نشرة توعوية

الفئة المستهدفة: عامة – 07. 08. 2026 – شرح القوانين ببساطة

مسؤولية المؤثرين وفق التشريع الإماراتي

شهدت دولة الإمارات العربية المتحدة في الأعوام الأخيرة نقلة نوعية في مجالات التجارة والدعاية، نتيجة للتقدم السريع لوسائل التواصل الاجتماعي، التي أضحت إحدى أبرز القنوات المؤثرة في توجيه اختيارات المستهلكين وتشكيل الرأي العام التجاري.

لم يعد الإعلان الرقمي مقتصرًا على مجرد عرض السلع والخدمات، بل أصبح يعتمد بشكل رئيسي على المؤثرين وصناع المحتوى الذين نالوا ثقة عميقة من جمهورهم.

فقد أصبحت توصياتهم، في كثير من الأحيان، كالشهادات الشخصية التي يستند إليها المستهلك في اتخاذ قراراته المتعلقة بالشراء أو الاستثمار أو التعاقد.

من خلال هذه الحقيقة الواحدة، أدرك المشرع الإماراتي بأن اتساع دائرة التأثير يستدعي مسؤوليات أكبر، وأن من يمارس الإعلان عبر المنصات الرقمية لم يعد مجرد ناقل لمحتوى تجاري، بل أصبح فاعلاً نشطاً في تشكيل إرادة المستهلك.

وهذا الأمر يسلط الضوء على ضرورة إخضاعه للمساءلة القانونية كلما أساء استخدام هذه الثقة من خلال تضليل الجمهور أو الترويج لمنتجات أو خدمات تتعارض مع القوانين.

هذا الإطار التشريعي يبرز بوضوح أن حرية الإعلان ليست حقًا مطلقًا، بل هي حرية مقيدة بأطر تمنع الإضرار بالمجتمع أو تضليل المستهلك أو انتهاك النظام العام والآداب والقوانين السارية.

لا تُعقد المسؤولية الجنائية للمؤثر لمجرد انخراطه في النشاط الإعلاني أو تلقيه تعويضًا ماليًا، بل تحتاج إلى تحقق الأركان العامة للجريمة، وأبرزها الركن المادي الذي يتجلى في ارتكاب فعل يُجرّم بموجب القانون، بالإضافة إلى الركن المعنوي الذي يتطلبه النص العقابي، سواء كان ذلك في شكل القصد الجنائي أو بالصورة التي يحددها القانون، علاوة على ضرورة وجود رابطة سببية كلما كانت شرطًا لازمًا لقيام الجريمة.

إن القاعدة الأساسية في القانون الجنائي تتمثل في مبدأ شخصية المسؤولية، حيث لا يُحاسب الفرد إلا عن أفعاله الشخصية التي أُثْبِت انتهاكها للقانون. فلا تُبنى مسؤوليته على الشكوك أو التقديرات، ولا على مجرد حدوث الضرر، بل يتطلب الأمر دليلاً قاطعاً على المخالفة.

تتعدد أشكال السلوك التي قد تؤدي إلى محاسبة المؤثر جنائياً، وأبرزها يتمثل في نشر أو ترويج بيانات أو معلومات زائفة أو مضللة تهدف إلى خداع الجمهور أو التأثير في إرادتهم الاقتصادية.

جاءت السياسة التشريعية في دولة الإمارات منسجمة تماماً مع هذا الاتجاه، حيث لم تقتصر على تنظيم النشاط الإعلاني من الناحية الإدارية والمهنية فحسب، بل بالأحكام الجزائية التي تهدف إلى حماية المستهلك وتعزيز الثقة بالمعاملات التجارية والإلكترونية. وقد تحقق ذلك من خلال المرسوم بقانون اتحادي رقم (34) لسنة 2021 الذي يتناول مكافحة الشائعات والجرائم الإلكترونية، بالإضافة إلى المرسوم بقانون اتحادي رقم (15) لسنة 2020 الذي يركز على حماية المستهلك ولائحته التنفيذية.

نشرة توعوية

الفئة المستهدفة: عامة – 07. 08. 2026 – شرح القوانين ببساطة

ويتحقق ذلك عندما يروج المؤثر لمنتج مدع أنه يعالج الأمراض، أو يحقق نتائج طبية أو تجميلية أو استثمارية مؤكدة دون وجود دليل علمي أو ترخيص صادر عن الجهة المختصة، أو عندما يقدم معلومات يعلم بعدم صحتها، أو يتجاهل عمداً حقيقة عدم صحتها رغم وضوحها، أو يخفي بيانات جوهرية من شأنها التأثير في قرار المستهلك.

كما يدخل في نطاق السلوك المعاقب عليه الإعلان عن تخفيضات، أو عروض، أو جوائز وهمية، أو الترويج لمنتجات مقلدة، أو مغشوشة، أو غير مرخصة، أو الإعلان عن خدمات مالية أو استثمارية أو عملات افتراضية بالمخالفة للتشريعات المنظمة لها، متى كان القانون يجرم هذا السلوك.

