

الطبيعة القانونية لمحتوى الحساب الإلكتروني - دراسة مقارنة -

The legal nature of the content of the electronic account
- a comparative study -

الباحث: حسين كريم عبيد
كلية القانون - جامعة القادسية
law21.post7@qu.edu.iq

أ.م.د. حسين عبيد شعواط
كلية القانون - جامعة القادسية
husein.ali@qu.edu.iq

تاريخ استلام البحث ٢٠٢٣/٧/١٥

تاريخ قبول النشر ٢٠٢٣/١١/٢١

الملخص:

يكثُر الحديث عبر حسابات مواقع التواصل الاجتماعي ففيها المنشورات النصية والموسيقى والإعلام والتمثيل وما يزيد أهميتها أنها ذات قيمة مالية كبيره فمن خلالها يتم الحصول على الأموال والشهرة ولا يوجد ما يكفي لحماية ما يتم نشره في تلك الحسابات كونها غير منضمة قانونا ولكن عن البحث عند طبيعة هذه المحتويات فأن الآراء الفقهية وأن كانت قليلة فأنها كيفت هذه المحتويات على أنها ملكية فكرية خالصة لمستخدم الحساب الإلكتروني إذ ما توافرت فيها عناصر الملكية الفكرية وهما الاصلية والابتكار أما في ظل موقف التشريع الأمريكي فنرى موقف القانون الأمريكي والفقهى كان نابعا من تعليمات الشركات المزودة للخدمة كونها نظمتها وفق نصوص واعتبرت هذه المحتويات هي ملكية فكرية خالصة أيضا للمستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا يشترط فيها الاصلية والابتكار في هذه المحتويات قانونا إلا أن الشركات لم تشترط أن تكون هذه المحتويات اصيلة ومبتكرة ولكنها جعلت ذلك من صلاحيات القوانين موطن مستخدم الحساب الإلكتروني هي التي تحدد ذلك.

الكلمات المفتاحية: حساب، محتوى، إلكتروني، طبيعة.

Abstract:

There is a lot of talk through social media accounts, as they include text posts, music, media, and acting. What increases their importance is that they have a great financial value, because through them money and fame are obtained, and there is not enough to protect what is published in those accounts because they are not legally regulated. But about searching for... The nature of these contents is that the jurisprudential opinions, even if they are few, have classified these contents as pure intellectual property for the user of the electronic account, since they contain the elements of intellectual property, namely originality and innovation. However, in light of the position of American legislation, we see that the position of American



law and jurisprudence was stemming from the instructions of the companies providing the service as We included it according to texts, and these contents were considered to be pure intellectual property also for the user on social networking sites, and originality and innovation in these contents are also required by law. However, the companies did not stipulate that these contents be original and innovative, but rather made that within the powers of the laws. The home country of the user of the electronic account is the one that determines that.

Keywords: account, electronic, content, nature.

المقدمة

ثالثا. إشكالية الدراسة:- تتمثل إشكالية

الدراسة في عدم وجود نص قانوني في التشريع العراقي ينضم الحسابات الإلكترونية أو المحتويات التي تنشر فيها وأيضا الخلط بين الخصوصية والملكية الفكرية في مواقع التواصل الاجتماعي رابعا. منهجية الدراسة:- سوف نتناول موضوع بحثنا من خلال المنهج التحليلي لنقارن من خلال تحليل النصوص القانونية والآراء الفقهية ومقارنتها في التشريع الأمريكي المقارن.

خامسا. هيكلية البحث:- سوف نتناول موضوع بحثنا على فرعين الفرع الأول سوف نتناول فيه موقف التشريع العراقي من طبيعة محتوى الحسابات الإلكترونية مع الإشارة إلى الآراء الفقهية وفي الفرع الثاني سوف نبين موقف التشريع الأمريكي المقارن.

