

**القواعد الفقهية الكلية الكبرى
المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي**
دكتورة / مرام بنت سعود بن مفلح الغامدي
أستاذ مساعد بقسم أصول الفقه
كلية الشريعة - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المستخلص: الموضوع الذي تدور حوله الدراسة هو: القواعد الفقهية الكلية الكبرى المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي. وهدفت هذه الدراسة إلى جمع بعض القواعد الفقهية الكلية الكبرى المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي. وقد كشفت الدراسة أن القواعد الفقهية الكلية وبعض القواعد المتفرعة منها تتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي، وأن هناك بعض التفريعات الفقهية المعاصرة المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي تصلح تطبيقات على بعض القواعد الفقهية.
الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي، القواعد الفقهية الكبرى.

Abstract: The subject on which the study revolves is the Jurisprudential rules associated with social media. This study aimed to collect some Jurisprudential rules which are related to social media. The study revealed that the major Jurisprudential rules and some of its branches are related to social media, and some of these Jurisprudential contemporary branches which are related to social media are suitable to be applied on some of the jurisprudential rules.

Keywords : Social media, Jurisprudential universal rules

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، نبينا محمد وعلى آله وصحبه وأجمعين.

أما بعد:

فإن الشريعة الإسلامية جاءت كاملة شاملة، صالحة لكل زمان ومكان، محققة لسعادة البشرية في الآجل والعاجل؛ فقد جاءت من عند الله سبحانه وتعالى خالق الناس، والعالم بما يصلحهم في دنياهم وأخرهم؛ قال الله تعالى: ﴿وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا طَائِرٍ يَطِيرُ بِجَنَاحَيْهِ إِلَّا أُمٌّ مِّثَالِكُمْ مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ﴾ (الأنعام: ٣٨)

قَالَ تَعَالَى: ﴿أَيُّومَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا﴾

المائدة: ٣

لقد شهد العالم اليوم ثورة هائلة في مجال تقنية المعلومات، ولا نكاد نجد شخصاً إلا وله حساب في إحدى وسائل التواصل الاجتماعي.

ومع التطور الهائل في هذا المجال، كان لابد من الوقوف على أحكامها، وربطها بقواعد فقهية ليسهل معرفة أحكامها.

ومن هنا جاءت أهمية أفراد دراسة علمية تبين القواعد الفقهية المتعلقة بهذه التقنية.

موضوع البحث:

القواعد الفقهية الكلية الكبرى المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي.

أهمية الموضوع:

- ١ - أهمية وسائل التواصل الاجتماعي، وكثرة النوازل فيها.
- ٢ - أن دراسة هذا الموضوع فيه تدريب على التخريج، وإلحاق الفروع بقواعدها المناسبة.

الدراسات السابقة:

لم أقف على دراسة تذكر القواعد الفقهية المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي، وكل ما وجدته دراسات فقهية متعلقة بجميع أحكام وسائل التواصل الاجتماعي، أو ببعضها، ومن تلك الدراسات:

- ١ - وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها في الفقه الإسلامي، تأليف: د. عمر عبدالعزيز هلال، وهي رسالة دكتوراه مقدمة لجامعة بيروت الإسلامية، كلية الشريعة.
 - ٢ - المغني في فقه وسائل التواصل الاجتماعي، تأليف: رضوان بن أحمد العواضي، كتاب إلكتروني، سنة النشر: ١٤٣٨ هـ.
 - ٣ - الأحكام الفقهية الخاصة بالمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة فقهية مقارنة، تأليف: إيمان محمد أحمد، وهي رسالة ماجستير مقدمة لجامعة جرش في الأردن.
 - ٤ - الضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الحديثة، تأليف: د. أيمن جبرين جويلس، بحث مقدم للمؤتمر الدولي (وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع).
 - ٥ - الأحكام الفقهية المتعلقة بالسياسة الشرعية في وسائل التواصل الاجتماعي، تأليف: شاهه ناهي سعيد.
 - ٦ - أضواء على حجية الرسائل في الإثبات في مواقع التواصل الاجتماعي، تأليف: د. علي السيد حسين أبو دياب.
- وكما هو واضح فإن جميعها دراسات متعلقة يبحث الأحكام الفقهية لوسائل التواصل الاجتماعي.

أما دراستي هذه فقد انصبت على تخريج القواعد الفقهية المتعلقة بوسائل التواصل.

هدف البحث:

وضع قواعد فقهية لتسهيل معرفة أحكام ونوازل وسائل التواصل الاجتماعي.

منهج البحث:

سألتزم في هذا البحث بالمنهج العلمي المعتمد في البحوث الشرعية، ويمكن إيجاز أهم نقاطه فيما يأتي:

١. الاعتماد على المصادر الأصلية في كل مسألة بحسبها.
٢. عزو الآيات لسورها، وبيان أرقامها.
٣. تخريج الأحاديث الواردة من كتب السنة.
٤. عزو نصوص العلماء وآرائهم لكتبهم مباشرة.
٥. الإحالة إلى المصدر بذكر اسمه والجزء والصفحة إذا كان النقل منه بالنص، وبذكر ذلك مسبقاً بكلمة (ينظر) إذا كان النقل منه بالمعنى.

٦. الاكتفاء بذكر المعلومات المتعلقة بمصادر البحث في قائمة المصادر والمراجع.

خطة البحث:

انتظم البحث في مقدمة، وتمهيد، وخمسة مباحث، وخاتمة. المقدمة اشتملت على: موضوع البحث، وأهميته، والدراسات السابقة، وهدف البحث، ومنهجه، وخطته.

التمهيد: التعريف بوسائل التواصل الاجتماعي، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي ونشأتها، وفيه مسألتان:

المسألة الأولى: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي.

المسألة الثانية: نشأة وسائل التواصل الاجتماعي.

المطلب الثاني: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي.

المطلب الثالث: آثار وسائل التواصل الاجتماعي، وفيه مسألتان:

المسألة الأولى: الآثار الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي.

المسألة الثانية: الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي.

المبحث الأول: الأمور بمقاصدها، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: لا ثواب إلا بنية.

المطلب الثاني: العبرة في العقود بالمقاصد والمعاني لا بالألفاظ والمباني.

المبحث الثاني: اليقين لا يزول بالشك، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: الأصل في الأشياء الإباحة.

المطلب الثاني: لا عبرة بالدلالة في مقابلة التصريح.

المبحث الثالث: لا ضرر ولا ضرار، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: الضرر يدفع بقدر الإمكان.

المطلب الثاني: الضرر يزال.

المطلب الثالث: الضرر لا يزال بمثله.

المطلب الرابع: يتحمل الضرر الخاص لدفع ضرر عام.

المطلب الخامس: درء المفسد أولى من جلب المصالح.

المبحث الرابع: المشقة تجلب التيسير، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: إذا ضاق الأمر اتسع.

المطلب الثاني: الحاجة تنزل منزلة الضرورة عامة كانت أو خاصة.

المبحث الخامس: العادة محكمة، وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: المعروف عرفاً كالمشروط شرطاً.

المطلب الثاني: إنما تعتبر العادة إذا اطردت أو غلبت.

المطلب الثالث: الكتاب كالخطاب.

وأسأل الله عز وجل أن أكون قد أضفت جديدًا في هذه الدراسة، وأن أكون قد أفدت واستفدت فيما بحثت، وما كان من صواب فمن الله، وما كان من خطأ أو زلل فمن نفسي والشيطان، وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم تسليمًا كثيرًا.

التمهيد

التعريف بوسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي ونشأتها

المسألة الأولى: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

عرفت وسائل التواصل الاجتماعي بعدة تعريفات، لعل أحصاها أنها: منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيه إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات^(١).

المسألة الثانية: نشأة وسائل التواصل الاجتماعي:

ذهب أكثر الباحثين إلى أن أول ظهور لوسائل التواصل الاجتماعي في بداية التسعينات الميلادية؛ ففي عام ١٩٩٥م صمم راندي كونرادز موقع classmates.com لمساعدة الزملاء الدارسين على التعرف المتبادل^(٢).

إلا أن هناك بعض الباحثين يحددون تاريخ ظهورها عام ١٩٩٧م، بظهور الموقع الاجتماعي sixdegrees.com^(٣)، وتوالى بعد ذلك تأسيس مواقع الشبكات الاجتماعية إلى أن أصبحت هذه الشبكات تستقطب أكثر من ثلثي مستخدمي الإنترنت، والنقلة الكبيرة في شبكات التواصل حدثت عام ٢٠٠٥م، حيث اشتهر موقع فيسبوك الذي أصبح الأشهر عالمياً^(٤).

المطلب الثاني: أنواع وسائل التواصل الاجتماعي

عند الاطلاع على البحوث والدراسات المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي، نجد أن الباحثين يصنفون هذه الوسائل والمواقع الاجتماعية إلى خمسة أنواع، هي كالتالي:

١ - ما يختص بالاتصالات وإيجاد المعلومات وتبادلها.

وهذا النوع وسيلة من وسائل التواصل يضع فيه الفرد ما يريد وضعه وتبادلته مع الآخرين من صور ومقالات ومعلومات، وتصل المتلقي هذه الصور والمقالات

(١) ينظر: القيس بوك والشباب العربي، ليلي جرار (ص٣٧).

(٢) ينظر: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، محمد المنصور (ص٧٧).

(٣) ينظر:

4. Danah M. Boyd and Nicole B. Ellison, *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*.

(٤) ينظر: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، د. حسني عوض (ص٤).

والمعلومات، ويمكن للمتلقي التعليق على ذلك واستخدامها من حيث حفظها وإعادة نشرها، ومن أمثلة هذا النوع:

١ - المدونات (Blogs)^(١).

٢ - المدونات الجزئية (Micro Blogs)^(٢).

٣ - مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي^(٣).

٢ - مواقع التعاون وبناء فرق العمل.

وهي نوع من أنواع المواقع الإلكترونية تسمح للزوار بإضافة المحتويات، وتعديلها دون أي قيود في الغالب.

ومن أشهرها:

موقع الويكي (Wiki)، ومواقع الأخبار الاجتماعية، ومواقع إدارة الملفات وتحرير

النص مثل (Drop box)^(٤).

٣ - مواقع الوسائط المتعددة.

وهي مواقع تسمح لمستخدميها برفع الصور والتسجيلات المرئية ومشاهدتها والتعليق عليها، وغير ذلك.

وأشهرها موقع اليوتيوب (Youtube) الذي تأسس عام (٢٠٠٥ م)^(٥).

٤ - مواقع الرأي والاستعراض.

وهي مواقع لمعرفة آراء المستهلكين للسلع، وتقييمهم لها، ومعرفة جودة المنتج

ومواصفاته.

ومنها: (Yahooanswers، Product reviews)^(١).

(١) ينظر: وهي منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية.

ومن أشهرها: word press، open Diary، Blogger، الإعلام الجديد، علي خليل شفرة (ص ١٠٣).

(٢) ينظر: ويميزها عن المدونات العادية صغر حجم كمية المعلومات (نصية، صورة، صوتية، مرئية) ينظر: المتداولة عليها، وأشهرها: تويتر (Twitter)، وقد أسس عام (٢٠٠٦م) ينظر: بجهود شركة أمريكية عند إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين. ينظر: أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية فيسبوك وتويتر أتمونجا، حنان شعشوع الشهري(ص٣٢).

(٣) ينظر: وأشهر هذه المواقع: انستجرام (Instagram)، والواتس أب (Whats App)، والفيسبوك (Facebook). ينظر:

[ht t ps://mal j al af .wor dpr ess.com/٢٠١٤/٠٥/٣١/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D9%80%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B0%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%80%D8%A7%D8%B9%D9%8A/](https://maljalaf.wordpress.com/٢٠١٤/٠٥/٣١/%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D9%80%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B0%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%80%D8%A7%D8%B9%D9%8A/)

(٤) ينظر: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد(ص٥).

(٥) ينظر: المرجع السابق.

٥ - المواقع الترفيهية الاجتماعية. وهي تتضمن مواقع العوالم الافتراضية ومواقع الألعاب^(٢).

المطلب الثالث: آثار وسائل التواصل الاجتماعي

وسائل التواصل الاجتماعي تعد نازلة من نوازل العصر، وأمرًا من الأمور المستحدثة الجديدة، فمثلها مثل أي أمر يضعه البشر لها آثار إيجابية، وآثار سلبية، وفيما يلي ذكر لآثارها الإيجابية والسلبية في جميع المجالات:

المسألة الأولى: آثار وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابية.

إن وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة أدت دورًا بارزًا ومهمًا في حياة الأفراد والمجتمعات في كثير من جوانب حياتهم: الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والدينية، والإعلامية، والثقافية، والأمنية، والنفسية، وفيما يلي بعض آثارها الإيجابية:

١ - المجال الديني:

كان لوسائل التواصل الاجتماعي دور فاعل في الدعوة، ونشر الثقافة الإسلامية في أرجاء العالم؛ حيث قررت الدراسات بأن هناك ١٩% من مستخدميها يتابعون البرامج والمواضيع الإسلامية دائمًا، ومنهم ٢٨,٩% يتابعونها أحيانًا^(٣).

ولذا قام بعض الدعاة بواسطتها بالذب عن العقيدة الإسلامية ومكافحة الأفكار المشككة فيها من أصحاب التيارات الفكرية المنحرفة، وكشف افتراءاتهم على الإسلام من كل جوانبه، وفي الدعوة والإصلاح في جميع مجالات الحياة^(٤).

٢ - المجال الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي تساعد على استمرار التواصل بين المستخدمين على مدار الساعة، الأمر الذي يزيد في قوة الترابط بينهم، ومعرفة أخبارهم، وتوطيد العلاقات من خلال تبادل التهاني بالمناسبات، والمواساة عند المصائب والملمات، وأداة الأعمال التطوعية والإنسانية المفيدة للمجتمع ببسر وسهولة^(٥).

(١) ينظر: المرجع السابق.

(٢) ينظر: المرجع السابق.

(٣) ينظر: الآثار الاجتماعية للإنترنت، عبدالمحسن بن أحمد العصيمي (ص ٥٩٠).

(٤) ينظر: الإعلام الجديد، علي خليل شفرة (ص ٣٦).

(٥) ينظر: أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، د. حسني عوض (ص ١٠).

٣- المجال السياسي:

إن لوسائل التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في مجال السياسة؛ فقد وظفت من قبل أعضاء الأحزاب السياسية للدعاية، وحث الناس على التصويت، وكذلك تستعمل في استطلاع الرأي العام من المستخدمين للتصويت لمرشح دون مرشح، كما حدث في أمريكا عام ٢٠٠٨م في الانتخابات الرئاسية، حيث استخدمت مجلة (ريدرز دايجست) الفيس بوك في التصويت والترشيح^(١).

٤ - المجال الاقتصادي:

لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي نافذة اقتصادية مهمة، يستخدمها الأفراد في البحث عن الوظائف، كما أن الشركات تستخدمها لإعلان فرص العمل والوظائف الشاغرة لديها، والتعرف على رغبات المستهلكين، والبحث عن التنافس والأسواق المناسبة، والتسويق لمنتجاتها ودعايتها، وقد أثبتت الدراسات أنها أفضل أداة للتسويق والتسوق^(٢).

٥ - المجال الإعلامي:

إن لوسائل التواصل الاجتماعي دورًا لا يمكن إنكاره في الوظيفة الإخبارية والإعلامية بمختلف أنواعها، وهي وظيفة يتم عن طريقها ربط الشخص المتابع للأخبار بالعالم الخارجي، بحيث يستطيع معرفة ما يدور في العالم دون عائق من حدود، أو مسافة، أو اختلاف لغة^(٣)، ويمكن له مناقشة الأحداث وتحليلها، وإضافة ما لديه من المستجدات^(٤).

٦ - المجال الثقافي:

تعدُّ وسائل التواصل الاجتماعي من أهم الوسائط لتبادل المعلومات الثقافية؛ فهي من أفضل الطرق لحفظ المعلومات وأسرعها استرجاعًا، إضافة إلى امتيازاتها التفاعلية التي تسهم في مضاعفة الاستفادة منها، واليوم أصبحت هذه الوسائل والمواقع سوقًا علميًا وثقافيًا يجمع شتات المعرفة بين أنامل المستخدم، مثل الموسوعات العلمية،

(١) ينظر: التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، د. رانيا مكرم (ص٢)، ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص٧).

(٢) ينظر: الآثار الاجتماعية للإنترنت، عبدالمحسن بن أحمد العصيمي (ص٧٣٣).

(٣) ينظر: الإعلام الجديد، علي خليل شفرة (ص١٤).

(٤) ينظر: الآثار الاجتماعية للإنترنت، عبدالمحسن بن أحمد العصيمي (ص٥٧٢).

والتواصل بين الباحثين، ومن أهم الصفات التي تنتم بها وسائل التواصل الاجتماعي في هذا المجال سرعة الحصول على المعلومة، وقلة التعب والتكاليف وغيرها من المزايا؛ ولذا يكثر الإقبال عليها من قبل المؤسسات التعليمية والتربوية لتوصيل المعرفة إلى المتعلم وتحفيزه^(١).

٧ - المجال الأمني:

لوسائل التواصل الاجتماعي دور ملحوظ في استقرار أمن الدولة والمجتمع والفرد؛ فهي كما توفر الإرشادات ولوائح العمل لرجال الأمن في مختلف القطاعات الرقمية بأقصى سرعة، تقوم أيضاً بتقريب المسافات بين الإعلام والأمن، وتقدم النصح للمجتمع لحماية الأرواح والممتلكات العامة والخاصة، حتى إنها أصبحت أداة إيجابية في نشر التوعية المرورية الأمنية والصحية، والتحذير من الفوضى، والضوضاء الهادمة للأمن، ومراقبة الحسابات التي تضر استقرار الدولة والمجتمع^(٢).

المسألة الثانية: آثار وسائل التواصل الاجتماعي السلبية.

لقد اتضح مما سبق أن هذه الوسائل الحديثة للتواصل لها العديد من الثمرات والفوائد التي تعود على الفرد والمجتمع في كل جانب من جوانب الحياة، بشرط أن تستخدم هذه الوسائل استخداماً سليماً، أما إن كان هذا الاستخدام مخالفاً لما هي له، وبشكل سلبي وعشوائي، فستكون مدمرة للفرد والمجتمع بأسره، وفيما يلي ذكر لبعض الآثار السلبية لهذه الوسائل:

١ - المجال الديني:

ينتشر في وسائل التواصل الاجتماعي أفكار ومعتقدات تخالف الشريعة الإسلامية، وشبهات تخالف العقيدة الصحيحة، وتنتشر هذه الأفكار والمعتقدات من قبل الغربيين والليبراليين والعلمانيين والمستشرقين؛ مما يضلل شباب المسلمين، وينحرف بهم عن عقيدتهم الصحيحة ومنهجهم المستقيم.

(١) ينظر: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص ٩).

(٢) ينظر: دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات، د. وجدي حلمي عيد (ص ١)، ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص ١٠).

وقد لوحظ أثر ذلك على كثير من الشباب المسلمين من تفاخرهم بالإلحاد في كتاباتهم وتغريداتهم، وشمم العلماء والخروج على ولاية الأمر، والتسلل لأماكن الفتن والحروب.

وكذلك أصبحت مكاناً فسيحاً لنشر الإشاعات لتشويه سمعة الإسلام تحت شعارات براقة باسم الحرية والحقوق المسلوقة، وخاصة حقوق المرأة، والمساواة، وأصبحت هذه الوسائل وسيلة لنزع الحياء ورفع الحاجز بين الشباب والفتيات؛ مما قد يؤدي إلى الوقوع في الزنى والفواحش.^(١)

٢ – المجال الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي ساعدت على توطيد العلاقات كما تبين سابقاً، فقد تكون هذه الوسائل سبباً في حدوث مشاكل تؤدي إلى قطع العلاقات بين الأقارب والأرحام والأصحاب، بل ربما تكون سبباً لحصول الطلاق بين الزوجين، وهذا يحدث كثيراً على صفحات الفيس بوك، وعلى مجموعات "الواتس أب" و "الانستجرام"، ولعل التطبيقين الأخيرين من أخطر برامج مواقع التواصل الاجتماعي على الأسرة والمجتمع، وقد كشفت دراسات أن ثلث حالات الطلاق التي وقعت في بريطانيا عام ٢٠١١م كانت بسبب التواصل مع الأجنبية عبر الفيس بوك.

ويُرى أثر وسائل التواصل الاجتماعي على الانقطاع الأسري أيضاً، حيث يشاهد في اجتماعات الأسر جلوس كل عضو من أعضائها منقطعاً عن غيره منشغلاً بجهازه في التنقل بين وسائل التواصل الاجتماعي، فكأن هذه الوسائل تحولت من وظيفة المساعدة في الاتصال الاجتماعي إلى وظيفة المساعدة في الانفصال الاجتماعي.^(٢)

٣ – المجال الصحي:

صنعت وسائل التواصل الاجتماعي بيئة حاضنة للأمراض النفسية والانطواء على الذات، أو بين أفراد معينين، وأصابنا بعضاً من مستخدميها بالقلق والاضطراب والكآبة.

(١) ينظر: مواقع التواصل الاجتماعية، سليمان المطرودي نشره في مدونته بتاريخ ٢٠١٤/٤/٧، ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص ١٢).

(٢) ينظر: الإعلام الحديث، ص ٧٠، ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص ١٣).

وقد سبب كثرة الاستعمال لهذه الوسائل بمختلف أنواعها أمراضاً جسدية مختلفة لدى الشباب والأطفال، ومن الأمراض التي سببها الاستخدام السيئ لهذه الوسائل: ضعف البصر، ومرض السكر، ومرض السمنة، والاحتكاك في فقرات الرقبة، والإرهاق والأرق^(١).

٤- المجال الثقافي:

قد يترتب على الاستعمال العشوائي وغير الجاد لهذه الوسائل انهيار ثقافة المستخدم؛ حيث يتأثر بكثير من العادات والتقاليد الوافدة الغربية المناهية للثقافة الإسلامية التي تنتشر على صفحات هذه الوسائل، وتغير كثيراً من جوانب حياته، وكذلك تضعف لغة المستخدم العربي؛ حيث تستعمل في هذه الوسائل بعض الاختصارات والأساليب والتعبيرات المخالفة تماماً لقواعد اللغة العربية، ولاشيء أهم من اللغة في ثقافة الإنسان^(٢).

٥ - المجال الاقتصادي:

لا يخفى ما يهدر من أموال على هذه الوسائل الشبكية وللإشتراك بها على مختلف أجهزة الاتصال، وفي التسوق الإلكتروني عبر مواقع التسويق الخادعة بالإعلانات الكاذبة.

ولا ينحصر ضررها على المستخدم في إضاعة المال فقط، بل يتعدى إلى حياته المستقبلية؛ فعندما يبحث عن وظيفة أو عمل لا يجد ما يرضيه؛ لأنه قد شارك بكل خصوصياته ومنها ما يجب حجبها من الناس من عاداته وطبائعه، كما أظهرت الدراسات أن ٥٤% من المشاركات توضح الضعف اللغوي للمستخدمين، و ٦١% منها تظهر الألفاظ غير اللاتقة لهم، بالإضافة إلى المحتويات الأخرى التي تعد خارجة ويرفضها أرباب العمل.

هذا ما يتعلق بالمستخدم نفسه، أما من حيث المجتمع وبيئة العمل فهو أشد من هذا؛ إذ إن الاستخدام الخاطئ لها قد يؤدي إلى خسارة كبيرة لأصحاب الأعمال والشركات

(١) ينظر: الإدمان على الإنترنت، ص ٣٩، ووسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص ١٣).

(٢) ينظر: وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد (ص ١٤).

والمنظمات المالية الربحية؛ وذلك بسبب تضييع موظفيها وعمالها أوقاتهم في استخدام هذه الوسائل وقت العمل.^(١)

٦ - المجال الأمني:

قد تكون وسائل التواصل الاجتماعي خطراً على صاحبها وغيره؛ إذ يلحظ أن كثيراً من الناس قتلهم متابعة الواتس أب والتويتز والانستجرام أثناء قيادة السيارات، فكم من أطفال أصبحوا يتامى، وكم من نساء صرن أرامل بسبب انشغال هؤلاء الناس بالجهاز عن القيادة.

وقد تهدد هذه الوسائل أمن أصحابها وسلامتهم؛ لأنهم فقدوا الخصوصية عندما شاركوا ملفاتهم الشخصية لعرض جميع بياناتهم من عنوان السكن والجامعة والوظيفة والحالة الاجتماعية، ومن الممكن أن يستغل بعض المحتالين هذه المعلومات، لايتزاهم؛ لأن هذه المواقع والوسائل الإلكترونية ليست قطعية الأمان والسري، كما يوجد في بعض المواقع الاجتماعية ما يشير إلى ذلك عند التعليق والمشاركة، مثل تصريح موقع الفيس بوك عن سياسة السرية الرسمية عند المشاركة والتعليق: أن الموقع ليس مأموناً من الاختراق على وجه التمام.

وقد تكون وسائل التواصل الاجتماعي سبباً في انهيار أمن المجتمع بل والدول وسياسات الحكومات كلها؛ إذ تقع حسابات بعض الحكومات والأحزاب السياسية ضحية للأعداء، كما نشرت صحيفة (فاينا شيال تايمز) أن أكثر من مئة دولة تستخدم هذه المواقع للتجسس ومعرفة نقاط القوة والضعف لخصومها.

بعد أن تبين فيما سبق أنواع وسائل التواصل الاجتماعي، وآثارها الإيجابية والسلبية على الفرد والمجتمع، سأذكر في المباحث التالية بعضاً من القواعد المتعلقة بتلك الوسائل والتي يتبين من خلالها معرفة الأحكام الفقهية المرتبطة بتلك الوسائل وآثارها. وقد اقتصرنا فيها على القواعد الفقهية الكبرى، وقسمتها إلى خمسة مباحث.

(١) ينظر: جريدة الرياض، الاثنين، ١٣ جمادى الأولى ١٤٣٤ هـ/ ٢٥ مارس ٢٠١٣م، العدد ١٦٣٤٥، مقال: موظفون على «النت» ومعاملات المراجعين متأخرة، مريم الجابر.

المبحث الأول: الأمور بمقاصدها

لمقاصد الإنسان دور في الحكم على كثير من أفعاله، سواء كان هذا الفعل متعلقاً بالعبادات أو المعاملات ومنها التواصل وغيرها، ومن أبرز القواعد التي يظهر فيها صلة بوسائل التواصل الاجتماعي في المقاصد قاعدة (الأمر بمقاصدها).
فهذه القاعدة هي الأساس في الحكم على أفعال الإنسان، ومعناها: أن تصرفات وأعمال المكلف قولية كانت أو فعلية تختلف نتائجها وأحكامها في الشرع حسب مقصده منها^(١).

وهذه القاعدة لها أدلة من كتاب الله عز وجل وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم وإجماع الأمة.

ومن أدلتها:

أَقَالَ تَعَالَى: ﴿لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّنْ جُودِهِمْ إِلَّا مَنَ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا﴾ النساء: ١١٤

قال ابن سعدي: (ولكن كمال الأجر وتماهه بحسب النية والإخلاص، ولهذا قال: وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا فلماذا ينبغي للعبد أن يقصد وجه الله تعالى ويخلص العمل لله في كل وقت وفي كل جزء من أجزاء الخير، ليحصل له بذلك الأجر العظيم، وليتعود الإخلاص فيكون من المخلصين وليتم له الأجر، سواء تم مقصوده أم لا؛ لأن النية حصلت واقترن بها ما يمكن من العمل).^(٢)

٢ - ومن السنة حديث عمر بن الخطاب -رضي الله عنه- قال: سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: «إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل أمرئ ما نوى، فمن كانت هجرته إلى دنيا يصيبها أو امرأة ينكحها فهجرته إلى ما هاجر إليه.»^(٣)

علاقة هذه القاعدة بوسائل التواصل الاجتماعي:

التواصل والتصفح عمل، وكل عمل مرتين بنية صاحبه.

(١) ينظر: المدخل الفقهي العام، مصطفى أحمد الزرقا (٩٦٥/٢)، والوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية، محمد صدقي بورنو (ص ١٢٤).

(٢) ينظر: تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، عبد الرحمن السعدي، (ص ٢٠٧).

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، ح (١)، ص ١.

المطلب الأول: لا ثواب إلا بنية

وهي قاعدة متفرعة عن القاعدة الكلية (الأمر بمقاصدها)، ويراد بها: أن الثواب والعقاب لا يتحققان في العبادات والأعمال والقربات إلا بوجود النية؛ فإذا وجدت صح العمل وحصل الثواب، وإذا فقدت فسد العمل وكان العقاب.

فروع تطبيقية على القاعدة:

١- المسلم الذي يستخدم وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة بمختلف أنواعها، حري به أن يقصد بعمله عليها وجه الله، وطلب الخير منه؛ لينال على قصده هذا الأجر والثواب^(١).

٢- للمسلم أن يصل أرحامه عبر وسائل التواصل ما نوى ذلك وقصده، وخصوصاً إذا كان ممن لا يقدر على صلتهم إلا بها^(٢).

٣- من نوى الخير وابتغاء وجه الله في تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي ولم يوفق له، أو لم يجده، فقد وقع أجره على الله، وإن لم يصب ما نوى.

٤- ليس للإنسان من جهده ودعوته إلى الله في وسائل التواصل الاجتماعي إلا ما نواه، وإن بلغ أمره الآفاق^(٣).

المطلب الثاني: العبرة في العقود للمقاصد والمعاني، لا للألفاظ والمباني

تعد هذه القاعدة فرعاً لقاعدة (الأمر بمقاصدها)، ويراد بها: أن أحكام العقود إذا اختلفت ما بين ألفاظ المتكلم ونيته، فإنه لا ينظر إلى ألفاظه ولا تبني عليها العقود، بل ينظر إلى مقصده ونيته فعليها تبني أحكام العقود^(٤).

فروع تطبيقية على القاعدة:

١- من أراد أن يكتب في وسائل التواصل الاجتماعي كلمة (طالع) مثلاً، فكتب (طالق) فلا يقع طلاقه.

٢- من أراد أن يكتب في وسائل التواصل الاجتماعي كلمة (قلت)، فكتب (قبلت) فلا يكون لهذه الكلمة عبرة في قبول ما تعلق عليه حديثه، من بيع أو شراء، أو نكاح أو نحو ذلك^(٥).

(١) ينظر: المغني في فقه وسائل التواصل الاجتماعي، رضوان بن أحمد العواضي (ص٨).

(٢) ينظر: المرجع السابق، ص ١١.

(٣) ينظر: المرجع السابق، ص ١٣.

(٤) ينظر: الممتع في القواعد الفقهية، د. مسلم الدوسري (ص٨٤).

(٥) ينظر: المغني في فقه وسائل التواصل الاجتماعي، رضوان بن أحمد العواضي (ص١٥٨).

٣ - لو حدث شخص شخصاً آخر عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقال: أعرتك سيارتي لتركبها إلى مكة بخمسمائة ريال، يكون العقد إجارة؛ لأن الإعارة تملك منفعة بغير عوض.

المبحث الثاني

اليقين لا يزول بالشك

هذه القاعدة من القواعد المهمة في الفقه؛ فهي من أوسع القواعد الفقهية تطبيقاً، وتفيد أنه إذا ثبت أمر من الأمور ثبوتاً جازماً أو راجحاً، وجوداً أو عدماً، ثم طرأ بعد ذلك شك أو وهم في زوال ذلك الأمر الثابت، فإنه لا يلتفت إلى ذلك الشك والوهم، بل يحكم ببقاء الأمر الثابت على ما ثبت عليه^(١).

أدلة القاعدة:

١ - قَالَ تَعَالَى: ﴿وَمَا يَتَّبِعُ أَكْثَرُهُمْ إِلَّا ظَنًّا إِنَّ الظَّنَّ لَا يُغْنِي مِنَ الْحَقِّ شَيْئًا إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِمَا يَفْعَلُونَ﴾ (٣٦) ﴿يونس: ٣٦﴾

٢ - عن أبي سعيد الخدري قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «إذا شك أحدكم في صلاته فلم يدر كم صلى ثلاثاً أم أربعاً فليطرح الشك وليبن على ما استيقن، ثم يسجد سجدتين قبل أن يسلم، فإن كان صلى خمساً شفعن له صلاته، وإن كان صلى إتماماً لأربع كانت ترغيماً للشيطان.»^(٢)

٣ - أجمع العلماء على أصل العمل بهذه القاعدة، قال القرافي: (... فهذه قاعدة مجمع عليها، وهي أن كل مشكوك فيه يجعل كالمعدوم الذي يجزم بعدمه)^(٣).

علاقة هذه القاعدة بوسائل التواصل الاجتماعي:

هذه القاعدة لها علاقة بوسائل التواصل الاجتماعي من حيث إنه لا يحكم على أي أمر من الأمور في وسائل التواصل الاجتماعي إلا بعد اليقين أو الظن الغالب.

المطلب الأول: الأصل في الأشياء الإباحة

تفيد هذه القاعدة بأن الأصل في كل شيء لم يحرمه الشرع، ولم يثبت فيه ضرر، أنه مباح، يسوغ تناوله والاستفادة منه.

(١) ينظر: الممتع في القواعد الفقهية، د. مسلم الدوسري (ص ١٠٨).

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب: المساجد ومواضع الصلاة، باب: السهو في الصلاة، ح (٥٧١)، ص ٧٦٦.

(٣) ينظر: أنوار البروق (الفروق) ينظر: (١١١/١).

أدلة هذه القاعدة:

- لهذه القاعدة أدلة من كتاب الله عز وجل وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم منها:
- ١ - قَالَ تَعَالَى: ﴿هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾﴾ البقرة: ٢٩
 - ٢ - حديث سلمان - رضي الله عنه - قال: سئل رسول الله صلى الله عليه وسلم عن السمن والجبن والفراء فقال: «الحلال ما أحل الله في كتابه، والحرام ما حرم الله في كتابه، وما سكت عنه فهو مما عفا عنه»^(١).

فروع تطبيقية على القاعدة:

- ١ - يباح استخدام شبكات التواصل ابتداءً، والتحليل والتحرير لا يتعلقان بأعيان شبكات التواصل الحديثة، بل يتعلقان باستخدامهما، فإذا استخدمت في المحرم تحولت إلى حرمة.
- ٢ - الأصل في بيع الحساب في شبكات التواصل الاجتماعي الجواز.
- ٣ - الأصل في استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي الإباحة،^(٢) إلا إذا دلت على محرم كالرموز الدالة على المثلية، ونحوها.
- ٤ - الأصل في استخدام الفلاتر^(٣) في السناب الإباحة، إلا إذا كان فيها تغيير لخلق الله.^(٤)

المطلب الثاني: لا عبرة بالدلالة في مقابلة التصريح

أي أن دلالة التصريح أقوى من دلالة الحال عند التعارض، سواء كان التصريح قولاً أم كتابةً.

(١) أخرجه الترمذي في سننه، كتاب اللباس، باب ما جاء في لبس الفراء، ح (١٧٢٦)، ص ١٨٢٨، وابن ماجه في سننه، كتاب الأشربة، باب أكل الجبن والسمن، ح (٣٣٦٧)، ص ٢٦٨٠، والحاكم في مستدركه، كتاب الأطعمة (٤/١٢٩)، وقال عنه: (هذا حديث صحيح).

(٢) هذا في غير الوجوه (الفيسات) أما في الوجوه فالذي عليه أغلب المعاصرين: الحرمة، لأنها من الصور، ومنهم: الشيخ/ سليمان الرحيلي (تسجيل صوتي للشيخ في قناة: السنة سفينة النجاة. نشر بتاريخ ٢٠١٨/٤/١٠).

[ht t ps://www.yout ube.com/watch?v=FnW_QOCewI_E](https://www.yout ube.com/watch?v=FnW_QOCewI_E)

لكني أرى أنها ليست صورة، لأنه لا يظهر فيها كامل أجزاء الرأس الذي جاء في الحديث " الصورة الرأس" أخرجه البيهقي في سننه الكبرى (٢٧٠/٧) ح (١٤٣٥٧).

(٣) الفلاتر: هي مؤثرات توضع على صورة الشخص لتعديلها تعرف علمياً بالعدسات (Lenses)، ويسمى المستخدمون للسناب بالفلاتر. ينظر: [a.com/ech/ar/snap-chat-filter-sht](https://www.samma.com/ech/ar/snap-chat-filter-sht) ht t ps://www.samma.com/ech/ar/snap-chat-filter-sht

(٤) أفتى بحرمتها إذا كان فيها تغيير لخلق الله الشيخ: صالح الفوزان (تسجيل صوتي للشيخ في قناة: كلمة التوحيد. نشر بتاريخ ١/ ٧/ ٢٠١٩ - [KqEI | ht t ps://www.yout ube.com/watch?v=wlk-KqEI](https://www.yout ube.com/watch?v=wlk-KqEI))

فروع تطبيقية على القاعدة:

١ - لو تابع شخص حساب شخص آخر على التويتر مثلاً فسكت، ثبتت متابعتة، ولا حاجة لقوله: قبلت، ولكن لو أنه حضره فهذا تصريح منه برفضه؛ لأن التصريح أقوى من الدلالة.

٢ - لو أن شخصاً تابع حساب شخص آخر بإذنه عبر الواتس أب، أو الفيس بوك، أو تويتر بإذنه، فعلق على منشور أو مقال له، فإنه مأذون بذلك؛ لأن دلالة الحال تدل على أنه مأذون له فيه، أما إذا منعه صراحة من التعليق، فإنه يقاضيه إن أساء؛ لأن التصريح لم يبق اعتباراً لدلالة الحال.

المبحث الثالث

لا ضرر ولا ضرار

هذه القاعدة من القواعد الكبرى في الفقه الإسلامي، وأصلها نص حديث نبوي، وهي من أكثر القواعد الفقهية تعلقاً بوسائل التواصل الاجتماعي.

وهي تدل على تحريم إيقاع الضرر ابتداءً، وكذا تحريمه على وجه المقابلة؛ إذ المطلوب من الإنسان أخذ حقه بالطرق الشرعية دون إضرار بالغير على وجه يفتح باب الشر والصراع الذي لا تحمد عواقبه.

أدلة هذه القاعدة:

دل على هذه القاعدة كتاب الله عز وجل، وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، وإجماع الأمة.

١ - أما القرآن فورد عدد من الآيات التي تحرم الضرر منها: قوله تعالى في النهي عن المضارة بالمطلقات: ﴿وَلَا تَمْسِكُوهُنَّ ضِرَارًا لِّتَعْتَدُوا وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَقَدْ ظَلَمَ نَفْسَهُ﴾ البقرة: ٢٣١

٢ - وأما السنة فما ورد عنه صلى الله عليه وسلم أنه قال: «لا ضرر ولا ضرار»^(١).

٣ - وأما الإجماع فإن مدلول القاعدة مجمع عليه بين العلماء؛ فهي واحدة من القواعد الخمس الكبرى في الفقه الإسلامي^(٢).

(١) أخرجه مالك في الموطأ، كتاب الأفضية، باب القضاء في المرفق، ح (١٤٢٩) ينظر: ص (٧٤٥/٢)، وابن ماجه في سننه، كتاب الأحكام، باب من بنى في حقه ما يضر بجاره، ح (٢٣٤٠)، ص (٢٦١٧)، وقال عنه الحاكم في المستدرک (٦٦/٢): (هذا حديث صحيح الإسناد على شرط مسلم ولم يخرجاه).

(٢) ينظر: القواعد الكلية والضوابط الفقهية، محمد عثمان شبير (ص ١٦٩).

المطلب الأول: الضرر يدفع بقدر الإمكان

هذه القاعدة تتعلق بالضرر قبل وقوعه؛ ولذا عبر بالدفع، فإذا لا بد قبل حصول الضرر المتوقع من اتخاذ الإجراءات اللازمة لدفع وقوعه، وذلك بقدر الاستطاعة والإمكان؛ لأن الله لا يكلف نفساً إلا وسعها^(١).

دليل هذه القاعدة:

قوله تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ﴾ الأنفال: ٦٠

فروع تطبيقية على هذه القاعدة:

١ - الحظر الذي يعمل على أجهزة الأطفال، والبرامج التي تعين على تتبع ما يشاهدون ويدخلون عليه؛ لأنها تدفع وقوع الضرر على من لا يعقل أو لا يميز كالأطفال.

٢ - حجب المواقع التي تنشر الرذيلة، والشبه، والفتن.

المطلب الثاني: الضرر يزال

تأتي هذه القاعدة بعد سابقتها لتبين أن الضرر بعد وقوعه لا بد من إزالته بالوسائل الممكنة، فإن أمكن رفعه بالكلية فيها، وإلا لزم تخفيفه بقدر المستطاع^(٢).

أدلة هذه القاعدة:

هي أدلة القاعدة الأم، ويمكن أن يستدل لها أيضاً بحديث إزالة المنكر: «من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان»^(٣).

فالمنكر فيه ضرر، وقد أمر النبي صلى الله عليه وسلم بتغييره وإزالته حسب المستطاع.

فروع تطبيقية للقاعدة:

١ - يجب على مدير مجموعة الواتس أن يأمر من أرسل ما يضر بالمجموعة في أخلاقهم أو دينهم أو عقيدتهم بمسح ما أرسل.

(١) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقاء، (ص ٢٠٧).

(٢) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقاء، (ص ١٧٩).

(٣) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب كون النهي عن المنكر من الإيمان وأن الإيمان يزيد وينقص وأن الأمر بالمعروف والنهي

عن المنكر واجبان، ح (٤٩)، ص ٦٨٨.

٢ - عدم جواز (الحالة) التي يعبر فيها أصحابها عن انطباعاتهم وأفكارهم، وشعورهم، إذا لم تخضع للضوابط الشرعية^(١).

٣ - يجب حذف كل منشور في وسائل التواصل الاجتماعي كان ظاهره النصح والبيان، وباطنه الشقاق والخصام، كالمشورات التي توجب الصراع بين المسلمين، وتزيد من فرقته^(٢).

المطلب الثالث: الضرر لا يزال بمثله

هذه القاعدة قيد لسابقتها وهي قاعدة: الضرر يزال؛ فإن إزالة الضرر لا تكون بمثله ومساوية لعدم الفائدة، ولا بما هو أعلى منه من باب أولى؛ لأن في ذلك توسيعاً للضرر، وإنما يزال الضرر بلا ضرر إن أمكن، وإن لم يمكن فبضرر أخف^(٣).

أدلة هذه القاعدة:

أدلة القاعدة الأم تصلح للاستدلال بها هنا.

فروع تطبيقية على القاعدة:

١ - لو اعتدى شخص على آخر بسرقة حسابه في وسائل التواصل الاجتماعي، فإنه لا يجوز للمعتدى عليه أن يقابل ذلك بسرقة حساب المعتدي؛ لأن الضرر لا يزال بمثله.

٢ - لو أساء شخص لآخر ببث منشور أو فيديو فيه إساءة له، أو لقبيلته، فلا يجوز نشر فيديو أو عرض منشور فيه إساءة للمعتدي.

المطلب الرابع: يتحمل الضرر الخاص لدفع ضرر عام

هذه القاعدة تدل على أن الضرر إذا كان لازم الوقوع لكنه دائر بين أن يقع على عموم الناس أو على خصوصهم، فإنه يوقع على الخصوص؛ لأن في ذلك تخفيفاً للضرر، وإزالة له بما هو أدنى^(٤).

أدلة هذه القاعدة:

يمكن أن يستدل لها بعموم الأدلة السابقة؛ إذ إنها تدل على إزالة الضرر إذا أمكن، أو تخفيفه، وهذه القاعدة فيها تخفيف للضرر وحصر له.

(١) ينظر: المغني في فقه وسائل التواصل الاجتماعي، رضوان بن أحمد العواضي (ص ١٥٨).

(٢) ينظر: المرجع السابق، (ص ٢٥٥).

(٣) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقا، (ص ١٩٥).

(٤) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقا، (ص ١٩٧).

فروع تطبيقية على هذه القاعدة:

- ١ - يجوز حبس من يتأذى الناس منه في دينهم وأخلاقهم في وسائل التواصل الاجتماعي؛ حفظاً لدين الناس وأخلاقهم.^(١)
- ٢ - يجوز حجب الحسابات التي تيبث الرذيلة وإن تأذى من ذلك أصحابها؛ لأن الضرر الخاص الواقع عليهم يُتَحَمَّلُ في سبيل دفع الضرر العام عن الأمة.

المطلب الخامس: درء المفساد أولى من جلب المصالح

تدل هذه القاعدة على أنه إذا تعارضت مصلحة مع درء المفسدة بحيث لا يمكن تحصيلهما معاً وكانت المفسدة غالبية على المصلحة فإنه يلزم دفع المفسدة وإن فانت معها المصلحة.^(٢)

أدلة هذه القاعدة:

- ١ - قوله تعالى: ﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۖ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْ لَفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا﴾ البقرة: ٢١٩
فنهى الله تعالى عن الخمر والميسر مع أنه أثبت أن فيهما منافع للناس لأن أثمهما ومفسدهما أعظم.

- ٢ - عن لقيط بن صبرة - رضي الله عنه - قال : قلت : (يا رسول الله أخبرني عن الوضوء؟ قال: أسبغ الوضوء، وخلل بين الأصابع، وبالغ في الاستنشاق إلا أن تكون صائماً).^(٣)

فنهى صلى الله عليه وسلم الصائم عن المبالغة في الاستنشاق في الصيام مع أنه كمال في الوضوء درأً لمفسدة تفتيره للصائم لو تسرب الماء إلى بطنه.

فروع تطبيقية على هذه القاعدة:

- ١- يمنع تداول المقاطع التي يتبعها روابط تشتمل على محرم، حتى وإن كانت هذه المقاطع فيها مصلحة وفائدة.
- ٢ - إن أدى بيع الحساب إلى مفسدة كأن يكون السعر فيه غرر، فإنه لا يجوز حتى وإن كان هناك مصلحة للبائع.
- ٣ - بيع الحساب المشتمل على المحرمات لا يجوز لما فيه من المفسدة.

(١) ينظر : المغني في فقه وسائل التواصل الاجتماعي، رضوان بن أحمد العواضي (ص ٢٠٤).

(٢) ينظر : شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقا (ص ٢٠٥).

(٣) أخرجه الترمذي في سننه، كتاب الصوم، باب ما جاء في كراهية مبالغة الاستنشاق للصائم ح(٧٨٨)، ص ١٢٢٥، وقال عنه: (حديث حسن صحيح).

المبحث الرابع

المشقة تجلب التيسير

هذه القاعدة من قواعد دفع الحرج في الشريعة، وهي إحدى القواعد الخمس الكبرى، وتدل على أنه إذا وقع المكلف في حرج ومشقة خارجة عن المعتاد فإن الشريعة تخفف الحكم له بما يرفع عنه تلك المشقة.

أدلة هذه القاعدة:

دل على هذه القاعدة أدلة متنوعة من كتاب الله عز وجل، وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم، وإجماع الأمة.

١ - فمن أدلة القرآن قوله تعالى: ﴿يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ﴾ البقرة: ١٨٥

٢ - ومن أدلة السنة أن ابن عباس -رضي الله عنه- قال: «صلى رسول الله صلى الله عليه وسلم الظهر والعصر جميعاً بالمدينة في غير خوف ولا سفر، قال أبو الزبير: فسألت سعيداً: لم فعل ذلك؟ فقال: سألت ابن عباس كما سألتني فقال: أراد ألا يجرح أحداً من أمته»^(١).

٣ - وأما دليل الإجماع فالقاعدة من القواعد الكبرى التي انفقت عليها كلمة مجتهدى الأمة^(٢).

المطلب الأول: إذا ضاق الأمر اتسع

تدل هذه القاعدة على أن الإنسان إذا وقع في ضيق وحرج ومشقة فإن الشارع يوسع عليه ويخفف عنه الحكم الشرعي بما يدفع عنه ذلك الحرج وتلك المشقة^(٣).

أدلة هذه القاعدة:

يمكن أن يستدل لهذه القاعدة بالآيات التي سبقت في القاعدة الكبرى السابقة. ومن أدلة السنة حديث عبدالله بن واقد قال: «نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن أكل لحوم الضحايا بعد ثلاث، قال عبدالله بن أبي بكر: فذكرت ذلك لعمره، فقالت: صدق، سمعت عائشة تقول: دف أهل أبيات من أهل البادية حضرة الأضحى زمن

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب صلاة المسافرين، باب الجمع بين الصلاتين في الحضر، ح (١٦٢٩)، ص ٧٨٨.

(٢) ينظر: القواعد الكلية والضوابط الفقهية، محمد عثمان شبير (ص ١٩٥).

(٣) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقا، (ص ١٦٣).

رسول الله صلى عليه وسلم فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: ادخروا ثلاثاً، ثم تصدقوا بما بقي، فلما كان بعد ذلك قالوا: يا رسول الله، إن الناس يتخذون الأسقية من ضحاياهم، ويحملون منها الودك، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: وما ذلك؟ قالوا: نهيت أن تؤكل لحوم الضحايا بعد ثلاث، فقال: إنما نهيتكم من أجل الدافة التي دفت، فكلوا، وادخروا، وصدقوا»^(١).

حيث إنه لما وقعت الدافة والمجاعة على بعض أهل البادية نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن ادخار لحوم الأضاحي أكثر من ثلاثة أيام حتى يقوم أصحابها بالتصدق بها فينال لحمها هؤلاء الذين وقعت بهم الدافة والمجاعة، فلما زال ذلك رجع الحكم إلى أصله، وهذا معنى القاعدة: إذا ضاق الأمر اتسع.

فروع تطبيقية على القاعدة:

اعتماد النكاح بدون وجود مأذون عن طريق البصمة عبر النت.
المطلب الثاني: الحاجة تنزل منزلة الضرورة عامة كانت أو خاصة
الحاجة: ما يؤدي فقدها إلى وقوع الإنسان في الحرج والمشقة^(٢).
وهي تأتي في المرتبة الثانية بعد الضرورة، ومعلوم أن فقد الضروري يؤدي إلى هلاك الإنسان، أو تلف عضو من أعضائه^(٣).

فمعنى القاعدة إذاً: أن كل شيء يوقع الإنسان في الحرج والمشقة غير المعتادة فإن الشارع يراعي ذلك، ويجعل حكمه كالضرورة في استباحة بعض المحرمات.
وينبغي أن يُعلم أن الحاجة لا توازي الضرورة في إباحة المحرمات؛ لأنها أدنى درجة منها، لكن يباح بسببها المحرم لغيره^(٤).

أدلة القاعدة:

عن قتادة أن أنسًا حدثهم: «أن النبي صلى الله عليه وسلم رخص لعبدالرحمن بن عوف، والزبير في قميص من حرير من حكة كانت بهما»^(٥).

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الأضاحي، باب بيان ما كان من النهي عن أكل لحوم الأضاحي بعد ثلاث في أول الإسلام وبيان نسخه وإباحته إلى متى شاء، ح (١٩٧١)، ص ١٠٢٩.

(٢) ينظر: الموافقات، الشاطبي (١١/٢).

(٣) ينظر: المرجع السابق (٩/٢).

(٤) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقا، (ص ٢١٠).

(٥) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الجهاد والسير، باب الحرير في الحرب، ح (٢٩١٩)، ص ٢٣٥.

فمعلوم أن الحرير محرم على الرجال، ومع ذلك رخص به صلى الله عليه وسلم عند الحاجة.

فروع تطبيقية على القاعدة:

- ١- جواز متابعة الفيديوهات والحسابات التي يوجد بها محظور من أجل تعلم أمور في الطب مثلاً لا توجد إلا بها.
- ٢- يجوز قبول شهادة المستخفي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ لأنه لو لم تقبل شهادته لأدى ذلك للضييق والمشقة وضياع الحقوق، فنزلت الحاجة هنا منزلة الضرورة^(١).

المبحث الخامس

العادة محكمة

هذه القاعدة تدل على أن العادة والعرف يحكم بهما فيما لا نص فيه^(٢)، ولا شك أن هذه القاعدة لها صلة ببعض المسائل المتعلقة بوسائل التواصل الاجتماعي.

أدلة هذه القاعدة:

ورد في القرآن والسنة عدد من الأدلة التي تدل على تحكيم العرف منها:

- ١- قوله تعالى: ﴿حُذِرِ الْعَفْوِ وَأَمْرٌ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾^(١٩٩) ﴿الأعراف: ١٩٩

٢- عن جابر بن عبدالله -رضي الله عنه- أنه سئل عن ركوب الهدي فقال: سمعت النبي صلى الله عليه وسلم يقول: «اركبها بالمعروف إذا ألجئت إليها حتى تجد ظهراً»^(٣).

فقيد رسول الله صلى الله عليه وسلم ركوب الهدي بالمعروف، وهذا فيه تحكيم للعرف والعادة.

والقاعدة هي إحدى القواعد الخمس الكبرى في الفقه الإسلامي، والتي يعتبرها فقهاء الأمة كلهم في الجملة^(٤).

(١) ينظر: التطبيقات الفقهية لقاعدة (الحاجة تنزل منزلة الضرورة) في القضاء والشهادات والإقرار، عبده بن محمد بن عتيق (ص ٧٤).

(٢) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقا، (ص ٢١٩).

(٣) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الحج، باب جواز ركوب البدنة المهداة لمن احتاج إليها، ح (١٣٢٤)، ص ٨٩٧.

(٤) ينظر: القواعد الكلية والضوابط الفقهية، محمد عثمان شبير (ص ٢٣٨).

المطلب الأول: المعروف عرفاً كالمشروط شرطاً

تدل هذه القاعدة على أن ما تعارف عليه الناس فإنه يكون بمثابة المشروط بينهم من حيث الالتزام به، ووجوب إعماله وتحكيمه^(١).

أدلة هذه القاعدة:

يمكن أن يستدل لها بما سبق في أدلة القاعدة الكبرى؛ لأن ما ذكر هناك يدل على تحكيم العرف وإعماله، ومن هذا الباب شُبّه المعروف بالمشروط. فروع تطبيقية على هذه القاعدة:

- ١ - جواز مشاهدة ما يعرض عبر الصفحات والمواقع دون الاستئذان من صاحبها؛ لأن هذا مما تعارف عليه الناس، فالمعروف عرفاً كالمشروط شرطاً.
 - ٢ - اقتضى العرف عند شراء سلعة عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي أنها لا تسلم في مجلس العقد؛ فلا حاجة أن يشترط البائع هذا لأنه معروف.
- #### المطلب الثاني: إنما تعتبر العادة إذا اطردت أو غلبت

هذه القاعدة قيد في "العادة محكمة"؛ حيث يشترط فيها أن تكون مطردة بين الناس في جميع معاملاتهم، أو في أغلبها، أما إذا كان العمل بها مماثلاً لتركها، أو كان تركها أكثر، لم يلزم تحكيمها^(٢).

فروع تطبيقية على هذه القاعدة:

- ١ - الاسم التجاري، والعنوان التجاري، والعلامة التجارية في وسائل التواصل الاجتماعي هي حقوق خاصة لأصحابها أصبح لها في العرف المعاصر قيمة مالية معتبرة، وقد اطردت هذه العادة، فهذه الحقوق يعتد بها شرعاً، ولا يجوز الاعتداء عليها^(٣).

- ٢ - من باع عبر وسائل التواصل الاجتماعي بعملة مطلقة، انصرف البيع إلى أغلبها تداولاً، فإن لم تكن هناك عملة غالبية فسد العقد؛ لأنه يؤدي إلى التنازع.

(١) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقاء، ص ٢٢٧.

(٢) ينظر: الأشباه والنظائر، السيوطي (ص ٩٢)، وشرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقاء، (ص ٢٣٣).

(٣) ينظر: الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، د. عبدالرحمن بن عبدالله السند (ص ٧٤).

المطلب الثالث: الكتاب كالخطاب

تدل هذه القاعدة على أن الكتابة يجري عليها ما يجري على الألفاظ من حيث العمل بها وتحكيمها؛ لجريان العرف والعادة بذلك^(١).

أدلة هذه القاعدة:

دل على هذه القاعدة عمل الرسول صلى الله عليه وسلم وأصحابه من بعده؛ حيث كانوا يعملون بالكتابة ويدعون الناس إلى دين الله عز وجل من خلالها، وقد قامت بها الحجة على من أرسلت إليه؛ مما يدل على تحكيمها وأنها تقوم مقام اللفظ^(٢).

فروع تطبيقية على هذه القاعدة:

- ١ - إذا طلق الرجل زوجته عبر الواتس أو أي وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي فإن طلاقه يقع^(٣).
- ٢ - لو قذف شخص آخر عبر وسائل التواصل الاجتماعي فإنه يقيم عليه حد القذف؛ لأن الكتاب كالخطاب^(٤).
- ٣ - البيع عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي جائز، لأن الكتاب كالخطاب.

(١) ينظر: شرح القواعد الفقهية، أحمد الزرقاء، ص ٣٤٩.

(٢) ينظر: الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية، محمد صدقي بورنو (ص ٣٠١).

(٣) ينظر: أثر شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة على العلاقات الأسرية وأحكامها الفقهية، الزبير معتوق ود. عبدالقادر مهاوات (ص ١٣٨٩).

(٤) ينظر: الأحكام الفقهية للجرائم الإلكترونية المتعلقة باستعمال شبكات التواصل الاجتماعي، رزق محمد غازي رشدي الغرابلي (ص ٧٨).

الخاتمة

الحمد لله الذي أنعم علي بكتابة هذا البحث وإتمامه، وأسأله تعالى المزيد من واسع فضله، وبعد: فقد توصلت من خلال هذا البحث إلى بعض النتائج والتوصيات من أهمها:

أولاً: النتائج:

- ١ - أن وسائل التواصل الاجتماعي سيف ذو حدين، لها إيجابياتها، وسلبياتها، ويجب الحذر في التعامل معها.
- ١ - أن الشريعة راعت المقاصد والأعراف، وحكمت بها إذا لم تتعارض مع مقاصد الشرع.
- ٢ - أن اليقين لا يتأثر من حيث الحكم بالشك إذا طرأ عليه، بل يبقى حكمه والعمل به.
- ٣ - أن الشريعة الإسلامية جاءت بكل ما يدفع الضرر والمشقة عن المكلف.
- ٤ - أن وسائل التواصل الاجتماعي فيها نوازل كثيرة تحتاج إلى بحث واستقصاء.
- ٥ - أن الشريعة الإسلامية شاملة كاملة؛ ولذا فليس هناك ما هو خارج عن أدلتها وقواعدها، والقصور إنما هو فيمن يطبقها.

ثانياً: التوصيات:

- ينبغي الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي من حيث تفريعها وتقييدها.
هذا والحمد لله أولاً وآخراً، وظاهراً وباطناً، وصلى وسلم على نبيه وخير خلقه وعلى آله وصحبه وسلم.

المصادر والمراجع

١. الآثار الاجتماعية للإنترنت، عبدالمحسن بن أحمد العصيمي، قرطبة للنشر والتوزيع، ط١، ١٤٢٥هـ.
٢. الأحكام الفقهية للتعاملات الإلكترونية، د. عبدالرحمن بن عبدالله السند، دار الوراق، د.م، ط١، ١٤٢٤هـ.
٣. الأحكام الفقهية للجرائم الإلكترونية المتعلقة باستعمال شبكات التواصل الاجتماعي، رزق محمد غازي رشدي الغرابلي، رسالة ماجستير في الفقه المقارن من كلية الشريعة بجامعة الأزهر بغزة، ١٤٣٨هـ.
٤. الإدمان على الإنترنت، د. طمبرلي بونغ، ترجمة: هاني أحمد تلجي، بيت الأفكار الدولية، دن.، الرياض، ط١، د.س.
٥. الأشباه والنظائر في قواعد وفروع فقه الشافعية، جلال الدين بن عبدالرحمن السيوطي (ت: ٩١١ هـ)، تحقيق: محمد حسن الشافعي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ط١، ١٤١١هـ.
٦. الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، علي خليل شفرة، دار أسامة للنشر، الأردن، ب.ط، ٢٠١٤م.
٧. التطبيقات الفقهية لقاعدة (الحاجة تنزل منزلة الضرورة) في القضاء والشهادات والإقرار، إعداد: عبده بن محمد بن عطيف، رسالة ماجستير مقدمة للمعهد العالي للقضاء في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، عام ١٤٢٨هـ.
٨. التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي، مقال د. رانيا مكرم، على موقع المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية، القاهرة.
٩. الفروق (أنوار البروق)، أحمد بن إدريس بن عبدالرحمن القرافي (ت: ٦٨٤هـ)، بدون اسم المحقق، دار عالم الكتب، بيروت - لبنان، ١٩٩٠م.
١٠. الفيس بوك والشباب العربي، ليلي جرار، دار الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط١، ٢٠١٢م.
١١. القواعد الكلية والضوابط الفقهية في الشريعة الإسلامية، د. محمد عثمان شبير، دار النفائس، الأردن، ط١، ١٤٢٦هـ.
١٢. المدخل الفقهي العام، مصطفى أحمد الزرقا (ت: ١٤٢٠ هـ)، دار الفكر، ط٩، ١٩٦٧م.
١٣. المستدرك على الصحيحين، محمد بن عبدالله الحاكم النيسابوري (ت: ٤٠٥ هـ)، تحقيق: مصطفى عبدالقادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، ١٤١١هـ.

١٤. المغني في فقه وسائل التواصل الاجتماعي، تأليف: رضوان بن أحمد العواضي، كتاب إلكتروني، اليمن - محافظة إب، ١٤٣٨هـ.
١٥. الممتع في القواعد الفقهية، د. مسلم بن محمد بن ماجد الدوسري، دار إمام الدعوة، الرياض، ط١، ١٤٢٥هـ.
١٦. الموافقات في أصول الشريعة، أبو إسحاق الشاطبي (ت: ٧٩٠ هـ)، تحقيق: عبداللطيف اليوسف، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٢هـ.
١٧. الوجيز في إيضاح القواعد الكلية، د. محمد صدقي البورنو، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، ط٤، ١٤١٦هـ.
١٨. أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية: فيسبوك وتويتر أنموذجًا، إعداد: حنان شعشوع الشهري، رسالة الماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الملك عبدالعزيز، ١٤٣٣هـ.
١٩. أثر شبكات التواصل الاجتماعي الحديثة على العلاقات الأسرية وأحكامها الفقهية، الزبير معتوق ود. عبدالقادر مهاوات، الملتقى الدولي الثاني / المستجدات الفقهية في أحكام الأسرة، دورية الملتقى، معهد العلوم الإسلامية بجامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي، ١٥ و١٦ صفر ١٤٤٠هـ، ص ١٣٧١-١٣٩٤.
٢٠. أثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب (تجربة مجلس شباب يعلار أنموذجًا)، دراسة نفسية في برامج التنمية الاجتماعية والأسرية، د. حسني عوض، جامعة القدس المفتوحة (٢٠١١).
٢١. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، محمد المنصور، الأكاديمية العربية في الدنمارك، ٢٠١٢م.
٢٢. تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان، عبدالرحمن بن ناصر السعدي، مؤسسة الريان، بيروت - لبنان، ط١، ١٤٢٠هـ.
٢٣. جريدة الرياض، الاثنين، ١٣ جمادى الأولى ١٤٣٤ هـ/ ٢٥ مارس ٢٠١٣م، العدد ١٦٣٤٥، مقال: موظفون على «النت» ومعاملات المراجعين متأخرة، مريم الجابر.
٢٤. دور وسائل الإعلام الحديثة في التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية، د. وجدي حلمي عيد، ورقة علمية مقدمة في مؤتمر والتوعية الأمنية بين الواقع والمأمول، منشورة على موقع جامعة أم القرى.
٢٥. سنن ابن ماجه، عبدالله بن محمد بن يزيد الربعي بن ماجه القزويني (ت: ٢٧٣ هـ)، راجعه: صالح بن عبدالعزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، محرر ١٤٢٠هـ.

٢٦. سنن أبي داود، سليمان بن الأشعث بن إسحاق الأزدي السجستاني (ت: ٢٧٥ هـ)، راجعه: صالح بن عبد العزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، محرم ١٤٢٠هـ.
٢٧. سنن الترمذي، محمد بن عيسى بن سورة بن موسى الترمذي (ت: ٢٧٩ هـ)، راجعه: صالح بن عبد العزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، محرم ١٤٢٠هـ.
٢٨. شرح القواعد الفقهية، أحمد بن الشيخ محمد الزرقا (ت: ١٣٧٥ هـ)، تحقيق: مصطفى أحمد الزرقا، دار القلم، دمشق، ط١، ١٤٠٩هـ.
٢٩. صحيح البخاري، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم البخاري (ت ٢٥٦ هـ)، راجعه: صالح بن عبد العزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض - المملكة العربية السعودية، ١٤٢٠هـ.
٣٠. صحيح مسلم، أبو الحسن مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري (ت: ٢٦١ هـ)، راجعه: صالح بن عبد العزيز آل الشيخ، دار السلام، الرياض - المملكة العربية السعودية، ط١، ١٤٢٠هـ.
٣١. فضائح فيسبوك، شادي ناصيف، دار الكتاب العربي، دمشق، ط١، ٢٠٠٩م.
٣٢. فيسبوك للجميع، ألين أوليغ عوكي، الدار العربية للعلوم، بيروت - لبنان، ط١، ٢٠٠٩م.
٣٣. مواقع التواصل الاجتماعية، سليمان المطرودي نشره في مدونته بتاريخ ٢٠١٤/٤/٧.
٣٤. موطأ مالك، مالك بن أنس الأصبحي (ت: ١٧٩ هـ)، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، مصر.
٣٥. وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الفرد والمجتمع، عزيز أحمد الرشيد، منشور في مجلة صوت الأمة، الجامعة السلفية، ص ٣٩-٥٠، دار التأليف والترجمة، مجلد ٤٧، عدد ٦، ١٤٣٦ هـ، الهند.

المواقع الإلكترونية:

<https://www.samma3a.com/tech/ar/snap-chat-filters>

<https://www.youtube.com/watch?v=FnWtQOCewlE>

<https://www.youtube.com/watch?v=wv1k-٤KqEII>

المراجع الأجنبية:

بحث منشور في جامعة كاليفورنيا:

Danah M. Boyd and Nicole B. Ellison, *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, Volume ١٣., Issue ١, ١. October ٢٠٠٧, Pages ٢١٠-٢٣٠, University of California-Berkeley.

List of Sources and References

١. *Al-Āthāral-ijtmā'yyahlil-internet*, 'Abd Al-Muhsin ibn Ahmad Al-'Uṣaymy, Qurubah for publication and distribution, (1st Edition, ١٤٢٠ AH)
٢. *Al-aḥkāmāl-fiqhiyyah li al-ta'āmūlāt al-iliktrūniyyah*, Dr. 'Abd Al-Raḥmān ibn 'Abd Allāh Al-Sanad, Dār al-warrāq, (1st Edition, ١٤٢٤ AH)
٣. *Al-aḥkāmāl-fiqhiyyah li al-jarā'im al-iliktrūniyyah al-muta'alliqah bisti'māli shabakātal-tawāṣulal-ijtmā'iyyah*, Rizq Muḥammad Ghāzy Rushdy Al-Gharabaly, MA Thesis in comparative islamic law, Faculty of Shari'a law, University of Al-Azhar, (Ghazza, ١٤٣٨ AH)
٤. *Al-Ashbāh wa al-naẓā'ir fīqawā'id wa furū'i fiqh al-shafi'iyyah*, Jalal Al-Dīn ibn 'Abd Al-Raḥmān Al-Suyūṭy, verified by Muḥammad ḥasan Al-Shafi'iyy, (Dār al-kutubal-'ilmiyyah, Beirut - Lebanon, 1st Edition, ١٤١١ AH)
٥. *Al-Idmān 'alāal-internet*, Dr. ṭambarly Bung, Translation of AHāny Ahmad Thaljy, (Bayt al-afkār al-dawliyyah, Riyadh, 1st Edition)
٦. *Al-I'lām al-jadīd (shabakātal-tawāṣulal-ijtmā'iyyah)*, Aly Khalil Shafrah, (Dār Usāmah for publication and distribution, Jordan, ٢٠١٤)
٧. *Al-Furūq*, Ahmad ibn Idrīs ibn 'Abd Al-Raḥmān Al-Qarāfy, (Dār 'ālamal-kutub, Beirut - Lebanon, ١٩٩٠)
٨. *Al-Madkhalal-fiqhyal-'ām*, Muṣṭafā Ahmad al-Zarqā, (Dār al-fikr, ٩th Edition, ١٩٦٧)
٩. *Al-Taḥqīqātāl-fiqhiyyah li qā'idati 'al-ḥājatunazzalumanzilati al-ḍarūrah' fīal-qadā'wa al-shahādātwa al-iqrār*, 'Abduhu ibn Muḥammad ibn 'Aṭīf, MA Thesis, Higher Judicial Institute, Imam Muhammad Ibn Saud Islamic University, (١٤٢٨ AH)
١٠. *Al-Tauzīfal-siyāsyli mawāqi'i al-tawāṣulal-ijtmā'i*, essay of Dr. Rāniya Mukarram on the website of The Regional Center for Strategic Studies, (Cairo)
١١. *Al-Qawā'id al-kulliyyahwa al-dawābiḍal-fiqhiyyah fīal-sharī'āhal-islāmiyyah*, