التنظيم القانوني لعقود المحتوى الرقمي

م. د. مهند حسين نعيم الجابري
كلية القانون – جامعة المثنى
mohanad.hussein@mu.edu.iq

م. م أزهار عبد الله حسن الموسوي
كلية القانون – جامعة المثنى
azhar_hasan@mu.edu.iq

الملخص

تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على الحاجة إلى إطار قانوني حديث لتنظيم عقود المحتوى الرقمي في ظل التحول الرقمي المتسارع. وتتمثل الإشكالية هذا البحث في عدم كفاية القواعد العامة في القانون المدني العراقي وقانون حماية المستهلك لاستيعاب خصوصية هذه العقود مقارنة بالتشريعات محل المقارنة ، و يهدف هذا البحث إلى توضيح الإطار القانوني لعقود المحتوى الرقمي من خلال تعريف مفهومها وخصائصها وتصنيفها القانوني، فضلاً عن تحديد الالتزامات المترتبة عليها، ولا سيما التزامات مُقدّم المحتوى الرقمي تجاه المستهلك. وقد اعتمد البحث المنهج المقارن، من خلال دراسة موقف القانون العراقي، سواء في ظل القواعد العامة في القانون المدني وأحكام قانون حماية المستهلك، ومقارنته بالتنظيمات الحديثة، تخلص هذه الدراسة إلى أن عقود المحتوى الرقمي لم تعد تُصنّف ضمن النماذج التعاقدية التقليدية، كعقود البيع أو ايجار او المقاولة. فهي تُشكّل فئة قانونية حديثة ومتميزة، تتطلب تشريعات خاصة تُراعي خصائصها الفريدة. تشمل هذه الخصائص الطبيعة غير المادية للمحتوى، وإمكانية إتاحته دون نقل ملكيته، وتوزيعه الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية : عقود المحتوى الرقمي ، التزامات مزود المحتوى الرقمي ، التزامات المستهلك الرقمي ، وضمان المطابقة الرقمية .

Abstract

The importance of this research lies in highlighting the need for a modern legal framework to regulate digital content contracts in light of the accelerating digital transformation. The problem addressed by this research is the inadequacy of the general rules in Iraqi civil law and consumer protection law to encompass the unique nature of these contracts compared to other legislation، This research aims to clarify the legal framework for digital content contracts by defining their concept, characteristics, and legal classification, as well as identifying the obligations arising from them, particularly the obligations of the digital content provider towards the consumer.

The study adopts a comparative approach by examining the status of Iraqi law, both under the general rules of civil law and the provisions of consumer protection law, and comparing it with modern legal regulations, The study concludes that digital content contracts are no longer classified within traditional contractual models such as sale, lease, or employment contract. Rather, they constitute a modern and distinct legal

category that requires specific legislation to consider their unique characteristics. These characteristics include the intangible nature of digital content, its availability without transfer of ownership, and its electronic distribution.

Keywords: Digital content contracts; Obligations of the digital content provider; Obligations of the digital consumer; Guarantee of digital compliance.

المقدمة

أولاً: موضوع البحث

أدت التطورات السريعة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى ظهور واقع قانوني جديد يتمثل في التحول من الأساليب التعاقدية التقليدية إلى النماذج الرقمية القائمة على تبادل البيانات والمحتوى غير المادي. وتُعد عقود المحتوى الرقمي مثالًا بارزًا على ذلك، إذ أصبحت أداة أساسية لتسويق المنتجات والخدمات الرقمية في البيئة الإلكترونية. وقد أحدث هذا التحول تغييرًا جذريًا في العديد من المفاهيم القانونية التقليدية، لا سيما تلك المتعلقة بموضوع العقود وطبيعتها. ونتيجة لذلك، تبرز تساؤلات قانونية حول تصنيف هذه العقود، وتحديد طبيعتها القانونية، وتعريف الالتزامات المترتبة عليها، وخضوعها للمبادئ العامة للقانون أو الأنظمة المحددة..

وبالتالي، برزت الحاجة إلى تدخل تشريعي، مع الأخذ في الاعتبار الطبيعة الفريدة لعقود المحتوى الرقمي، وإنشاء إطار قانوني شامل يأخذ في الاعتبار طبيعتها غير مادية ويوازن بين مصالح الأطراف المتعاقدة، لا سيما في ضوء الاعتماد المتزايد على الوسائط الرقمية في إبرام العقود والتحديات القانونية الناتجة من حيث حماية المستهلك وضمان حقوقه..

ثانياً: أهمية البحث

تكمن أهمية هذا البحث في الأهمية المتزايدة لعقود المحتوى الرقمي في الحياة اليومية، باعتبارها أحد أبرز جوانب الاقتصاد الرقمي ، وما تثيره من إشكاليات قانونية تتعلق بطبيعتها وتكييفها وآثارها. كما تبرز أهمية البحث في تسليط الضوء على مدى كفاية التنظيم القانوني القائم، ولاسيما في القانون العراقي، سواء في إطار القواعد العامة في القانون المدني أو في نطاق قانون حماية المستهلك، في استيعاب هذا النوع من العقود.

علاوةً على ذلك، يكتسب هذا البحث أهميةً بالغةً لتقديمه دراسةً مقارنةً مع التوجيه (الاتحاد الأوروبي) 770/2019، فضلًا عن أحكام قانون حماية المستهلك الفرنسي وقانون حقوق المستهلك الانكليزي لعام 2015، وذلك لتوضيح تطور هذه القوانين فيما يتعلق بتنظيم عقود المحتوى الرقمي، ومدى إمكانية الاستفادة منها في تطوير قانون حماية المستهلك العراقي.

ثالثاً: إشكالية البحث

تتمحور إشكالية البحث حول مدى قصور الأحكام العامة في القانون المدني العراقي وقانون حماية المستهلك رقم (1) لسنة 2010 عن استيعاب الخصوصية التقنية لعقود المحتوى الرقمي، في ظل غياب نصوص تشريعية خاصة تنظمها، ومدى قدرتها على تحقيق التوازن العقدي بين أطراف العلاقة التعاقدية ولاسيما في ظل غياب

المعاينة المادية وعدم التكافؤ المعلوماتي بين المستهلك ومزود الخدمة ، فضلا عن تحديد الأسس القانونية التي يقوم عليها تنظيم عقود المحتوى الرقمي وضمان حمايتها في البيئة الرقمية.

رابعاً: منهجية البحث

اعتمد البحث المنهج المقارن، من خلال دراسة وتحليل موقف القانون العراقي، سواء في إطار القواعد العامة في القانون المدني أو في نطاق قانون حماية المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010 ، من عقود المحتوى الرقمي، ومقارنته بالتنظيمات القانونية الحديثة، وعلى رأسها التوجيه الأوروبي770/2019 ، فضلًا عن قانون المستهلك الفرنسي ، وقانون حقوق المستهلك الإنجليزي ، وذلك بهدف الوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين هذه الأنظمة في تنظيم عقود المحتوى الرقمي، وبيان مدى استجابتها لمتطلبات البيئة الرقمية، وما توفره من حماية قانونية للمستهلك.

خامساً: خطة البحث

اقتضت طبيعة البحث تقسيمه إلى مبحثين؛ تناول المبحث الأول ماهية عقود المحتوى الرقمي، وذلك في مطلبين؛ خُصص المطلب الأول للتعريف الفقهي والقانوني، بينما استعرض المطلب الثاني خصائص هذه العقود، أما المبحث الثاني فقد عُني بالنظام القانوني لعقود المحتوى الرقمي والالتزامات المتبادلة بين أطرافه، وقُسم إلى مطلبين؛ تناول المطلب الأول التزامات مزود المحتوى الرقمي في ثلاثة فروع هي (الالتزام بالتسليم وضمان المطابقة، الالتزام بالإعلام والتركيب والتحديث، والالتزام بضمان العيوب وحماية البيانات)، في حين استعرض المطلب الثاني التزامات المستهلك الرقمي من خلال ثلاثة فروع شملت (الالتزام بدفع المقابل، الالتزام بالاستخدام المشروع، والالتزام بالتعاون وعدم إساءة الاستعمال)

المبحث الاول

ماهية عقود المحتوى الرقمي

سنتناول في هذا المبحث ماهية عقود المحتوى الرقمي، وذلك في مطلبين؛ خُصص المطلب الأول للتعريف الفقهي والقانوني، بينما استعرض المطلب الثاني خصائص هذه العقود،

مطلب الاول

التعريف الفقهي والتشريعي لعقود المحتوى الرقمي

يُعدّ تحديد مفهوم عقود المحتوى الرقمي خطوةً حاسمةً لفهم طبيعتها القانونية وتمييزه عن العقود التقليدية. ويتضمن ذلك دراسة تعريفات الفقهية المتعلقة التي تناولت هذا النوع من العقود، بالإضافة إلى التعريفات التشريعية المعتمدة في القانون المقارن.

الفرع الاول : التعريف الفقهي لعقود المحتوى الرقمي

يحظى التعريف الفقهي لعقود المحتوى الرقمي باهتمام متزايد في الدراسات القانونية المعاصرة، وذلك نتيجة للتطور السريع للتقنيات الرقمية وظهور أنواع جديدة من المعاملات التي لا يمكن استيعابها بالكامل ضمن الأطر

التعاقدية التقليدية. وقد سعى الباحثون إلى تقديم تعريفات مرنة لهذا النوع من العقود، مع مراعاة طبيعته الفريدة وخصائصه المميزة.

وفي هذا السياق ، تعرف العقود المحتوى الرقمي بعقود البلوك تشين، أو العقود ذاتية التنفيذ. وهي تُعرَّف على النحو التالي: بروتوكول حاسوبي مصمم لتسهيل عملية التفاوض على عقد أو إبرامه رقميًا، أو التحقق منها، أو تنفيذها، مما يتيح إجراء معاملات موثوقة دون تدخل طرف ثالث[1]

يُعرَّف العقد المحتوى الرقمي كذلك بأنه برنامج رقمي قائم على تقنية سلسلة الكتل (البلوك تشين)، يُنفَّذ تلقائيًا عند استيفاء شروط الاتفاقية. وبفضل بنيته اللامركزية، يعمل بشكل مستقل ويصعب تعديله أو تزويره[2].

كما عرف جانب من الفقه الأمريكي عقد المحتوى الرقمي أنَّه عقد يتضمن تبادل الرسائل بين البائع والمشتري، استنادًا إلى نماذج محددة مسبقًا ويتم معالجتها إلكترونيًا، مما يؤدي إلى إنشاء التزامات تعاقدية[3].

وفي جانب اخر، يُعرّف الفقه القانوني عقد المحتوى الرقمي بأنه اتفاق يتم إبرامه إلكترونياً، غالباً من خلال تبادل الرسائل الإلكترونية بين الأطراف، مما ينشئ التزامات قانونية[4].

نظر لاعتبار عقود المحتوى الرقمي عقود الالكترونية فقد عرف الفقه العراقي العقد الإلكتروني بأنه اتفاق يبرم وينفذ جزئيا وكليا خلال الشبكة الدولية للاتصالات باستخدام تبادل الإلكتروني للبيانات، بهدف إنشاء الالتزامات التعاقدية، وذلك بالإيجاب والقبول الذي يمكن التعبير عنهما من خلال ذات الوسيط[5].

ومن جهة أخرى، يعرف عقد المحتوى الرقمي بانه اتفاق يتم فيه تقديم عروض السلع والخدمات، التي يتم التعبير عنها بوسائل تكنولوجية مختلفة، بما في ذلك شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، من قبل أشخاص موجودين في بلد واحد أو أكثر، ويتم التعبير عن القبول بنفس الوسائل، وبالتالي إبرام العقد[6].

وبعض الاخر يعرفه مجموعة من العناصر التقنية الحديثة التي اجتمعت بهدف القيام بأنشطة التجارة الإلكترونية[7].