الفرع الأول

الطبيعة القانونية في ظل التشريع العراقي

صحيح أن لم تكن هنالك دراسات كثيرة حول مواقع التواصل الاجتماعي وبيان طبيعة ما ينشأ عليها من محتويات كالصور والموسيقى والفيديو التي أصبحت هذه المحتويات تدر الملايين على اصحابها إلا أننا نجد رأي حول ذلك في للباحثين العراقيين فعلى

للإلمام أكثر بموضوع البحث يتوجب علينا تقسيم المقدمة الى ما يأتي:-

أولا. جوهر فكرة الدراسة:- تتمثل فكرة الدراسة في إمكانية وضع تكييف قانوني لمحتوى الحسابات الإلكترونية في مواقع التواصل الاجتماعي من منشورات نصية وموسيقى وصور وفيديو وغيرها من المحتويات التي يبنها مستخدم الحساب الإلكتروني في حسابة من خلال فترة الاستخدام وهذا في ظل التشريع العراقي و التشريع الأمريكي المقارن ومن خلال بيان طبيعة هذه المحتويات يستطيع مستخدم الحساب الإلكتروني توفير الدفاع عن محتوياته والتصرف بها وفق طبيعتها والمطالبة بتوفير الحماية القانونية لها.

ثانيا- أهمية الدراسة:- لا يخفى على الجميع أهمية الدراسة كون هذه الحسابات أصبحت سلع مهمة في حياتنا ومصدر دخل لبعض الأشخاص كونهم يروجون لأفلام وصور وأشياء إلكترونية أخرى للحصول على الأموال فهي أصبحت تتعلق بالجانب الإقتصادي للأشخاص إضافة إلى الجانب الشخصي فغالبا ما يتم نشر محتويات ذات طبع شخصي لا ربحي.

وفي قانون حماية حق المؤلف العراقي رقم ٣ لسنة ١٩٧١ المعدل يتولد حق المؤلف من خلال تفاعل شخصية المؤلف وإسلوبها مع الفكرة في الإبتكار هو السبب المنشأ لحق المؤلف ليكون له حق ملكية فكرية^(٥).

ونعتقد أن إبتكار المحتوى المبني على الحساب الإلكتروني يعتبر ملكية فكرية كما هو في حقوق المؤلف في قانون الملكية لحماية حقوق المؤلف العراقي، وبخصوص نشر محتوى الحساب الإلكتروني والذي يكون هو من إبتكار المنتفع من الحساب الإلكتروني، وبالتالي يجب أن يكون من ضمن الملكية الفكرية، وينظم ضمن قانون حماية حقوق المؤلف.

أيضا أن هذه الحقوق إذا اعتبرت من الملكية الفكرية فهي أيضا تطبق عليها قواعد الملكية الفكرية، و تبقى محمية لفترة من الزمن، تبدأ من تاريخ وفاته هي جزء من التركة الرقمية للمتوفي تنتقل إلى الورثة بعد وفاته أو يمكن نقلها في حياته إلى الخلف الخاص وكان هذا النقل معاوضة وتبرع لان لهم ملكية عليها وله حق ممارسة كل سلطاته على ملكيته وأن لصاحب الحساب وحده الذي أنشأ هذا المحتوى أن يتصرف بمحتوى حسابه الإلكتروني فقد نصت المادة ٧ من قانون حماية حق المؤلف على (للمؤلف وحده الحق في تقرير نشر مصنّفه وفي تعيين طريقة هذا النشر وله أيضا الحق في الانتفاع من مصنّفه بأية طريقة مشروعة يختارها، ولا يجوز لغيره مباشرة هذا الحق دون اذن سابق منه او ممن يؤول إليه هذا الحق.) وأن باعتبار المحتوى المبني على الحساب الإلكتروني أصبح تكييفه ملكية فكرية لمستخدم الحساب الإلكتروني فإنه أصبح

مستوى الفقه العراقي أن ورد هنالك رأي أنه يعتبر حق المرسل إليه على المحتوى الإلكتروني المرسل إليه من حق الملكية فيكون له وحدة الحق في الانتفاع بهذه المحتويات والتصرف فيها وكل ذلك يتمثل بعدم المساس بالحياة الخاصة للمرسل أو غيره^(١). ونعتقد وأن كانت الخصوصية مصونة في المراسلات إلا أن هنالك محتويات أخرى لا يمكن تناولها في نطاق الخصوصية خصوصا إذا ما إرتبطت بقيمة مالية أصبحت سلعة قبله للتداول وكذلك على مستوى التشريع العراقي فلم تتم الإشارة صراحة في القوانين العراقية أو قوانين خاصة أو عامة لمحتوى الحساب الإلكتروني لا في قوانين الملكية ولا في قانون حماية حقوق المؤلف ولا في القانون المدني ، لكن جاء في القانون المدني العراقي بأن " الأموال المعنوية هي التي ترد على شيء غير مادية كحقوق المؤلف والمخترع والفنان " ^(٢)، اي أن الأشياء التي ترد عليها حقوق الملكية هي مادية وغير مادية^(٣).

