

Towards a Legal Model for the Liability of Digital Media companies for the Use of Artificial Intelligence Technologies: A Comparative Study of Iraqi, French, and English Law

نحو نموذج قانوني لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة مقارنة بين القانون العراقي والفرنسي والإنجليزي

Khaldoun Mohammed Al-Hamdani^{1,*},

¹ Department of Law, Faculty of Law, Al-Hadbaa University, Mosul, Iraq

خلدون محمد الحمداني^{١*}

^١ قسم القانون، كلية الحقوق، جامعة الحديباء، الموصل، العراق

ABSTRACT

This study examines the legal liability of digital media companies arising from the use of artificial intelligence (AI) technologies in the creation, dissemination, and management of media content. The rapid integration of AI into digital media services has generated significant legal challenges relating to the protection of fundamental rights, content accuracy, privacy, transparency, and accountability. The study aims to evaluate the adequacy of the legal framework governing liability under Iraqi law through a comparative analysis with French and English law and to propose a coherent legal model capable of addressing existing legislative shortcomings and responding to the demands of the contemporary digital environment. To achieve this objective, the research adopts a comparative legal methodology supported by doctrinal and legislative analysis, with particular emphasis on the legal obligations of digital media companies when designing, deploying, and operating AI systems in the provision of media services. The findings demonstrate that traditional liability rules are no longer sufficient to address the legal risks associated with AI applications, particularly those involving misinformation, violations of privacy, algorithmic discrimination, and the attribution of liability for AI-generated harm. The study further concludes that French and English legal frameworks increasingly emphasize transparency, risk management, and algorithmic accountability, whereas Iraqi legislation still lacks a comprehensive regulatory framework capable of governing AI-driven media activities. The principal contribution of this study is the development of a proposed legal model that defines the liability of digital media companies while achieving an appropriate balance between technological innovation and the effective protection of rights and freedoms in the digital environment.

الخلاصة

يتناول هذا البحث مسؤولية شركات الإعلام الرقمية الناشئة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي ونشره وإدارته، في ظل التوسع المتسارع في الاعتماد على الأنظمة الذكية وما ترتب عليه من تحديات قانونية متزايدة تمس حماية الحقوق والحريات، ودقة المحتوى، والخصوصية، والشفافية، والمساءلة. ويهدف البحث إلى تقييم مدى كفاية الإطار القانوني المنظم للمسؤولية في القانون العراقي من خلال دراسة مقارنة مع القانونين الفرنسي والإنجليزي، وصولاً إلى بناء نموذج قانوني يعالج أوجه القصور التشريعي ويستجيب لمتطلبات البيئة الرقمية الحديثة. واعتمد البحث المنهج المقارن مدعوماً بالتحليل التشريعي والفقه، مع التركيز على الالتزامات القانونية الملقة على عاتق شركات الإعلام الرقمية عند تصميم أنظمة الذكاء الاصطناعي أو تشغيلها أو توظيفها في تقديم الخدمات الإعلامية. وتوصلت الدراسة إلى أن قواعد المسؤولية التقليدية لم تعد كافية لاستيعاب المخاطر القانونية الناجمة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ولا سيما ما يتعلق بنشر المعلومات المضللة، وانتهاك الخصوصية، والتمييز الخوارزمي، وصعوبة إسناد المسؤولية عن الأضرار التي تُحدثها الأنظمة الذكية. كما أظهرت الدراسة أن التشريعين الفرنسي والإنجليزي يتجهان نحو ترسيخ مبادئ الشفافية، وإدارة المخاطر، والمساءلة الخوارزمية، في حين لا يزال التشريع العراقي بحاجة إلى تنظيم تشريعي متكامل يواكب التطورات التقنية. وتتمثل القيمة العلمية للبحث في تقديم نموذج قانوني مقترح يحدد أسس مسؤولية شركات الإعلام الرقمية، ويحقق التوازن بين تشجيع الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي وضمان الحماية الفعالة للحقوق والحريات في البيئة الرقمية.

Keywords

الكلمات المفتاحية

Artificial Intelligence (AI), Digital Media Companies, Legal Liability, Civil Liability, Comparative Law, Iraqi Law.

الذكاء الاصطناعي، شركات الإعلام الرقمية، المسؤولية القانونية، المسؤولية المدنية، القانون المقارن، القانون العراقي

Received	Accepted	Published online
استلام البحث	قبول النشر	النشر الإلكتروني
23/04/2026	14/06/2026	16/07/2026

١. مقدمة

شهد العالم خلال السنوات الأخيرة تحولاً عميقاً في طبيعة النشاط الإعلامي نتيجة التطور المتسارع في التقنيات الرقمية، إذ انتقلت وسائل الإعلام من النموذج التقليدي القائم على الإنتاج والنشر البشري المباشر إلى نموذج رقمي يعتمد على البيانات والخوارزميات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وتحليله وتوزيعه والوصول إلى الجمهور المستهدف. ولم تعد الخوارزميات جرد أدوات تقنية مساعدة في العمل الإعلامي، بل أصبحت عنصراً مؤثراً في تحديد طبيعة المحتوى الإعلامي وترتيبه وتوجيهه، الأمر الذي أدى إلى ظهور إشكالات قانونية جديدة تتعلق بمدى المسؤولية عن القرارات والمخرجات الناتجة عنها. وقد أدى هذا التحول إلى ظهور شركات إعلامية رقمية تمارس نشاطاً اقتصادياً وتجاريًا قائماً على استثمار المحتوى والبيانات والتقنيات الحديثة، وأصبحت هذه الشركات تختلف في طبيعتها القانونية عن وسائل الإعلام التقليدية؛ فهي لا تقتصر على إنتاج ونشر المعلومات، وإنما تعتمد على منصات رقمية وأنظمة خوارزمية لإدارة المحتوى والتفاعل مع المستخدمين وتحقيق عوائد اقتصادية من البيانات والخدمات الرقمية. وقد أدى ذلك إلى بروز تحديات قانونية تتعلق بتحديد نطاق مسؤوليتها عن النتائج المترتبة على استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي، وتبرز الإشكالية بصورة خاصة عندما ينتج الذكاء الاصطناعي محتوى إعلامياً مضللاً، أو يؤدي إلى انتهاك حقوق الملكية الفكرية، أو يمس خصوصية الأفراد وبياناتهم الشخصية، أو يستخدم في توجيه الإعلانات التجارية الرقمية بطريقة تؤثر في حقوق المستهلكين والمنافسة المشروعة. كما تزداد صعوبة تحديد المسؤول القانوني بسبب الطبيعة المعقدة للأنظمة الذكية، إذ قد تتداخل أدوار متعددة بين الشركة المشغلة، ومطور النظام، ومزود البيانات، والمستخدم النهائي، مما يثير التساؤل حول الجهة التي يمكن إسناد الفعل الضار إليها وفق القواعد القانونية التقليدية. ومن هنا تظهر الحاجة إلى إعادة النظر في مدى كفاية قواعد المسؤولية القانونية التقليدية في مواجهة الأضرار الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي الرقمي، ولا سيما أن هذه القواعد تقوم غالباً على مفاهيم الخطأ المباشر والإسناد الواضح للفعل الضار، وهي مفاهيم قد تواجه صعوبات عند التعامل مع أنظمة قادرة على إنتاج مخرجات يصعب توقعها بصورة كاملة. لذلك تبرز أهمية البحث عن نموذج قانوني يحقق التوازن بين تشجيع الابتكار التقني وضمان حماية الحقوق والمصالح القانونية للأفراد والمجتمع.

١.١ أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في دراسة أحد الموضوعات القانونية الحديثة التي تقع عند تقاطع القانون التجاري والقانون الرقمي وقواعد المسؤولية، وذلك من خلال بيان المركز القانوني لشركات الإعلام الرقمية باعتبارها شركات تمارس نشاطاً اقتصادياً يعتمد بصورة متزايدة على تقنيات الذكاء الاصطناعي والبيانات الرقمية. كما تبرز أهمية البحث في محاولة بناء تصور قانوني لمعالجة المسؤولية الناشئة عن استخدام الأنظمة الذكية، خاصة في ظل عدم كفاية القواعد التقليدية وحدها لمعالجة بعض صور الضرر الناتج عن البيئة الرقمية، والحاجة إلى الانتقال من مجرد التعويض عن الضرر إلى اعتماد مبادئ وقائية تقوم على الحوكمة والشفافية وواجب العناية الرقمية.

١.٢ أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار الموضوع إلى حداثة استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي، وما نتج عنه من إشكالات قانونية تتعلق بتحديد المسؤولية عن المحتوى والقرارات الناتجة عن الأنظمة الخوارزمية، فضلاً عن الحاجة إلى دراسة مدى ملاءمة القواعد القانونية التقليدية للتعامل مع هذه التطورات. كما أن المقارنة بين القانون العراقي والفرنسي والإنجليزي تتيح دراسة نماذج قانونية مختلفة في تنظيم المسؤولية الرقمية، بما يساعد في الوصول إلى مقترحات يمكن الاستفادة منها في تطوير التنظيم القانوني العراقي، لا سيما في ظل محدودية الدراسات العراقية المتخصصة في مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي.

١.٣ مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

إلى أي مدى تكفي قواعد المسؤولية القانونية التقليدية لمساءلة شركات الإعلام الرقمية عن الأضرار الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟ وهل يتطلب ذلك إنشاء نموذج قانوني خاص يقوم على المساءلة الخوارزمية والحوكمة الرقمية وواجب العناية الرقمية؟ ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات، منها:

١. ما الطبيعة القانونية لشركات الإعلام الرقمية؟

٢. ما الالتزامات القانونية المترتبة على استخدام الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي؟

٣. من يتحمل المسؤولية عن الأضرار الناتجة عن الأنظمة الذكية؟

٤. ما مدى إمكانية تطوير إطار قانوني عراقي مستفيد من التجارب المقارنة؟

١.٤ فرضية البحث:

يقوم البحث على فرضية مفادها أن قواعد المسؤولية القانونية التقليدية ما زالت قادرة على معالجة بعض صور الضرر الرقمي، إلا أنها لا توفر معالجة كافية لجميع المخاطر الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي، مما يستوجب تطوير نموذج قانوني يقوم على الشفافية والرقابة وواجب العناية الرقمية والمساءلة الخوارزمية.

١.٥ أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

١. بيان المركز القانوني لشركات الإعلام الرقمية وطبيعة نشاطها.
٢. تحليل أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل مفهوم المسؤولية القانونية.
٣. دراسة التنظيم القانوني المقارن في العراق وفرنسا وإنجلترا.
٤. اقتراح توجه قانوني يساهم في تنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية في البيئة الذكية.

١.٦ منهج البحث:

يعتمد البحث على المنهج التحليلي من خلال دراسة القواعد القانونية المتعلقة بالمسؤولية واستخدام الذكاء الاصطناعي، والمنهج المقارن من خلال تحليل مواقف القانون العراقي والفرنسي والإنجليزي، بهدف بيان أوجه الاختلاف والاستفادة من التجارب المقارنة.

١.٧ الدراسات السابقة والفجوة البحثية:

تناولت العديد من الدراسات الحديثة موضوع المسؤولية القانونية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، فقد ركزت دراسة Brent Mittelstadt وزملائه على الإشكالات القانونية والأخلاقية المرتبطة بالخوارزميات، ولا سيما صعوبة تحديد المسؤولية القانونية عندما تعتمد القرارات المؤثرة في حقوق الأفراد على أنظمة آلية تقتصر إلى قدر كافي من الشفافية وقابلية التفسير، وانتهت إلى ضرورة تطوير مفاهيم قانونية جديدة تتلاءم مع طبيعة القرارات الخوارزمية [1]. كما بحثت دراسة Sandra Wachter وزملائها مسألة الشفافية والتفسير في القرارات الآلية، موضحة أن الاعتماد المتزايد على أنظمة الذكاء الاصطناعي يفرض إيجاد آليات قانونية تضمن إمكانية فهم القرارات الخوارزمية ومراجعتها، ولا سيما عندما تمس الحقوق والمصالح الفردية [2]. وتناولت دراسة Karen Yeung مفهوم التنظيم الخوارزمي (Algorithmic Regulation)، مبينة أن الأنظمة الرقمية القائمة على البيانات والخوارزميات أصبحت تؤدي وظائف تنظيمية مؤثرة، الأمر الذي يستلزم تطوير أدوات قانونية ورقابية جديدة تتناسب مع طبيعة المخاطر الناشئة عن هذه التقنيات [3]. كذلك أوضح Frank Pasquale في دراسته حول المجتمعات الخوارزمية أن الأنظمة الرقمية المغلقة قد تؤدي إلى تركيز السلطة المعلوماتية لدى المنصات الكبرى، مما يثير الحاجة إلى تعزيز مبادئ الشفافية والمساءلة في إدارة البيانات واتخاذ القرارات الآلية [4]. وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسات، فإنها ركزت بصورة عامة على المسؤولية والشفافية الخوارزمية ولم تتناول بصورة مباشرة مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن استخدام الذكاء الاصطناعي ضمن إطار قانوني مقارن يجمع بين القانون العراقي والفرنسي والإنجليزي، كما لم تقدم نموذجاً قانونياً خاصاً يقوم على أساس المساءلة الخوارزمية وواجب العناية الرقمية في مجال النشاط الإعلامي الرقمي. وقد أكدت الدراسات الحديثة في مجال حوكمة الذكاء الاصطناعي أن الانتقال من المسؤولية اللاحقة عن الضرر إلى الالتزامات الوقائية القائمة على إدارة المخاطر يمثل اتجاهاً أساسياً في التنظيم القانوني المعاصر [5]، [6]. كما أن الدراسات العراقية المتخصصة في تنظيم مسؤولية الشركات الإعلامية الرقمية عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي ما زالت محدودة، الأمر الذي يمثل فجوة بحثية يسعى هذا البحث إلى معالجتها من خلال تقديم دراسة مقارنة تستفيد من التجارب الفرنسية والإنجليزية وتقترح إطاراً قانونياً يمكن أن يساهم في تطوير التنظيم العراقي.

١.٨ خطة البحث:

لتحقيق أهداف البحث، تم تقسيمه إلى مبحثين:

المبحث الأول: التحول الرقمي للنشاط الإعلامي وأثر الذكاء الاصطناعي في المسؤولية القانونية للشركات الإعلامية.

المبحث الثاني: التنظيم القانوني لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي

٢. المبحث الأول: التحول الرقمي للنشاط الإعلامي وأثر الذكاء الاصطناعي في تحديد المسؤولية القانونية للشركات الإعلامية

٢.١ تمهيد:

أدى التحول الرقمي إلى تغيير جوهري في طبيعة النشاط الإعلامي، إذ انتقلت المؤسسات الإعلامية من النموذج التقليدي القائم على الإنتاج والنشر المباشر للمحتوى إلى نموذج رقمي يعتمد على البيانات والمنصات الإلكترونية والخوارزميات في إدارة العمليات الإعلامية وتوجيهها، الأمر الذي أدى إلى ظهور شركات إعلامية رقمية تمارس نشاطاً اقتصادياً قائماً على استثمار المحتوى والبيانات والتقنيات الحديثة. وقد أشار تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية إلى أن التحول الرقمي أعاد تشكيل الصناعات الإعلامية من خلال الاعتماد المتزايد على البيانات والمنصات الرقمية والخدمات القائمة على الخوارزميات، مما أدى إلى تغير طبيعة النشاط الإعلامي وانتقاله من نموذج النشر التقليدي إلى نماذج اقتصادية رقمية تعتمد على التكنولوجيا والبيانات [7]. وقد أدى اعتماد هذه الشركات على تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى ظهور أنماط جديدة من الإدارة والإنتاج والتوزيع الإعلامي، إلا أنه في المقابل أثار تحديات قانونية تتعلق بحدود مسؤوليتها عن الأضرار الناتجة عن استخدام الأنظمة الذكية، ومدى كفاية القواعد التقليدية في مواجهة المخاطر المرتبطة بالبيئة الرقمية. ومن ثم يتناول هذا المبحث المركز القانوني لشركات الإعلام الرقمية وطبيعة نشاطها، ثم يبحث أثر استخدام الذكاء الاصطناعي في إعادة تحديد نطاق مسؤوليتها القانونية.

٢.٢ المطلب الأول: المركز القانوني لشركات الإعلام الرقمية وطبيعة نشاطها

يمثل تحديد المركز القانوني لشركات الإعلام الرقمية نقطة الانطلاق لفهم النظام القانوني الذي يحكم نشاطها، إذ أصبحت هذه الشركات فاعلاً اقتصادياً وإعلامياً رئيساً في البيئة الرقمية، من خلال إنتاج المحتوى الإعلامي أو نشره أو إدارته عبر المنصات الإلكترونية والتطبيقات الرقمية، مستفيدة من التطور التقني والانتشار الواسع لشبكات الإنترنت. ولم يعد نشاطها يقتصر على نقل الأخبار أو المعلومات، وإنما امتد ليشمل تقديم الخدمات الإعلانية، وإدارة المنصات الرقمية، وتسويق المحتوى، وتحليل البيانات، مما منحها طبيعة قانونية واقتصادية متميزة تجمع بين النشاط الإعلامي والنشاط التجاري. ويشير الفقه التجاري الحديث إلى أن الأنشطة الاقتصادية الرقمية أصبحت تقوم على استثمار الأصول غير المادية، ولا سيما البيانات والمحتوى الرقمي والمنصات الإلكترونية، الأمر الذي أدى إلى ظهور نماذج تجارية جديدة تختلف عن النماذج التقليدية في ممارسة النشاط الاقتصادي [8]. ويثير ذلك تساؤلات بشأن مفهوم هذه الشركات، وطبيعة أعمالها، ومدى خضوعها للقواعد التقليدية المنظمة للشركات التجارية أو للقواعد الخاصة بالتشريعات الإعلامية والاتصالات وحماية البيانات، الأمر الذي يستدعي بيان مفهومها وتمييزها عن وسائل الإعلام التقليدية، ثم تحديد طبيعة نشاطها وأثر ذلك في مركزها القانوني.