وقد تم تعريفه أيضاً، من حيث طبيعته والغرض منه ، على النحو التالي إنه برنامج كمبيوتر يهدف إلى تنفيذ العقد تلقائياً وبشكل مستقل، دون تدخل أو وساطة[8]، لأن هذا النوع من العقود يعتمد، في طريقة عمله، على تشغيل نظام الكمبيوتر المجهز بتقنيات أكثر تقدماً

---

1 منذر قحف ، محمد الشريف العمري ، العقود الذكية، بحث ضمن مؤتمر مجمع الفقه الاسلامي الدولي ، الدورة 24 ، دبي ، 2019 ، ص 10.

2 إبراهيم محمد يوسف عبيدات، سليم سمير سليم خصاونة، العقد الذكي وانعكاساته على النظرية العامة للعقد (دراسة تحليلية)، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 39، لبنان ، 2023 ، ص 208

3 سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، سنة 2002، ص 66

4 محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، 2011، ص 21

5 هادي مسلم يونس قاسم البشكاني ، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية : دراسة مقارنة ، أطروحة دكتوراه، جامعة الموصل كلية الحقوق، 2002، ص 87

6 صالح المنزلاوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة، ، 2008م، ص 13

7 أسلام مجيد حوشي ، رهن المحل التجاري، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة بغداد، 1998، ص 27

يرى بعض الفقهاء بانه العقود الإلكترونية عقوداً عن بعد، أي عقوداً تُبرم دون وسطاء. بينما يرى آخرون أنها عقود تتميز غالباً بطابعها الدولي، في حين ينظر فريق ثالث إلى الاعتبار بالوسائل إبرام العقود المحتوى الرقمي ، مثل وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت[9].

في هذا السياق، يُعرّف القانون عقد المحتوى الرقمي بأنه اتفاق يتعلق بالبيانات أو المعلومات التي تُنتج وتُخزن وتُعرض بصيغة رقمية. ويهدف هذا الاتفاق إلى تمكين أحد الأطراف، وهو المستهلك عادةً، من استخدام هذه البيانات أو الوصول إليها أو الاستفادة منها، سواءً من خلال نقلها بشكل دائم أو بإتاحتها لفترة محددة أو غير محددة. ومن الجدير بالذكر أن هذا التعريف يُركز على موضوع العقد - المحتوى الرقمي - وهدفه - تمكين استخدامه - دون تحديد أي طريقة معينة للوفاء بهذا الالتزام[10].

ويذهب جانب من الفقه إلى التأكيد على أن عقد المحتوى الرقمي يتميز بطبيعة مزدوجة، فقد تتخذ شكل عقد بيع عندما تنطوي على نقل نهائي لملكية المحتوى الرقمي، كما هو الحال في شراء البرامج أو الملفات الرقمية. في المقابل، تُعتبر عقود خدمة عندما تسمح للمستهلك بالوصول إلى المحتوى أو استخدامه دون نقل الملكية، كما هو الحال في خدمات البث المباشر أو الاشتراكات في المنصات الرقمية. يوضح هذا التصنيف مرونة هذه العقود وعدم إمكانية حصرها في نموذج قانوني واحد[11].

يُقرّ اتجاه قانوني معاصر بأن عقود المحتوى الرقمي تُشكّل فئةً مستقلةً من العقود، لا تندمج كلياً في عقود البيع أو الخدمات، وذلك نظراً لخصائصها التقنية والقانونية الخاصة. تشمل هذه الخصائص طبيعتها غير المادية، وعدم نضوب نسخها، وتوزيعها عبر الوسائط الإلكترونية، وارتباطها الوثيق بحقوق الملكية الفكرية. ونتيجةً لذلك، يدعو هذا الاتجاه إلى وضع لوائح قانونية خاصة بهذه العقود، لوائح تحترم طبيعتها الفريدة وتضمن التوازن بين مصالح الأطراف المعنية[12].

مع ذلك، يذهب جانب من فقهاء الى تأكيد على مفهوم "الاتاحة" كعنصر أساسي في عقود المحتوى الرقمي. ولا يُشترط نقل الملكية دائمًا؛ إذ يكفي السماح للمستهلك بالوصول إلى المحتوى أو استخدامه، وهو ما يتوافق مع طبيعة الاقتصاد الرقمي القائم على الخدمات والمنصات. علاوة على ذلك، يشير الفقه إلى أن المقابل في هذه

---

[8] حمصي ميلود . مقلاتي مونة ، العقود الذكية كآلية للتعاقد عن بعد، المجلة القانونية للبحوث القانونية والسياسية ،مجلد 6 ، عدد 2 ، 2008 ، ص 140

[9] أسامة أبو مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت ، دار النهضة العربية ، مصر ،2010، ص 39.

[10] Schulze, Reiner, EU Digital Law – Digital Content and Digital Services Directive, Nomos , 2020, p. 45–52.

[11] Staudenmayer, Dirk, “The Directive on Digital Content and Digital Services”, European Review of Private Law, 2020, p. 274–276.

[12] Twigg-Flesner, Christian, Research Handbook on EU Consumer and Contract Law, Edward Elgar, 2016, p. 312–315.

العقود لا يقتصر على القيمة النقدية، بل قد يشمل أيضًا تقديم البيانات الشخصية أو منح الإذن باستخدامها، مما يثير تساؤلات قانونية تتعلق بحماية الخصوصية[13].

تجدر الإشارة أيضاً إلى أن بغض الفقه تُولي اهتماماً خاصاً لمطابقة المحتوى الرقمي وضمان خلوه من العيوب، معتبرةً هذه الالتزامات عنصراً أساسياً في العقد، حتى في غياب أحكام تشريعية صريحة. علاوة على ذلك، كما يربط الفقه بين عقود المحتوى الرقمي ومفاهيم حديثة كالأمن السيبراني وحماية البيانات، مما يعكس تعقيد هذا النوع من العقود.[14]

ويخلص الباحث من ذلك إلى أن عقد المحتوى الرقمي يُمثل نموذجًا متطورًا للعلاقات التعاقدية في العصر الرقمي. وهذا يستلزم إعادة تقييم المفاهيم التعاقدية التقليدية، ووضع قواعد قانونية جديدة تتلاءم مع طبيعة البيئة الرقمية، وتضمن التوازن بين الابتكار التكنولوجي والحماية القانونية.

الفرع الثاني: التعريف التشريعي لعقود المحتوى الرقمي

تُعدّ عقود المحتوى الرقمي عقودًا حديثة فرضتها التطورات التكنولوجية والتحول إلى الاقتصاد الرقمي. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور تحديات قانونية تتعلق بتكييفها وتنظيمها، لا سيما بسبب غياب تعريف تشريعي موحد في العديد من الأنظمة القانونية. ويكشف تحليل النصوص المتاحة أن التشريعات تتجنب عمومًا تقديم تعريف شامل ونهائي لهذا النوع من العقود، بل تتناوله من خلال تنظيم جزئي أو غير مباشر، أو بدمجه في الأطر القانونية التقليدية كعقود البيع أو الخدمات.

فيما يخص المشرع العراقي لم ينص صراحةً على أحكام محددة تنظم أو تحدد عقود المحتوى الرقمي، مما يستدعي الرجوع إلى المبادئ العامة للقانون المدني. وفي هذا الصدد، يمكن الرجوع إلى أحكام عقد البيع، الواردة في المادة 506، والتي تتناول نقل ملكية البضائع مقابل ثمن، وكذلك إلى أحكام عقد المقاولة، الواردة في المادة 864، والتي تنظم الالتزام بأداء مهمة محددة مقابل أجر. علاوة على ذلك، يسمح مبدأ حرية التعاقد، المنصوص عليه في المادة 130، للأطراف بتحديد علاقتهم التعاقدية بحرية ضمن حدود القانون. من جانب اخر يُعتبر عقد المحتوى الرقمي تطبيقًا للعقد الإلكتروني المنصوص عليه في القانون رقم 78 لسنة 2012 بشأن التوقيعات الإلكترونية والمعاملات الإلكترونية، إذ يشترك معه في خاصية إبرامه إلكترونيًا. إلا أنه يختلف عنه في طبيعة موضوعه الفريدة، ألا وهي المحتوى الرقمي[15].

يتضح من هذه النصوص أن المشرع العراقي لم يستوعب بعد بشكل كامل الطبيعة المحددة للمحتوى الرقمي، تاركاً تصنيفه للقضاء والفقه وفقاً لظروف كل حالة .

---

[13] Loos, Marco, “Digital Content and the Concept of Price”, Journal of European Consumer and Market Law, 2017, p. 257–259.

[14] Beale, Hugh, Chitty on Contracts, 33rd ed., Sweet & Maxwell, 2018, Vol. 2, p. 1310–1315.

[15] المادة 1 من قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم (78) لسنة 2012، التي نصت " عاشرا : العقد الالكتروني – ارتباط الايجاب الصادر من احد المتعاقدين بقبول الاخر على وجه يثبت اثره في المعقود عليه والذي يتم بوسيلة الكترونية"

أما في التشريعات المقارنة، فقد ظهرت محاولات أكثر تطورًا لتعريف هذا العقد وتنظيمه، خصوصًا في إطار حماية المستهلك.

وفي فرنسا، أصدر القانون الفرنسي، بموجب المرسوم رقم ١٢٤٧ لسنة ٢٠٢١، لوائح تنظم عقود المحتوى الرقمي والخدمات الرقمية. وتُعرّف المادة (L224- ٢٥-2) من قانون حماية المستهلك عقد المحتوى الرقمي بأنه" أي اتفاق يتعهد بموجبه أحد المهنيين، أو أي شخص يتصرف بصفة مهنية، بتقديم محتوى رقمي أو خدمة رقمية للمستهلك مقابل سعر أو أي مقابل آخر يقدمه المستهلك، سواء كان هذا المقابل نقدياً أو على شكل ميزة أو منفعة تحل محل السعر أو تُكمله".

في القانون الإنجليزي، وتحديداً بموجب قانون حقوق المستهلك لعام 2015، تم الاعتراف بالمحتوى الرقمي كفئة مميزة من السلع والخدمات، ويُعرَّف بأنه "بيانات يتم إنتاجها وتوفيرها في شكل رقمي". وهذا تطور تشريعي هام، يمنح المحتوى الرقمي وضعاً قانونياً خاصاً ويخضعه لإطار قانوني محدد، لا سيما فيما يتعلق بالضمانات والحقوق[16].

يعرف القانون الالماني عقد المحتوى الرقمي هو عقد استهلاكي يُقدّم بموجبه التاجر محتوى رقميًا أو خدمة رقمية للمستهلك مقابل دفع مبلغ مالي. يتألف المحتوى الرقمي من بيانات مُنشأة ومُقدّمة بصيغة رقمية، بينما تُمكّن الخدمة الرقمية المستهلك من إنشاء البيانات الرقمية ومعالجتها وتخزينها وعرضها ومشاركتها والتفاعل معها. تجدر الإشارة إلى أن المشرّع الألماني، في القانون المدني الألماني (BGB)، لم يُقدّم تعريفًا مباشرًا وصريحًا لعقد المحتوى الرقمي. بدلًا من ذلك، اعتمد منهجًا لتحديد نطاق هذه العقود من خلال تحديد موضوعها (محتوى رقمي أو خدمة رقمية) وطبيعة الالتزام الناتج عنها. هذا النهج، المتوافق مع أحكام التوجيه (الاتحاد الأوروبي) 770/2019، يعكس توجهًا تشريعيًا حديثًا يُعطي الأولوية لتنظيم الوظيفة الاقتصادية للعقد بدلًا من الاعتماد فقط على تعريف تقليدي[17].

أما في التشريع الإماراتي، فلم يرد تعريف صريح لعقد المحتوى الرقمي. مع ذلك، تشير اللوائح التنفيذية لقانون حماية المستهلك لعام ٢٠٢٢ إليها ضمنياً من خلال إدراج العناصر الرقمية ضمن مفهوم "السلعة"[18]، ما يُخضع هذه العقود لأحكام حماية المستهلك. ويُعدّ هذا النهج شكلاً من أشكال التكيف التشريعي غير المباشر، إذ يدمج المحتوى الرقمي في المفاهيم التقليدية لمنحه الحماية القانونية، دون الاعتراف الكامل باستقلاليته كفئة قانونية مستقلة.