وأن محتويات الحساب الإلكتروني تنطبق عليها حقوق الملكية الفكرية لأنها من نتاج المستخدم أو المنتفع من الحساب الإلكتروني بناها على حسابه الإلكتروني، حيث ورد في إعدادات الخصوصية من برنامج فيسبوك أن استخدام المحتوى الذي تقوم بإنشائه ومشاركته قد يكون بعض عناصر المحتوى التي تقوم بمشارتها أو تحويلها مثل الصور أو مقاطع الفيديو محمية بموجب قوانين الملكية الفكرية وتحتفظ بملكيتك كحقوق الملكية الفكرية ، مثل حقوق النشر أو حقوق العلامة التجارية لأنها محتوى تقوم بإنشائه في الحساب الإلكتروني لشركة **meta** من حقوقك ولك مطلق الحرية في التصرف فيها^(٤).



وحتى في التشريعات العربية فلا توجد أيضاً أي معالجات تشريعية تتعلق بالحسابات الإلكترونية وما تحتويها. فإذن على مستوى التشريع العراقي في رأينا أن حق المستخدم للحساب الإلكتروني هو حق إنتفاع يمكن نقله بأذن شركة فيسبوك أما المحتوى الموجود في الحساب الإلكتروني فيستطيع الشخص أن ينقله إلى أي شخص ويتصرف فيه بكافة التصرفات لأنه يعتبر ملكية فكرية خالصة يتمتع صاحبها بكل سلطات التصرف بها دون إذن أو قيد من الشركات المزودة للخدمة أو أي شركة أو جهة أخرى.

الفرع الثاني

الطبيعة القانونية في ظل التشريع الأمريكي

أما موقف الفقه والتشريع الأمريكي فعلى مستوى الفقه فلم تكن هنالك آراء فقهية مغايرة بل كانت للتطبيقات القضائية الكلمة الأولى في تحديد الطبيعة القانونية لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي مستندة في ذلك إلى التشريع الذي نظمها تحت قانون الملكية الفكرية فإن المحتوى المنشور في مواقع التواصل الاجتماعي ذو طبيعة متعددة ومتنوعة فقد تكون صوراً أو مقاطع فيديو أو غيرها، وفيما يتعلق بالصور فإن ملكية الصور بشكل طبيعي تعود لمن يملكها مثل الصور الشخصية المسماة أو غيرها وذلك ما ذكر في قضية **Naruto et al v David Slater** في حكم المحكمة الدائرة التاسعة^(١٠)، ووفقاً لقانون التجارة الأمريكي الموحد (UCC) ويحق للشخص نشر الصورة في مواقع التواصل الاجتماعي لكن بشرط مراعاة قوانين وشروط الخدمة والتي تشترط بشكل عام منح رخصة الشخص للسماح له بنشر الصورة، ومما يشكل صعوبة أن الكثير من مستخدمي المواقع أن يطلعوا شروط نشر الصور^(١١).

يتمتع بحماية هذا القانون ولا يجوز لأحد غير الانتفاع به أو نشره أو استنساخه أو إجراء أي تصرف به إلا بناء على إذن من صاحب الحساب أو منشأ المحتوى الإلكتروني الرقمي^(٦). هذا في حياة المؤلف أما إذا توفي فتنقل ملكيته الفكرية في حسابة الإلكتروني إلى ورثته أما إذا كان هذا المحتوى مشترك لأكثر من شخص ولم يكن للمتوفي ورثة فإنه حقه ينتقل إلى الشركاء البقية^(٧).

أما على مستوى الفقه العربي فقد لا تكون هنالك آراء فقهية حول الحسابات الإلكترونية إلا أن وردت العديد من الآراء لبعض الباحثين حول محتويات الحساب الإلكتروني ويرى أحدهم أنها حقوق ملكية فكرية خالصة لمستخدم الحساب الإلكتروني الأمر الذي يتيح لمستخدم الحساب الإلكتروني كل سلطات الملكية فيها ويستطيع التصرف بها معاوضة أو تبرعاً^(٨).