٢.٢.١ الفرع الأول: مفهوم شركات الإعلام الرقمية وتمييزها عن وسائل الإعلام التقليدية

يقصد بشركات الإعلام الرقمية الشركات التي تتخذ من الوسائط الرقمية وشبكات الاتصالات الإلكترونية وسيلة رئيسية لإنتاج المحتوى الإعلامي أو نشره أو توزيعه أو إدارته، سواء كان هذا المحتوى إخبارياً أو ترفيهياً أو تعليمياً أو إعلانياً، وذلك باستخدام المواقع الإلكترونية أو التطبيقات الذكية أو منصات التواصل الاجتماعي أو غيرها من الوسائل الرقمية. وتمارس هذه الشركات نشاطها في إطار نموذج اقتصادي يعتمد على التقنيات الحديثة والبيانات الرقمية، بما يحقق لها عوائد مالية من الإعلانات أو الاشتراكات أو الخدمات الرقمية الأخرى، الأمر الذي يجعلها تمارس نشاطاً اقتصادياً منظماً يتوافر فيه عنصر الاحتراف والاستمرارية، وهو ما يميزها عن الاستخدام الفردي لوسائل التواصل الاجتماعي [8]. وتتميز شركات الإعلام الرقمية عن وسائل الإعلام التقليدية في أن الأخيرة تعتمد على وسائل نشر تقليدية، كالصحف الورقية والإذاعة والتلفزيون، بينما تعتمد الشركات الرقمية على الفضاء الإلكتروني الذي يتجاوز الحدود الجغرافية، ويتيح التفاعل الفوري مع الجمهور وإمكانية تحديث المحتوى بصورة مستمرة، فضلاً عن اعتمادها على الخوارزميات وتحليل البيانات في إدارة المحتوى وتوجيهه إلى المستخدمين. وقد أدى هذا التحول إلى ظهور نماذج جديدة للأعمال الإعلامية تقوم على المنصات الرقمية والاعتماد على البيانات بوصفها مورداً اقتصادياً أساسياً [7]. كما أن وسائل الإعلام التقليدية تقوم في الغالب على الاتصال أحادي الاتجاه، حيث ينتقل المحتوى من المؤسسة الإعلامية إلى المتلقي، بينما تقوم شركات الإعلام الرقمية على الاتصال التفاعلي الذي يسمح للمستخدم بالمشاركة في إنتاج المحتوى والتعليق عليه وإعادة نشره، الأمر الذي غير من طبيعة العملية الإعلامية ومن الدور الاقتصادي لهذه الشركات، وجعلها تجمع بين وظيفة الناشر الإعلامي ومقدم الخدمات الرقمية في آن واحد [7]. ومن ثم، فإن شركات الإعلام الرقمية لا تمثل مجرد امتداد تقني لوسائل الإعلام التقليدية، وإنما تعد نموذجاً قانونياً واقتصادياً جديداً يقوم على الاستثمار في البيئة الرقمية، ويستوجب إخضاعه لأحكام القانون التجاري فيما يتعلق بممارسته نشاطاً اقتصادياً منظماً، مع مراعاة الأحكام الخاصة التي تقرضها التشريعات المنظمة للإعلام والاتصالات وحماية البيانات، بحسب طبيعة النشاط الذي تمارسه الشركة [9].

٢.٢.٢ الفرع الثاني: الطبيعة التجارية والاقتصادية لنشاط شركات الإعلام الرقمية

أدى التطور المتسارع للاقتصاد الرقمي إلى بروز شركات الإعلام الرقمية بوصفها وحدات اقتصادية تمارس نشاطاً احترافياً يقوم على استثمار الوسائل الإلكترونية في إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه وإدارته وتحقيق العائد المالي منه. ولم يعد نشاط هذه الشركات يقتصر على أداء وظيفة إعلامية بحتة، وإنما أصبح يرتبط بممارسة نشاط اقتصادي منظم يعتمد على توظيف رأس المال والتقنيات الحديثة والموارد البشرية والبيانات الرقمية لتحقيق الربح، وهو ما يقترب من الخصائص التي استقر عليها الفقه التجاري في تحديد النشاط التجاري القائم على الاحتراف والتنظيم وتحمل المخاطر والمضاربة الاقتصادية [8]. ويلاحظ أن النموذج الاقتصادي لشركات الإعلام الرقمية يختلف عن النموذج التقليدي للمؤسسات الإعلامية، إذ يعتمد بصورة رئيسة على اقتصاد البيانات (Data Economy)، والإعلانات الرقمية، والاشتراكات المدفوعة، وترخيص المحتوى، والتسويق الإلكتروني، وتحليل بيانات المستخدمين، فضلاً عن استثمار تقنيات الذكاء الاصطناعي في إدارة المحتوى وتوجيهه. ومن ثم أصبحت البيانات والمحتوى الرقمي من أهم الأصول الاقتصادية التي تقوم عليها هذه الشركات، الأمر

الذي عزز من قيمتها السوقية وأعاد تشكيل مفهوم الاستثمار في القطاع الإعلامي [7]. ومن الناحية القانونية، فإن توافر عناصر الاحتراف والاستمرارية والتنظيم وتحمل المخاطر الاقتصادية يجعل نشاط شركات الإعلام الرقمية أقرب إلى النشاط التجاري منه إلى النشاط المدني، إذ تمارس أعمالها بصورة منتظمة بقصد تحقيق الربح، وتدخل في شبكة واسعة من العلاقات التعاقدية مع المعلنين، ومزودي الخدمات التقنية، ومنشئي المحتوى، والمستهلكين، بما يؤدي إلى نشوء حقوق والتزامات ذات طبيعة تجارية. ولذلك فإن إخضاعها لأحكام القانون التجاري يجد سنده في طبيعة النشاط الاقتصادي الذي تبشره، وليس في الوسيلة التقنية التي تستخدمها لممارسة هذا النشاط [8]. وفي المقابل، يذهب جانب من الفقه إلى أن شركات الإعلام الرقمية لا يمكن إخضاعها بصورة كاملة للقواعد التقليدية للقانون التجاري، لأنها تمارس في الوقت ذاته وظيفة اجتماعية وإعلامية ترتبط بحرية التعبير وتداول المعلومات، الأمر الذي يستلزم إخضاعها لنظام قانوني مركب يجمع بين قواعد القانون التجاري والتشريعات المنظمة للإعلام والاتصالات وحماية البيانات والمنافسة. ويستند هذا الاتجاه إلى أن الطبيعة الاقتصادية للنشاط لا تنفي ارتباطه بالمصلحة العامة وما تفرضه من التزامات تنظيمية خاصة، ولا سيما بالنسبة للمنصات الرقمية ذات التأثير الواسع في تكوين الرأي العام [10]، [7]. ويرى الباحث أن الطابع التجاري لنشاط شركات الإعلام الرقمية لا يتعارض مع خضوعها لتنظيمات خاصة، لأن معيار التجارية لا يقوم على طبيعة المنتج أو الخدمة فحسب، وإنما على ممارسة نشاط اقتصادي منظم بقصد تحقيق عائد مالي. ومن ثم فإن الطبيعة الإعلامية للنشاط لا تنفي صفته التجارية، بل تقتضي الجمع بين أحكام القانون التجاري والقواعد الخاصة بالمنظمة للإعلام الرقمي، بما يحقق التوازن بين حرية الاستثمار، وضمان المنافسة المشروعة، وحماية الحقوق الأساسية للمستخدمين.

٢.٢.٣ الفرع الثالث: خصوصية النشاط الإعلامي الرقمي القائم على البيانات والخوارزميات

لم يعد النشاط الإعلامي الرقمي يعتمد على إنتاج المحتوى ونشره فحسب، بل أصبح يقوم على إدارة البيانات الضخمة وتوظيف الخوارزميات في مختلف مراحل العملية الإعلامية، ابتداءً من جمع بيانات المستخدمين وتحليلها، مروراً بتخصيص المحتوى والإعلانات، وانتهاءً بتحديد أولويات عرضه وانتشاره. وقد أدى هذا التحول إلى نشوء نموذج اقتصادي جديد أصبحت فيه البيانات أصلاً اقتصادياً واستراتيجياً، وأضحت الخوارزميات الأداة الرئيسة لإدارة النشاط الإعلامي وتحقيق الميزة التنافسية، الأمر الذي أكسب شركات الإعلام الرقمية خصوصية تميزها عن غيرها من الشركات التجارية التقليدية [7]. وتعد البيانات في البيئة الرقمية مورداً اقتصادياً لا تقل أهميته عن رأس المال أو الأصول المادية، إذ تعتمد شركات الإعلام الرقمية على جمع وتحليل بيانات المستخدمين لفهم أنماط السلوك والتفضيلات الشخصية، بما يسمح بتطوير المحتوى وتخصيص الخدمات وتحسين كفاءة الإعلانات الرقمية. وقد أدى ذلك إلى انتقال القيمة الاقتصادية من ملكية وسائل النشر التقليدية إلى القدرة على إدارة البيانات واستثمارها، وهو ما دفع التقارير الاقتصادية الدولية إلى اعتبار البيانات أحد أهم عناصر الاقتصاد الرقمي ومصدراً رئيساً للقيمة والقوة السوقية في قطاع المنصات الرقمية [11]. وتؤدي الخوارزميات دوراً محورياً في تنظيم النشاط الإعلامي الرقمي، فهي لا تقتصر على الجانب التقني، وإنما تمارس تأثيراً مباشراً في ترتيب المحتوى، وتحديد نطاق انتشاره، وتوجيه الإعلانات، واقتراح المواد الإعلامية للمستخدمين استناداً إلى تحليل البيانات وتقنيات الذكاء الاصطناعي. ونتيجة لذلك أصبحت القرارات الخوارزمية تؤثر في المنافسة الاقتصادية بين مقدمي المحتوى، وفي فرص الوصول إلى الجمهور، بل وفي تشكيل أنماط استهلاك المعلومات والرأي العام، الأمر الذي منح الخوارزميات وظيفة اقتصادية وتنظيمية تتجاوز كونها مجرد أدوات تقنية [4]. ومن هذا المنطلق، اتجهت التشريعات الحديثة إلى إخضاع الأنشطة الرقمية، ولا سيما المنصات ذات التأثير الواسع، للالتزامات القانونية تتعلق بالشفافية والمساءلة الخوارزمية، إدراكاً لما قد يترتب على الاعتماد المكثف على الخوارزميات من مخاطر تتمثل في التحيز، والتمييز، والتأثير غير الشفاف في وصول المستخدمين إلى المعلومات. ويبرز في هذا السياق قانون الخدمات الرقمية للاتحاد الأوروبي (Digital Services Act) الذي فرض على المنصات الرقمية الكبرى التزامات تتعلق بتقييم المخاطر النظامية الناشئة عن أنظمة التوصية والخوارزميات، واتخاذ التدابير المناسبة للتخفيف من أثارها، فضلاً عن تعزيز شفافية الإعلانات الرقمية وآليات عرض المحتوى [12]. ويظهر ذلك أن خصوصية النشاط الإعلامي الرقمي لا ترجع إلى طبيعة المحتوى الإعلامي وحدها، وإنما إلى اعتماد هذا النشاط على منظومة مترابطة من البيانات والخوارزميات والذكاء الاصطناعي، وهو ما يفرض إعادة النظر في عدد من المفاهيم التقليدية للقانون التجاري، ولا سيما ما يتعلق بالأصول المعنوية، والقيمة الاقتصادية للبيانات، والمنافسة، والمسؤولية المهنية. كما يبرر إخضاع شركات الإعلام الرقمية لنظام قانوني يجمع بين قواعد القانون التجاري والقواعد المنظمة لحوكمة البيانات والشفافية الخوارزمية وحماية المنافسة، بما يحقق التوازن بين تشجيع الابتكار الاقتصادي وصون الحقوق الأساسية للأفراد.

٢.٣ المطلب الثاني: استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي ومخاطرها القانونية في الإعلام الرقمي

أحدثت تقنيات الذكاء الاصطناعي تحولاً جذرياً في قطاع الإعلام الرقمي، فلم تعد تقتصر على دعم العمليات التقنية، بل أصبحت أداة رئيسة في إنتاج المحتوى الإعلامي وإدارته وتوزيعه وتحليل تفاعل الجمهور. وقد أسهم هذا التحول في تعزيز كفاءة المؤسسات الإعلامية وتطوير نماذج أعمالها، إلا أنه أفرز في المقابل تحديات قانونية غير مسبقة تتعلق بالمسؤولية عن المحتوى المولد آلياً، وحماية البيانات الشخصية، وحقوق الملكية الفكرية، وشفافية الخوارزميات، ومكافحة التضليل الإعلامي. ومن ثم أصبح تنظيم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي من الموضوعات التي تحظى باهتمام متزايد على المستويين الفقهي والتشريعي، سعياً إلى تحقيق التوازن بين تشجيع الابتكار التقني وضمان حماية الحقوق والحريات الأساسية [13]. وانطلاقاً من ذلك، يتناول

هذا المطلب تطبيقات الذكاء الاصطناعي في النشاط الإعلامي الرقمي، ثم يبين أبرز المخاطر القانونية المترتبة على استخدامه وآليات مواجهتها في التشريعات المقارنة.

٢.٣.١ الفرع الأول: تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وإدارته وتوزيعه

أصبح الذكاء الاصطناعي أحد المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها صناعة الإعلام الرقمي، بعد أن انتقل من مجرد أداة مساعدة في معالجة البيانات إلى تقنية قادرة على إنتاج المحتوى الإعلامي وإدارته وتوزيعه بصورة آلية أو شبه آلية. وقد أسهم التطور في تقنيات التعلم الآلي والتعلم العميق والنماذج التوليدية في إحداث تحول جوهري في دورة العمل الإعلامي، إذ باتت المؤسسات الإعلامية وشركات الإعلام الرقمي تعتمد على هذه التقنيات في تحرير الأخبار، وإنتاج النصوص والصور ومقاطع الفيديو، وإدارة المحتوى، وتحليل تفاعل الجمهور، بما يحقق سرعة أكبر في الإنتاج، ويخفض التكاليف التشغيلية، ويرفع كفاءة الأداء المؤسسي [14]. وتتجسد أولى تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي، إذ أصبحت النظم الذكية قادرة على إنشاء الأخبار والتقارير الاقتصادية والرياضية، وصياغة المقالات، وإعداد الملخصات، وإنتاج المواد السمعية والبصرية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي. كما تستخدم المؤسسات الإعلامية هذه التقنيات في الترجمة الفورية، والتدقيق اللغوي، وإعداد العناوين، وتصميم الصور والرسوم التوضيحية، بما أدى إلى إعادة تشكيل مفهوم العمل الصحفي والإعلامي التقليدي، دون أن يلغي ذلك الحاجة إلى الرقابة والتحرير البشري لضمان الدقة والمصداقية [15]. ولا يقتصر دور الذكاء الاصطناعي على إنتاج المحتوى، بل يمتد إلى إدارة المحتوى الإعلامي من خلال تصنيف المواد الإعلامية وأرشفتها، واستخراج الكلمات المفتاحية، وتحليل اتجاهات الجمهور، والكشف عن المحتوى المخالف أو المكرر، فضلاً عن دعم القرارات التحريرية استناداً إلى تحليل البيانات الضخمة. ويسهم ذلك في رفع كفاءة المؤسسات الإعلامية وتحسين استثمار مواردها، إلا أنه يثير في الوقت ذاته تساؤلات تتعلق بمدى استقلال القرار التحريري عندما تعتمد المؤسسات الإعلامية على أنظمة خوارزمية في ترتيب الأولويات وصنع القرار [7]. أما في مجال توزيع المحتوى الإعلامي، فقد أصبحت الخوارزميات ونظم الذكاء الاصطناعي الوسيلة الرئيسة لتحديد المحتوى الذي يصل إلى المستخدمين، وذلك من خلال أنظمة التوصية (Recommendation Systems) التي تعتمد على تحليل السلوك الرقمي والاهتمامات الشخصية وسجل التفاعل بهدف تقديم محتوى يتناسب مع تفضيلات كل مستخدم. وقد أدى ذلك إلى زيادة كفاءة توزيع المحتوى وتحسين العائد الاقتصادي للإعلانات الرقمية، لكنه في المقابل أثار إشكالات تتعلق بإنشاء "فقاعات المعلومات" (Filter Bubbles) وتعزيز المحتوى المثير للانتباه على حساب المحتوى الأكثر دقة أو أهمية، وهو ما قد يؤثر في حرية تداول المعلومات وتعددية الآراء [4]. ومن الناحية القانونية، فإن اتساع نطاق استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى وإدارته وتوزيعه يفرض إعادة النظر في عدد من المفاهيم القانونية التقليدية، ولا سيما المتعلقة بالمسؤولية عن المحتوى، وحقوق الملكية الفكرية، وشفافية الخوارزميات، وحماية البيانات الشخصية. ولذلك اتجهت التشريعات الحديثة إلى وضع قواعد قانونية تضمن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية، مع مراعاة تحقيق التوازن بين تشجيع الابتكار التقني وحماية الحقوق والحريات الأساسية. ويظهر ذلك بوضوح في لائحة الذكاء الاصطناعي للاتحاد الأوروبي (AI Act) التي اعتمدت منهجاً قائماً على تصنيف الأنظمة بحسب درجة المخاطر، وفرضت التزامات تتعلق بالشفافية والإفصاح والحكمة، ولا سيما في الأنظمة التي قد تؤثر في المستخدمين أو في تداول المعلومات [16]. ويخلص الباحث إلى أن الذكاء الاصطناعي لم يعد مجرد وسيلة تقنية داعمة للنشاط الإعلامي، بل أصبح عنصراً هيكلياً في نموذج عمل شركات الإعلام الرقمية، إذ يمتد تأثيره إلى جميع مراحل إنتاج المحتوى وإدارته وتوزيعه، الأمر الذي يقتضي تطوير إطار قانوني يواكب هذا التحول، ويحدد المسؤوليات القانونية المترتبة على استخدام الأنظمة الذكية، ويضمن في الوقت ذاته احترام مبادئ الشفافية، وحماية البيانات، وحرية التعبير، ونزاهة المنافسة في البيئة الإعلامية الرقمية.

