره, فتمثل الجهة التي تمثل الحساب الرسمي مسؤولية الموظف المسؤول عن إدارة الحساب تطبيقا لقواعد المسؤولية المتبوع عن أعمال تابعه (رائدة محمد, ٢٠٢٥, ص١٥٤). استنادا إلى المادة ٢١٩ من القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ حيث نصت (١- الحكومة والبلديات والمؤسسات الأخرى التي تقوم بخدمة عامة, وكل شخص يشتغل أحد المؤسسات الصناعية أو التجارية مسؤولون عن ضرر الذي يحدث مستخدموهم, اذا اثبت انه بذل ما ينبغي من العناية لمنع وقوع الضرر, وأوان الضرر كان لا بد واقعا حتى ولو بذل هذه العناية), ويلاحظ على هذه المادة ن المشرع حدد الذين تنطبق عليهم مسؤولية المتبوع عن أعمال تابعه على سبيل الحصر وكان من الجدر التوسع وان يجعل النص بشكل عام. وتترتب مسؤولية المتبوع عن أعمال تابعه في مواقع التواصل الاجتماعي بتوافر الرابطة التبعية وتمثل الرقابة والتوجيه

لأعمال التابع والتي تنشأ بموجب عقد بين التابع والمتبوع بصرف النظر إذا كان التابع يتقاضى أجرا ام لا , وان يصدر التعدي من التابع على الغير أثناء تقديم الخدمة للمتبوع , فاذا كان الفعل الضار خارج فترة خدمة التابع للمتبوع فلا تترتب المسؤولية على المتبوع (زيد محمد, ٢٠٢٢, ص٥٥). وفي حالة قيام التابع بالاعتداء على حقوق الغير من خلال نشر إشاعة في صفحته الشخصية فلا تترتب المسؤولية على المتبوع الا في حالة قيام التابع المسؤول عن إدارة الحساب الرسمي بالاعتداء على غير من خلال الحساب الرسمي للمتبوع فهنا تتحقق المسؤولية على المتبوع عن أعمال تابعه بتوافر العلاقة السببية بين الاعتداء والوظيفة ( رائدة محمد, ٢٠٢٥, ص١٥٣ ). وتوجد ثلاثة فرضيات للعلاقات التي توضح فيها مدى مسؤولية المتبوع عن أعمال تابعه

الفرضية الأولى العلاقة بين الغير الذي وقع عليه الضرر والمتبوع تترتب المسؤولية المدنية على المتبوع وذلك بسبب توافر الرابطة التبعية بين التابع والمتبوع ويحق للغير الرجوع على المتبوع بكل الضرر أو بالرجوع بكل الضرر على التابع أو الرجوع عليهما لأنهما متضامنين أمام الغير عن الضرر الذي أصابه في المطالبة بالتعويض .

الفرضية الثانية إذا أقام الغير الذي وقع عليه الضرر الدعوى على التابع وفق قاعدة المسؤولية المدنية عن الأعمال الشخصية وأخذ التعويض بالكامل هنا لا يحق للغير الرجوع على المتبوع .

الفرضية الثالثة ويمكن للتابع إدخال المتبوع طرفا في الدعوى المقامة عليه من الغير الذي وقع عليه الضرر لكن على التابع أن يثبت خطأ المتبوع من أجل إعفائه من المسؤولية أو التخفيف منها , وايضا يمكن للمتبوع إدخال التابع طرفا في الدعوى بوصفه ضامن ليحكم عليه بما حكم على المتبوع (كريم خضر, ٢٠٢٣, ص٨)

### **المطلب الثاني مسؤولية المتفاعلون مع الشائعات**

تمكن مواقع التواصل الاجتماعي لكل المستخدمين خاصية التفاعل سواء كانت باعادة النشر للمنشور السابق النشر او الكتابة داخل المنشور عبر خاصية الرد او التعليق لذلك سوف نسلط الضوء في هذا المطلب في الفرع الاول مسؤولية إعادة نشر الشائعات بالصيغة ذاتها وفي الفرع الثاني مسؤولية الكتابة داخل المنشور الذي نشرت فيه الشائعة