في القانون الايرلندي، وتحديدًا في قانون حقوق المستهلك لعام 2022، المتوافق مع التوجيه الأوروبي، يُشير مصطلح "المحتوى الرقمي" إلى البيانات المُنتجة والمُقدمة بصيغة رقمية، مثل التطبيقات والملفات الرقمية

---

16 المادة 2 /9 من قانون حماية المستهلك الانكليزي .

17 المادة 327 من قانون المدني الالماني

18 المادة ١ من قانون حماية المستهلك الاماراتي رقم ١٥ لسنة 2020 والتي نصت "...السلعة: كل مادة طبيعية أو منتج صناعي أو زراعي أو حيواني أو تحويلي أو فكري أو تقني بما في ذلك العناصر الأولية للمواد والمكونات التي تدخل في المنتج..".

والبرامج. يُؤكد هذا التعريف على الطبيعة غير الملموسة للمحتوى الرقمي وارتباطه الوثيق بالوسائط الإلكترونية. أما "الخدمة الرقمية" فتشير إلى أي خدمة تُمكّن المستهلكين من إنشاء البيانات أو تخزينها أو عرضها أو معالجتها، أو التفاعل مع البيانات الرقمية ومشاركتها عبر الشبكات الإلكترونية. يعكس هذا التشريع اعتماد المشرّع الايرلندي للمعيار الأوروبي الموحد للتمييز بين المحتوى الرقمي والخدمات الرقمية. ويهدف هذا الإطار إلى تعزيز حماية المستهلك وتحديد التزامات مُقدمي الخدمات في البيئة الرقمية الحالية[19].

يُعرّف القانون البولندي المحتوى الرقمي بأنه "البيانات المُنتجة والمُقدمة بشكل رقمي" أي عنصر مُنشأ ومُعرض بصيغة إلكترونية غير مادية. ويُميز القانون بين هذا المحتوى والخدمات الرقمية، التي تُمكّن المستهلكين من معالجة البيانات وتخزينها والوصول إليها ومشاركتها والتفاعل معها رقميًا. كما يُقدم القانون مفهوم السلع التي تحتوي على عناصر رقمية، في إشارة إلى السلع المادية المرتبطة بالمحتوى أو الخدمات الرقمية، والتي يؤثر غيابها على وظائفها. وأخيرًا، يُعرّف القانون البيئة الرقمية بأنها البنية التحتية التقنية (الأجهزة والبرامج والشبكات) التي تُمكّن المستهلكين من استخدام المحتوى أو الخدمات الرقمية. ويعكس هذا التشريع توجهًا تشريعيًا حديثًا يهدف إلى توسيع نطاق الحماية القانونية وربط جميع مكونات الاقتصاد الرقمي[20].

يتضح مما سبق أن التعريف التشريعي لعقد المحتوى الرقمي يتسم بالمرونة والتطور، إذ يتراوح بين التنظيم غير المباشر في بعض الأنظمة والتنظيم الصريح في أنظمة أخرى. ويتجه التوجه العام نحو الاعتراف بالطبيعة الفريدة لهذا العقد وإخضاعه لقواعد قانونية تتناسب مع طابعه الرقمي. وبناءً على ذلك، فإن العنصر الأساسي في هذا العقد هو تمكين المستهلك من الوصول إلى المحتوى الرقمي أو استخدامه، بغض النظر عن الوسائل التقنية أو الشكل القانوني الذي يتخذه العقد.

وفي ضوء ما سبق، يمكن صياغة تعريف قانوني شامل لعقد المحتوى الرقمي على النحو التالي: اتفاق قانوني يتعهد بموجبه أحد الطرفين بتوفير محتوى رقمي للطرف الآخر، مما يُمكّنه من استخدامه أو الاستفادة منه، مقابل تعويض مالي أو غير مالي. ويمكن تصنيف هذا العقد، بحسب طبيعته، كعقد بيع، أو عقد خدمة، أو حتى اعتباره فئة مستقلة من العقود الحديثة.

المطلب الثاني : خصائص عقود المحتوى الرقمي

تتميّز تختلف العقود المتعلقة بالمحتوى الرقمي عن العقود التقليدية في عدة جوانب، بما في ذلك طبيعة موضوعها وطرق إبرامها وتنفيذها. وقد ساهم التوجيه الأوروبي 770/2019 في إبراز هذه الخصائص

أولًا: عقود ترد على محل غير مادي

توصف السمة الرئيسية لهذه العقود من العقود هي أن موضوعها ليس ماديًا، بل رقميًا (بيانات أو خدمات)، مثل التطبيقات والبرامج والمحتوى السمعي البصري. وفي هذا الصدد، تُعرّف المادة (6/2) من التوجيه الأوروبي

---

[19] المادة 2 من قانون حماية المستهلك الايرلندي لسنة 2022

[20] المادة 5 من قانون البولندي لسنة 2014 المعدل

المحتوى الرقمي بأنه بيانات مُنتجة والمقدمة بصيغة رقمية، وهو تعريف يعكس الطبيعة الحديثة لهذا النوع من العقود، الذي يكون موضوعه غير مادي. وينطبق هذا تمامًا على الأفلام والمسلسلات التي تُبث عبر منصات رقمية مثل شاهد و نتلفكس على سبيل المثال، حيث يحصل المستهلك على حق مشاهدتها دون الحصول على نسخة مادية.

كما تعرف المادة (7/2) الخدمة الرقمية من التوجيه الاوربي انف الذكر بأنها أي خدمة تمكن المستهلك من إنشاء البيانات أو معالجتها أو تخزينها أو الوصول إليها أو التفاعل معها، مما يعكس النطاق الواسع لهذا المفهوم ليشمل أشكالًا مختلفة من المعاملات الرقمية.

وبناءً على ذلك، فإن موضوع العقد في هذه الحالة غير ملموس، مما يميزه جذرياً عن موضوع عقد البيع التقليدي للسلع المادية[21] ، ففي عقود المحتوى الرقمي، لا يكتسب المستهلك ملكية سلعة محددة، بل حق استخدامها أو الانتفاع بها مؤقتاً فقط. ويؤثر هذا التغيير في طبيعة الموضوع تأثيراً مباشراً على طبيعة الالتزامات التعاقدية: فالتزام التسليم لا يقوم على نقل الحيازة المادية، بل على إتاحة المحتوى للمستهلك.

وهكذا، يتحول مفهوم "التسليم" إلى مفهوم تقني يشمل توفير المحتوى عبر المنصة الرقمية وضمان حسن أدائه. وهذا يفرض على المزود التزامًا مستمرًا بالحفاظ على إمكانية الوصول، بدلًا من التزام لمرة واحدة كما هو الحال في البيع التقليدي. كما ينتج عنه ظهور التزامات جديدة، مثل ضمان التوافق التقني وجودة العرض واستمرارية الخدمة. ونتيجة لذلك، تُعد الطبيعة غير الملموسة للمحتوى إحدى الخصائص الأساسية التي تميز عقود المحتوى الرقمي وتبرر خضوعها لأنظمة قانونية محددة.

ثانيًا: عقود ذات خصوصية التنفيذ (التسليم الرقمي والدفع الإلكتروني)

يتميز تنفيذ عقود المحتوى الرقمي بخصائص محددة، إذ يتم التسليم رقميًا (التنزيل، أو البث المباشر، أو الوصول إلى منصة إلكترونية). ولا يتطلب الأمر أي نقل مادي؛ إذ يصبح التسليم ساريًا بمجرد إتاحة المحتوى للمستهلك. ويتم الدفع عادةً إلكترونيًا، لا سيما عن طريق بطاقة الائتمان أو المحفظة الإلكترونية. وتنظم التشريعات الحديثة هذه الممارسات لضمان أمان المعاملات المالية. علاوة على ذلك، قد يؤدي التنفيذ الفوري في بعض الحالات إلى فقدان حق الانسحاب، خاصةً بعد بدء التنزيل أو الاستخدام. وتثير هذه الخاصية تساؤلات حول مواعيد التسليم ومدى مطابقة المحتوى للمواصفات. كما أنها تلزم المزود بضمان استمرارية الخدمة في بعض العقود. وبالتالي، فإن الطبيعة الفريدة لهذا التنفيذ تنبع مباشرةً من الطبيعة الرقمية لموضوع العقد.

ثالثا: عقود ذات بيئة رقمية متطورة (مرتبطة بالتحديثات التقنية وضمان المطابقة)

تُعد خاصية الارتباط بالتحديثات التقنية وضمان المطابقة من أبرز السمات التي تميز عقود المحتوى الرقمي، نظرًا لطبيعة البيئة الرقمية المتطورة والديناميكية. وتؤكد المادة (7.3) من التوجيه الأوروبي على التزام المورّد

[21] عمر زبير ظاهر الشيخاني ، الاطار القانوني لبيع المواقع الإلكترونية ، مجلة الشرق الاوسط لدراسات القانونية والفقيه ، المجلد 5 ، العدد 3 ، 2025 ، ص 222 و 223

بتوفير التحديثات اللازمة، ولا سيما تحديثات الأمان، لضمان توافق المنتج أو الخدمة مع المواصفات المتفق عليها. ويتجلى هذا الالتزام بوضوح في عقود المحتوى الرقمي، حيث تعتمد منصات مثل نتفلكس على التحديثات المستمرة للبرامج والبنية التحتية لضمان جودة الخدمة واستمراريتها.

فهو ينطوي على التزام مستمر بالحفاظ على صلاحية المحتوى للاستخدام طوال مدة العقد، مما يمثل تحولاً من التزام لمرة واحدة إلى التزام مستمر. ومع ذلك، تحقق المادة (4/7) من التوجيه الاوربي توازناً بين الطرفين، إذ تعفي المزود من أي مسؤولية إذا لم يقم المستهلك بتثبيت التحديثات رغم إبلاغه بوضوح بضرورة ذلك.

مع ذلك، تنص المادة 10 من التوجيه على مسؤولية المزود عن أي عدم مطابقة تحدث خلال فترة محددة. وتمتد هذه المسؤولية طوال مدة العقد في حالة تقديم المحتوى الرقمي بشكل مستمر. وينطبق هذا بشكل خاص على خدمات البث الرقمي، حيث يظل المزود مسؤولاً عن جودة الخدمة طوال فترة الاشتراك، كما هو الحال في منصة شاهد.

تنص المادة 13 من التوجيه الأوروبي على سبل الانتصاف المتاحة للمستهلكين في حال عدم مطابقة المحتوى أو الخدمات الرقمية. وتشمل هذه السبل الإصلاح أو الاستبدال، وتخفيض السعر، وإنهاء العقد. تُعزز هذه التدابير حماية المستهلك التعاقدية في البيئة الرقمية، وتضمن إعادة التوازن للعلاقة التعاقدية في حال الإخلال بالالتزامات.

فيما يتعلق بعقود المحتوى الرقمي، يتسم هذا التنظيم بطابع خاص، بما يتناسب مع الطبيعة غير المادية لهذه الاتفاقيات. لا يُقصد بـ"الإصلاح" الإصلاح المادي بالمعنى التقليدي، بل يُقصد به تصحيح العيوب التقنية، أو تحديث البرامج، أو تحسين أداء الخدمة الرقمية لضمان الامتثال المطلوب. أما "الاستبدال" فيتمثل في تزويد المستهلك بنسخة رقمية متوافقة أو إعادة تهيئة الخدمة.

في البيئة الرقمية، يتخذ "إنهاء العقد" شكل إلغاء الاشتراك أو تعليق الوصول إلى المنصة أو الخدمة، كما هو الحال بالنسبة لخدمات البث الرقمي مثل منصات المشاهدة. وينتج عن ذلك إنهاء العلاقة التعاقدية وجميع الالتزامات المستقبلية ذات الصلة.

وتؤكد المادة 14 من التوجيه نفسه أيضاً على ضرورة إجراء الإصلاحات أو الاستبدالات مجاناً، دون أي تكلفة على المستهلك، وفي غضون فترة زمنية معقولة، وبأقل قدر من الإزعاج. ويعزز هذا النظام بوضوح مبدأ الحماية الفعالة للمستهلكين الرقميين، ويضمن فعالية سبل الانتصاف في حال الإخلال بالتزامات الامتثال في العقود الرقمية.