إن خطورة الإعلان الرقمي تمتد إلى ما هو أبعد من مضمون الرسالة الإعلانية، فهي تنعكس كذلك على أسلوب تقديمها. إذ يُعتبر تقديم الإعلان المدفوع كأنه تجربة ذات طابع شخصي أو رأي محايد، مع تجاهل الإشارة إلى العلاقة التجارية بين المؤثر والجهة المعلنة، من الممارسات التي تتنافى مع مبادئ الشفافية والإفصاح التي سعت التشريعات والأنظمة الإعلامية في الدولة إلى تعزيزها. فهذه الممارسات تؤدي إلى تضليل المتابعين واستغلال الثقة التي يضعونها في صانع المحتوى. إذ لا ينظر الجمهور إلى المؤثر كمساحة إعلانية فحسب، بل يثق بآرائه وتجربته الشخصية، مما يجعل الإفصاح عن الطبيعة الإعلانية للمحتوى واجباً قانونياً وأخلاقياً في الوقت نفسه.

ومن المبادئ التي يرسخها التشريع الإماراتي أيضاً أن احتراف النشاط الإعلاني يفرض على المؤثر التزاماً ببذل العناية الواجبة قبل نشر الإعلان.

فلا يكفي أن يتذرع بأنه حصل على المعلومات من الشركة المعلنة، أو أنه لم يكن على علم بعدم صحة الادعاءات المنشورة، إذا كان بإمكانه التحقق من شرعية النشاط، أو من وجود التراخيص اللازمة، أو من دقة الادعاءات الجوهرية بوسائل معقولة ومتاحة. فكلما زاد تأثير المؤثر، وتوسعت دائرة جمهوره، ارتفعت المعايير المتوقعة لعنايته، وأصبح ملزماً بالتحقق من المعلومات التي يقدمها، خاصّة عندما تتعلق بالصحة، أو العلاج، أو الاستثمار، أو غيرها من المجالات التي تمس مصالح الأفراد على نحو مباشر.

أما إذا أثبت أنه بذل العناية الواجبة، واعتمد على بيانات رسمية أو موثوقة، ولم يكن يعلم أو يستطيع أن يعلم بعدم صحتها، فإن ذلك قد يكون سبباً في انتفاء مسؤوليته وفقاً لظروف كل واقعة وما يقدره القضاء.

ومن ناحية أخرى، فإن المسؤولية الجنائية لا تقف عند حدود الفاعل الأصلي، بل قد تمتد إلى كل من ساهم في ارتكاب الجريمة وفقاً لقواعد الاشتراك الجنائي المقررة في قانون الجرائم والعقوبات.

نشرة توعوية

الفئة المستهدفة: عامة – 07. 08. 2026 – شرح القوانين ببساطة

ويجب أن تُحدد مسؤولية كل طرف بناءً على دوره الفعلي ومقدار مساهمته، إلى جانب وجود القصد الجنائي لديه، دون أن يُفترض تحمل المسؤولية، أو يُعتمد على مبدأ المساواة التلقائية بين المشاركين جميعهم.

وفي المقابل، فإن التشريع الإماراتي لا يقرر المسؤولية الجنائية على إطلاقها، بل يكفل الحماية للمؤثر حسن النية الذي يلتزم بالضوابط القانونية والمهنية.

قد تزول مسؤوليته إذا تأكد أنه قد أظهر بوضوح طبيعة المحتوى الإعلاني، وسعى بجدية للتحقق من قانونية المنتج أو الخدمة، معتمدًا على معلومات رسمية أو موثوقة، دون أن يضيف إليها ادعاءات زائفة، ولم يكن لديه علم أو قدرة على إدراك عدم صحة تلك المعلومات. كما يمكن أن تنقطع الصلة السببية بين تصرفه والنتيجة، أو يكون الضرر ناشئًا عن سبب خارجي مستقل لا يتدخل فيه.

التشريع الإماراتي ينظر إلى المؤثر باعتباره أحد الفاعلين الرئيسيين في المنظومة الاقتصادية الرقمية، ويوازن بين حرية الإعلان المشروع وبين ضرورة حماية المستهلك والثقة العامة. فكلما ازداد تأثير المؤثر في توجيه الجمهور، ازدادت مسؤوليته القانونية عن مضمون ما ينشره، وأصبح مطالباً بالتحقق، والشفافية، والإفصاح، واحترام الضوابط القانونية المنظمة للنشاط الإعلاني.

ومن ثم، فإن نجاح المؤثر في بناء قاعدة جماهيرية واسعة لا يمنحه حصانة قانونية، بل يرتب عليه التزاماً مضاعفاً بعدم استغلال تلك الثقة بالترويج لمنتجات أو خدمات مضللة أو غير مشروعة، ليظل القضاء هو الفيصل في تقدير مدى قيام أركان المسؤولية الجنائية في كل حالة، تحقيقاً للتوازن بين حرية التعبير والنشاط الاقتصادي من جهة، وحماية المجتمع والمستهلك من جهة أخرى.