**الفرع الأول مسؤولية إعادة نشر الشائعات بالصياغة ذاتها** نقصد باعادة نشر الشائعات هو الشخص الذي تفاعل مع المنشور من غير التأكد من صحة المعلومات المنشورة وقام باعادة النشر عبر خاصية تمنحها مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين , هناك اتجاهين حول مدى مسؤولية المستخدم الذي إعادة النشر للشائعات يذهب الاتجاه الأول إلى أن المسؤولية المدنية تترتب على المستخدم الذي قام بإعادة النشر بغض النظر سواء كان لا يعلم أو يعلم بصحة الخبر , مما يترتب ضرر على الغير تستلزم التعويض وفق قواعد المسؤولية المدنية لانه ارتكب خطأ باعادة نشره للشائعة(كريم خضر, ٢٠٢٣, ص١٢) أما الاتجاه الثاني يذهب إلى أن إعادة النشر ما هي إلا تعسف في التأويل والتفسير الظالم للمنشور ولا يعد تأييدا للمنشور في محتواه فلا يترتب اي مسؤولية لأن القانون لا يحاسب على الشيء الضني قد يفسر أنه سخرية أو استهجان (زيد محمد, ٢٠٢٢, ص٥٨) وفي التطبيقات القضائية حيث قضت محكمة المختصة بقضايا النشر عن واقعة إعادة النشر على مواقع التواصل الاجتماعي في قرارها " ادعى وكيل المدعي على المدعي عليه بأنه قام باعادة نشر المنشور الذي تم نشره بتزوير وثيقة دراسية وقد كتب في مقدمتها الي عدد من المسؤولين من أجل تشويه سمعة المدعي وبعد تدخل الخبير الفني بالرجوع على قائمة المشاركات حيث تم العثور على المنشور المعاد نشره في إحدى المجموعات لذا تقرر فرض التعويض عن هذا الضرر" (كريم خضر, ٢٠٢٣, ص١٤) ويلاحظ أن الرأي الأول هو الأكثر صوابا في ترتيب المسؤولية المدنية على المستخدم الذي إعادة نشر الشائعات بغض النظر إهماله في التأكد من صحة المعلومة ام لا , فيلزم بالتعويض لان هذا الفعل بمثابة إعادة الضرر في نشر الشائعات وكذلك يزيد من انتشارها في مواقع التواصل الاجتماعي .

**الفرع الثاني مسؤولية صاحب التعليق على المنشور الذي نشر فيه الشائعات** يقصد بصاحب التعليق على المنشور هو الشخص الذي تفاعل مع المنشور في مواقع التواصل الاجتماعي من غير التأكد من صحة الخبر المنشور , ووفق القواعد المسؤولية المدنية تقوم مسؤولية صاحب التعليق المسيء للشخص في مواقع التواصل الاجتماعي على صاحب التعليق بصرف النظر عن المنشور لما سببه من ضرر واعتداء على حقوق الغير في اخبار كاذبة فتكون مسؤولية التعليق مستقلة عن مسؤولية صاحب المنشور ومن التطبيقات القضائية حيث حكمت محكمة جناح قضايا النشر " وجد ان وقائع القضية تتلخص في قيام المتهم بالتعليق على المنشور في مواقع التواصل الاجتماعي واتهام المدعي بالفساد المالي " وبالتالي يصلح للمطالبة بالتعويض وفق قواعد المسؤولية المدنية ( رائدة محمد, ٢٠٢٥, ص١٥٦ ). فترتب المسؤولية المدنية على واقعة التعليق

بالكتابة بصورة مستقلة عن صاحب المنشور في مواقع التواصل الاجتماعي وتلزم صاحب التعليق بالتعويض عن الضرر الذي وقع من خلال التعليق .

**الذاتية** في نهاية هذه الدراسة تحت عنوان ترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي والمسؤولية المدنية الناتجة عنها.

١. ان وسائل التواصل الاجتماعي لها دور مهم في نقل المعلومات المؤثرة على المجتمع في نشر الثقافات سواء كانت على الصعيد الاقتصادي او السياسي او الاجتماعي.
٢. تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنشر الشائعات إلى العالم الرقمي لما توفره من سرعة الانتشار وبكلفة قليلة جدا.
٣. تمر الشائعات بمراحل قبل النشر بصورتها النهائية من حيث الادراك التلقائي للخبر ومرحلة التنقيح ومرحلة الاستيعاب النهائي.
٤. تترتب المسؤولية المدنية على المستخدم الذي يقوم بنشر الشائعات والذي يقوم باعادة نشر الشائعات بغض النظر عن علمه بصحة الخبر ام لا.
٥. دعوة المشرع العراقي إلى اصدار قانون خاص بالنشر الإلكتروني .