يمثل هذا التوسيع في نطاق المسؤولية خروجاً عن القواعد التقليدية التي تقصر الضمان على تاريخ التسليم فقط، إذ يصبح الامتثال في العقود الرقمية شرطاً ديناميكياً يجب الحفاظ عليه باستمرار. ونتيجة لذلك، تُشكل التحديثات التقنية وضمانات الامتثال التزاماً أساسياً ومستمراً، مما يبرر مكانتها كخصائص جوهرية تميز عقود المحتوى الرقمي عن العقود التقليدية.

رابعاً : عقد ذو طبيعية خاصة

تنص المادة 3 من التوجيه الأوروبي 770/2019 على أن عقود المحتوى الرقمي تتمتع بوضع قانوني مستقل. وتوضح أن هذا التوجيه لا ينطبق على عقود توريد المحتوى الرقمي أو الخدمات الرقمية، بل على "السلع"، بما في ذلك تلك التي تحتوي على عناصر رقمية.

وبالتالي، فإن الاشتراك في منصات مثل نتفلكس عقد بيع بالمعنى التقليدي، بل هو عقد لتوريد خدمة رقمية. ولذلك، يخضع هذا الاشتراك لأحكام التوجيه 771/2019، على الرغم من أن بعض الأحكام المتعلقة بالبيع لا تنطبق إلا عندما يكون المحتوى الرقمي مرتبطًا بسلعة مادية. ونتيجة لذلك، يشكل هذا النوع من العقود فئة قانونية مستقلة تتجاوز التصنيف التقليدي لعقد البيع.

في هذا سياق أصدرت محكمة العدل التابعة للاتحاد الأوروبي حكمًا في مسألة قانونية جوهرية تتعلق بتصنيف البرامج التي يتم تنزيلها إلكترونيًا. وتركز النزاع حول ما إذا كان منح ترخيص دائم لاستخدام البرامج يُعد بيعًا للسلع أم مجرد ترخيص لا يخضع للقواعد المطبقة على بيع السلع، وفقًا للتوجيه EEC/653/86 المتعلق بالوكلاء التجاريين. وقد نشأ هذا النزاع بعد إنهاء العقد بين الطرفين، حيث طالبت الوكالة بتعويض، مما استلزم تحديد ما إذا كان يمكن تصنيف البرنامج على أنه "سلع" بموجب التوجيه. وخلصت المحكمة إلى أن برامج الحاسوب المُقدمة إلكترونيًا مع حق استخدام دائم مُمنوح مقابل دفع مبلغ مالي تُعد سلعًا، مؤكدةً أن العامل الحاسم ليس طريقة التسليم (مادية أو رقمية) بل طبيعة الحق الممنوح، أي الاستخدام الدائم. يمثل هذا الحكم خطوة مهمة إلى الأمام في تطور التصنيف القانوني لعقود المحتوى الرقمي، مما يعكس اتجاهاً نحو توسيع مفهوم الملكية للتكيف مع البيئة الرقمية[22].

خامساً : توصف عقود المحتوى الرقمي بانها دولية

تتسم عقود المحتوى الرقمي بطابع دولي في أغلب الأحيان، نظرًا لإبرامها في بيئة رقمية عابرة للحدود. وقد يتواجد أطرافها في بلدان مختلفة، بغض النظر عن مواقعهم الجغرافية. فقد يكون المستهلك في بلد، بينما يتواجد مُقدّم المحتوى الرقمي أو الخدمة في بلد آخر، وقد تتوزع البنية التحتية التقنية لمعالجة البيانات وتخزينها بين خوادم وشركات وسيطة في عدة بلدان.

لذا، لا تقتصر عقود المحتوى الرقمي على المفهوم التقليدي لـ"مجلس العقد" الذي يجمع الطرفين وجهًا لوجه، بل تُنفّذ عبر المنصات الرقمية والإنترنت، التي تتميز بانتشارها العالمي وغياب القيود الجغرافية، مما يضفي عليها طابعًا دوليًا تلقائيًا[23].

---

[22] محكمة العدل الأوروبية، قضية رقم C-19/410، The Software Incubator Ltd v Computer Associates (UK) Ltd، حكم صادر في 16 سبتمبر 2021، منشور على موقع EUR-Lex، متاح عبر الرابط التالي
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=oj:JOC_2021_471_R_0004

[23] محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية 2004 ، ص59

علاوة على ذلك، تُسهم طبيعة المحتوى الرقمي، القائمة على النقل الإلكتروني وتبادل البيانات عبر الشبكة، في هذا الطابع الدولي. إذ تشارك فيه أطراف متعددة، منها المستخدم، ومُقدّم الخدمة الرقمية، ومُقدّمو البنية التحتية التقنية أو منصات الوساطة الرقمية. وهذا ما يجعل عقود المحتوى الرقمي، في معظم الحالات، عابرة للحدود ومرتبطة في الوقت نفسه بأنظمة قانونية متعددة.

سادساً : توصف عقود المحتوى الرقمي بإمكانية العدول عنها

على الرغم من أن الطبيعة الملزمة للعقد تعني أنه لا يمكن لأي من الطرفين الانسحاب منه بمجرد تقديم العرض وقبوله من الطرف الآخر، إلا أنه في حالة العقود الإلكترونية المبرمة عبر الإنترنت، حيث يتم فحص موضوع العقد (السلع أو غيرها من المنتجات) إلكترونيًا، يكون الانسحاب ممكنًا نظرًا لاستحالة إجراء فحص مادي لحل أي لبس. ويعترف كل من القانون الأمريكي والقانون الإنجليزي بحق المستهلك في الانسحاب من العقود الإلكترونية خلال فترة سماح تختلف باختلاف النظام القانوني، وذلك استنادًا إلى حقيقة أن الطرف المتعاقد أو المستهلك لم يرَ المنتج أو السلع. كما أن هذا الحق مكفول في قانون حماية المستهلك الفرنسي، وتحديدًا في المادة 26/121، التي تنص على أنه "في أي عملية بيع عن بُعد، يكون للمشتري مهلة سبعة أيام من تاريخ الاستلام لإعادة المنتج، إما لاستبداله أو استرداد ثمنه، مجانًا، باستثناء تكاليف الشحن للإرجاع"[24].

المبحث الثاني : النظام القانوني لعقود المحتوى الرقمي (الالتزامات المتبادلة بين الاطراف)

يُعدّ عقد المحتوى الرقمي عقدًا حديثًا، نتاجًا للتطور التكنولوجي والاقتصادي. وهو يقوم على تبادل منفعة غير ملموسة، كالبيانات أو الخدمات الرقمية، مقابل التزام مالي أو أي دفعة أخرى يدفعها المستهلك. ويتميز هذا العقد بطبيعته المستمرة، حيث تتداخل التزامات مُقدّم المحتوى الرقمي والمستهلك، مما يستدعي إعادة النظر في قواعد العقود المدنية والتجارية التقليدية .

من جهة، يلتزم مزود المحتوى الرقمي بتقديم خدمة تتوافق مع بنود العقد، وضمان استمراريتها وتحديثها، وحماية بيانات المستخدم، وتوفير الشفافية والمعلومات الكافية قبل وأثناء تنفيذ العقد. ومن جهة أخرى، يلتزم المستهلك بدفع السعر المتفق عليه، واستخدام المحتوى الرقمي وفقًا للقانون، والامتناع عن أي إساءة استخدام، بالإضافة إلى التعاون في عمليات التثبيت والتحديثات، عند الاقتضاء.

المطلب الاول : التزامات مزود المحتوى الرقمي

تشمل هذه الالتزامات تقديم الخدمة الرقمية وفقًا للعقد، وضمان استمراريتها، وتحديثها بانتظام. كما تشمل الالتزام بالشفافية والمعلومات، وحماية البيانات الشخصية، ومنع أي تغييرات تعسفية في بنود العقد أو محتواه. وقد عززت السوابق القضائية المقارنة، لا سيما في أوروبا، هذه الالتزامات من خلال فرض ضوابط صارمة على المنصات الرقمية العالمية، مثل شركات المحتوى والبث المباشر، لضمان سلامة الخدمة واحترام حقوق المستهلك.

---

[24] ماجد محمد سليمان أبا الخيل, العقد الالكتروني, ط1, السعودية, مكتبة الرشد, 2009, ص53.

وفي هذا الإطار، برزت إشكاليات عملية وقضائية حول حدود التزامات الأطراف، خاصة في العقود المبرمة مع شركات المنصات الرقمية العالمية، حيث اتجه القضاء العراقي لعدم جواز مخاصمة فرع الشركة الاجنبية لعدم تمتعها بالشخصية المعنوية على عكس من توجه القضاء في الدول الاوربية محل المقارنة[25]

يرى الباحث أن قرار المحكمة الاتحادية العليا رقم ٢٩٤ لسنة ٢٠٢٢، وإن كان متوافقًا مع المبادئ التقليدية للشخصية المعنوية، لم يعد كافيًا لمعالجة تعقيدات النشاط الاقتصادي الحديث، لا سيما في مجال العقود الرقمية حيث تلعب الفروع المحلية دورًا فاعلًا ومباشرًا في إبرام وتنفيذ الالتزامات التعاقدية. وبناءً على ذلك، يقترح الباحث تعديلًا تشريعيًا على نظام فروع الشركات الأجنبية رقم ٢ لسنة ٢٠١٧ ، بإضافة النص التالي للمادة ٦ "يجوز مقاضاة فرع شركة أجنبية مسجلة في العراق فيما يتعلق بأنشطتها وعملياتها التجارية في المنطقة، وتكون الشركة الأجنبية مسؤولة بالتضامن والتكافل معه عن الالتزامات والأحكام الصادرة ضده".

الفرع الاول : الالتزام بالتسليم (التوريد) وضمان المطابقة الرقمية

يُعدّ الالتزام بالتسليم وضمان المطابقة الرقمية من أهم التزامات التي تقع على عاتق مزود الخدمة في عقود المحتوى الرقمي. هذا الالتزام مُحدّد بوضوح في أحكام التوجيه الأوروبي 770/2019[26]. مع ذلك، لا يتضمن القانون العراقي أحكامًا خاصة بهذا النوع من العقود، مما يستدعي اللجوء إلى القواعد العامة للقانون المدني.

في القانون الفرنسي، وبعد دمج أحكام التوجيه في قانون حماية المستهلك الفرنسي[27]، وضع المشرّع نظامًا دقيقًا لعقود المحتوى والخدمات الرقمية. يُميّز هذا النظام بين الالتزام بالتوريد (التسليم) وضمان المطابقة. يلتزم المتخصصون بتوفير المحتوى أو الخدمات الرقمية دون تأخير غير مبرر أو ضمن الإطار الزمني المتفق عليه، وباستخدام الوسائل التقنية التي تُمكّن المستهلك من الاستفادة منها بفعالية. يتجاوز هذا الالتزام مجرد الإتاحة؛ إذ يجب أن يتوافق التسليم مع المواصفات المتفق عليها، وإلا يُعدّ ذلك إخلالًا بالعقد. كما اعتمد القانون الفرنسي مفهومًا مزدوجًا للمطابقة، يشمل المطابقة الذاتية (المطابقة للوصف والخصائص المتفق عليها) والمطابقة الموضوعية (توافر الجودة والوظائف والتوافق والأمان والتحديثات اللازمة). يلتزم المزوّد بتوفير التحديثات في غضون فترة زمنية معقولة، مما يعكس نهجًا تقدميًا لحماية المستهلك الرقمي.