٢.٣.٢ الفرع الثاني: المخاطر القانونية الناتجة عن استخدام الذكاء الاصطناعي

٢.٣.٢.١ أولاً: المحتوى المضلل

يُعد المحتوى المضلل (Disinformation and AI-generated Misinformation) من أبرز المخاطر القانونية الناشئة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، إذ أصبحت النظم التوليدية قادرة على إنتاج نصوص وصور ومقاطع فيديو وأصوات تحاكي الواقع بدرجة عالية من الدقة، بما يجعل التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المصطنع أكثر صعوبة. وقد أدى ذلك إلى زيادة احتمالات استخدام هذه التقنيات في إنتاج الأخبار الكاذبة، والتلاعب بالمعلومات، والتأثير في تكوين الرأي العام، والإضرار بالأفراد والمؤسسات، الأمر الذي دفع التشريعات المقارنة إلى الانتقال من التركيز على المسؤولية اللاحقة عن الضرر إلى وضع آليات وقائية تقوم على الشفافية وإدارة المخاطر [16], [17]. كما أن خطورة المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي لا ترتبط فقط بإمكانية إنتاج معلومات غير صحيحة، وإنما بقدرته على إنشاء محتوى مقنع يصعب اكتشاف مصدره أو التحقق من صحته، وهو ما يثير إشكالات قانونية تتعلق بحماية الثقة العامة بالمعلومات، ومسؤولية الجهات التي تنتج أو تنشر هذا المحتوى، وحدود التزام المنصات الرقمية بالرقابة عليه [17]. وفي القانون العراقي، لا يوجد حتى الآن تنظيم تشريعي خاص يعالج المحتوى المضلل الناتج عن أنظمة الذكاء الاصطناعي، وإنما تخضع هذه الحالات للقواعد العامة، ولا سيما أحكام المسؤولية المدنية الواردة في القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ حتى ترتب على نشر المحتوى ضرر بالغ، فضلاً عن إمكانية تطبيق النصوص الجزائية ذات الصلة متى توافرت عناصر الجريمة وفق قانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩. ويكشف هذا الوضع عن قصور تشريعي في معالجة خصوصية المحتوى المنتج بواسطة الأنظمة الذكية، ولا سيما في الحالات التي تعدد فيها الأطراف

المتدخلة بين مطور النظام ومشغله والجهة الناشرة للمحتوى. أما في القانون الفرنسي، فقد اتجه المشرع، في إطار السياسة التشريعية الأوروبية، إلى تعزيز مسؤولية المنصات الرقمية عن إدارة مخاطر المحتوى غير المشروع أو الضار، ولا سيما من خلال لائحة الخدمات الرقمية الأوروبية (Digital Services Act) التي فرضت على المنصات الرقمية الكبرى التزامات تتعلق بتقييم المخاطر النظامية، ومراجعة أنظمة التوصية، وتعزيز الشفافية في مواجهة المخاطر المرتبطة بانتشار المعلومات المضللة، خصوصاً عندما يكون لها تأثير واسع في المجتمع أو العمليات الانتخابية [12]. كما أوجب قانون الذكاء الاصطناعي الأوروبي (AI Act) التزامات خاصة بشأن الإفصاح عن بعض المحتويات التي يتم إنشاؤها أو تعديلها بواسطة الذكاء الاصطناعي، ولا سيما المحتوى الذي يعتمد على تقنيات التزييف العميق (Deepfakes)، بهدف تمكين المستخدمين من معرفة الطبيعة الاصطناعية للمحتوى ومنع التضليل المعتمد [16]. وفي القانون الإنجليزي، اعتمد المشرع نهجاً يقوم على تنظيم المخاطر المرتبطة بالمحتوى الرقمي من خلال فرض التزامات على مقدمي الخدمات والمنصات الرقمية بموجب Online Safety Act 2023، حيث ألزمت هذه الجهات باتخاذ تدابير مناسبة للتعامل مع المحتوى غير القانوني والضار، ووضع أنظمة لإدارة المخاطر المرتبطة بالمحتوى المنشور عبر خدماتها الرقمية. كما منح القانون هيئة الاتصالات البريطانية (Ofcom) صلاحيات رقابية لضمان التزام المنصات بالواجبات المفروضة عليها [18]، [19]. ولا يخصص التنظيم الإنجليزي نظاماً مستقلاً للمحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي، إلا أن القواعد العامة تمتد إليه متى أدى هذا المحتوى إلى إحداث ضرر قانوني أو نشر معلومات غير مشروعة، وهو ما يعكس نهجاً يقوم على تنظيم آثار التقنية ومخاطرها بدلاً من التركيز على الوسيلة التقنية المستخدمة في إنتاجها. ويتبين من المقارنة أن التنظيم العراقي ما زال يعتمد بدرجة أساسية على القواعد العامة للمسؤولية المدنية والجنائية، في حين اتجه كل من المشرع الفرنسي والإنجليزي إلى تبني نموذج وقائي يقوم على فرض واجبات الشفافية والعناية وإدارة المخاطر على الجهات المسيطرة على المنصات الرقمية. ويرى الباحث أن مواجهة المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي لا يمكن أن تتحقق بالجزاءات اللاحقة وحدها، وإنما تتطلب إطاراً تشريعياً خاصاً يحدد مسؤوليات مطوري الأنظمة الذكية، وشركات الإعلام الرقمية، ومشغلي المنصات، بما يحقق التوازن بين حماية حرية التعبير وضمان سلامة البيئة المعلوماتية الرقمية.

٢.٣.٢.٢ ثانياً: انتهاك حقوق الملكية الفكرية

يثير استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي إشكاليات قانونية معقدة في مجال حقوق الملكية الفكرية، ولا سيما مع قدرة الأنظمة الذكية على إنتاج نصوص وصور ومقاطع صوتية ومرئية قد تحاكي المصنفات المحمية أو تعتمد في تدريبها على مجموعات ضخمة من البيانات التي قد تتضمن أعمالاً خاضعة للحماية القانونية. وقد أعاد هذا التطور طرح العديد من التساؤلات القانونية، من أهمها مدى مشروعية استخدام المصنفات المحمية في تدريب نماذج الذكاء الاصطناعي، ومدى إمكانية منح الحماية للمخرجات الناتجة عن هذه الأنظمة، فضلاً عن تحديد المسؤولية عن الاعتداءات التي قد تقع على حقوق المؤلف أو الحقوق المجاورة [15]. كما أن طبيعة الذكاء الاصطناعي التوليدي تثير إشكالية خاصة تتعلق بغياب العنصر البشري المباشر في عملية الإبداع، إذ تقوم أنظمة الذكاء الاصطناعي بإنتاج مخرجات اعتماداً على نماذج رياضية وبيانات تدريبية واسعة، الأمر الذي أثار خلافاً حول مدى اعتبار هذه المخرجات مصنفات قابلة للحماية، وما إذا كان الحق يثبت للمستخدم أو المطور أو لا يثبت لأي منهما بسبب غياب الإبداع الإنساني التقليدي [20]. وفي القانون العراقي، ما زالت حماية المصنفات الفكرية تخضع بصورة رئيسة إلى قانون حق المؤلف رقم (٣) لسنة ١٩٧١ المعدل، الذي يقوم على أساس حماية الإنتاج الفكري الإنساني متى توافرت فيه عناصر الابتكار. إلا أن هذا القانون لم يتضمن تنظيمات خاصة للمصنفات المنتجة بواسطة أنظمة الذكاء الاصطناعي، كما لم يحدد حكم استخدام المصنفات المحمية في تدريب النماذج الذكية، الأمر الذي يستوجب الرجوع إلى القواعد العامة المتعلقة بحقوق المؤلف والمسؤولية المدنية عند حدوث الاعتداء. ويكشف ذلك عن وجود حاجة تشريعية إلى تطوير قواعد خاصة تتلاءم مع طبيعة الإنتاج الفكري في البيئة الرقمية الحديثة. أما في القانون الفرنسي، فإن حماية حقوق المؤلف تستند إلى Code de la propriété intellectuelle الذي يشترط لقيام الحماية وجود مصنف أصلي يعكس شخصية المبدع، وهو ما يجعل الاعتراف بالذكاء الاصطناعي مؤلفاً مستقلاً أمراً غير مقبول في الفقه والقضاء الفرنسيين، لافتقار النظام الذكي للشخصية القانونية والعنصر الإبداعي الإنساني. وفي إطار التنظيم الأوروبي الحديث، فرضت لائحة الذكاء الاصطناعي الأوروبية (AI Act) التزامات على مقدمي نماذج الذكاء الاصطناعي ذات الأغراض العامة تتعلق باحترام قواعد حقوق النشر، ووضع سياسات للامتثال للتشريعات المتعلقة بحقوق المؤلف، وإعداد ملخصات عن المحتوى المستخدم في التدريب بما يعزز الشفافية تجاه أصحاب الحقوق [16]. كما يرتبط تنظيم هذه المسألة في الاتحاد الأوروبي بالتوجيه المتعلق بحقوق المؤلف في السوق الرقمية الموحدة (Directive (EU) 2019/790) الذي نظم بعض صور استخدام المصنفات في عمليات التنقيب في النصوص والبيانات (Text and Data Mining)، مع وضع استثناءات محددة وشروط تتعلق بحقوق أصحاب المصنفات [21]. وفي القانون الإنجليزي، ينظم Copyright, Designs and Patents Act 1988 حماية المصنفات الأدبية والفنية والسعوية والبصرية، وقد تضمن تنظيمات خاصة لأعمال المولدة بالحاسوب (Computer-generated works) في المادة (٣/٩)، حيث اعتبر مؤلف العمل الشخص الذي اتخذ الترتيبات اللازمة لإنشائه. إلا أن هذا الحكم وضع في سياق تقني سابق لظهور نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي الحديثة، مما أثار جدلاً فقهيّاً حول مدى كفايته لمعالجة المخرجات الناتجة عن أنظمة قادرة على التعلم وإنتاج محتوى مستقل نسبياً [22]. وتكشف المقارنة أن التشريع العراقي لا يزال يفتقر إلى تنظيم خاص للإشكاليات التي يثيرها الذكاء الاصطناعي في مجال حقوق الملكية الفكرية، في حين اتجه التنظيم الأوروبي والإنجليزي إلى تطوير قواعد أكثر

ملاءمة لهذه التقنيات، سواء من خلال فرض التزامات الشفافية على مطوري الأنظمة الذكية أو من خلال محاولة تنظيم بعض صور المصنفات الناتجة عن الحاسوب. ويرى الباحث أن تطوير التشريع العراقي يقتضي وضع إطار قانوني خاص يحدد أحكام استخدام المصنفات في تدريب أنظمة الذكاء الاصطناعي، ويبين مسؤولية الأطراف المتدخلة عن المخرجات الناتجة عنها، بما يحقق التوازن بين تشجيع الابتكار التقني وحماية حقوق أصحاب المصنفات الفكرية.

٢.٣.٢.٣ ثالثاً: حماية البيانات والخصوصية

تُعد حماية البيانات الشخصية والخصوصية من أبرز التحديات القانونية المرتبطة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، إذ تعتمد هذه التقنيات على جمع وتحليل ومعالجة كميات هائلة من بيانات المستخدمين بهدف إنتاج المحتوى وتخصيصه وإدارته وتوجيه الإعلانات الرقمية. وتزداد خطورة هذه المعالجة عندما تتم بصورة آلية ومن خلال خوارزميات قادرة على استخلاص معلومات دقيقة عن سلوك الأفراد واهتماماتهم، مما قد يؤدي إلى المساس بحقوقهم في الخصوصية أو استخدام بياناتهم في غير الأغراض التي جُمعت من أجلها. وقد أكد الفقه الحديث أن خصوصية معالجة البيانات في بيئة الذكاء الاصطناعي لا ترتبط فقط بعملية الجمع، وإنما بقدرة الأنظمة الذكية على تحليل البيانات واستخلاص أنماط ومعلومات جديدة منها، الأمر الذي يجعل مبادئ الشفافية، وتحديد الغرض، وتقليل البيانات، والمساءلة، عناصر أساسية في تنظيم هذه المعالجة [23]. وفي القانون العراقي، لا يوجد حتى الآن تشريع متكامل خاص بحماية البيانات الشخصية ينظم بصورة مباشرة استخدام البيانات في تطبيقات الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي، الأمر الذي يجعل الحماية القانونية تستند إلى مجموعة من القواعد العامة المتفرقة، ولا سيما أحكام الدستور العراقي لسنة ٢٠٠٥، ومنها المادة (١٧) التي كفلت حرمة الحياة الخاصة، فضلاً عن بعض الأحكام الواردة في القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ وقانون العقوبات العراقي رقم (١١١) لسنة ١٩٦٩ التي توفر حماية عامة للحقوق الشخصية عند وقوع الاعتداء عليها. إلا أن هذه القواعد لم تُصمم لمواجهة الطبيعة التقنية للمعالجة الآلية للبيانات أو المخاطر الناتجة عن استخدام الخوارزميات والذكاء الاصطناعي، مما يكشف عن حاجة المشرع العراقي إلى وضع تنظيم خاص لحماية البيانات الشخصية يواكب التطورات الرقمية الحديثة.

أما في القانون الفرنسي، فتخضع معالجة البيانات الشخصية إلى اللائحة العامة لحماية البيانات الأوروبية – (General Data Protection Regulation – GDPR)، وإلى قانون المعلوماتية والحريات الفرنسي (Loi Informatique et Libertés) المعدل بما يتوافق مع أحكام اللائحة الأوروبية. وقد أرسيت هذه المنظومة مجموعة من المبادئ القانونية الحاكمة لمعالجة البيانات، ومنها مشروعية المعالجة، وتحديد الغرض، وتقليل البيانات، والشفافية، والدقة، وضمان أمن البيانات، ومبدأ المساءلة، كما منحت الأفراد حقوقاً متعددة، من بينها الحق في الوصول إلى البيانات وتصحيحها ومحوها والاعتراض على معالجتها، فضلاً عن تنظيم القرارات الفردية القائمة على المعالجة الآلية للبيانات [24]. وفي إطار استخدام الذكاء الاصطناعي، اتجه التنظيم الأوروبي إلى تعزيز الالتزامات المتعلقة بالشفافية وتقييم المخاطر، إذ ألزم قانون الذكاء الاصطناعي الأوروبي (AI Act) الجهات القائمة على تطوير أو تشغيل بعض الأنظمة الذكية ذات المخاطر المرتفعة بمتطلبات تتعلق بالحوكمة وإدارة المخاطر والشفافية، بما يضمن عدم استخدام البيانات والخوارزميات بطريقة تؤدي إلى الإضرار بحقوق الأفراد [16]. وفي القانون الإنجليزي، تستند حماية البيانات الشخصية إلى نظام (UK GDPR) وقانون حماية البيانات البريطاني لعام ٢٠١٨ (Data Protection Act 2018)، اللذين يقومان على مبادئ مشابهة للمبادئ الأوروبية، ومنها المشروعية والعدالة والشفافية وتقليل البيانات والدقة والأمن والمساءلة. كما يمنح مكتب مفوض المعلومات البريطاني (Information Commissioner's Office – ICO) صلاحيات رقابية واسعة لضمان الامتثال، وقد أكد في إرشاداته الخاصة بالذكاء الاصطناعي وحماية البيانات ضرورة إجراء تقييمات أثر حماية البيانات عند استخدام الأنظمة الذكية، ولا سيما عندما تنطوي المعالجة على مخاطر مرتفعة بالنسبة لحقوق الأفراد [25]. ويتضح من المقارنة أن التشريعين الفرنسي والإنجليزي انتقلا من مجرد حماية الخصوصية بعد وقوع الاعتداء إلى تبني نهج وقائي يقوم على تنظيم دورة حياة البيانات منذ مرحلة جمعها وحتى معالجتها واستخدامها وحذفها، مع فرض التزامات قانونية على الجهات التي تتولى المعالجة. أما المشرع العراقي فما زال يعتمد على قواعد عامة لا تكفي لمواجهة المخاطر المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي. ويرى الباحث أن ذلك يستدعي تبني تشريع وطني متكامل لحماية البيانات الشخصية يتضمن أحكاماً خاصة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ويحدد التزامات شركات الإعلام الرقمية، ويحقق التوازن بين تشجيع الابتكار التقني وحماية الحقوق الأساسية للأفراد، مع الاستفادة من التجارب الفرنسية والإنجليزية بما يتلاءم مع خصوصية النظام القانوني العراقي.