وقد اعتبر رأي أن لا توجد ثم مشكلة في ما يتعلق بتطبيق أحكام حماية حقوق الملكية الفكرية على بعض بيانات المستخدم إذا اعتبرت مصنفاً محمياً مباشرة السلطات الأدبية والمالية على هذه الحقوق وذلك بالنسبة لما يضعه على حسابه من تعليقات وصور ومقاطع فيديو وموسيقى متى ما توفر فيها عنصر الابتكار مثلاً وهي أكثر ما يضعه المستخدم على حسابه ثم هو الحال بالنسبة لمستخدمين فيسبوك وانستغرام وهي في الغالب صور شخصية، أيضاً تلك المتعلقة برحلات أو مناسبات معينة متى ما توافرت فيها درجة إضاءة مميزة أو زاوية التقاط مميزة أو إطار خاص لها اعتبرت ملكية فكرية خالصة لصاحب المحتوى أو الناشر على الحساب الإلكتروني^(٩).

الصورة^(١٣). هذا وتحمي دول النظام القانوني الأنجلو سكسونية مثل إنجلترا الصور في حياة مالك الصورة وبعد وفاته لمدة سبعين عاما^(١٤). وقد عرفت الصور الفوتوغرافية بإنها " وميض أو إشعاع مسجل على وسط تتكون أو تشكل فيه الصورة أو أي وسط آخر يمكن أن تنتج فيه الصورة " ^(١٥).

ومن أجل ان يكون الملقط الصورة ملكية فكرية فيجب أن تكون الصور أصلية ، والذي يعد معيارا من أجل أن تعد الصورة ملكاً له وذلك في قضية **SAS Institute Ine w World Programming Ltd** في العام ٢٠١٤ ^(١٦).

تعد الصورة أصلية فيجب أن تقيم المحكمة مقدار الحرية الممنوحة للشخص في تعديل وتشكيل الصورة، ويجب أن تعكس الصورة شخصية المصور وحرية بالتعبير عن خيارته الإبداعية في إنتاج الصورة الفوتوغرافية^(١٧)، ففي قضية **Reject Shop Ple v Thomas** في العام ١٩٩٥، والتي تتعلق بحقوق الملكية الفكرية في نسخ الصور، بين القاضي أن عملية نسخ الصور لا تنتج صور تختلف بشكل كبير من العمل الأصلي، ولا يتطلب أي مهارة ولا عمل وبالتالي لا يمكن أن يكون قادرا على اضافة طابع الإصالة الفنية على العمل^(١٨)، وهي عملية ذات طابع ميكانيكي، وأن هذه الصور وناتجها النهائي لا تشكل عمل أصيل ولا يمكن أن تمنح صفة حقوق الملكية لها. ولو طبق هذا المنطلق على مسألة الصور التي ترفع للإستغرام أو باقي وسائل التواصل الإجتماعي، فإن عملية النقاط الصور وتعديلها ونشرها تمنح قدرة محدودة للمصورين بها، وبالتالي يضاف عليها طابعا

ومثال على ذلك موقع الإستغرام الذي تبين شروط المستخدم أن الإستغرام هو " غير حصري، خالية من الملكية، قابلة للنقل، قابلة للترخيص، يمنح رخص عالمية للمضيفين، للاستخدام، توزيع، تشغيل، تأدية بشكل عالمي..، ويسمح لك بخلق محتواك بما يتلائم مع الحق بالخصوصية ومع تطبيقات الموقع، ومما تعني هذه الشروط أن المستخدم يمنح ترخيص للموقع بالنشر حينما ينشر الصور، وبإمكانه مسح الترخيص في أي لحظة حينما يسحب الترخيص، وهذا ما ذكر أيضا تمنحنا مع شركاتنا حقوق غير حصرية، قابلة للنقل، والترخيص الفرعي، وخالية من الملكية وعالمية، لاستخدام المحتوى، ومعلومات أخرى، والتي وضعتها أنت وغيرك نيابة عنك فيما يخص استخدامك للمنصة. وتنتهي هذه الرخصة في حال ما إذ توقفت عن إستخدام خاصيات الموقع "، وهذا يعني أن الانستغرام يملك حقوق على محتوى الأشخاص، ولكنها تسحب بمجرد سماح المحتوى من قبل الشخص بشكل فوري^(١٩).