في القانون الإنجليزي، تُنظَّم هذه المسائل بموجب قانون حقوق المستهلك لعام ٢٠١٥[28]، الذي وضع معايير عامة للمطابقة، وهي: الجودة المرضية، والملاءمة للغرض، والمطابقة للوصف. وتعني هذه المعايير أن المورّد

---

[25] قضت محكمة التمييز الاتحادية في العراق في القرار المدني رقم 294/الهيئة الاستئنافية منقول/2022 بتاريخ 2022/1/26، "بعدم صحة إقامة الدعوى على فرع شركة أجنبية مسجل في العراق. وبيّنت المحكمة أن فرع الشركة الأجنبية لا يتمتع بالشخصية المعنوية المستقلة. وإنما يمثل مجرد امتداد للشركة الأم لممارسة نشاطها داخل العراق.
وبناءً على ذلك، لا تتوافر فيه صفة الخصومة في الدعاوى القضائية. وأكدت المحكمة أن الشركة الأجنبية وحدها هي التي تملك الشخصية القانونية. وهي الجهة التي يجوز مخاصمتها أمام القضاء"

[26] المواد (5-8) من التوجيه (EU) 770/2019 الصادر عن البرلمان الأوروبي والمجلس بتاريخ 20 أيار 2019

[27] المواد (L224-25-5، L224-25-12 إلى L224-25-14، L224-25-25) من (قانون حماية المستهلك الفرنسي)، المعدل بموجب الأمر رقم 1247-2021 الصادر بتاريخ 29 سبتمبر 2021

[28] قانون حقوق المستهلك لسنة 2015 (المملكة المتحدة)، المواد (34، 35، 36، 41، 44)

مُلزم بتوفير محتوى رقمي خالٍ من العيوب وقادر على أداء وظيفته وفقًا لتوقعات المستهلك. كما يُلزم المورّد بتسليم المحتوى في غضون فترة زمنية معقولة وبطريقة تُمكّن المستهلك من الوصول إليه، مع الإقرار ضمنيًا بضرورة التحديثات للحفاظ على الأداء والأمان. في حال حدوث أي خلل، يحق للمستهلك طلب الإصلاح أو الاستبدال، ثم تخفيض السعر أو استرداد المبلغ إذا تعذّر ذلك.

أما القانون العراقي، فلم يتضمن أحكاماً محددة بشأن عقود المحتوى الرقمي، سواء في القانون المدني العراقي أو في قانون حماية المستهلك العراقي، مما يستلزم تطبيق قواعد عامة. ويتمثل المبدأ الأساسي في التزام المدين بتنفيذ التزاماته عينًا، وفقاً لشروط العقد[29]. وهذا يعني تسليم موضوع الالتزام وفقاً للمواصفات والخصائص المتفق عليها. كما يُعد أي إخلال بهذا المعيار خرقاً للعقد، مما يُرتب مسؤولية تعاقدية ويُخول المستهلك المطالبة بالتنفيذ العيني، أو إنهاء العقد، أو التعويض[30]. إلا أن هذه القواعد لا تزال قاصرة عن معالجة الخصائص التقنية للمحتوى الرقمي، إذ لا تتناول قضايا جوهرية كالتحديثات الرقمية، والتوافق التقني، والاستمرارية.

الفرع الثاني : الالتزام بالإعلام والتركيب والتحديث

يُعدّ الالتزام بتوفير المعلومات وتثبيت المحتوى وتحديثه شرطًا أساسيًا يقع على عاتق مزودي المحتوى الرقمي. فهو يُمكّن المستهلكين مباشرةً من الوصول الآمن إلى المحتوى والخدمات الرقمية، لا سيما في البيئات الرقمية التي يندر فيها التواصل المباشر ويعتمد فيها المستهلكون اعتمادًا كبيرًا على المعلومات التي يُقدّمها المزود. يعرَّف الالتزام بالإعلام بأنه التزام عام يقع على عاتق الطرف المتعاقد الذي يمتلك، أو يُفترض أنه يمتلك، معلومات جوهرية تتعلق بالعقد، وذلك لصالح الطرف الآخر الذي لا يمتلك هذه المعلومات أو لا يستطيع الوصول إليها بشكل مستقل[31]. ويكتسب هذا الالتزام أهمية خاصة في عقود المستهلكين، لا سيما تلك المتعلقة بالمحتوى الرقمي، نظرًا للاختلاف الكبير في الخبرة والمعرفة بين المهني أو مقدم الخدمة والمستهلك، مما يُنشئ اختلالًا في توازن المعلومات بين الطرفين[32].

يُبيّن التوجيه الأوروبي لعام 2019 / 770[33] ولا سيما المواد 6 و7 و8، أن المشرّع الأوروبي قد وضع إطارًا دقيقًا وشاملًا للالتزام بالإعلام عن عقود المحتوى الرقمي والسلع وتثبيتها وتحديثها. ويكمن الالتزام بالإعلام في اشتراط مطابقة السلع المباعة للوصف والوظائف وقابلية التشغيل البيني المتفق عليها في العقد. بمعنى آخر، يجب أن يتلقى المستهلك جميع المعلومات الأساسية قبل إبرام العقد. وتنص المادة (6 /ج) صراحةً على وجوب تلقي المستهلك جميع التعليمات، بما في ذلك تعليمات التثبيت. أما المادة 8، فتربط بين التثبيت غير الصحيح وعدم

---

29 المادة 246 من القانون المدني العراقي

30 المادة 177 من القانون المدني العراقي ، كذلك د.محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، 2023 ، ص94

31 محمد حسن قاسم, مراحل التفاوض في عقد الميكنة المعلوماتية دراسة مقارنة, دار الجامعة الجديدة, الاسكندرية ، ٢٠٠٢ ، ص ١٠٠

32 جاك غستان, المطول في القانون المدني, تكوين العقد, ترجمة منصور القاضي, ط, مجد والتوزيع, بيروت ، ٢٠٠٨ ص ٦٩١ .

33 انظر المواد 6 و7 و8 من التوجيه الاوربي

المطابقة، سواءً كان ذلك بسبب البائع أو بسبب عدم كفاية التعليمات. وقد تناولت المادة 7، الفقرة 3، الالتزام بتوفير التحديثات بشكل صريح ومبتكر، حيث تلزم البائع بتزويد المستهلك بالتحديثات، ولا سيما تحديثات الأمان، في غضون فترة زمنية معقولة أو طوال مدة التوريد. لا يُعفى البائع من المسؤولية إلا إذا لم يقم المستهلك بتثبيت التحديث بعد إبلاغه به. يُظهر هذا التنظيم أن المشرّع الأوروبي قد تحوّل من المفهوم التقليدي للتسليم إلى مفهوم المطابقة المستمرة.

في هذا السياق أصدرت محكمة ميونخ الإقليمية حكمًا يقضي بأن دمج الإعلانات تلقائيًا في خدمة برايم فيديو من أمازون غير قانوني. وقررت المحكمة أن هذه الممارسة تُشكل تدهورًا كبيرًا في مستوى الخدمة المتفق عليه مع المشتركين. ويأتي هذا القرار عقب اعتراضات من جمعيات حماية المستهلك بشأن الرسوم الإضافية المفروضة لإزالة الإعلانات. كانت أمازون تُلزم مشتركيها بمشاهدة الإعلانات، مع إمكانية إلغاء الاشتراك مقابل رسوم شهرية إضافية. وخلصت المحكمة إلى أن هذا التغيير تم دون موافقة صريحة من العميل، وبالتالي يُعدّ خرقًا للعقد.وأكدت المحكمة أن شروط الخدمة لا تُخوّل الشركة تغيير جوهر الخدمة من جانب واحد. ووصفت المحكمة إدخال الإعلانات بأنه "تدهور جوهري" للخدمة الرقمية المتفق عليها. وانتقدت المحكمة تواصل أمازون مع المستخدمين، معتبرةً إياه مُضللًا ومُخالفًا لقواعد المنافسة. وأمرت المحكمة الشركة بالتوقف عن هذه الممارسات وتوضيح حقوق المستهلكين المتضررين[34].

يرى الباحث أن هذا القرار يعزز مبدأ الحصول على موافقة صريحة عند تعديل العقود الرقمية ويؤكد أن إدخال الإعلانات يشكل تغييراً جوهرياً في طبيعة الالتزام، وليس مجرد تعديل طفيف.

في القضية اخرى تتعلق بنزاع بين الاتحاد الألماني لمنظمات المستهلكين وشركةPlanet 49، المشغلة لليانصيب الإلكتروني. استخدمتPlanet 49 خانة مُحددة مسبقًا للحصول على موافقة المستخدمين على تخزين ملفات تعريف الارتباط لأغراض إعلانية. قضت المحكمة بأن هذه الطريقة لا تُعد "موافقة صريحة" بالمعنى المقصود في القانون الأوروبي، مؤكدةً أن الموافقة يجب أن تكون إجراءً إيجابيًا وفعالًا يقوم به المستخدم نفسه (مثل تحديد خانة فارغة). كما شددت المحكمة على أن طبيعة البيانات (شخصية أو غير شخصية) لا تؤثر على شرط الحصول على الموافقة، والهدف هو حماية خصوصية المستخدمين على أجهزتهم. علاوة على ذلك، أمرت المحكمة المواقع الإلكترونية بتوفير معلومات واضحة حول مدة الاحتفاظ بملفات تعريف الارتباط هذه وإمكانية

[34] محكمة ميونخ الإقليمية (Landgericht München I)، رقم القرار 33 24/3266O، بتاريخ 16 ديسمبر 2025، بشأن عدم قانونية إدراج الإعلانات ضمن خدمة Prime Video دون موافقة صريحة من المشتركين، منشور على: Broadband TV News، 18 ديسمبر 2025 على رابط التالي
https://www.broadbandtvnews.com/2025/12/18/german-court-rules-against-amazon-over-prime-video-advertising/

وصول جهات خارجية إليها. يُمثل هذا القرار خطوة هامة نحو تعزيز حقوق الخصوصية الرقمية ومنع الممارسات التجارية الخادعة التي تُغري المستخدمين بالموافقة دون علمهم على تتبع أنشطتهم[35].

يرى باحث "ان حكم محكمة العدل الأوروبية في هذه القضية انتصارًا لمبدأ حماية البيانات بالتصميم والافتراضي. فمن الناحية القانونية والتقنية، أنهت المحكمة عهد الموافقة الضمنية في الفضاء الرقمي. ويُحدّ هذا النهج من الممارسات الخادعة التي تستغلّ نفسية المستخدمين (كالكسل أو سرعة التصفح) لعرض إعلانات مُستهدفة. ويرى الباحثون أن هذا القرار لا يحمي البيانات الشخصية فحسب، بل يحمي أيضًا السلامة التقنية لأجهزة المستخدمين، ما يُجبر الشركات على إعادة النظر في واجهاتها لتحقيق مزيد من الشفافية. وقد عزّز هذا القرار الثقة في الاقتصاد الرقمي الأوروبي، وجعله معيارًا عالميًا.

تُبرز المواد من L224-25-1 إلى L224-25-32 من قانون حماية المستهلك الفرنسي دقة وتطور الإطار القانوني الفرنسي الذي يُنظم الالتزامات المتعلقة بالمعلومات والتركيب والتحديثات في عقود المحتوى الرقمي. وفيما يخص الالتزام بتوفير المعلومات، يُترجم ذلك إلى اشتراط مطابقة المحتوى الرقمي أو الخدمة لما تم الاتفاق عليه تعاقديًا (المادة L224-25-10 وما يليها)، والالتزام بتوضيح الخصائص والوظائف والاستخدام المقصود بوضوح، بالإضافة إلى التزام الفني بتزويد المستهلك بجميع تعليمات التركيب والدعم الفني (المادة L224-25-11). ويعكس هذا التزامًا شاملًا بتوفير المعلومات، قبل وأثناء تنفيذ العقد. أما فيما يتعلق بالتزام التركيب، فقد تناولته المادة L224-25-16 صراحةً، حيث تنص على أن أي عدم مطابقة ناتج عن تركيب غير صحيح يُعزى إلى الفني إذا كان التركيب من مسؤوليته أو إذا كان بسبب تعليمات غير كافية، مما يُوسع نطاق مسؤولية المورد. فيما يتعلق بالتزام التحديث، فقد تم ذكره بوضوح في المادة L224-25-12، والتي تتطلب من المهني إبلاغ المستهلك بالتحديثات، بما في ذلك تحديثات الأمان، وتوفيرها في غضون فترة زمنية معقولة أو طوال مدة العقد في حالة التوريد المستمر، مع إعفائهم من كل المسؤولية فقط إذا فشل المستهلك في تثبيتها على الرغم من إبلاغه (L224-25-13)[36].