٢.٣.٢.٤ رابعاً: الإعلانات الرقمية الموجهة

تمثل الإعلانات الرقمية الموجهة (Targeted Digital Advertising) أحد أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، إذ تعتمد على تحليل البيانات الشخصية للمستخدمين، وتتبع سلوكهم الرقمي، واستخدام الخوارزميات للتنبؤ باهتماماتهم وتفضيلاتهم، بما يسمح بعرض إعلانات تتلاءم مع خصائص كل مستخدم على نحو فردي. وقد أسهم هذا النموذج في رفع كفاءة الحملات الإعلانية وتعميم العائد الاقتصادي لشركات الإعلام الرقمية، إلا أنه في المقابل أثار إشكاليات قانونية تتعلق بحماية الخصوصية، وشفافية معالجة البيانات، وحرية اختيار المستهلك، ومنع الممارسات التجارية المضللة أو القائمة على التمييز الخوارزمي. ولذلك أصبحت الإعلانات القائمة على تحليل البيانات من المجالات التي تتطلب تحقيق التوازن بين المصالح الاقتصادية

للشركات الرقمية وحقوق الأفراد في حماية بياناتهم الشخصية [7] . وفي القانون العراقي، لا يوجد حتى الآن تنظيم تشريعي خاص يعالج بصورة مباشرة الإعلانات الرقمية الموجهة القائمة على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الشخصية، ولذلك تخضع هذه الممارسات للقواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك، ومنع الغش والإعلان المضلل، وقواعد المسؤولية المدنية عند تحقق الضرر. إلا أن هذه القواعد لا تنظم بصورة تفصيلية مسائل جمع البيانات الشخصية لأغراض الإعلان السلوكي، أو مدى اشتراط الحصول على موافقة المستخدم، أو التزامات الشركات بشأن شفافية الخوارزميات المستخدمة في توجيه الإعلانات، مما يبرز الحاجة إلى إطار قانوني خاص ينظم العلاقة بين شركات الإعلام الرقمية والمستخدمين في هذا المجال. أما في القانون الفرنسي، فقد أخضع المشرع الإعلانات الرقمية الموجهة لمنظومة قانونية متعددة المستويات تجمع بين اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) ولائحة الخدمات الرقمية الأوروبية (Digital Services Act – DSA) إذ تشترط اللائحة العامة لحماية البيانات وجود أساس قانوني مشروع لمعالجة البيانات الشخصية لأغراض الإعلان، مع الالتزام بمبادئ الشفافية وتحديد الغرض وتقليل البيانات، كما منحت الأفراد الحق في الاعتراض على معالجة بياناتهم لأغراض التسويق المباشر [24] . كما فرضت لائحة الخدمات الرقمية التزامات خاصة على المنصات الرقمية فيما يتعلق بشفافية الإعلانات، فأوجبت تمكين المستخدمين من معرفة أن المحتوى المعروض يمثل إعلاناً، وهوية الجهة المعلنة، والمعايير الرئيسية المستخدمة في تحديد الجمهور المستهدف، فضلاً عن حظر الإعلانات الموجهة القائمة على استخدام البيانات الشخصية للقاصرين [12] . وفي القانون الإنجليزي، تخضع الإعلانات الرقمية الموجهة لأحكام نظام (UK GDPR) وقانون حماية البيانات البريطاني لعام ٢٠١٨ (Data Protection Act 2018)، اللذين يفرضان التزامات تتعلق بمشروعية معالجة البيانات وشفافيتها والمساءلة عنها عند استخدامها في الإعلانات السلوكية. كما أصدر مكتب مفوض المعلومات البريطاني (Information Commissioner's Office – ICO) مدونة خاصة بالتسويق المباشر الإلكتروني، أكد فيها ضرورة احترام قواعد حماية البيانات والحصول على الموافقات المطلوبة عند استخدام تقنيات التتبع وملفات تعريف الارتباط (Cookies)، مع تمكين الأفراد من ممارسة حقهم في الاعتراض على الرسائل والإعلانات التسويقية غير المرغوبة [26] . وتكشف المقارنة أن التشريعين الفرنسي والإنجليزي اتجاهاً إلى تنظيم الإعلانات الرقمية الموجهة من خلال الربط بين حماية البيانات الشخصية وشفافية الخوارزميات ومتطلبات حماية المستهلك، في حين ما زال التشريع العراقي يفتقر إلى قواعد خاصة تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلان الرقمي. ويرى الباحث أن الاعتماد على القواعد العامة لم يعد كافياً في ظل قدرة الأنظمة الذكية على تحليل السلوك الفردي والتنبؤ بالاهتمامات وتوجيه القرارات الاستهلاكية، الأمر الذي يستلزم وضع تنظيم تشريعي يحدد ضوابط جمع البيانات واستخدامها، ويقرر التزامات شركات الإعلام الرقمية في مجال الشفافية والمساءلة، ويضمن حماية المستخدم من التضليل أو التمييز أو الاستغلال غير المشروع للبيانات الشخصية.

٢.٣.٣ الفرع الثالث: أثر الذكاء الاصطناعي في إعادة تحديد مفهوم المسؤولية القانونية للشركات الإعلامية

أدى الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإعلامي وإدارته وتوزيعه إلى إعادة النظر في مفهوم المسؤولية القانونية للشركات الإعلامية، إذ لم يعد الضرر ينشأ دائماً عن فعل بشري مباشر ومحدد، وإنما قد يكون نتيجة مخرجات أو قرارات تعتمد على أنظمة خوارزمية تستخدم في اختيار المحتوى أو ترتيبه أو التوصية به أو الحد من انتشاره. وقد أثار ذلك تساؤلات حول مدى كفاية قواعد المسؤولية التقليدية القائمة على إثبات الخطأ ونسبة الفعل الضار إلى شخص طبيعي أو معنوي معين، في مواجهة الأضرار المرتبطة بالأنظمة الذكية المعقدة، الأمر الذي دفع الفقه والتشريعات المقارنة إلى البحث عن نماذج جديدة للمساءلة تقوم على مبادئ الحوكمة والشفافية وإدارة المخاطر [27] . وفي القانون العراقي، لا يزال تنظيم المسؤولية عن الأضرار الناجمة عن استخدام الذكاء الاصطناعي قائماً على القواعد العامة في القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١، ولا سيما الأحكام المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية القائمة على الخطأ والضرر وعلاقة السببية، فضلاً عن مسؤولية الشخص المعنوي عن أعمال تابعيه. إلا أن هذه القواعد وضعت في إطار تقليدي يفترض إمكانية تحديد مصدر الفعل الضار، وهو ما يثير صعوبات عند تطبيقها على الأنظمة الذكية التي تتداخل فيها أدوار متعددة، مثل مطور النظام، ومزود الخدمة التقنية، والشركة الإعلامية المستخدمة للنظام، ومشغل المنصة الرقمية. ومن ثم، فإن التشريع العراقي يفتقر إلى قواعد خاصة تحدد كيفية توزيع المسؤولية بين الأطراف المتعددة المتدخلة في دورة حياة النظام الذكي. أما في القانون الفرنسي، فقد اتجه التنظيم الأوروبي إلى رفض منح الذكاء الاصطناعي شخصية قانونية مستقلة، والإبقاء على مسؤولية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يقومون بتطوير الأنظمة أو توفيرها أو استخدامها. ويستند هذا الاتجاه إلى أن النظام الذكي يعد أداة تقنية لا يملك إرادة قانونية مستقلة، وإنما تقع المسؤولية على الجهات التي تملك القدرة على التحكم فيه أو الاستفادة الاقتصادية من تشغيله. وفي هذا الإطار، فرض قانون الذكاء الاصطناعي الأوروبي (AI Act) التزامات قانونية على مقدمي الأنظمة ومستخدميها، ولا سيما فيما يتعلق بإدارة المخاطر، وجودة البيانات، والشفافية، والإشراف البشري، والتوثيق والرقابة على الأنظمة عالية المخاطر [16] . كما عزز الاتحاد الأوروبي حماية المتضررين من خلال توسيع نطاق قواعد المسؤولية عن المنتجات المعيبة لتشمل البرمجيات والمنتجات الرقمية وبعض الأنظمة القائمة على الذكاء الاصطناعي، بما يسهل مساءلة الجهات التي تطرح هذه الأنظمة في السوق عند تسببها في أضرار للمستخدمين [28] . وفي القانون الإنجليزي، لا يزال تنظيم المسؤولية عن الأضرار المرتبطة بالذكاء الاصطناعي يعتمد على القواعد التقليدية، ولا سيما المسؤولية عن الإهمال (Negligence)، والإخلال بالواجب القانوني، والمسؤولية عن المنتجات، مع تطوير معايير تطبيقها بما يتناسب مع طبيعة التقنيات الحديثة. وقد أكدت لجنة القانون في إنجلترا وويلز أن ظهور الذكاء الاصطناعي لا يستلزم إنشاء شخصية قانونية مستقلة له، وإنما يتطلب تطوير قواعد إسناد المسؤولية إلى الأشخاص أو الجهات التي تملك السيطرة

الفعلية على النظام أو تتخذ القرارات المتعلقة باستخدامه وتشغيله [29]. كما يفرض قانون السلامة الإلكترونية البريطاني (Online Safety Act 2023) التزامات على مشغلي المنصات الرقمية فيما يتعلق بإدارة المخاطر المرتبطة بالمحتوى غير القانوني أو الضار، وهو ما يعكس اتجاهًا تشريعيًا يقوم على تحميل الشركات الرقمية مسؤولية وقائية عن طريقة تصميم وتشغيل الأنظمة التي تؤثر في تداول المحتوى [18]. ويلاحظ من المقارنة أن الاتجاهين الفرنسي والإنجليزي يتفقان على أن استخدام الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى إعفاء الشركات الإعلامية من المسؤولية القانونية، وإنما يعيد تحديد نطاق واجب العناية (Duty of Care)، بحيث يشمل اختيار الأنظمة المناسبة، وتقييم المخاطر التقنية، ومراقبة أداء الخوارزميات، وضمان وجود إشراف بشري مناسب، والامتثال لقواعد حماية البيانات وحقوق الملكية الفكرية وشفافية المحتوى. وبذلك انتقلت المسؤولية من التركيز على الخطأ البشري المباشر إلى مساءلة الشركات عن مدى التزامها بواجبات الحوكمة والإدارة الرشيدة للمخاطر التقنية.

ويرى الباحث أن التشريع العراقي بحاجة إلى تطوير إطار قانوني خاص بالمسؤولية الناشئة عن استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي، يقوم على توزيع المسؤولية بين مختلف الأطراف وفق معيار السيطرة الفعلية على النظام، والقدرة على منع الضرر، والاستفادة الاقتصادية من تشغيل التقنية. ويحقق هذا الاتجاه حماية أكثر فعالية للمتضررين، مع المحافظة على تشجيع الابتكار والاستفادة من التطورات التقنية الحديثة.

٣. المبحث الثاني: التنظيم القانوني لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي

٣.١ تمهيد:

أدى الاعتماد المتزايد على تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي إلى ظهور إشكالات قانونية جديدة تتعلق بتحديد نطاق مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن الأضرار الناتجة عن استخدام هذه التقنيات، ولا سيما أن الأنظمة الذكية لا تعمل دائماً وفق نمط القرار البشري المباشر، وإنما تعتمد على عمليات خوارزمية قائمة على تحليل البيانات والتعلم الآلي. الأمر الذي أثار التساؤل حول مدى كفاية القواعد التقليدية للمسؤولية القانونية القائمة على مفاهيم الخطأ والإسناد والسببية لاستيعاب طبيعة هذه المخاطر المستحدثة. ومن ثم تبرز أهمية دراسة التنظيم القانوني لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية في ضوء الاتجاهات التشريعية والفقهية المقارنة، وبيان مدى قدرة القواعد القائمة في كل من العراق وفرنسا وإنكلترا على مواجهة المسؤولية الناشئة عن أعمال الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي الرقمي.

٣.٢ المطلب الأول: حدود المسؤولية القانونية التقليدية لشركات الإعلام الرقمية

تقوم المسؤولية القانونية التقليدية لشركات الإعلام الرقمية على القواعد العامة للمسؤولية المدنية، التي تستلزم توافر عناصر أساسية تتمثل بالخطأ والضرر وعلاقة السببية بين الفعل والنتيجة الضارة. فالمسؤولية لا تقوم بمجرد تحقق الضرر، وإنما تتطلب تحديد السلوك غير المشروع وإسناده إلى شخص معين يمكن مساءلته قانوناً، وهو ما يجعل فكرة الإسناد تمثل الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية المدنية. وفي القانون العراقي، يستند هذا التصور إلى القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية الواردة في القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١، إذ تقوم المسؤولية على أساس ارتكاب فعل غير مشروع يسبب ضرراً للغير، مع ضرورة إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر. وقد بين الفقه المدني أن المسؤولية التقصيرية تقوم على فكرة تعويض الضرر الناتج عن الإخلال بالواجب القانوني العام بعدم الإضرار بالغير، ولا يكفي مجرد وقوع الضرر ما لم يمكن ربطه بسلوك صادر عن المسؤول [30]. وتظهر صعوبة تطبيق هذا الإطار التقليدي على شركات الإعلام الرقمية في أن النشاط الإعلامي المعاصر لم يعد قائماً على الفعل البشري المباشر فقط، بل أصبح يعتمد على أنظمة تقنية قادرة على إنتاج المحتوى أو ترتيبه أو توزيعه بصورة آلية. فقد يكون الضرر الناتج عن المحتوى الإعلامي الرقمي نتيجة تفاعل معقد بين تصميم الخوارزمية، والبيانات المستخدمة في تدريبها، وطريقة تشغيل النظام، ومدى تدخل الشركة أو المستخدم في مخرجاته، مما يجعل تحديد مصدر الخطأ أمراً أكثر صعوبة مقارنة بالأنشطة التقليدية. وفي هذا السياق، فإن القواعد التقليدية للمسؤولية المدنية تظل قابلة للتطبيق على شركات الإعلام الرقمية متى أمكن إثبات تقصيرها في اختيار الأنظمة الذكية أو مراقبتها أو استخدامها، إلا أن الإشكال يظهر عندما يكون الضرر مرتبطاً بخصائص تقنية للنظام الذكي يصعب توقعها أو السيطرة عليها.

أما في القانون الفرنسي، فقد ارتبطت المسؤولية المدنية تاريخياً بفكرة الخطأ وفق أحكام المسؤولية التقصيرية في القانون المدني الفرنسي، إلا أن التطورات التقنية الحديثة دفعت الفقه إلى البحث عن أسس أكثر ملائمة للبيئة الرقمية، تقوم على مراعاة درجة السيطرة على مصدر الخطر وتوزيع المسؤولية بين الأطراف المتدخلة في تشغيل الأنظمة التقنية [31]. كما أكد الاتجاه الأوروبي الحديث في مجال الذكاء الاصطناعي أن الاعتماد على الأنظمة الذكية لا يؤدي إلى إعفاء الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين القائمين على تشغيلها من المسؤولية، وإنما يفرض عليهم التزامات تتعلق بإدارة المخاطر والشفافية والرقابة البشرية [16]. وفي النظام القانوني الإنكليزي، تقوم المسؤولية المدنية التقليدية على إثبات الإخلال بالواجب القانوني ووقوع الضرر والعلاقة السببية، إلا أن مرونة النظام الإنكليزي سمحت بتطوير قواعد المسؤولية لمواجهة المستجدات التقنية. ويشير الفقه الإنكليزي إلى أن التحدي الأساسي في البيئة الرقمية يتمثل في تحديد الطرف الذي يملك السيطرة الفعلية على النشاط التقني ويتحمل تبعات تشغيله [8]. وعليه، فإن حدود المسؤولية التقليدية لشركات الإعلام الرقمية تتمثل

في اعتمادها على مفاهيم وضعت أساساً لمعالجة الأفعال البشرية المباشرة، في حين أن الذكاء الاصطناعي أوجد بيئة جديدة تتعدد فيها مصادر القرار والخطر. لذلك لا يكمن الحل في استبعاد القواعد العامة، وإنما في تطويرها لتتلاءم مع طبيعة المخاطر الرقمية، من خلال تعزيز واجبات العناية والرقابة والإدارة المسؤولة للأنظمة الذكية.

٣.٢.١ الفرع الأول: المسؤولية العقدية لشركات الإعلام الرقمية

تقوم المسؤولية العقدية لشركات الإعلام الرقمية على أساس الإخلال بالالتزامات الناشئة عن العلاقة العقدية بينها وبين المستخدمين أو المتعاملين معها، إذ تلتزم هذه الشركات بتقديم الخدمات الرقمية وفقاً للشروط المتفق عليها وبما يحقق الغرض الاقتصادي والقانوني من العقد. فإذا أخلت الشركة بالتزاماتها، كعدم تقديم الخدمة المتفق عليها أو الإخلال بضمانات حماية البيانات أو مخالفة الالتزامات المتعلقة بالمحتوى، قامت مسؤوليتها متى توافرت عناصرها القانونية. وتزداد خصوصية المسؤولية العقدية عند اعتماد الشركة على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تنفيذ التزاماتها، إذ إن استخدام النظام الذكي لا يؤدي إلى انتقال الالتزام إليه، باعتباره ليس شخصاً قانونياً، وإنما يبقى مجرد وسيلة تقنية تستخدمها الشركة لتحقيق أهدافها. ومن ثم تبقى الشركة مسؤولة عن مدى توافق أداء النظام مع الالتزامات التي تعهدت بها تجاه المستخدمين. وفي القانون العراقي، تخضع المسؤولية العقدية للقواعد العامة الواردة في القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١، حيث يلتزم المدين بتنفيذ التزامه العقدي، ويترتب على إخلاله به قيام مسؤوليته عن التعويض متى تحقق الضرر [30]. أما في القانون الفرنسي، فإن استخدام الوسائل التقنية لا يؤثر في طبيعة الالتزام العقدي، إذ يبقى مقدم الخدمة الرقمية مسؤولاً عن تنفيذ التزاماته حتى لو استعان بأنظمة آلية أو أدوات ذكاء اصطناعي في تنفيذها، استناداً إلى مبدأ القوة الملزمة للعقد وحسن النية في التنفيذ [9]. وفي النظام الإنكليزي، تقوم المسؤولية العقدية على أساس الإخلال بالعقد (Breach of Contract)، إذ يتحمل مقدم الخدمة مسؤولية عدم تنفيذ الالتزامات التي التزم بها، ولا يؤدي الاعتماد على الوسائل التقنية إلى إعفائه من المسؤولية العقدية تجاه المستخدمين [32]. وعليه، فإن المسؤولية العقدية تمثل أساساً مهماً لمساءلة شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي، لأن النظام الذكي لا يعد طرفاً في العلاقة القانونية، وإنما أداة تستخدمها الشركة، مما يجعلها مسؤولة عن اختيار هذه الأنظمة وتشغيلها ومراقبة نتائجها بما يضمن احترام التزاماتها العقدية.

٣.٢.٢ الفرع الثاني: المسؤولية التقصيرية عن الأضرار الناتجة عن المحتوى أو الأنظمة الذكية

تُعد المسؤولية التقصيرية من أهم الأسس القانونية التي يمكن الاستناد إليها لمساءلة شركات الإعلام الرقمية عن الأضرار الناتجة عن المحتوى المنشور أو عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى أو إدارته أو توزيعه، إذ تقوم هذه المسؤولية على الإخلال بالواجب القانوني العام الذي يفرض على كل شخص عدم الإضرار بالغير. وتزداد أهمية المسؤولية التقصيرية في البيئة الرقمية بسبب السرعة الكبيرة في انتشار المحتوى الإلكتروني واتساع نطاق الجمهور المتلقي، مما قد يؤدي إلى إلحاق أضرار بالحقوق الشخصية أو المالية أو الفكرية للأفراد. وفي نطاق شركات الإعلام الرقمية، تتحقق المسؤولية التقصيرية متى أدى النشاط الإعلامي الرقمي إلى إحداث ضرر للغير، سواء كان ذلك نتيجة نشر محتوى يتضمن مساماً بالخصوصية أو تشهيراً أو انتهاكاً لحقوق الملكية الفكرية أو نشر معلومات غير صحيحة. إلا أن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي أدى إلى ظهور صعوبات جديدة في تحديد أساس المسؤولية، لأن الضرر قد لا يكون ناتجاً عن فعل بشري مباشر، وإنما عن مخرجات نظام تقني يعتمد على خوارزميات وبيانات تدريبية قد تؤدي إلى نتائج غير متوقعة أو مخالفة للالتزامات القانونية. وفي القانون العراقي، تقوم المسؤولية التقصيرية وفقاً للقواعد العامة الواردة في القانون المدني العراقي رقم (٤٠) لسنة ١٩٥١ على توافر عناصر الخطأ والضرر وعلاقة السببية بينهما، إذ يلتزم من تسبب بضرر للغير بالتعويض متى ثبت أن الضرر كان نتيجة فعل غير مشروع صادر عنه. ويقوم هذا التصور على ضرورة إمكانية إسناد الفعل الضار إلى شخص معين، وهو ما يثير صعوبة خاصة في مجال الذكاء الاصطناعي بسبب تعدد الأطراف المتدخلة في تصميم النظام وتشغيله والاستفادة منه [٣٠]. وبناءً على ذلك، يمكن مساءلة شركات الإعلام الرقمية في القانون العراقي متى ثبت تقصيرها في اختيار الأنظمة الذكية أو الإشراف عليها أو اتخاذ التدابير المناسبة لمنع إنتاج أو نشر محتوى ضار، باعتبارها الجهة التي تملك السيطرة القانونية والاقتصادية على المنصة الرقمية وتستفيد من النشاط الذي يتم من خلالها، أما في القانون الفرنسي، فقد ارتبطت المسؤولية التقصيرية تقليدياً بفكرة الخطأ وفق أحكام القانون المدني الفرنسي، غير أن البيئة الرقمية دفعت الفقه الفرنسي إلى تطوير مفهوم المسؤولية باتجاه التركيز على طبيعة النشاط ودرجة السيطرة على مصدر الخطر، بدلاً من الاقتصاد على إثبات الخطأ الشخصي المباشر. فالمخاطر الرقمية غالباً ما تنتج عن تفاعل عدة أطراف، مثل مطوري النظام، ومشغلي المنصة، والجهة المستفيدة اقتصادياً من تشغيلها، مما يتطلب توزيع المسؤولية وفقاً لدور كل طرف في إنشاء الخطر أو الحد منه [31]. وفي مجال الذكاء الاصطناعي، اتجه التنظيم الأوروبي الحديث إلى عدم الاعتراف للنظام الذكي بشخصية قانونية مستقلة، وإنما تحميل المسؤولية للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الذين يقومون بتطوير الأنظمة أو تشغيلها أو استخدامها، وفقاً لمدى التزاماتهم في إدارة المخاطر والرقابة البشرية وضمان سلامة النظام. ويظهر ذلك في لائحة الذكاء الاصطناعي الأوروبية التي فرضت التزامات تتعلق بإدارة المخاطر والشفافية والإشراف البشري على الجهات القائمة على الأنظمة الذكية [16]. أما في النظام الإنكليزي، فتقوم المسؤولية التقصيرية (Tort Liability) على أساس إثبات الإخلال بواجب قانوني ترتب عليه ضرر قابل للتعويض. ويتميز القانون الإنكليزي بمرونته في تطوير قواعد المسؤولية بما يتلاءم مع التطورات التقنية، إذ ينصب البحث على تحديد الطرف الذي كان يملك واجب اتخاذ الاحتياطات اللازمة أو السيطرة الفعلية على مصدر الخطر. وبناءً على ذلك، فإن المسؤولية التقصيرية لشركات الإعلام الرقمية عن الأضرار الناتجة عن

المحتوى أو الأنظمة الذكية تكشف حدود القواعد التقليدية للمسؤولية، إذ أصبحت عملية إثبات الخطأ والعلاقة السببية أكثر تعقيداً بسبب الطبيعة التقنية للحوارزيمات وتعدد المتدخلين. ومع ذلك تبقى الشركة الإعلامية الرقمية الطرف الرئيس في نطاق المساءلة، باعتبارها الجهة التي تختار التقنية المستخدمة، وتحدد طريقة تشغيلها، وتحقق منفعة اقتصادية من نتائجها، مما يبرر إخضاعها لواجبات خاصة في الرقابة والعناية وإدارة المخاطر التقنية.

٣.٢.٣ الفرع الثالث: إشكالية تحديد المسؤول عن أفعال الذكاء الاصطناعي

٣.٢.٣.١ أولاً: الشركة

تعد شركة الإعلام الرقمية الطرف الأول الذي يثار بشأنه التساؤل عن المسؤولية القانونية عن الأضرار الناشئة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، باعتبارها الجهة التي تتخذ قرار إدخال هذه التقنيات ضمن نشاطها الإعلامي، وتحدد مجالات استخدامها، وتستفيد من المزايا الاقتصادية الناتجة عنها. ولذلك يميل الاتجاه الغالب في الفقه المقارن إلى عدم إعفاء الشركة من المسؤولية لمجرد أن الضرر نتج عن مخرجات نظام ذكي، إذ إن الذكاء الاصطناعي يُنظر إليه بوصفه أداة تقنية تستخدمها الشركة في إدارة نشاطها، وليس كياناً قانونياً مستقلاً تُنسب إليه المسؤولية. وتقوم مسؤولية الشركة على مدى التزامها بواجبات الحيلة والعناية والرقابة المرتبطة باستخدام الأنظمة الذكية، سواء تعلق الأمر باختيار النظام المناسب لطبيعة النشاط، أو التأكد من جودة البيانات المستخدمة، أو مراقبة أداء الحوارزيمات، أو وضع آليات فعالة لمنع إنتاج أو نشر محتوى غير مشروع. فإذا ثبت تقصير الشركة في هذه الالتزامات، أو عدم اتخاذها للتدابير المعقولة لتجنب الضرر، أمكن مساءلتها وفقاً للقواعد العامة للمسؤولية القانونية. وفي القانون العراقي، يمكن تأسيس مسؤولية الشركة على القواعد العامة التي تقرر مسؤولية الشخص المعنوي عن الأفعال التي تقع أثناء ممارسة نشاطه ومن خلال أجهزته أو الوسائل التي يستخدمها. إلا أن هذه المسؤولية لا تقوم لمجرد استخدام التقنية، وإنما ترتبط بوجود إخلال من جانب الشركة بالتزاماتها القانونية أو المهنية، ولا سيما فيما يتعلق بالإشراف على الأنظمة التي تعتمد عليها وإدارة المخاطر الناتجة عن تشغيلها. فالشركة، بوصفها صاحبة النشاط والمستفيدة اقتصادياً من نتائجه، تظل مطالبة باتخاذ التدابير اللازمة لمنع وقوع الأضرار الناجمة عن استخدام الوسائل التقنية الحديثة [30]. أما في القانون الفرنسي، فإن الاتجاه التشريعي والفقه لا يمنح نظام الذكاء الاصطناعي شخصية قانونية مستقلة، وإنما يبحث عن الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يملك سلطة التحكم في النشاط التقني أو يستفيد منه. ومن ثم تبقى شركة الإعلام الرقمية مسؤولة متى ثبت إخلالها بواجبات الرقابة أو إدارة المخاطر المرتبطة باستخدام النظام الذكي، ولا سيما عندما يكون الضرر ناشئاً عن ضعف الإشراف أو سوء تنظيم عملية التشغيل [31]. وفي النظام القانوني الإنكليزي، يتركز البحث في مسؤولية الشركة على مدى وجود واجب قانوني يقع عليها تجاه المستخدمين والغير، ومدى إخلالها باتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع الضرر. فاعتماد الشركة على أنظمة الذكاء الاصطناعي لا يؤدي إلى انتقال المسؤولية إلى النظام التقني ذاته، لأن الشركة تبقى الطرف الذي يقرر استخدام التقنية، ويحدد نطاق تطبيقها، ويدير النشاط التجاري المرتبط بها [8]. وعليه، تمثل الشركة الحلقة الأساسية في تحديد المسؤول عن أفعال الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي، إلا أن مساءلتها لا تقوم على أساس مجرد تشغيل النظام الذكي، وإنما على أساس دورها في إنشاء الخطر أو زيادة احتماله، ومدى قدرتها الفعلية على مراقبته والحد من آثاره. وبذلك ترتبط مسؤولية الشركة بدرجة السيطرة والإشراف والحوكمة التي تمارسها على الأنظمة الذكية المستخدمة في نشاطها الإعلامي.

٣.٢.٣.٢ ثانياً: مطور نظام الذكاء الاصطناعي

يُعد مطور نظام الذكاء الاصطناعي أحد الأطراف الرئيسة التي تثار بشأنها مسألة المسؤولية القانونية عن الأضرار الناشئة عن استخدام الأنظمة الذكية، باعتباره الجهة التي تتولى تصميم الحوارزيمات، وبرمجة النظام، وتحديد بنيته التقنية، وآليات معالجته للبيانات وإنتاج المخرجات. وتظهر أهمية مسؤولية المطور بوجه خاص عندما يكون الضرر ناتجاً عن عيب في تصميم النظام، أو خلل في البرمجة، أو عدم مراعاة متطلبات السلامة والموثوقية والاختبار الكافي أثناء مرحلة التطوير، ولا تقوم مسؤولية مطور النظام لمجرد أن النظام الذكي أنتج محتوى ضاراً أو نتيجة غير مشروعة، إذ تختلف مسؤوليته عن مسؤولية الشركة المشغلة للنظام؛ فالمطور لا يسيطر عادةً على طريقة استخدام النظام أو الأغراض التي يُوظف من أجلها بعد طرحه في السوق، وإنما تتصرف مسؤوليته أساساً إلى مرحلة الإنشاء والتطوير، ومدى التزامه بالمعايير الفنية والقانونية التي تهدف إلى تقليل المخاطر المتوقعة من تشغيل النظام. وفي القانون العراقي، يمكن تأسيس مسؤولية مطور نظام الذكاء الاصطناعي على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، متى ثبت أن الضرر كان نتيجة إهمال أو تقصير في عملية التصميم أو البرمجة أو الاختبار أو عدم اتخاذ التدابير الفنية اللازمة لمنع المخاطر المتوقعة. إذ يبقى أساس المسؤولية قائماً على إثبات الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما، ولا يكفي مجرد وجود ضرر ناتج عن تشغيل النظام ما لم يمكن ربطه بسلك محدد صادر عن المطور. وتتسم هذه الفكرة مع القواعد العامة في المسؤولية المدنية التي تقوم على ضرورة إسناد الفعل الضار إلى المسؤول عنه [30]. أما في القانون الفرنسي، فقد تطورت مسؤولية مطوري التقنيات الحديثة ضمن إطار مسؤولية المنتج والالتزامات المرتبطة بسلامة المنتجات والخدمات الرقمية. وبناءً على ذلك، يمكن مساءلة مطور نظام الذكاء الاصطناعي إذا كان النظام يحتوي على عيب تقني أو قصور في التصميم أو نقص في إجراءات السلامة كان من شأنه أن يؤدي إلى حدوث ضرر، ولا سيما إذا كان الخطر قابلاً للتوقع وكان بالإمكان الحد منه أثناء مرحلة التطوير. كما عزز التنظيم الأوروبي الحديث هذا الاتجاه من خلال فرض التزامات على مقدمي ومطوري أنظمة الذكاء الاصطناعي، تتعلق بإدارة المخاطر، وجودة البيانات، والشفافية، والرقابة البشرية على الأنظمة ذات المخاطر المرتفعة [16]. وفي النظام القانوني الإنكليزي، يمكن مساءلة مطور النظام في إطار قواعد المسؤولية التقصيرية، ولا سيما عند الإخلال بواجب العناية (Duty)

(of Care) المفروض عليه تجاه مستخدمي التقنية أو الغير الذين يمكن أن يتأثروا بمخرجاتها. ويعتمد تقدير هذه المسؤولية على مدى إمكانية توقع الضرر، وطبيعة المخاطر المرتبطة بالنظام، ومدى اتخاذ المطور للاحتياطات المعقولة لمنع وقوع الضرر، وليس على مجرد تحقق النتيجة الضارة [33]. وعليه، فإن مسؤولية مطور نظام الذكاء الاصطناعي تمثل عنصرًا مهمًا في توزيع المسؤولية القانونية عن أعمال الأنظمة الذكية، إلا أنها تبقى مسؤولية مرتبطة بمرحلة تطوير النظام ومدى سلامته الفنية، ولا تمتد إلى جميع الأضرار الناتجة عن استخدامه من قبل شركات الإعلام الرقمية، ما لم يثبت وجود عيب أو تقصير يمكن نسبته إلى المطور. ومن ثم فإن تحديد المسؤولية يتطلب التمييز بين خطأ التطوير الذي يتحمل المطور تبعته، وخطأ الاستخدام أو الإدارة الذي يقع على عاتق الشركة المشغلة للنظام.

٣.٢.٣.٣ ثالثاً: مزود الخدمة الرقمية أو مشغل المنصة (الوسيط التقني)

يُعد مزود الخدمة الرقمية أو مشغل المنصة أحد الأطراف الأساسية التي تثار بشأنها مسألة المسؤولية القانونية عن الأضرار الناتجة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي، إذ يمثل الحلقة الوسيطة بين مطور النظام والجهة المستفيدة منه. ويقصد به الجهة التي توفر البنية التقنية اللازمة لتشغيل النظام الذكي، سواء من خلال خدمات الحوسبة السحابية، أو استضافة المحتوى، أو إدارة المنصات الرقمية التي تعتمد عليها شركات الإعلام في إنتاج المحتوى أو توزيعه. وتبرز أهمية تحديد مسؤوليته بسبب الدور المتزايد الذي أصبحت تؤديه المنصات الرقمية في التحكم ببيئة التشغيل، وإدارة تدفق المعلومات، وتوفير أدوات الترتيب والتوصية والمراقبة الخوارزمية. ولا تقوم مسؤولية مزود الخدمة الرقمية لمجرد كونه مقدماً للبنية التقنية أو وسيطاً في عملية النشر الرقمي، وإنما ترتبط بمدى طبيعة الدور الذي يؤديه ودرجة السيطرة الفعلية التي يمارسها على النظام أو المحتوى أو آليات تشغيله. فإذا اقتصر دوره على تقديم خدمة تقنية محايدة دون تدخل في إنشاء المحتوى أو التحكم في مخرجات النظام، فإن مسؤوليته تكون محدودة في نطاق الالتزامات العقدية والفنية التي تقع عليه. أما إذا كان يملك قدرة فعلية على مراقبة المخاطر، أو تعديل آليات تشغيل النظام، أو منع بعض النتائج الضارة، فإن مسؤوليته قد تقوم عند إخلاله بواجبات العناية والرقابة المفروضة عليه [31]. وفي القانون العراقي، لا يوجد تنظيم تشريعي خاص يحدد مسؤولية مزودي الخدمات الرقمية أو مشغلي المنصات عن الأضرار الناشئة عن أنظمة الذكاء الاصطناعي، ولذلك تخضع هذه المسؤولية للقواعد العامة في المسؤولية العقدية والتقصيرية. ويمكن مساءلة مزود الخدمة متى ثبت إخلاله بالتزاماته التعاقدية تجاه الشركة الإعلامية أو المستخدمين، أو ثبت وجود تقصير فني أو أمني أدى إلى وقوع ضرر يمكن إسناده إلى سلوكه، ولا سيما عند عدم اتخاذ التدابير المعقولة لحماية النظام أو منع إساءة استخدامه. ويستند ذلك إلى القواعد العامة التي تقرر مسؤولية الشخص عن الضرر الناشئ عن إخلاله بالتزام قانوني أو تعاقد، متى توافرت أركان المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية [30]. أما في القانون الفرنسي، فقد اتجه التنظيم الأوروبي إلى بناء نظام خاص لمسؤولية الوسيط الرقمية يقوم على أساس التمييز بين طبيعة الخدمات المقدمة ومدى قدرة الوسيط على التحكم في المخاطر المرتبطة بالنشاط الرقمي. فقد فرضت لائحة الخدمات الرقمية الأوروبية (Digital Services Act) التزامات على مقدمي الخدمات والمنصات الرقمية تتعلق بالشفافية، وتقييم المخاطر، واتخاذ التدابير المناسبة للحد من انتشار المحتوى غير المشروع أو الضار، ولا سيما بالنسبة للمنصات الإلكترونية الكبرى التي تؤدي دوراً مؤثراً في تداول المعلومات. كما فرضت لائحة الذكاء الاصطناعي الأوروبية (AI Act) التزامات على مقدمي أنظمة الذكاء الاصطناعي ومشغليها تتعلق بإدارة المخاطر، والشفافية، والرقابة البشرية، بحسب طبيعة النظام ومستوى المخاطر المرتبطة به [16 - 12]. وفي النظام القانوني الإنكليزي، تقوم مسؤولية مزود الخدمة الرقمية على مدى إخلاله بالواجبات القانونية المفروضة عليه تجاه المستخدمين والغير، ولا سيما عندما تكون لديه قدرة فعلية على التحكم بالمخاطر المرتبطة بالخدمة التي يقدمها. ويعتمد القضاء الإنكليزي في مجال المسؤولية المدنية على معيار واجب العناية (Duty of Care) وإمكانية توقع الضرر واتخاذ الاحتياطات المعقولة لمنع، بحيث لا يسأل الوسيط التقني عن جميع الأضرار الناتجة عن استخدام المنصة، وإنما عن الأضرار التي كان يمكنه توقعها ومنعها ضمن نطاق سيطرته الفعلية [8]. كما عزز قانون السلامة على الإنترنت (Online Safety Act 2023) مسؤولية مقدمي الخدمات الرقمية من خلال فرض التزامات تتعلق بتقييم المخاطر واتخاذ الإجراءات اللازمة للحد من المحتوى غير القانوني أو الضار [18]. ويتضح من المقارنة أن مسؤولية مزود الخدمة الرقمية أو مشغل المنصة تختلف عن مسؤولية شركة الإعلام الرقمية ومطور نظام الذكاء الاصطناعي؛ فالمطور يتحمل مسؤولية سلامة تصميم التقنية وتطويرها، والشركة الإعلامية تتحمل مسؤولية اختيار النظام واستخدامه وإدارته، أما مزود الخدمة الرقمية أو مشغل المنصة فيرتبط نطاق مسؤوليته بمدى سلامة البيئة التقنية التي يعمل من خلالها النظام، وبقدرته على مراقبة المخاطر الناتجة عن تشغيله واتخاذ التدابير المناسبة للحد منها. ومن ثم فإن معيار تحديد مسؤوليته لا يقوم على مجرد كونه وسيطاً تقنياً، وإنما على درجة السيطرة الفعلية التي يملكها على مصدر الخطر، ومدى قدرته على التدخل لمنع وقوع الضرر. ويرى الباحث أن توزيع المسؤولية بين الأطراف المتدخلة في تشغيل أنظمة الذكاء الاصطناعي يقتضي عدم تحميل مزود الخدمة الرقمية مسؤولية مطلقة عن جميع الأضرار الناتجة عن استخدام التقنية، لأن ذلك يتعارض مع طبيعة دوره كوسيط تقني، إلا أن إعفاءه بصورة كاملة لا ينسجم مع الواقع الرقمي الحديث الذي أصبحت فيه بعض المنصات تمتلك قدرة واسعة على إدارة المحتوى والتحكم في آليات انتشاره. لذلك فإن الأخذ بمعيار السيطرة الفعلية على النظام، إلى جانب معيار الاستفادة الاقتصادية من النشاط، يمثل أساساً أكثر عدالة في تحديد مسؤوليته، ويحقق التوازن بين حماية المتضررين وتشجيع الابتكار التقني. وبذلك يتضح أن المسؤولية عن أفعال الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي الرقمي لا يمكن إسنادها إلى طرف واحد، وإنما تتوزع بين الشركة الإعلامية، ومطور النظام، ومزود الخدمة الرقمية، وفقاً للدور الذي يؤديه كل طرف ومدى مساهمته في إنشاء الخطر أو القدرة على منعه.

٣.٣.٣ المطلب الثاني: النموذج القانوني المقترح لتنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

أدى التطور المتسارع في تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى ظهور تحديات قانونية جديدة أمام شركات الإعلام الرقمية، لاسيما فيما يتعلق بتحديد نطاق مسؤوليتها عن الأضرار الناتجة عن استخدام هذه التقنيات في إنتاج المحتوى أو معالجته أو نشره. لذلك لم تعد القواعد التقليدية للمسؤولية القانونية كافية لمعالجة خصوصية البيئة الإعلامية الرقمية التي تتسم بتعدد الفاعلين وتداخل الأدوار بين الشركة والمطور والخوارزمية والمستخدم. ومن ثم يقتضي الأمر تبني نموذج قانوني متوازن يحقق حماية الحقوق والحريات من جهة، ويضمن استمرار الابتكار التقني في المجال الإعلامي من جهة أخرى، من خلال وضع إطار خاص يقوم على مبادئ الشفافية، والمساءلة، والرقابة البشرية، وتحديد الالتزامات القانونية لشركات الإعلام الرقمية عند توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي.

٣.٣.١ الفرع الأول: النموذج الأوروبي والفرنسي للحوكمة والشفافية الخوارزمية

اتجهت التشريعات الأوروبية الحديثة إلى إعادة بناء المسؤولية القانونية عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على أساس وقائي يقوم على الحوكمة والشفافية الخوارزمية، فلم تعد المسؤولية تقتصر على تعويض الأضرار بعد وقوعها، وإنما أصبحت ترتبط بفرض التزامات تنظيمية مسبقة تهدف إلى منع المخاطر والحد من أثارها. ويعكس هذا الاتجاه تحولاً في فلسفة التنظيم القانوني للتقنيات الذكية، من نموذج قائم على رد الفعل إلى نموذج يقوم على إدارة المخاطر والرقابة المستمرة، وقد تجسد هذا الاتجاه بصورة واضحة في لائحة الذكاء الاصطناعي الأوروبية (AI Act)، التي اعتمدت منهج التصنيف بحسب درجة الخطورة، وفرضت التزامات متفاوتة على مطوري الأنظمة الذكية ومقدميها ومستخدميها. إذ ألزمت الأنظمة ذات المخاطر المرتفعة بمجموعة من المتطلبات، من بينها إدارة المخاطر، وضمان جودة البيانات، والتوثيق الفني، والمراقبة البشرية، والشفافية المتعلقة بطريقة عمل النظام ومدى تأثيره في القرارات الناتجة عنه [16]. وتكتسب هذه الالتزامات أهمية خاصة بالنسبة لشركات الإعلام الرقمية، لأن نشاطها لم يعد قائماً على إنتاج المحتوى البشري ونشره فقط، وإنما أصبح يعتمد بصورة متزايدة على أنظمة خوارزمية تقوم بترتيب الأخبار، واقتراح المحتوى، وتحديد نطاق انتشاره، بل وإنتاج بعض المواد الإعلامية بصورة آلية. ومن ثم فإن الشفافية الخوارزمية أصبحت وسيلة قانونية لبيان حدود تدخل الذكاء الاصطناعي في العملية الإعلامية، وتحديد مدى مسؤولية الشركة عن القرارات الناتجة عن هذه الأنظمة، كما عزز المشرع الأوروبي هذا الاتجاه من خلال لائحة الخدمات الرقمية (Digital Services Act)، التي فرضت على المنصات الرقمية الكبرى التزامات تتعلق بتقييم المخاطر النظامية، وشفافية أنظمة التوصية، وتقديم معلومات للمستخدمين حول المعايير التي تعتمد عليها الخوارزميات في عرض المحتوى والإعلانات. وتبرز أهمية هذه الأحكام بالنسبة لشركات الإعلام الرقمية التي تعتمد على المنصات الإلكترونية في توزيع المحتوى وتحقيق العائد الاقتصادي من الإعلانات الرقمية [12]. أما في القانون الفرنسي، فقد تبنى المشرع الاتجاه الأوروبي القائم على عدم منح الذكاء الاصطناعي شخصية قانونية مستقلة، وإنما تحميل المسؤولية للجهات البشرية أو الاعتبارية التي تقوم بتطوير النظام أو تشغيله أو الاستفادة منه. ولذلك تظل شركة الإعلام الرقمية مسؤولة عن اختيار الأنظمة الذكية التي تعتمد عليها، وعن مدى التزامها بواجبات الرقابة والتقييم وإدارة المخاطر المرتبطة باستخدامها، باعتبارها الطرف الذي يملك السيطرة الاقتصادية والتنظيمية على النشاط الإعلامي [31]. ويتربط على ذلك أن الحوكمة الخوارزمية أصبحت جزءاً من الالتزامات المهنية الواقعة على شركات الإعلام الرقمية، إذ يتعين عليها وضع سياسات داخلية تضمن الاستخدام المسؤول للذكاء الاصطناعي، ومراجعة البيانات المستخدمة، ومراقبة مخرجات الأنظمة الذكية، وتوفير آليات للتدخل البشري عند ظهور مخاطر محتملة. فهذه الالتزامات لا تحقق حماية المستخدمين فقط، وإنما تؤدي دوراً مهماً في تحديد المسؤولية القانونية، لأنها تكشف مدى التزام الشركة بواجب العناية المفروض عليها. وبذلك يظهر أن النموذج الأوروبي والفرنسي يتجه إلى إعادة صياغة مسؤولية شركات الإعلام الرقمية على أساس وقائي يقوم على الشفافية والحوكمة وإدارة المخاطر، بحيث لا تنتظر المسؤولية تحقق الضرر، وإنما تقرض على الشركات التزامات قانونية سابقة تهدف إلى منع وقوعه، ويشكل هذا الاتجاه أساساً مناسباً لبناء نموذج قانوني مقترح يمكن أن تستفيد منه التشريعات المقارنة، ومنها التشريع العراقي، في تنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي.

٣.٣.٢ الفرع الثاني: النموذج الإنجليزي لتنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية

يتميز النظام القانوني الإنجليزي في مجال تنظيم مسؤولية الشركات والمنصات الرقمية بالاعتماد على القواعد العامة للمسؤولية المدنية والعقدية، مع قدرة النظام القضائي والتشريعي على تطوير هذه القواعد بما يتلاءم مع التطورات التقنية الحديثة. فلم يتجه المشرع الإنجليزي إلى إنشاء شخصية قانونية مستقلة للذكاء الاصطناعي أو وضع نظام خاص يحل محل قواعد المسؤولية التقليدية، وإنما ركز على تحديد الجهة التي تملك السيطرة الفعلية على النشاط الرقمي، ومدى إخلالها بالواجبات القانونية والتنظيمية المفروضة عليها. وتقوم مسؤولية الشركات والمنصات الرقمية في القانون الإنجليزي على مجموعة من الأسس، من أهمها واجب العناية (Duty of Care)، والمسؤولية العقدية الناشئة عن الإخلال بالالتزامات المتفق عليها، فضلاً عن الالتزامات التنظيمية الخاصة التي فرضتها التشريعات الحديثة على مقدمي الخدمات الرقمية. وبموجب هذا الاتجاه، فإن اعتماد الشركة على أنظمة الذكاء الاصطناعي لا يؤدي بذاته إلى إعفائها من المسؤولية، متى ثبت إخلالها بواجب اتخاذ التدابير المعقولة للحد من المخاطر المرتبطة باستخدام هذه الأنظمة. وتنتضح خصوصية مسؤولية شركات الإعلام الرقمية في النظام الإنجليزي من خلال مدى مشاركتها في إنتاج المحتوى أو تنظيم عرضه وتوزيعه. فكلما زاد دور الشركة في ترتيب المحتوى أو اقتراحه أو استخدام الخوارزميات للتأثير في وصوله إلى الجمهور، ازدادت أهمية الالتزامات القانونية الواقعة عليها، باعتبارها الجهة التي تحدد طريقة تشغيل النظام وتستفيد اقتصادياً من النشاط الرقمي. وقد عزز هذا الاتجاه التشريعي صدور قانون السلامة على الإنترنت (Online Safety Act 2023)، الذي فرض على

مقدمي الخدمات الرقمية التزامات تتعلق بإدارة مخاطر المحتوى غير القانوني والضرر، ووضع أنظمة وإجراءات مناسبة للتعامل مع هذه المخاطر. ولا يقوم هذا التنظيم على تحميل المنصة مسؤولية كل محتوى ينشر من خلالها، وإنما على إلزامها باتخاذ تدابير معقولة تتناسب مع طبيعة الخدمة التي تقدمها وحجم المخاطر المرتبطة بها [18]. وفي مجال الذكاء الاصطناعي، ينسجم هذا النهج مع طبيعة المسؤولية في القانون الإنجليزي، إذ لا ينظر إلى النظام التقني بوصفه مصدرًا مستقلًا للمسؤولية، وإنما يبحث عن الشخص أو الجهة التي كان بإمكانها التحكم في الخطر أو اتخاذ إجراءات مناسبة لمنعه. ولذلك فإن مسؤولية الشركة الإعلامية قد تقوم عند وجود قصور في اختيار النظام الذكي، أو عدم مراقبة مخرجاته، أو عدم اتخاذ التدابير اللازمة لمنع الأضرار المتوقعة. ويبين الفقه التجاري الإنجليزي أن تطور الأنشطة التجارية الحديثة أدى إلى انتقال المسؤولية من التركيز على الفعل المباشر إلى الاهتمام بطبيعة النشاط التجاري ودرجة السيطرة على المخاطر المرتبطة به، وهو اتجاه ينسجم مع طبيعة الأنشطة الرقمية التي تعتمد على أنظمة تقنية معقدة [8]. كما يؤكد الفقه الإنجليزي في مجال المسؤولية التصديرية أن تحديد المسؤول عن الأضرار الناجمة عن التقنيات الحديثة يرتبط بوجود واجب قانوني تجاه المتضرر ومدى الإخلال بهذا الواجب، وليس بمجرد كون الضرر قد نتج عن تدخل بشري مباشر أو عن نظام تقني متطور [33]. وعليه، فإن موقف القانون الإنجليزي يقوم على عدم الاعتراف بالذكاء الاصطناعي أو المنصات الرقمية كشخص قانوني مستقل، وإنما توزيع المسؤولية على الأطراف البشرية أو الاعتبارية التي تملك القدرة على الإدارة والسيطرة والاستفادة الاقتصادية من النشاط الرقمي. ويقدم هذا الاتجاه نموذجًا مرجعًا لتنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي، يقوم على مبادئ واجب العناية، وإدارة المخاطر، وتحديد المسؤولية وفق درجة السيطرة الفعلية على التقنية المستخدمة.

٣.٣.٣ الفرع الثالث: النموذج القانوني العراقي المقترح لتنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية

٣.٣.٣.١ أولاً: المساءلة الخوارزمية

يواجه التنظيم القانوني العراقي تحديًا واضحًا في معالجة المسؤولية الناشئة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام الرقمي، إذ لا تزال القواعد العامة للمسؤولية المدنية تمثل الإطار الرئيس الحاكم لهذه المسائل، وهي قواعد تقوم على عناصر الخطأ والضرر وعلاقة السببية. وعلى الرغم من إمكانية تطبيق هذه القواعد على بعض صور الأضرار الناتجة عن استخدام الأنظمة الذكية، فإن خصوصية الذكاء الاصطناعي، ولا سيما قدرته على تحليل البيانات وإنتاج مخرجات قد يصعب التنبؤ بها، تكشف عن الحاجة إلى إطار قانوني أكثر تخصصًا يحدد التزامات الجهات المستخدمة لهذه التقنيات. وتعد المساءلة الخوارزمية أحد المرتكزات الأساسية التي يمكن الاعتماد عليها في بناء نموذج قانوني عراقي حديث لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية، ويقصد بها إخضاع الأنظمة الذكية المستخدمة في النشاط الإعلامي لمجموعة من الالتزامات المتعلقة بالشفافية، وإمكانية التتبع، والتوثيق، والمراجعة البشرية، بما يسمح بتحديد كيفية عمل النظام، والأسس التي اعتمد عليها في إنتاج المحتوى أو اتخاذ القرار، والجهة المسؤولة عن تشغيله والمراقبة عليه عند وقوع الضرر. ولا تعني المساءلة الخوارزمية منح النظام الذكي شخصية قانونية مستقلة أو اعتباره مسؤولاً عن أفعاله، وإنما تهدف إلى تحديد مسؤولية الأشخاص الطبيعيين والمعنويين الذين يقومون بتطوير النظام أو تشغيله أو الاستفادة منه، وذلك من خلال إلزامهم باتخاذ التدابير اللازمة لضمان سلامة استخدام التقنية والحد من المخاطر الناتجة عنها [16]. وفي إطار القانون العراقي، يمكن تأسيس هذا الاتجاه على مبدأ مسؤولية الشخص المعنوي عن النشاط الذي يمارسه بواسطة أجهزته ووسائله، إذ تظل شركة الإعلام الرقمية مسؤولة عن اختيار الأنظمة الذكية التي تعتمدها، وعن مدى ملاءمتها لطبيعة النشاط الإعلامي، وعن اتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع الأضرار الناتجة عن استخدامها. وقد قرر الفقه المدني أن مسؤولية الشخص المعنوي ترتبط بالأعمال التي تدخل ضمن نطاق نشاطه وتحقق بواسطة ممثليه أو الوسائل التي يعتمد عليها في تحقيق أغراضه [30]. ويستفيد هذا التصور من الاتجاه الأوروبي الحديث الذي أقام تنظيم الذكاء الاصطناعي على مبادئ إدارة المخاطر والشفافية والمراقبة البشرية، ولا سيما بالنسبة للأنظمة التي يمكن أن تؤثر في حقوق الأفراد أو في المجالات ذات التأثير الاجتماعي الواسع. إذ يفرض التنظيم الأوروبي التزامات تتعلق بتقييم المخاطر، وتوثيق العمليات، وضمان الرقابة المناسبة على الأنظمة الذكية، بما يؤدي إلى الانتقال من المسؤولية اللاحقة إلى نموذج وقائي يهدف إلى منع الضرر قبل وقوعه [16]. وفي المقارنة مع القانون الفرنسي، يتضح أن الاتجاه الأوروبي لا يبحث عن مسؤول قانوني جديد يتمثل في الذكاء الاصطناعي، وإنما يركز على الجهة التي تملك القدرة الفعلية على تصميم النظام أو تشغيله أو التحكم في مخاطره. ولذلك تتحمل شركات الإعلام الرقمية التزامات قانونية تتناسب مع درجة سيطرتها على الأنظمة الذكية المستخدمة في نشاطها الإعلامي، ولا سيما فيما يتعلق بالإشراف على عملها وضمان توافق مخرجاتها مع القواعد القانونية المنظمة للنشر الرقمي [31]. أما في النظام الإنجليزي، فإن فكرة المساءلة الخوارزمية تتسجم مع المبادئ التقليدية للمسؤولية القائمة على واجب العناية والسيطرة على مصدر الخطر، إذ تتحمل الشركة مسؤولية اتخاذ الإجراءات المعقولة لتجنب الأضرار التي يمكن توقعها عند استخدام الأنظمة الذكية. ويؤكد الفقه الإنجليزي أن تحديد المسؤولية عن التقنيات الحديثة يرتبط بدرجة التحكم في النشاط والقدرة على اتخاذ التدابير الوقائية المناسبة، وليس بمجرد كون الضرر قد نتج عن نظام تقني [33]. وبناءً على ذلك، فإن إدخال مبدأ المساءلة الخوارزمية ضمن إطار قانوني عراقي مقترح يمثل اتجاهًا مناسبًا لمعالجة الفراغ التشريعي القائم في مجال مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي، وذلك من خلال فرض التزامات تتعلق بالشفافية، وتوثيق مراحل تشغيل الأنظمة، وتحديد المسؤوليات الداخلية، وضمان وجود رقابة بشرية فعالة، بما يحقق حماية الحقوق والمصالح المشروعة دون إعاقة التطور التقني والاقتصادي.

٣.٣.٣.٢ ثانيًا - واجب العناية الرقمية

يمثل واجب العناية الرقمية أحد الأسس المقترحة لتنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية عن أعمال الذكاء الاصطناعي، ويقصد به إلزام هذه الشركات باتخاذ التدابير الفنية والتنظيمية المعقولة التي تتناسب مع طبيعة المخاطر الناشئة عن استخدام الأنظمة الذكية، بما يضمن تشغيلها بطريقة آمنة ومسؤولة. ويُعد هذا الواجب امتداداً لفكرة واجب العناية التقليدي في المسؤولية المدنية، إلا أنه يكتسب خصوصية في البيئة الرقمية بسبب طبيعة المخاطر الخوارزمية، وصعوبة التنبؤ ببعض مخرجات الأنظمة الذكية، وسرعة انتشار الأضرار الناتجة عن المحتوى الرقمي. ويقتضي واجب العناية الرقمية من شركات الإعلام الرقمية الالتزام بمجموعة من الإجراءات الوقائية، من بينها اختيار الأنظمة الذكية الملائمة لطبيعة النشاط الإعلامي، والتحقق من جودة البيانات المستخدمة، ومراقبة أداء الخوارزميات، وتوفير آليات للمراجعة والتدخل البشري، واتخاذ التدابير اللازمة لمنع إنتاج أو نشر محتوى غير مشروع أو ضار. ولا يؤدي هذا الواجب إلى تحميل الشركة مسؤولية مطلقة عن جميع مخرجات الذكاء الاصطناعي، وإنما يرتب مسؤوليتها عند إخلالها بمستوى العناية المعقول الذي تفرضه طبيعة نشاطها وإمكاناتها التقنية [33]. وفي القانون العراقي، لا يوجد تنظيم تشريعي خاص لواجب العناية الرقمية، إلا أنه يمكن تأسيسه على القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية التي تقوم على التزام الشخص بعدم الإضرار بالغير واتخاذ التدابير اللازمة لتجنب الضرر المتوقع. وبناءً على ذلك، يمكن مساءلة شركة الإعلام الرقمية إذا ثبت تقصيرها في مراقبة الأنظمة الذكية التي تستخدمها، أو إهمالها في اتخاذ الاحتياطات المناسبة لمنع الأضرار الناتجة عن تشغيلها، باعتبارها الجهة التي تملك السيطرة على النشاط وتستفيد من نتائجه. ويقرر الفقه المدني أن معيار الخطأ يقوم على مقارنة سلوك الشخص بسلوك الشخص المعتاد في الظروف ذاتها، ومدى انحرافه عن واجب الحيطة والحذر [30]، أما في الاتجاه الأوروبي والفرنسي، فقد أصبح واجب العناية جزءاً من النموذج الوقائي لتنظيم الذكاء الاصطناعي، حيث تفرض التشريعات الحديثة التزامات تتعلق بتقييم المخاطر، وضمان جودة البيانات، وتوفير الرقابة البشرية، وتوثيق مراحل تشغيل النظام. ويظهر ذلك في لائحة الذكاء الاصطناعي الأوروبية (AI Act) التي ربطت مسؤولية الجهات المستخدمة للأنظمة الذكية بمدى التزامها بمتطلبات الحوكمة وإدارة المخاطر، بما يعزز الانتقال من المسؤولية اللاحقة إلى المسؤولية الوقائية [16]. وفي النظام الفرنسي، ينسجم هذا الاتجاه مع فكرة تحميل المسؤولية للجهة التي تملك السيطرة الفعلية على التقنية وتستفيد من استخدامها، إذ لا يُنظر إلى الذكاء الاصطناعي باعتباره مصدرًا مستقلًا للمسؤولية، وإنما باعتباره وسيلة تقنية تخضع لإدارة ومراقبة الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين القائمين عليه [31]. أما في النظام الإنجليزي، فيرتبط واجب العناية الرقمية بفكرة واجب العناية (Duty of Care) في المسؤولية التقصيرية، حيث ينظر القضاء إلى طبيعة العلاقة بين الأطراف، وإمكانية توقع الضرر، ومدى قدرة الجهة المسؤولة على اتخاذ إجراءات معقولة لمنع. ومن ثم فإن شركات الإعلام الرقمية التي تستخدم الذكاء الاصطناعي تلتزم باتخاذ مستوى مناسب من الحذر يتلاءم مع طبيعة المخاطر المرتبطة بهذه التقنيات [33]. ويعزز هذا الاتجاه التشريع الإنجليزي الحديث من خلال قانون السلامة على الإنترنت (Online Safety Act 2023)، الذي يقوم على إلزام مقدمي الخدمات الرقمية بإدارة مخاطر المحتوى غير القانوني والضار واتخاذ تدابير مناسبة للحد منها، وهو ما ينسجم مع فكرة واجب العناية الرقمية القائمة على الوقاية وإدارة المخاطر [18]. وعليه، فإن اعتماد واجب العناية الرقمية ضمن إطار قانوني عراقي مقترح يمكن أن يشكل وسيلة فعالة لتحقيق التوازن بين حماية الأفراد من الأضرار الناتجة عن الذكاء الاصطناعي والمحافظة على حرية الابتكار التقني، وذلك من خلال نقل مركز الاهتمام من إثبات الخطأ بعد وقوع الضرر إلى فرض التزامات وقائية على الشركات تضمن الاستخدام المسؤول للأنظمة الذكية، وتحدد نطاق مسؤوليتها وفقاً لمدى التزامها بواجبات الرقابة والإشراف وإدارة المخاطر، بما يسهم في بناء نظام قانوني أكثر قدرة على استيعاب خصوصية البيئة الإعلامية الرقمية والتعامل مع التطورات المتسارعة في مجال الذكاء الاصطناعي.

٣.٣.٣.٣ ثالثاً: الشفافية والرقابة على استخدام الذكاء الاصطناعي

تُعد الشفافية والرقابة على استخدام الذكاء الاصطناعي من المبادئ الأساسية التي ينبغي أن يقوم عليها الإطار القانوني المقترح لتنظيم مسؤولية شركات الإعلام الرقمية، إذ إن الطبيعة المعقدة للأنظمة الخوارزمية قد تجعل من الصعب تحديد كيفية إنتاج المحتوى أو اتخاذ القرارات الآلية، الأمر الذي يثير صعوبة في تحديد أساس المسؤولية عند وقوع الضرر. لذلك أصبحت الشفافية الخوارزمية وسيلة ضرورية لضمان إمكانية تتبع عمل الأنظمة الذكية ومراجعتها وتحديد الجهة المسؤولة عن نتائج استخدامها. ويقصد بالشفافية الخوارزمية تمكين المستخدمين والجهات الرقابية من الحصول على معلومات كافية حول طبيعة النظام الذكي المستخدم، والغرض من تشغيله، وطبيعة البيانات التي يعتمد عليها، ومدى تدخل العنصر البشري في مخرجاته، بما يسمح بتحقيق المساءلة القانونية عند حدوث الضرر. ولا تعني الشفافية الكشف الكامل عن البنية التقنية للخوارزميات أو الأسرار التجارية المرتبطة بها، وإنما توفير قدر مناسب من المعلومات يحقق التوازن بين حماية الابتكار وضمان حقوق الأفراد المتأثرين باستخدام هذه الأنظمة [16]. وتتأكد أهمية الشفافية في مجال الإعلام الرقمي بصفة خاصة، لأن شركات الإعلام أصبحت تعتمد على أنظمة الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى واختياره وترتيبه واقتراحه للمستخدمين، الأمر الذي قد يؤثر في طريقة وصول الجمهور إلى المعلومات وفي تشكيل الرأي العام. ومن ثم فإن الرقابة على هذه الأنظمة تستلزم إلزام الشركات بوضع إجراءات داخلية لمراجعة مخرجات الذكاء الاصطناعي، والتحقق من سلامة البيانات المستخدمة، وضمان وجود تدخل بشري في الحالات التي يمكن أن يترتب عليها مساس بحقوق الأفراد أو انتشار محتوى غير مشروع [31]. وفي القانون العراقي، لا يوجد حتى الآن تنظيم تشريعي خاص يفرض التزامات مستقلة بشأن الشفافية الخوارزمية أو الرقابة على أنظمة الذكاء الاصطناعي، إلا أنه يمكن تأسيس هذا الالتزام بصورة غير مباشرة على القواعد العامة للمسؤولية المدنية، ولا سيما واجب الحيطة والحذر ومنع الإضرار بالغير. وبناءً على ذلك، فإن شركة الإعلام الرقمية التي تعتمد على أنظمة الذكاء الاصطناعي تلتزم باتخاذ التدابير المعقولة لمراقبة هذه

الأنظمة والتحقق من سلامة استخدامها، باعتبارها الجهة التي تملك السيطرة الفعلية على النشاط وتستفيد من نتائجه [30]. أما في القانون الفرنسي، فقد أصبح مبدأ الشفافية جزءاً من فلسفة التنظيم الأوروبي للذكاء الاصطناعي، إذ يقوم التنظيم الحديث على إلزام الجهات المطورة والمستخدمة للأنظمة الذكية بتوفير معلومات مناسبة حول طبيعة النظام ومخاطره وآليات الرقابة عليه، ولا سيما عندما يكون استخدامه مؤثراً في حقوق الأفراد. ويعكس هذا الاتجاه انتقال المسؤولية من مجرد البحث عن مرتكب الخطأ بعد وقوع الضرر إلى فرض التزامات وقائية على الجهات التي تملك القدرة على إدارة المخاطر التقنية. وفي النظام الإنكليزي، يرتبط مبدأ الرقابة على استخدام الذكاء الاصطناعي بفكرة واجب العناية (Duty of Care)، إذ يتحمل الشخص أو الشركة التي تسيطر على النشاط مسؤولية اتخاذ التدابير المعقولة لمنع الأضرار التي يمكن توقعها. ويؤكد الفقه الإنكليزي أن التطورات التقنية لا تؤدي إلى إعفاء الشركات من المسؤولية، وإنما تستوجب تحديد مدى سيطرتها على مصدر الخطر وقدرتها على اتخاذ الإجراءات الوقائية المناسبة [33]. وعليه، فإن إدخال مبدأ الشفافية والرقابة على استخدام الذكاء الاصطناعي ضمن الإطار القانوني العراقي المقترح لمسؤولية شركات الإعلام الرقمية يمثل خطوة مهمة نحو بناء نظام قانوني أكثر ملاءمة للبيئة الرقمية، من خلال إلزام الشركات بإدارة المخاطر التقنية، وتوثيق عمليات الذكاء الاصطناعي، وضمان إمكانية مراجعة مخرجاته، وتحديد المسؤولية عند حدوث الضرر، بما يحقق التوازن بين حماية الحقوق وتشجيع الابتكار التكنولوجي.

٤. الخاتمة:

٤.١ النتائج

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، يمكن إجمال أهمها بما يأتي:

١. عدم كفاية قواعد المسؤولية القانونية التقليدية وحدها لمواجهة أضرار الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي الرقمي. أظهرت الدراسة أن القواعد التقليدية للمسؤولية المدنية، القائمة على عناصر الخطأ والضرر وعلاقة السببية، ما زالت تمثل الأساس العام لمسائلة شركات الإعلام الرقمية، إلا أنها تواجه صعوبات عملية عند تطبيقها على الأضرار الناتجة عن أنظمة الذكاء الاصطناعي، بسبب الطبيعة التقنية المعقدة لهذه الأنظمة، وصعوبة تحديد مصدر الخطأ، وتعدد الأطراف المتداخلة في تطوير النظام وتشغيله واستخدامه. لذلك فإن خصوصية البيئة الرقمية تستلزم تطوير هذه القواعد وإسنادها بآليات قانونية حديثة تقوم على الوقاية والرقابة وإدارة المخاطر.
٢. عدم تمتع أنظمة الذكاء الاصطناعي بالشخصية القانونية المستقلة، وبقاء المسؤولية على عاتق الأشخاص المتحكمين في استخدامها. بينت الدراسة أن الاتجاه التشريعي والفقه المقارن، سواء في الإطار الأوروبي أو النظام الإنكليزي، لا يتجه إلى منح الذكاء الاصطناعي شخصية قانونية مستقلة تتحمل المسؤولية عن أفعاله، وإنما يركز على مساءلة الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الذين يقومون بتطوير النظام أو تشغيله أو الاستفادة منه، وفقاً لدرجة السيطرة والقدرة على منع وقوع الضرر.
٣. تعدد الأطراف المتدخلة في إنتاج الضرر الناتج عن الذكاء الاصطناعي يفرض إعادة النظر في قواعد إسناد المسؤولية. أوضحت الدراسة أن الضرر الناتج عن استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي قد يكون نتيجة تداخل أدوار عدة جهات، تشمل الشركة الإعلامية المستخدمة للنظام، ومطور الذكاء الاصطناعي، ومزود الخدمة الرقمية أو مشغل المنصة، مما يجعل تحديد المسؤولية يتطلب اعتماد معيار السيطرة الفعلية على النظام، ومدى القدرة على توقع الخطر واتخاذ التدابير اللازمة لمنع.
٤. اتجاه التشريعات المقارنة إلى اعتماد نموذج المسؤولية الوقائية القائمة على الحوكمة والشفافية الخوارزمية. أظهرت الدراسة أن المشرع الأوروبي والفرنسي اتجها إلى تجاوز الاكتفاء بالجزاءات اللاحقة للضرر، من خلال فرض التزامات مسبقة على الجهات المستخدمة للذكاء الاصطناعي، تتمثل في إدارة المخاطر، والشفافية، وتوثيق العمليات، وضمان الرقابة البشرية. كما اتجه النظام الإنكليزي إلى تعزيز مسؤولية الشركات والمنصات الرقمية من خلال واجب العناية واتخاذ التدابير المعقولة لمنع الأضرار.
٥. قصور التنظيم القانوني العراقي في مواجهة المخاطر الخاصة بالذكاء الاصطناعي في الإعلام الرقمي. توصلت الدراسة إلى أن التشريع العراقي لا يزال يعتمد بصورة أساسية على القواعد العامة للمسؤولية المدنية والجنائية، دون وجود تنظيم خاص يعالج مسائل مثل المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي، والشفافية الخوارزمية، ومسؤولية مطوري الأنظمة ومشغلي المنصات الرقمية، الأمر الذي يكشف عن وجود حاجة تشريعية لتنظيم هذه الجوانب بما يواكب التطورات التقنية.
٦. أهمية إخضاع شركات الإعلام الرقمية لواجبات قانونية خاصة عند استخدام الذكاء الاصطناعي. أكدت الدراسة أن مسؤولية الشركة الإعلامية لا ينبغي أن تقتصر على التعويض عن الضرر بعد وقوعه، وإنما تمتد إلى الالتزام بواجبات وقائية تشمل اختيار الأنظمة المناسبة، ومراقبة أدائها، والتحقق من سلامة البيانات المستخدمة، وضمان عدم إنتاج أو نشر محتوى مخالف للقانون.

٤.٢ التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

١. ضرورة تطوير التشريع العراقي الخاص بالذكاء الاصطناعي والمسؤولية الرقمية.

توصي الدراسة بضرورة وضع إطار تشريعي عراقي خاص ينظم استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي الرقمي، وعدم الاكتفاء بالقواعد العامة للمسؤولية المدنية، وذلك من خلال تحديد طبيعة المسؤوليات القانونية للأطراف المتدخلة، وبيان التزامات شركات الإعلام الرقمية عند اعتماد الأنظمة الذكية، بما يحقق حماية فعالة للمتضررين دون إعاقة التطور التقني.
٢. تنظيم مسؤولية الأطراف المتدخلة في تشغيل أنظمة الذكاء الاصطناعي الإعلامية.

توصي الدراسة بضرورة تحديد نطاق مسؤولية كل من الشركة الإعلامية، ومطور النظام، ومزود الخدمة الرقمية أو مشغل المنصة، وفق معيار السيطرة الفعلية على النظام، ومدى القدرة على توقع المخاطر واتخاذ التدابير اللازمة لمنعها، بما يمنع صعوبة تحديد المسؤول عند وقوع الضرر.
٣. اعتماد مبدأ المساءلة الخوارزمية والحوكمة الرقمية.

توصي الدراسة بتبني نظام قانوني يقوم على المساءلة الخوارزمية، من خلال إلزام شركات الإعلام الرقمية بتوثيق آليات عمل الأنظمة الذكية، وإجراء تقييمات دورية للمخاطر، وتحديد المسؤوليات الداخلية، وضمان إمكانية مراجعة القرارات والمخرجات الناتجة عن الذكاء الاصطناعي.
٤. فرض التزامات الشفافية والإفصاح عن استخدام الذكاء الاصطناعي في المحتوى الإعلامي.

توصي الدراسة بإلزام شركات الإعلام الرقمية بالإفصاح عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج أو تعديل المحتوى عندما يكون لذلك تأثير في فهم الجمهور لطبيعة المادة الإعلامية أو مصدرها، ولاسيما في الحالات المتعلقة بالمحتوى المولد أو المعدل آلياً.
٥. تعزيز حماية البيانات وحقوق الملكية الفكرية في البيئة الإعلامية الرقمية.

توصي الدراسة بوضع قواعد خاصة تنظم استخدام البيانات الشخصية والمصنفات الفكرية في تدريب وتشغيل أنظمة الذكاء الاصطناعي، بما يضمن التوازن بين تشجيع الابتكار التقني وحماية حقوق الأفراد وأصحاب الحقوق الفكرية.
٦. إنشاء جهة رقابية مختصة بمتابعة استخدام الذكاء الاصطناعي في المجال الإعلامي.

توصي الدراسة بدراسة إمكانية إنشاء جهة تنظيمية أو تكليف هيئة مختصة بمتابعة تطبيق قواعد الذكاء الاصطناعي في القطاع الإعلامي، ومراقبة مدى التزام الشركات بمتطلبات الشفافية وإدارة المخاطر وحماية الحقوق الأساسية للمستخدمين.

Funding:

This research was conducted independently without the aid of any external funding bodies, public or private grants, or institutional sponsorships. All expenditures were borne by the authors.

Conflicts of Interest:

The authors declare no potential conflicts of interest.

Acknowledgment:

The authors are thankful to their institutions for offering unwavering support, both in terms of resources and encouragement, during this research project.

References:

- [1] B. Mittelstadt, P. Allo, M. Taddeo, S. Wachter, and L. Floridi, "The Ethics of Algorithms: Mapping the Debate," *Big Data & Society*, vol. 3, no. 2, 2016.
- [2] S. Wachter, B. Mittelstadt, and L. Floridi, "Why a Right to Explanation of Automated Decision-Making Does Not Exist in the General Data Protection Regulation," *International Data Privacy Law*, vol. 7, no. 2, pp. 76–99, 2017.
- [3] K. Yeung, "Algorithmic Regulation: A Critical Interrogation," *Regulation & Governance*, vol. 12, no. 4, pp. 505–523, 2018.
- [4] F. Pasquale, *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2015.
- [5] European Commission, *White Paper on Artificial Intelligence: A European Approach to Excellence and Trust*. Brussels: European Commission, 2020.
- [6] M. Veale and F. Zuiderveen Borgesius, "Demystifying the Draft EU Artificial Intelligence Act," *Computer Law Review International*, vol. 22, no. 4, pp. 97–112, 2021.
- [7] OECD, *OECD Digital Economy Outlook 2024*. Paris: OECD Publishing, 2024.
- [8] R. Goode, *Commercial Law*, 6th ed. London: Penguin, 2021.
- [9] P. Malaurie, L. Aynès, and P.-Y. Stoffel-Munck, *Droit des obligations*. Paris: LGDJ, 2022.
- [10] W. Schulz and T. Held, *Regulated Self-Regulation as a Form of Modern Government*. Hamburg: University of Hamburg, 2004.
- [11] United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), *Digital Economy Report 2024*. Geneva: United Nations, 2024.

- [12] Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act), *Official Journal of the European Union*, L 277, 2022.
- [13] Council of Europe, *Algorithms and Human Rights: Study on the Human Rights Dimensions of Automated Data Processing Techniques*. Strasbourg: Council of Europe, 2018.
- [14] N. Diakopoulos, *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019.
- [15] World Intellectual Property Organization (WIPO), *Generative Artificial Intelligence and Intellectual Property*. Geneva: WIPO, 2024.
- [16] Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act), *Official Journal of the European Union*, 2024.
- [17] N. Persily and J. Tucker, *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge: Cambridge University Press, 2020.
- [18] United Kingdom, *Online Safety Act 2023*. London: The Stationery Office, 2023.
- [19] Ofcom, *Illegal Harms Codes of Practice*. London: Ofcom, 2024.
- [20] P. Samuelson, "Allocating Ownership Rights in Computer-Generated Works," *University of Pittsburgh Law Review*, vol. 47, pp. 1185–1228, 1985.
- [21] Directive (EU) 2019/790 on Copyright and Related Rights in the Digital Single Market, 2019.
- [22] UK Intellectual Property Office, *Artificial Intelligence and Intellectual Property: Copyright and Patents*. London: UKIPO, 2022.
- [23] P. De Hert and V. Papakonstantinou, "The New General Data Protection Regulation: Still a Sound System for the Protection of Individuals?" *Computer Law & Security Review*, vol. 32, no. 2, pp. 179–194, 2016.
- [24] Regulation (EU) 2016/679 (General Data Protection Regulation), 2016.
- [25] Information Commissioner's Office (ICO), *Guidance on AI and Data Protection*. Wilmslow: ICO, 2023.
- [26] Information Commissioner's Office (ICO), *Direct Marketing Code of Practice*. Wilmslow: ICO, 2024.
- [27] European Commission, *Report on Liability for Artificial Intelligence and Other Emerging Digital Technologies*. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019.
- [28] Directive (EU) 2024/2853 on liability for defective products, 2024.
- [29] Law Commission of England and Wales, *Artificial Intelligence and the Law*. London: Law Commission, 2022.
- [30] Al-Sanhuri, Abd Al-Razzaq Ahmad. *Al-Wasit fi Sharh al-Qanun al-Madani [The Comprehensive Commentary on the Civil Code], Volume I: General Theory of Obligations*. Cairo: Dar Al-Nahda Al-Arabia, 1981.
- [31] Jean-François Legeais, *Droit du commerce électronique*. Paris: Dalloz, 2021.
- [32] G. H. Treitel, *The Law of Contract*, 15th ed. London: Sweet & Maxwell, 2020.
- [33] Mark Lunney and Ken Oliphant, *Tort Law: Text and Materials*, 6th ed. Oxford: Oxford University Press, 2020.

المراجع

- [١] ميتلشتادت، ب.، ألو، ب.، تاديو، م.، فاختر، س.، وفلوريدي، ل.، «أخلاقيات الخوارزميات: رسم خريطة للنقاش»، مجلة Big Data & Society، المجلد ٣، العدد ٢، ٢٠١٦.
- [٢] فاختر، س.، ميتلشتادت، ب.، وفلوريدي، ل.، «لماذا لا يوجد حق في تفسير القرارات المؤتمتة في اللائحة العامة لحماية البيانات»، مجلة القانون الدولي لخصوصية البيانات (International Data Privacy Law)، المجلد ٧، العدد ٢، ص ص. ٧٦-٩٩، ٢٠١٧.
- [٣] يونغ، ك.، «التنظيم الخوارزمي: دراسة نقدية»، مجلة Regulation & Governance، المجلد ١٢، العدد ٤، ص ص. ٥٠٥-٥٢٣، ٢٠١٨.
- [٤] باسكوال، ف.، مجتمع الصندوق الأسود: الخوارزميات السرية التي تتحكم في المال والمعلومات، كامبريدج، ماساتشوستس: مطبعة جامعة هارفارد، ٢٠١٥.
- [٥] المفوضية الأوروبية، الورقة البيضاء بشأن الذكاء الاصطناعي: نهج أوروبي للتمييز والثقة، بروكسل: المفوضية الأوروبية، ٢٠٢٠.
- [٦] فيل، م.، وزويدرفين بورغيسوس، ف.، «إزالة الغموض عن مشروع قانون الاتحاد الأوروبي للذكاء الاصطناعي»، مجلة Computer Law Review International، المجلد ٢٢، العدد ٤، ص ص. ٩٧-١١٢، ٢٠٢١.
- [٧] منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD)، تقرير آفاق الاقتصاد الرقمي لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية ٢٠٢٤، باريس: منشورات OECD، ٢٠٢٤.
- [٨] جود، ر.، القانون التجاري، الطبعة السادسة، لندن: بنغوين، ٢٠٢١.
- [٩] مالوري، ب.، وأبينس، ل.، وستوفيل-مونك، ب.، قانون الالتزامات، باريس: LGDJ، ٢٠٢٢.
- [١٠] شولز، و.، وهيلد، ت.، التنظيم الذاتي المنظم بوصفه شكلاً من أشكال الحكومة الحديثة، هامبورغ: جامعة هامبورغ، ٢٠٠٤.
- [١١] مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، تقرير الاقتصاد الرقمي ٢٠٢٤، جنيف: الأمم المتحدة، ٢٠٢٤.
- [١٢] اللائحة (الاتحاد الأوروبي) رقم ٢٠٦٥/٢٠٢٢ الصادرة عن البرلمان الأوروبي والمجلس بشأن السوق الموحدة للخدمات الرقمية (قانون الخدمات الرقمية)، الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، العدد L277، ٢٠٢٢.
- [١٣] مجلس أوروبا، الخوارزميات وحقوق الإنسان: دراسة حول أبعاد حقوق الإنسان لتقنيات المعالجة الآلية للبيانات، ستراسبورغ: مجلس أوروبا، ٢٠١٨.
- [١٤] دياكوبولوس، ن.، أتمتة الأخبار: كيف تعيد الخوارزميات صياغة وسائل الإعلام، كامبريدج، ماساتشوستس: مطبعة جامعة هارفارد، ٢٠١٩.
- [١٥] المنظمة العالمية للملكية الفكرية (WIPO)، الذكاء الاصطناعي التوليدي والملكية الفكرية، جنيف: الويبو، ٢٠٢٤.
- [١٦] اللائحة (الاتحاد الأوروبي) رقم ١٦٨٩/٢٠٢٤ الصادرة عن البرلمان الأوروبي والمجلس بشأن وضع قواعد منسقة للذكاء الاصطناعي (قانون الذكاء الاصطناعي)، الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، ٢٠٢٤.
- [١٧] بيرسيلي، ن.، وتاكر، ج.، وسائل التواصل الاجتماعي والديمقراطية: واقع المجال وآفاق الإصلاح، كامبريدج: مطبعة جامعة كامبريدج، ٢٠٢٠.
- [١٨] المملكة المتحدة، قانون السلامة على الإنترنت لسنة ٢٠٢٣، لندن: مكتب المنشورات الرسمي، ٢٠٢٣.
- [١٩] هيئة أوفكوم (Ofcom)، مدونات الممارسة الخاصة بالأضرار غير المشروعة، لندن: أوفكوم، ٢٠٢٤.
- [٢٠] صامويلسون، ب.، «تخصيص حقوق الملكية في المصنفات المنتجة بالحاسوب»، مجلة University of Pittsburgh Law Review، المجلد ٤٧، ص ص. ١١٨٥-١٢٢٨، ١٩٨٥.
- [٢١] التوجيه (الاتحاد الأوروبي) رقم ٧٩٠/٢٠١٩ بشأن حق المؤلف والحقوق المجاورة في السوق الرقمية الموحدة، ٢٠١٩.
- [٢٢] مكتب الملكية الفكرية في المملكة المتحدة، الذكاء الاصطناعي والملكية الفكرية: حقوق المؤلف وبراءات الاختراع، لندن: UKIPO، ٢٠٢٢.
- [٢٣] دي هيرت، ب.، وباباكونستانتينو، ف.، «اللائحة العامة الجديدة لحماية البيانات: هل ما زالت نظاماً فعالاً لحماية الأفراد؟»، مجلة Computer Law & Security Review، المجلد ٣٢، العدد ٢، ص ص. ١٧٩-١٩٤، ٢٠١٦.
- [٢٤] اللائحة (الاتحاد الأوروبي) رقم ٦٧٩/٢٠١٦ (اللائحة العامة لحماية البيانات) (GDPR)، ٢٠١٦.

- [٢٥] مكتب مفوض المعلومات (ICO) ، إرشادات الذكاء الاصطناعي وحماية البيانات، ويلمسلو ICO ،: ٢٠٢٣.
- [٢٦] مكتب مفوض المعلومات (ICO) ، مدونة الممارسة الخاصة بالتسويق المباشر، ويلمسلو ICO ،: ٢٠٢٤.
- [٢٧] المفوضية الأوروبية، تقرير بشأن المسؤولية القانونية عن الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية الناشئة الأخرى، لوكسمبورغ: مكتب منشورات الاتحاد الأوروبي، ٢٠١٩.
- [٢٨] التوجيه (الاتحاد الأوروبي) رقم ٢٨٥٣/٢٠٢٤ بشأن المسؤولية عن المنتجات المعيبة، ٢٠٢٤.
- [٢٩] لجنة القانون في إنجلترا وويلز، الذكاء الاصطناعي والقانون، لندن: لجنة القانون، ٢٠٢٢.
- [٣٠] السنهوري، عبد الرزاق أحمد، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول: نظرية الالتزام بوجه عام، القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٨١.
- [٣١] جان-فرانسوا ليجيه، قانون التجارة الإلكترونية، باريس: دار دالوز، ٢٠٢١.
- [٣٢] ترينل، ج. هـ، قانون العقود، الطبعة الخامسة عشرة، لندن: سويت آند ماكسويل، ٢٠٢٠.
- [٣٣] لوني، مارك، وأوليفانت، كين، قانون المسؤولية التقصيرية: النصوص والمواد، الطبعة السادسة، أكسفورد: مطبعة جامعة أكسفورد، ٢٠٢٠.