## **المصادر**

١. حنان حسين نعمة , الشائعات وتأثيرها على الافراد والمجتمعات , مجلة نسق , مجلد ٣٩ , عدد ٦ , سنة ٢٠٢٣ .
  ٢. د. سلوى احمد ميدان , الشائعات الالكترونية ودور المرجعية الدولية في التصدي لها , نشر في المؤتمر العلمي السادس بعنوان القانون والشائعات , كلية الحقوق , جامعة طنطا , مصر , سنة ٢٠١٩ .
  ٣. د. نصر رمضان سعد الله حربي , الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (اثارها - المسؤولية المترتبة عليها - سبل التصدي لها ( , نشر في المؤتمر العلمي السادس بعنوان القانون والشائعات , كلية الحقوق , جامعة طنطا , مصر , سنة ٢٠١٩ .
  ٤. د. حمدان خضر سالم و الباحث جاسم شبيب , طرائق مواجهة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك مجلة الباحث العلمي , العدد ٤١ , العراق , بغداد , بدون سنة .
  ٥. د.سهاد عادل جاسم القيسي , سيناريوهات مقترحة لمواجهة الشائعات في المؤسسات الأمنية رؤية استشرافية لمواقع الفيس بوك , وقائع المؤتمر العلمي الثامن والولي الثاني لكلية الاعلام , الجامعة العراقية , سنة ٢٠٢٣ .
  ٦. د.صاحب اسعد ويس الشمري , أغراض الشائعات ومخاطرها وأساليب التعامل معها وعلاقتها بأساليب التفكير , مجلة اداب الفراهيدي , العدد ٢٦ , سنة ٢٠١٩ .
  ٧. د.محمد عبد الرؤف محمد , دور الاعلام في مكافحة الشائعات , نشر في المؤتمر العلمي السادس بعنوان القانون والشائعات , كلية الحقوق , جامعة طنطا , مصر , سنة ٢٠١٩ .
  ٨. د.مفيد عبد الجليل الصلاحي , نرة حديثة حول تجريم الشائعات الالكترونية في القانون الجنائي , نشر في المؤتمر العلمي السادس بعنوان القانون والشائعات , كلية الحقوق , جامعة طنطا , مصر , سنة ٢٠١٩ .
  ٩. د.نزار حازم الدملوجي , المسؤولية المدنية للمشرفين على مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة مقارنة) مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية , مج ٩ , عدد ٣٤ , سنة ٢٠٢٠ .
  ١٠. رائدة ممد محمود , المسؤولية المدنية لمستخدمي النشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي , مجلة الرافدين للحقوق , مج ٢٣ , عدد ٨٣ , سنة ٢٠٢٥ .
  ١١. زيد محمد عبد الكريم , المسؤولية المدنية الناشئة عن ترويج الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي , رسالة ماجستير , جامعة الشرق الأوسط , كلية الحقوق , سنة ٢٠٢٢ , الأردن , عمان .
  ١٢. سرين أسامة جرادات و محمد احمد القضاة , المسؤولية الجنائية لمروجي الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي (دراسة مقارنة) , مجلة جرش للبحوث والدراسات , مجلد ٢٠ , عدد ١ , سنة ٢٠١٩ , جامعة البترا , الأردن , عمان .
  ١٣. كريم خضر عباس , اشخاص المسؤولية المدنية الناشئة عن استعمال الانترنت , مجلة البحوث القانونية والاقتصادية , مج ١٣ , العدد ٨٤ , سنة ٢٠٢٣ , المصورة .
  ١٤. محمد حمزة صدقة , اتجاهات طلاب جامعة ام القرى نحو الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي اثناء جائحة كورونا , مجلة جامعة ام القرى للعلوم الاجتماعية , مجلد ١٥ , عدد ٣ , سنة ٢٠٢٣ .
- ## **القوانين**
١. القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١ .