بموجب قانون حقوق المستهلك لعام ٢٠١٥، يتضح أن المشرّع الإنجليزي لم يتعامل مع الالتزامات الحديثة المتعلقة بعقود المحتوى الرقمي (المعلومات، والتحديثات، والتثبيت) كالتزامات مستقلة، بل دمجها في مفهوم واحد: المطابقة. تنص المادة ٣٤ على أن المحتوى الرقمي يجب أن يكون بجودة مرضية، ويتم تقييم هذه الجودة بناءً على الوصف المقدم من المورّد، والسعر، والسياق. وبالتالي، يُعدّ الالتزام بتقديم المعلومات جزءًا لا يتجزأ من معيار المطابقة، حيث يؤثر أي وصف أو معلومات قبل إبرام العقد بشكل مباشر على تقييم المطابقة. وتؤكد

---

35 محكمة العدل للاتحاد الأوروبي، قضية "الاتحاد الألماني للمنظمات الاستهلاكية ضد شركة Planet 49، قضية رقم C-17/673 متاح على الموقع الإلكتروني:
https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/jurisprudence?lang=EN&searchTerm=C-2%673F17&sort=SCORE-DESC

36 انظر نصوص المواد (L224-25-1 إلى L224-25-32) من قانون المستهلك الفرنسي

المادة ٣٦ كذلك على ضرورة مطابقة المحتوى للوصف، وأن جميع المعلومات التي يقدمها البائع تُعتبر جزءًا لا يتجزأ من العقد، مما يحوّل الالتزام بتقديم المعلومات إلى التزام تعاقدي ملزم. وفيما يتعلق بالتثبيت، تنص المادة ٤٦ على أن المحتوى غير مطابق إذا تم تثبيته بشكل غير صحيح من قِبل المورّد أو إذا نتج الخطأ عن تعليمات تثبيت غير كافية، مما يوسّع نطاق المطابقة ليشمل مرحلة التنفيذ. أما فيما يتعلق بالتزام الملاءمة لغرض معين، فقد تم النص على ذلك في المادة 35، التي تشترط أن يكون المحتوى مناسبًا للغرض الذي أبلغ المستهلك التاجر به مسبقًا، وبالتالي ربط المعلومات المقدمة مسبقًا بمدى ملاءمة الخدمة[37].

فيما يخص المشرع العراقي تنص المواد 6 و7 و8 من قانون حماية المستهلك العراقي ضمنيًا على التزامات أساسية لمقدمي المحتوى الرقمي، وهي الالتزام بالإبلاغ عن المحتوى وتثبيته وتحديثه، على الرغم من عدم النص صراحةً على هذه الالتزامات في صيغتها الحالية. وتؤكد المادة 6 حق المستهلك في الحصول على معلومات كاملة ودقيقة حول طبيعة الخدمة أو المنتج وكيفية استخدامه. ويشكل هذا أساس الالتزام بتوفير المعلومات في البيئة الرقمية، لا سيما فيما يتعلق بخصائص المحتوى الرقمي ومتطلبات تشغيله. علاوة على ذلك، يمتد التزام مقدمي الخدمات بضمان الجودة والالتزام بالمعايير، كما هو منصوص عليه في المادة 7، ليشمل الأداء السليم للمحتوى الرقمي، بما في ذلك تثبيته الصحيح وخلوه من العيوب الفنية. وتكرس المادة 8 مبدأ مسؤولية مقدم الخدمة المستمرة طوال مدة الضمان، والتي يمكن تفسيرها على أنها تشمل التحديثات اللازمة لضمان مطابقة المحتوى وقابليته للاستخدام[38].

يرى باحث بانه التوجيه الأوروبي والقوانين محل المقارنة التي اخذ بالتوجيه انف الذكر قد اقرت بالطبيعة الديناميكية للمحتوى الرقمي، اذ جعلت التحديث التزامًا قانونيًا صريحًا، وليس مجرد التزام تعاقدي، على عكس التشريعات التقليدية. علاوة على ذلك، تدمج التوجيه المعلومات والتثبيت والتحديثات في إطار موحد يُسمى "ضمان المطابقة"، مما يُعزز حماية المستهلك. ونتيجة لذلك، يُشكل هذا النهج نموذجًا متقدمًا ينبغي على المشرع العراقي الاقتداء به من خلال إدخال أحكام محددة تُنظم التحديثات التقنية والدعم المستمر، وتحديد مسؤولية المُزوّد في حالة عدم الامتثال، وذلك لمواكبة التطور الرقمي السريع.

الفرع الثالث : الالتزام بضمان العيوب الخفية وحماية البيانات الشخصية

يُعدّ الالتزام بضمان خلوّ العقود من العيوب الخفية وحماية البيانات الشخصية من أهمّ الالتزامات، ما يعكس تطوّر الحماية القانونية في العقود الحديثة. فقد تحوّل الفكر القانوني من الحماية التقليدية، المرتبطة بالموضوع المادي للعقد، إلى حماية أشمل تشمل الجوانب الرقمية وغير المادية. ويكتسب هذا الالتزام أهمية خاصة في ظلّ اتساع نطاق عقود المستهلكين وتزايد استخدام التقنيات الرقمية في إبرامها وتنفيذها. ولم تعد العيوب تقتصر على النواقص المادية، بل تشمل الآن الأعطال الوظيفية أو التقنية للمنتجات والخدمات الرقمية. علاوة على ذلك،

---

37 انظر نصوص المواد (34 و 35 و36 و46) من قانون المستهلك الانكليزي

38 انظر نصوص المواد (6 و 7 و 8) من قانون المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010

أصبحت البيانات الشخصية عنصرًا أساسيًا في المعاملات الإلكترونية، ما يجعل وضع لوائح تنظم جمعها ومعالجتها وحمايتها أمرًا ضروريًا. ويهدف هذا الالتزام إلى تحقيق توازن بين أطراف العقد، يضمن من جهة سلامة موضوع العقد، ومن جهة أخرى حماية خصوصية المستهلكين.

يتناول التوجيه الأوروبي 770/2019 مسألة ضمانات المطابقة فيما يتعلق بالعيوب الخفية، معتمدًا على مفهوم "مطابقة البضائع للعقد" بدلًا من المفهوم التقليدي لـ"العيوب الخفية". وينص على أن البائع ملزم بتسليم بضائع مطابقة لشروط العقد ولمعايير المطابقة الموضوعية. وتحدد المادة 5 التزام البائع بتسليم البضائع المطابقة، بينما تحدد المادة 6 معايير المطابقة الذاتية، بما في ذلك مطابقة الوصف والجودة والتشغيل والملحقات، بما في ذلك التحديثات اللازمة. وتؤكد المادة (7.3) كذلك التزام البائع، بالنسبة للبضائع التي تحتوي على عناصر رقمية، بتوفير التحديثات اللازمة، بما في ذلك تحديثات الأمان، لضمان استمرار المطابقة. وتحدد المادة 10 مسؤولية البائع عن أي عدم مطابقة يظهر خلال فترة زمنية محددة بعد التسليم، وتبقى هذه المسؤولية سارية المفعول في حالة التوريد المستمر للمحتوى الرقمي. تُتيح المادة 13 للمستهلكين عدة سُبل انتصاف في حال عدم المطابقة، بما في ذلك الإصلاح، والاستبدال، وتخفيض السعر، أو إنهاء العقد، مما يعكس تحولاً تشريعياً من المفهوم التقليدي للضمان ضد العيوب الخفية إلى نظام أكثر مرونة وحماية. وبذلك، يتضح أن التوجيه الأوروبي لم يعد يعتمد على المفهوم الكلاسيكي لـ "العيوب الخفية"، بل يستبدله بمفهوم أوسع، هو مفهوم "عدم المطابقة"، الذي يُناسب طبيعة السلع الرقمية والتطور المستمر للمحتوى الرقمي.

فيما يتعلق بحماية البيانات، على المستوى الأوروبي، يُعدّ هذا حقًا أساسيًا، ويخضع للائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، التي تفرض التزامات صارمة على مزودي الخدمات الرقمية فيما يخص جمع البيانات ومعالجتها وتخزينها. وتشمل هذه الالتزامات الحصول على موافقة صريحة من المستخدم، وتطبيق مبدأ تقليل البيانات، وضمان أمن البيانات وسريتها. وتُستكمل هذه الأحكام بالتوجيه الأوروبي 770/2019، الذي يربط حماية البيانات بتنفيذ العقد الرقمي[39].

يُقر القانون العراقي بضمان العيوب الخفية في القانون المدني كأحد أهم الضمانات التي تحمي أطراف عقد البيع. اذ تنص المادة 558 على حق المشتري في إرجاع البضائع المباعة أو قبولها بثمن مخفض في حال اكتشاف عيب سابق. يُعرَّف العيب الخفي بأنه أي خلل يُنقص من قيمة البضائع المباعة أو يمنعها من أداء الغرض المقصود منها، شريطة أن يكون العيب موجودًا وقت إبرام العقد أو قبل التسليم. ويوضح القانون أن هذا الضمان لا يسري إلا إذا كان المشتري جاهلاً بالعيب أو إذا تعذر اكتشافه أثناء الفحص المعتاد، وفقًا للمادة 559؛ وإلا، يفقد المشتري حقه في الضمان. علاوة على ذلك، تلزم المادة 560 المشتري بإبلاغ البائع فورًا باكتشاف العيب؛ وإلا، تُعتبر

39 اللائحة العامة لحماية البيانات (Regulation (EU) – (679/2016GDPR، متاحة على الموقع: https://gdpr-info.eu/ (تمت الزيارة بتاريخ 2026/4/14).

البضائع المباعة مقبولة. علاوة على ذلك، وتُحدّد هذه المبادئ مسؤولية أي شخص يُلحق ضررًا بآخر من خلال فعل غير مشروع[40].

رأي الباحث إن الأحكام المتعلقة بضمانات العيوب الخفية في القانون المدني العراقي هي قواعد عامة وُضعت لتنظيم عقود البيع التقليدية، ولا تتضمن أحكامًا محددة أو مباشرة للعقود التي تتضمن محتوى رقميًا. وتفترض هذه الأحكام وجود شيء مادي ملموس، قابل للفحص، ويمكن الكشف عن عيوبه وفقًا لمعيار "الفحص العادي"، وهو معيار يصعب تطبيقه بنفس الطريقة في البيئة الرقمية.

اما فيما يخص حماية البيانات الشخصية يُظهر موقف المشرّع العراقي من حماية البيانات الشخصية، وفق المادة (15) من تنظيمات التجارة الإلكترونية، تبنّي جملة من المبادئ الأساسية لحماية خصوصية المستهلك في البيئة الرقمية. إذ أوجب على التاجر الإلكتروني جمع البيانات الضرورية فقط لتحقيق أغراض مشروعة ومحددة، بما ينسجم مع مبدأ تقليل البيانات. كما ألزم بإعلام الزبون بوضوح بنوع البيانات التي يتم جمعها والغرض منها، تعزيزاً لمبدأ الشفافية وحرية الرضا. واشترط أن تتم معالجة البيانات بصورة قانونية وشفافة، وألا تُستخدم إلا للأغراض التي جُمعت من أجلها وبموافقة المستخدم. كما أوجب اتخاذ تدابير تقنية وتنظيمية لضمان سرية البيانات وحمايتها من الوصول غير المشروع أو التلف. وأخيراً، قيد مدة الاحتفاظ بالبيانات بالمدة اللازمة فقط لتحقيق الغرض الذي جُمعت من أجله، بما يعكس توجهاً نحو حماية فعالة للخصوصية الرقمية.

وختاماً، فقد تطور الالتزام بضمان خلو المنتجات من العيوب الخفية في التشريعات الحديثة إلى مفهوم أوسع، ألا وهو ضمان المطابقة، في حين أصبح الالتزام بحماية البيانات الشخصية أحد الركائز الأساسية في عقود المحتوى الرقمي ، حيث تتجه التشريعات المقارنة إلى تكريس حماية متقدمة للمستهلك، بينما المشرّع العراقي لم مواكبة هذا التطور من خلال تشريعه قوانين تواكب هذا التطور، مما تقتضي الحاجة إلى إطار تشريعي أكثر تكاملًا وشمولًا.

المطلب الثاني

التزامات المستهلك الرقمي

فرع الاول : الالتزام بدفع المقابل

يُعدّ الالتزام بدفع المقابل من أهم الالتزامات المستهلك في عقود المحتوى الرقمي، إذ يُشكّل حجر الزاوية في التوازن التعاقدي بين الطرفين. ويشير هذا الالتزام إلى تعهد المستهلك بدفع السعر المتفق عليه مقابل الحصول على المحتوى الرقمي أو الخدمة، سواءً كان الدفع نقدًا أو عبر وسائل إلكترونية مختلفة، وقد يشمل أحيانًا تقديم بيانات شخصية

يُعدّ الالتزام بالدفع الثمن من الالتزامات الاساسية والمهمة في عقود المحتوى الرقمي ، ويخضع لأحكام التوجيه الأوروبي رقم (2019/ 770) الذي نص في المادة 5 من هذا التوجيه على وجوب مطابقة السلع للسعر الذي

[40] محمد نجيب الطحان ، المسؤولية التقصيرية في القانون المدني ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، الطبعة الاولى ، 2018 ، ص112

دفعه المستهلك كما هو منصوص عليه في العقد. كما يُعرّف التوجيه العقد بأنه تبادل منفعة مالية مقابل الحصول على سلع أو محتوى رقمي. وتُعرّف المادة(1/2) عقد البيع بأنه التزام المستهلك بدفع ثمن مقابل نقل ملكية السلع أو التزامه بحيازتها. وتوضح المادة (13) أن حق المستهلك في تخفيض السعر أو إنهاء العقد لا يُعفيه من الالتزام الأساسي بالدفع، بل يُعدّل هذا الالتزام في حال عدم المطابقة. وتؤكد المادة (16) كذلك على أنه في حال إنهاء العقد، يجب ردّ الثمن المدفوع، مما يُبيّن أن الدفع يبقى عنصرًا أساسيًا في العلاقة التعاقدية.

في العراق، يستند هذا الالتزام إلى أحكام القانون المدني العراقي، بالإضافة إلى تلك المنصوص عليها في قانون التجارة الإلكترونية[41]، والذي يلزم المستهلك بدفع الثمن بالوسائل المعلنة، وعدم الامتثال لهذا الالتزام يستتبع مسؤولية تعاقدية. وقد نظّم كذلك المشرع العراقي هذه المسألة بشكل غير مباشر من خلال القانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010 ، والذي يحدد حقوق المستهلك والتزامات المورد. وتنص المادة (6/ اولا /ج) على حق المستهلك في الحصول على إثبات شراء السلع أو الخدمات، بما في ذلك القيمة والسعر، مما يؤكد أن المقابل المالي عنصر أساسي في العلاقة التعاقدية[42].

أكدت سوابق قضائية حديثة هذا التوجه. فقد قضت محكمة رومانية ببطلان البنود التي تسمح لشركة نتفلكس برفع أسعار الاشتراكات من جانب واحد، وذلك لافتقارها إلى مبرر تعاقدي واضح. واعتبرت المحكمة هذا الشرط تعسفيًا ومخلًا بالتوازن التعاقدي، وأمرت الشركة برد المبالغ الزائدة لمشتركيها. ويؤكد هذا القرار أن التزام المستهلك بدفع ثمن المحتوى الرقمي لا يكون مشروعًا إلا ضمن حدود متفق عليها صراحةً، ولا يجوز تعديله من جانب مزود الخدمة بشكل منفرد[43].

الفرع الثاني : الالتزام باستخدام المحتوى بشكل مشروع

يقع على عاتق المستهلك التزام أساسي يتمثل في استخدام المحتوى الرقمي أو الخدمة الرقمية استخدامًا مشروعًا يتفق مع أحكام القانون وشروط العقد. ويعني ذلك الامتناع عن أي سلوك ينتهك حقوق الملكية الفكرية أو شروط الترخيص، مثل نسخ المحتوى أو إعادة نشره أو استغلاله تجارياً دون إذن.

ينص التوجيه الأوروبي رقم 770/2019 بشأن على أن الالتزام باستخدام المحتوى بشكل قانوني يرتكز على مبدأ مطابقة السلع للعقد. وتلزم المادة 5 من التوجيه البائع بتسليم سلع مطابقة لشروط العقد، لا سيما فيما يتعلق بوظائفها واستخدامها المقصود. وتنص المادة 6 على أن تكون السلع مناسبة للغرض الذي حدده المستهلك للبائع

---

41 انظر المادة 7 من نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي رقم 4 بسنة 2025 (ز: وسائل الدفع المتاحة ، ويجب تضمين الية للدفع الالكتروني بالنسبة للتطبيقات والمواقع الالكترونية)

42 المادة (6/اولا /ج) من قانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010 والتي نصت (**جـ ما يثبت شراؤه أي سلعة أو تلقيه أي خدمة مبيناً فيها قيمة وتاريخ ومواصفات السلعة وعددها وكميتها ونوعها وسعرها.**

43 محكمة روما، حكم بتاريخ 3 أبريل 2026، بشأن بطلان بنود زيادة الأسعار في عقود شركة Netflix وإلزامها برد المبالغ للمشتركين، بناءً على دعوى جمعية Movimento Consumatori، منشور في: Reuters، 3 أبريل 2026 منشور على رابط التالي

https://www.reuters.com/legal/litigation/italian-court-rules-netflix-price-hike-clauses-are-void-orders-refunds-2026-04-03/

وقبله البائع. بعبارة أخرى، يجب أن يظل استخدام المستهلك للسلع أو المحتوى ضمن الإطار المحدد في شروط العقد. وتشترط المادة 7 أن تتمتع السلع بالخصائص التي يحق للمستهلك توقعها، مما يمنع أي استخدام غير قانوني أو غير طبيعي. كما يربط التوجيه المطابقة بالتحديثات، لا سيما بالنسبة للسلع التي تحتوي على عناصر رقمية، لضمان الاستخدام الآمن والمناسب. وبالتالي، يُعد أي استخدام يعطل عمل المحتوى أو ينحرف عن غرضه المتفق عليه استخدامًا غير قانوني. ولا يُحمّل التوجيه البائع المسؤولية إذا تم استخدام المحتوى خارج سياقه الطبيعي أو التعاقدي. لذا، يبدو أن الالتزام باستخدام المحتوى القانوني هو التزام غير مباشر ينشأ عن قواعد الامتثال. ويحمي هذا النهج كلاً من السوق والمستهلك ضمن إطار تنظيمي موحد.

في العراق، ينبع الالتزام باستخدام المحتوى بشكل قانوني بموجب القانون المدني العراقي من المبادئ العامة اذ لم يتضمن التشريع العراقي أحكامًا خاصة بعقود المحتوى الرقمي؛ وقد تنص المادة 2/137 من القانون المدني على بطلان العقد إذا كان موضوعه أو غرضه غير مشروع أو مخالفًا للنظام العام والأخلاق. وبالتالي، لكي يكون العقد صحيحًا ونافذًا، يجب أن يكون موضوعه مشروعًا. لذا، يجب أن يلتزم استخدام المحتوى الرقمي بالحدود التي ينص عليها القانون والعقد. لا يجوز استخدام هذا المحتوى لأغراض غير مشروعة أو انتهاك حقوق الملكية الفكرية أو حقوق الغير. أي خروج عن الغرض المتفق عليه في العقد يُعد إخلالًا بالالتزامات التعاقدية ويُحمّل صاحب الحقوق المسؤولية.

وقد أرست الأحكام القضائية العراقية مبدأ بطلان أي التزام ناشئ عن سبب غير مشروع[44].وهذا يعني إمكانية فسخ العقد أو التعويض عنه وفقًا للقواعد العامة للمسؤولية المدنية. وبالتالي، فإن شرعية استخدام المحتوى الرقمي مستمدة من الالتزام في قواعد عامة، بما في ذلك مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود، بالإضافة إلى قواعد تحظر إساءة استخدام الحقوق، والتي تتطلب من المستهلك الامتثال للاستخدام المشروع وعدم الإضرار بالمزود أو الغير[45].

الفرع الثالث : الالتزام بالتعاون (التثبيت والتحديث)و بعدم إساءة الاستعمال

يُعد الالتزام بالتعاون أحد الالتزامات الحديثة الناشئة عن طبيعة العقود الرقمية، حيث يجب على المستهلك اتخاذ الخطوات اللازمة لتمكين المورد من الوفاء بالتزاماته، بما في ذلك تثبيت المحتوى الرقمي بشكل صحيح، وتحديثه حسب الحاجة، والامتثال للتعليمات الفنية التي يحددها المورد.

يُكرّس التوجيه الأوروبي 771/2019 (EU) التزام التعاون من خلال إلزام البائعين والمستهلكين معاً بضمان استمرار مطابقة السلع للمواصفات. وتلزم المادة 7.3 البائعين بتزويد المستهلكين بالتحديثات اللازمة، بما في ذلك

---

44 محكمة التمييز الاتحادية – الهيئة المدنية، القرار المرقم 607/سبب الالتزام/2008، منشور على موقع سيروان للمحاماة على رابط التالي

https://www.sirwanlawyer.com/index.php/342/01212/11/614-m563

45 ابراهيم الصالحي ، ضوابط الاستعمال غير المشروع للحق وتطبيقاته في القانون المدني دراسة مقارنة بالأحكام الفقه الاسلامي جامعة الازهر ، القاهرة ، بدون ذكر سنة النشر ، ص 5 وما بعدها

تحديثات الأمان، للحفاظ على وظائف المنتج ومطابقته للعقد. ويترتب على هذا الالتزام التزام ضمني على المستهلك بتثبيت هذه التحديثات في غضون فترة زمنية معقولة بعد إخطاره؛ وإلا، لا يتحمل البائع مسؤولية أي عيوب ناتجة عن عدم وجود تحديثات. كما يؤكد التوجيه على مبدأ التعاون أثناء التركيب. ويُعد التركيب غير الصحيح، نتيجةً لتعليمات غير كاملة أو خاطئة من البائع، عدم مطابقة. في المقابل، إذا تم التركيب بشكل صحيح وفقًا للتعليمات، فإن أي عيوب لاحقة تقع على عاتق البائع. فيما يتعلق بعدم إساءة الاستخدام، ينص التوجيه على وجوب استخدام السلع وفقًا لوظيفتها وغرضها المتوقعين بشكل معقول، كما هو محدد في المادتين 6 و7. وبالتالي، فإن أي استخدام يخالف الغرض التعاقدي أو يُضعف أداء المنتج يؤدي إلى فقدان الحماية القانونية. علاوة على ذلك، فإن مفهومي المتانة والتوافق يستلزمان استخدامًا مناسبًا لا يُلحق الضرر بالمنتج أو نظامه الرقمي. وبذلك، يُحقق هذا الدليل توازنًا بين التزام البائع بتوفير التحديثات والدعم، والتزام المستهلك باستخدام المنتج بشكل صحيح ومسؤول.

في العراق، يستند هذا الالتزام إلى مبادئ عامة، أبرزها مبدأ حسن النية ومبدأ عدم الإضرار بالآخرين. ويترتب على انتهاك هذا المبدأ مسؤولية تعاقدية، وقد يؤدي إلى حرمان المستهلك من الضمانات القانونية المقررة له.

الخاتمة

في الختام، يسلط هذا البحث الضوء على مجموعة من النتائج المتعلقة بالتنظيم القانوني لعقود المحتوى الرقمي، بالإضافة إلى المقترحات المقابلة التي تهدف إلى تطوير الإطار القانوني الذي يحكمها في البيئة الرقمية، لا سيما في ضوء المقارنة بين القانون العراقي والتشريعات الحديثة.

أولاً: النتائج

1- عقد المحتوى الرقمي يُمثل نموذجًا متطورًا للعلاقات التعاقدية في العصر الرقمي. وهذا يستلزم إعادة تقييم المفاهيم التعاقدية التقليدية، ووضع قواعد قانونية جديدة تتلاءم مع طبيعة البيئة الرقمية (التي تتميز بغياب الطابع المادي للمحل)، وتضمن التوازن بين الابتكار التكنولوجي والحماية القانونية.

2 -يفتقر القانون العراقي إلى تنظيم تشريعي خاص بعقود المحتوى الرقمي، مما يفرض إخضاعها للقواعد العامة في القانون المدني، بالإضافة إلى قانون حماية المستهلك رقم 1 لسنة 2010، وهو أمر لا يتوافق دائمًا مع الطبيعة الخاصة لهذه النوع من العقود.

3 - اذ اتجهت التشريعات المقارنة، ولا سيما التوجيه الأوروبي 770/2019، نحو إنشاء إطار قانوني حديث لعقود المحتوى الرقمي. ، يقوم على تعريف مرن لهذا النوع من العقود، ويركّز على عنصر "الإتاحة" أو "التوريد" بدلًا من نقل الملكية، بما يتلاءم مع طبيعة المحتوى الرقمي غير المادية.

4 - إن الأحكام المتعلقة بضمانات العيوب الخفية في القانون المدني العراقي هي قواعد عامة وُضعت لتنظيم عقود البيع التقليدية، ولا تتضمن أحكامًا محددة أو مباشرة للعقود التي تتضمن محتوى رقميًا. وتفترض هذه الأحكام وجود شيء مادي ملموس، قابل للفحص، ويمكن الكشف عن عيوبه وفقًا لمعيار "الفحص العادي"، وهو معيار

يصعب تطبيقه بنفس الطريقة في البيئة الرقمية كما يتضح أن التوجيه الأوروبي لم يعد يعتمد على المفهوم الكلاسيكي لـ "العيوب الخفية"، بل يستبدله بمفهوم أوسع، هو مفهوم "عدم المطابقة"، الذي يُناسب طبيعة السلع الرقمية والتطور المستمر للمحتوى الرقمي.

5 - يتضح ان التوجيه الأوروبي والقوانين محل المقارنة التي اخذ بالتوجيه انف الذكر قد اقرت بالطبيعة الديناميكية للمحتوى الرقمي، اذ جعلت التحديث التزامًا قانونيًا صريحًا، وليس مجرد التزام تعاقدي، على عكس التشريعات التقليدية. علاوة على ذلك، تدمج التوجيه المعلومات والتثبيت والتحديثات في إطار موحد يُسمى "ضمان المطابقة"، مما يُعزز حماية المستهلك.

6- يُعد الالتزام بتوريد المحتوى الرقمي المطابق للمواصفات المتفق عليها من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق مزود المحتوى الرقمي، يشكل جوهر الحماية القانونية للمستهلك في هذا نوع من العقود، لا سيما في ظل غياب المعاينة المادية.

ثانياً: المقترحات

1 -ضرورة تدخل المشرّع العراقي لتنظيم عقود المحتوى الرقمي ضمن قانون حماية المستهلك او بإصدار قانون مستقل تستلهم أحكامها من التجارب القوانين محل المقارنة ، بما في ذلك التوجيه الأوروبي 770/2019، من أجل ضمان إنشاء إطار قانوني متكامل يأخذ في نظر الاعتبار الطبيعة الخاصة لهذا نوع من العقود.

2- يُستحسن بالمشرّع العراقي الاستلهام من التجارب المقارنة، ولا سيما التوجيه الأوروبي 770/2019، من خلال اعتماد مفهوم "التوريد" أو "الإتاحة" بدلًا من نقل الملكية، ووضع تعريف مرن لعقود المحتوى الرقمي يشمل الخدمات الرقمية والتطبيقات والبرامج، بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية.

3- يوصي الباحث المشرع العراقي بضرورة ادخال مفهوم عدم المطابقة كبديل عن نظرية العيوب الخفية في مجال عقود المحتوى الرقمي ، بحيث يتم يُقاس مدى تنفيذ الالتزام وفقًا لمطابقة المحتوى للمواصفات المتفق عليها أو المتوقعة ، مع وضع معايير خاصة تتناسب مع الطبيعة غير المادية للمحتوى الرقمي

4- يُقترح أن ينص المشرع صراحة على التزام مزود المحتوى الرقمي بإجراء التحديثات اللازمة لضمان استمرار مطابقة المحتوى، وأن يجعل هذا الالتزام التزامًا قانونيًا لا يمكن منح أتفاق على إعفاء منه، مع دمج الالتزامات المتعلقة بالإخطار والتثبيت والتحديث في إطار موحد يسمى "ضمان المطابقة.

4 - يوصى الباحث بتنظيم الالتزام بتوفير المحتوى الرقمي باعتباره التزامًا اساسياً ، حيث يُطلب من المزود تمكين المستهلك من الوصول إلى المحتوى أو استخدامه بشكل فعال، مع تحديد وسائل التنفيذ (مثل التنزيل أو البث أو الوصول عبر الإنترنت) وبيان الجزاءات المترتبة على الإخلال به، وذلك لضمان حماية المستهلك في حالة عدم وجود المعاينة المادية .

5- يوصي بأن يتبنى المشرع العراقي مفهوم حديث ومرن للمقابل في عقود المحتوى الرقمي. لا يقتصر هذا المفهوم على السعر النقدي، بل يشمل أيضاً تقديم البيانات الشخصية أو الإذن باستخدامها كقيمة اقتصادية مقابل

الوصول إلى المحتوى الرقمي مع ضرورة تنظيم هذا الجانب بما يحقق التوازن بين الاستفادة الاقتصادية وحماية الخصوصية.

6- يقترح الباحث تعديلًا تشريعيًا على نظام فروع الشركات الأجنبية في العراق رقم ٢ لسنة ٢٠١٧ لمعدل ، بإضافة النص التالي للمادة ٦ "يجوز مقاضاة فرع شركة أجنبية مسجلة في العراق فيما يتعلق بأنشطتها وعملياتها التجارية في المنطقة، وتكون الشركة الأجنبية مسؤولة بالتضامن والتكافل معه عن الالتزامات والأحكام الصادرة ضده

المصادر

اولاً : الكتب القانونية

1. ابراهيم الصالحي ، ضوابط الاستعمال غير المشروع للحق وتطبيقاته في القانون المدني دراسة مقارنة بالأحكام الفقه الاسلامي جامعة الازهر ، القاهرة ، بدون ذكر سنة النشر .
2. أسامة أبو مجاهد، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت ، دار النهضة العربية ، مصر ،2010
3. جاك غستان, المطول في القانون المدني, تكوين العقد, ترجمة منصور القاضي, ط, مجد والتوزيع, بيروت ، ٢٠٠٨
4. صالح المنزلاوي، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة، ، 2008م
5. ماجد محمد سليمان أبا الخيل, العقد الالكتروني, ط1, السعودية, مكتبة الرشد, 2009
6. محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية 2004
7. محمد حسن قاسم, مراحل التفاوض في عقد الميكنة المعلوماتية دراسة مقارنة, دار الجامعة الجديدة, الاسكندرية ، ٢٠٠٢
8. محمد حسين منصور ، المسؤولية الالكترونية ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، 2023
9. محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، 2011.
10. محمد نجيب الطحان ، المسؤولية التقصيرية في القانون المدني ، دار الجامعة الجديدة ، الاسكندرية ، الطبعة الاولى ، 2018 ، ص112

ثانياً : الرسائل والأطاريح

1. أسلام مجيد حوشي ، رهن المحل التجاري، رسالة ماجستير ، كلية القانون ، جامعة بغداد، 1998
2. هادي مسلم يونس قاسم البشكاني ، التنظيم القانوني للتجارة الالكترونية : دراسة مقارنة ، أطروحة دكتوراه، جامعة الموصل كلية الحقوق، 2002

ثالثا: البحوث والمقالات

1. إبراهيم محمد يوسف عبيدات، سليم سمير سليم خصاونة، العقد الذكي وانعكاساته على النظرية العامة للعقد (دراسة تحليلية)، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 39، لبنان ، 2023
2. حمصي ميلود . مقلاتي مونة ، العقود الذكية كآلية للتعاقد عن بعد، المجلة القانونية للبحوث القانونية والسياسية ،مجلد 6 ، عدد 2 ، 2008
3. سمير حامد عبد العزيز الجمال، التعاقد عبر تقنيات الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، سنة 2002
4. عمر زبير ظاهر الشيخاني ، الاطار القانوني لبيع المواقع الإلكترونية ، مجلة الشرق الاوسط لدراسات القانونية والفقيه ، المجلد 5 ، العدد 3 ، 2025 ، ص 222 و 223
5. منذر قحف ، محمد الشريف العمري ، العقود الذكية، بحث ضمن مؤتمر مجمع الفقه الاسلامي الدولي ، الدورة 24 ، دبي ، 2019

رابعا : الاحكام والقرارات القضائية

1. قرار محكمة التمييز الاتحادية في العراق في القرار المدني رقم 294/الهيئة الاستئنافية منقول/2022 بتاريخ 2022/1/26 **(غير منشور)**
2. قرار محكمة روما، حكم بتاريخ 3 أبريل 2026، بشأن بطلان بنود زيادة الأسعار في عقود شركة Netflix وإلزامها برد المبالغ للمشتركين، بناءً على دعوى جمعية Movimento Consumatori، منشور في: Reuters، 3 أبريل 2026 منشور على رابط التالي
https://www.reuters.com/legal/litigation/italian-court-rules-netflix-price-hike-clauses-are-void-orders-refunds-2026-04-03/
3. قرار محكمة التمييز الاتحادية – الهيئة المدنية، القرار المرقم 607/سبب الالتزام/2008، منشور على موقع مجلس القضاء الاعلى على رابط التالي
https://www.sjc.iq/qview.804/
4. قرار محكمة العدل الأوروبية، قضية رقم C-19/410، The Software Incubator Ltd v Computer Associates (UK) Ltd، حكم صادر في 16 سبتمبر 2021، منشور على موقع EUR-Lex، متاح عبر الرابط التالي
https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=oj:JOC_2021_471_R_0004
5. محكمة ميونخ الإقليمية (Landgericht München I)، رقم القرار 33 O 24/3266، بتاريخ 16 ديسمبر 2025، بشأن عدم قانونية إدراج الإعلانات ضمن خدمة Prime Video دون موافقة صريحة من المشتركين، منشور على: Broadband TV News، 18 ديسمبر 2025 على رابط التالي

https://www.broadbandtvnews.com/2025/12/18/german-court-rules-against-amazon-over-prime-video-advertising/

6. قرار محكمة العدل للاتحاد الأوروبي، قضية "الاتحاد الألماني للمنظمات الاستهلاكية ضد شركة 49 Planet، قضية رقم -17/673C، متاح على الموقع الإلكتروني

https://infocuria.curia.europa.eu/tabs/jurisprudence?lang=EN&searchTerm=C-673%2F17&sort=SCORE-DESC

خامسا : القوانين

1. قانون المدني الالماني (GBG)
2. القانون المدني العراقي رقم 41 لسنة 1951
3. قانون المستهلك العراقي رقم 1 لسنة 2010
4. قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية العراقي رقم (78) لسنة 2012
5. قانون حماية المستهلك البولندي لسنة 2014 المعدل
6. قانون حقوق المستهلك لسنة 2015 (المملكة المتحدة)
7. اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR)، الصادرة عن الاتحاد الأوروبي، رقم 679، لسنة 2016
8. قانون حماية المستهلك الاماراتي رقم ١٥ لسنة 2020
9. التوجيه (EU) 770/2019 الصادر عن البرلمان الأوروبي والمجلس بتاريخ 20 أيار 2019
10. قانون المستهلك الفرنسي المعدل بموجب الأمر رقم 2021-1247 الصادر بتاريخ 29 سبتمبر 2021
11. قانون حماية المستهلك الايرلندي لسنة 2022
12. نظام تنظيم التجارة الالكترونية العراقي رقم 4 بسنة 2025

سابعا : المصادر الاجنبية

1. Schulze, Reiner, EU Digital Law – Digital Content and Digital Services Directive, Nomos, 2020
2. Staudenmayer, Dirk, “The Directive on Digital Content and Digital Services”, European Review of Private Law, 2020
3. Twigg-Flesner, Christian, Research Handbook on EU Consumer and Contract Law, Edward Elgar, 2016
4. Loos, Marco, “Digital Content and the Concept of Price”, Journal of European Consumer and Market Law, 2017
5. Beale, Hugh, Chitty on Contracts, 33rd ed., Sweet & Maxwell, 2018, Vol. 2