أن السؤال الذي يثار هنا في الواقع هو هل أن كل محتوى في وسائل التواصل الاجتماعي هو محمي بموجب قانون الملكية الفكرية ؟

وتكمن أهمية هذه المسألة أن وسائل التواصل الاجتماعي ممثلة اليوم بمعلومات نتيجة للتطور التقني الحاصل في خلق المحتوى. فالיום يملك الناس العديد من الأجهزة التي تمنحهم إمكانية التصوير بهواتفهم وتتيح لهم تحميلها على مواقع التواصل الاجتماعي بسهولة. وهنا تخلق المشاكل حينما يستطيع الناس أخذ صورة مثيلة لها وبالتالي قد يطالبون بحقوق الملكية على هذه



عليها الكاتب ". ويمكن نقل هذه الملكية بموجب القانون بأي وسيلة نقل ملكية... إما بشكل كلي أو جزئي. ويجب أن تنتقل ملكية الصورة بشكل مختوم وموقع من قبل الكاتب (٢١).

هذا وتشمل أحكام هذا القانون مواقع التواصل الاجتماعي وتطالبها بحذف أي صورة يحصل فيها انتهاك لحقوق الملكية الفكرية. ومن بين المسائل الأخرى التي وضحت في ثنايا هذا القانون ان تلك الحالات في يحصل فيها انتهاك لحقوق الملكية في، لكن من دون معرفة الجهات المسؤولة عن الرقابة في مواقع التواصل الاجتماعي بحصول انتهاك لها على بشكل يجعلها تعلم ظروف ووقائع كل حالة في ما يتعلق بالنشاط الذي يحصل فيه الانتهاك، أو حينما تتصرف هذه الجهات بشكل ملائم الحالة، في كلتا الحالتين يعنى مسؤولي مواقع التواصل الاجتماعي من المسؤولية (٢٢).

وفيما يتعلق بالمنازعات التي تحصل هو انتهاك حقوق الملكية الفكرية فتوجد دعاوى عديدة فيما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي، ومن ضمنها القضية المتعلقة بنشر مشاهير لصور أخذت لهم من قبل صحفيين ولعل من أبرزها قضية **case of Khloe Kardashian** في العام ٢٠١٧، والتي نشرت فيها إحدى المشهورات السيدة كلوي كارديشيان صورة لنفسها على منصة الانستغرام والتي كانت مملوكة لموقع **Xposure** رفعت الشركة دعوى ضد محكمة المقاطعة لمقاطعة كاليفورنيا المركزية، وبينت الشركة أن الصورة اخذت من قبل **Manual Munoz** ولم ترخص إلا لصحيفة الديلي ميل **Daily Mail** والتي نشرت في تاريخ ١٣ سبتمبر في العام

ميكانيكيا مما لا يؤدي لإضفاء حق الملكية عليها^(١٩)، وفي قضية أخرى بين القضاة أن انشاء الصور الفوتوغرافية يمكن أن يكون عملاً أصيلاً إذ يتطلب جهداً وعملاً ذهنياً أو مادياً، أن هذه القضية لم تكن تتعلق فيما إذا استخدم المصور تقنيات متاحة بل عدت الصورة أصلية نتيجة للجهد وزاوية التصوير والتعديلات الأخرى التي أجراها على الصورة، وحتى لو كانت الصورة لمعلم عام في لندن فلا يمكن أن تجرد هذه المسألة الصورة من طابع الأصالة. ومما يضيفي عليها طابع الأصالة هو كمية الخيارات التي منحت للمصور ومنها على سبيل المثال مكان التصوير وحجم الصورة وما إلى ذلك، ويرى الفقيه بذلك إمكانية انطباق قانون الملكية الفكرية على الصور المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي^(٢٠).

إما في الولايات المتحدة الأمريكية فإن القاعدة العامة بموجب قانون الملكية الفكرية، بأن الملكية المثبتة بصيغة محددة قابلة للتعبير عنها، معروفة الآن أو طورت لاحقاً " ومن القانون فإن مصطلح محدد المذكور يعني العمل المخزون بطريقة تسمح تناقلها لمدة من الزمن. ومن أجل أن يحظى الناشر بحماية بموجب قانون الملكية الفكرية فيجب أن يكون مقيماً في الولايات المتحدة أو في دولة طرف في الاتفاقية والتسجيلات الضوئية والتي عدل بموجبها قانون الملكية الفكرية للعام ١٩٧٦ المعدل في العام ١٩٩٨، وعرف القانون ذاته الصور الفوتوغرافية بأنها صور فوتوغرافية تم انتاجها لغرض عرضها فحسب، توجد بشكل نسخة واحدة من قبل مصور واحد، أو بنسخ محدودة لا تتجاوز ٢٠٠ نسخة أو أقل والتي يجب أن يوقع

الخاتمة

أولاً. النتائج:-

١. إن الطبيعة القانونية لمحتوى الحسابات الإلكترونية في مواقع التواصل الإجتماعي ما هي إلا ملكية فكرية لمستخدم الحساب.

٢. يتوقف تكييف محتوى الحسابات الإلكترونية على أنه ملكية فكرية شرطي توافر الاصاله والابتكار حسب ما نصت عليه قانون حماية حق المؤلف رقم ٣ لسنة ١٩٧١.

٣. أن الشركات المزودة للخدمة في الحسابات الإلكترونية اعتبرت محتويات مواقع التواصل الإجتماعي ملكية فكرية خالصة للمستخدم يستطيع التصرف بها وفق إرادته الخاصة.

ثانياً. التوصيات

١. نوصي المشرع العراقي بضم محتويات مواقع التواصل الإجتماعي إلى قانون حماية حق المؤلف رقم ٣ لسنة ١٩٧١ اذا ما توافرت فيها شروط الملكية الفكرية لتتمتع بالحماية الكافية لها.

٢. نوصي الشركات المزودة للخدمة بوضع آلية تعتمد على الذكاء الاصطناعي توثق فيها المحتويات التي نشرت من قبل الشخص الاول لتوفير الحماية لها وفق التوثيق الذكي.

٢٠١٦ مع إشارة لحقوق الملكية الفكرية. ونشرتها فيما بعد كلوي كارديشيان مع إزالة علامة الملكية الفكرية، وحلت القضية فيما بعد في العالم ٢٠١٨ بالتسوية بين الطرفين^(٢٣)، وفي العام ٢٠١٨ واجهت إحدى المشهورات السيدة جيجي حديد دعوى مشابهة ، والتي تتعلق بحصول انتهاكات لحقوق الملكية الفكرية ، ففي تاريخ ١٢ تشرين الأول للعام ٢٠١٨، نشرت السيدة صورة لها على الانستغرام، والتي كانت قد التقطت في تاريخ ١١ تشرين الاول من قبل شركة **clusive Lee, Inc** - رفعت شركة دعوى ضد السيدة في محكمة المقاطعة الشرفية لولاية نيويورك للحصول على تعويضات على انتهاك حقوق الملكية الفكرية ، انتهت الدعوى فيما بعد بانتصار السيدة جيجي حديد^(٢٤).

وفي رأينا وبعد طرح بعض المواقف الفقهية وطرح المواقف التشريعية للتشريع العراقي والتشريع الأمريكي حول الطبيعة القانونية لمحتويات مواقع التواصل الاجتماعي فأن الأقرب لطبيعة هذه المحتويات فهي ملكية فكرية خالصة يمتلك الشخص الذي بناها في حسابه الإلكتروني كافة الحقوق والصلاحيات المخولة له في الملكية الفكرية من خلال التصرف بها بكافة أنواع التصرفات القانونية.

الهوامش

(١) اسعد فاضل مندبل الجياشي والدكتور عقيل سرحان، البريد الالكتروني دراسة مقارنه، مجله القانون المقارن، جمعية القانون المقارن العراقية، العدد ٥٧، سنة ٢٠٠٨، ص ١٤١.

(٢) المادة (٧٠) من القانون المدني العراقي

(٣) اكرم فاضل سعيد قصي، خلافة الحقوق والالتزامات الشخصية في الاشياء غير المادية، دراسة قانونية مقارنة، اطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة النهدين، سنة ٢٠٠٨، ص ٢٧.

(٤) انظر شروط الخدمة <https://ar-ar.facebook.com/terms.php>

(٥) اكرم فاضل سعيد قصير، مصدر سابق، ص ٥٨.

(٦) المادة ٨ من قانون حماية حق المؤلف رقم ٣ لسنة ١٩٧١ (يحتفظ المؤلف وحده بحق الانتفاع بمصنعه . ولا يجوز لغيره بدون اذن كتابي من المؤلف او ممن يخلفه، اجراء التصرفات الاتي:-



١. استنساخ المصنف باي وسيلة او شكل سواء بصورة مؤقتة او دائمة وسواء على فيلم فوتوغرافي وبضمنه السينمائي او خزنها في وسط رقمي او الالكتروني.
٢. ترجمة المصنف او اقتباسه او توزيعه موسيقيا او اجراء اي تحويل عليه.
٣. الترخيص بالتأجير التجاري لأصل العمل ونسخه للجمهور.
٤. توزيع الاصل او نسخ المصنف عن طريق البيع او اي تصرف ناقل للملكية.
٥. استيراد اي نسخ من المصنف بضمنها النسخ المعدة بإذن مالك حق المؤلف.
٦. نقل المصنف او اصاله للجمهور بطريق التلاوة او الكلام او الالقاء او العرض او الاداء التمثيلي او النشر الازاعي او التلفزيوني والسينمائي او اية وسائل سلكية او لاسلكية اخرى بما في ذلك اتاحة المصنف للجمهور تمكن افراد الجمهور بطريقة تمكن افراد الجمهور بصورة منفردة من الوصول اليه باي زمان او مكان).
- (٧) نص المادة ١٩ من قانون حماية حق المؤلف (لورثة المؤلف وحدهم الحق في مباشرة حقوق الانتفاع المالي الواردة في المواد السابعة والثامنة والعاشرة من هذا القانون، واذا كان المصنف مشتركا ومات احد المؤلفين دون ان يترك وارثا او موصى له فان نصيبه يؤول الى شركائه في التأليف او خلفهم ما لم يوجد اتفاق يخالف ذلك).
- (٨) سعديه حسين عثمان وحسن محمد الرفاعي، التكييف الفقهي لبيع الحسابات الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي حساب فيسبوك انموذجا، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والدراسات الاسلامية، المجلد ١٨، العدد ٢، كلية الشريعة والدراسات الاسلامية، جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة، سنة ٢٠٢١، ص ٧٧٦.
- (٩) د. اشرف جابر، الجوانب القانونية لمواقع التواصل الاجتماعي، الطبعة الاولى، مركز النشر والترجمة جامعة المجمعة، كلية الادارة والاعمال، جامعة المجمعة، سنة ٢٠١٥، ص ٩٧.
- (10) Naruto et al v David Slater 2018 No 16-15469 9th Cir
- (11) Hayleigh Boshier, Key issues around copyright and social media: ownership, nfringement and liability, Journal of Intellectual Property Law & Practice, 2020, Vol. 15,no .2,page124.
- (12) Instagram <https://help.instagram.com/325135857663734/?helpref=4hc> fnav&bc[0]^4Instagram Help&bc[1]Privacy and Safety Center Accessed 20 September 2022.
- (13) 4Hayleigh Boshier, Key issues around copyright and social media: ownership, infringement and liability, Op.Cit, Page 127.
- (14) 5 CDPA 1988, s 41a.
- (15) C-145/10 Eva-Maria Painer 2011 ECLI:EU:C:2011:798, 94.
- (16) SAS Institute Inc v World Programming Ltd [2014] RPC 8. 31
- (17) Article 6 of the Term Directive and the CJEU decision in Painer.
- (18) [1995 FSR 870
- (19) Hayleigh Boshier, Key Issues around copyright and social media: ownership. infringement and liability, Op.Cit, Page 127.
- (20) Temple Island n 13.
- (21) U.S. 1976 Copyright Act The Digital Millennium Copyright Act of 1998. Pub. L. No. 105-304, 112 Stat. 2860 Oct. 28, 1998.
- (22) "WIPO Copyright Treaty, adopted by the Diplomatic Conference, Geneva, December 20. 1996.

- (23) Louise Lundell, Copyright and Social Media A legal analysis of terms for use of photo sharing sites, Jonkobing International, Bachelor's thesis within Commercial and Tax Law Intellectual Property Law, Page 12.
- (24) Xposure Photos UK Ltd v Khloe Kardashian et al, 2:17-cv-03088. 68. Complaint filed on 25 April 2017, 18: the copy of the Photograph that Kardashian distributed on Instagram had been altered to remove the CMI showing plaintiff as the copyright owner of the image.

المصادر

أولاً - البحوث

- ١- د. اشرف جابر، الجوانب القانونية لمواقع التواصل الاجتماعي، الطبعة الاولى، مركز النشر والترجمة جامعة المجمع، كلية الادارة والاعمال، جامعة المجمع، سنة ٢٠١٥.
- ٢- اسعد فاضل منديل الجياشي والدكتور عقيل سرحان، البريد الالكتروني دراسة مقارنة، مجله القانون المقارن، جمعية القانون المقارن العراقية، العدد ٥٧، سنة ٢٠٠٨.
- ٣- سعديه حسين عثمان وحسن محمد الرفاعي، التكييف الفقهي لبيع الحسابات الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي حساب فيسبوك انموذجا، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والدراسات الاسلامية، المجلد ١٨، العدد ٢، كلية الشريعة والدراسات الاسلامية، جامعة الشارقة، الامارات العربية المتحدة، سنة ٢٠٢١.

ثانياً - الرسائل والأطاريح

- ١- اكرم فاضل سعيد قصير، خلافة الحقوق والالتزامات الشخصية في الاشياء غير المادية، دراسة قانونية مقارنة، اطروحة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة النهدين، سنة ٢٠٠٨.

ثالثاً - القوانين

- ١- القانون المدني العراقي رقم ٤٠ لسنة ١٩٥١.
- ٢- قانون حماية حق المؤلف رقم ٣ لسنة ١٩٧١.

Sources.

- 1- D. Ashraf Jaber, Legal Aspects of Social Networking Sites, first edition, Center for Publishing and Translation, Majmaah University, College of Administration and Business, Majmaah University, 2015.
- 3- Asaad Fadel Mandil Al-Jayashi and Dr. Aqeel Sarhan, Email Comparative Study, Journal of Comparative Law, Law Society Al-Muqarani Al-Iraqiya, Issue 57, 2008.
- 4- Saadia Hussein Othman and Hassan Muhammad Al-Rifai, Jurisprudential adaptation for selling personal accounts on social networking sites, a Facebook account as a model, University of Sharjah Journal for Sharia Sciences and Islamic Studies, Volume 18, Issue 2, College of Sharia and Islamic Studies , University of Sharjah, United Arab Emirates, year 2021.



Second - Dissertations and Dissertations

1- Akram Fadel Saeed Kassir, Succession of Personal Rights and Obligations in Intangible Things, Comparative Legal Study, Doctoral Dissertation, College of Law, Al-Nahrain University, Year 2008.

Third – Laws

1- Iraqi Civil Law No. 40 of 1951.

5- Copyright Protection Law No. 3 of 1971.

6- Naruto et al v David Slater 2018 No 16-15469 9th Cir

7- Hayleigh Boshier, Key issues around copyright and social media: ownership, infringement and liability, Journal of Intellectual Property Law & Practice, 2020, Vol. 15,no .

8- Instagram [https://help.instagram.com/325135857663734/?helpref=hcfnav&bc\[0\]=Instagram Help&bc\[1\]=Privacy and Safety Center](https://help.instagram.com/325135857663734/?helpref=hcfnav&bc[0]=Instagram%20Help&bc[1]=Privacy%20and%20Safety%20Center) Accessed 20 September 2022.

9- Hayleigh Boshier, Key issues around copyright and social media: ownership, infringement and liability, Op.Cit, Page 127.

10- CDPA 1988, s 41a

11- C-145/10 Eva-Maria Painer 2011 ECLI:EU:C:2011:798, 94.

12- (7) SAS Institute Inc v World Programming Ltd [2014] RPC 8. 31

13- Article 6 of the Term Directive and the CJEU decision in Painer.

14- [1995 FSR 870

15- Hayleigh Boshier, Key Issues around copyright and social media: ownership, infringement and liability, Op.Cit, Page 127.

16- Temple Island n 13

17- U.S. 1976 Copyright Act The Digital Millennium Copyright Act of 1998. Pub. L. No. 105-304, 112 Stat. 2860 Oct. 28, 1998

18- "WIPO Copyright Treaty, adopted by the Diplomatic Conference, Geneva, December 20. 1996.

19- Louise Lundell, Copyright and Social Media A legal analysis of terms for use of photo sharing sites, Jonkobing International, Bachelor's thesis within Commercial and Tax Law Intellectual Property Law,

20- Xposure Photos UK Ltd v Khloe Kardashian et al, 2:17-cv-03088. 68. Complaint filed on 25 April 2017, 18: the copy of the Photograph that Kardashian distributed on Instagram had been altered to remove the CMI showing plaintiff as the copyright owner of the image.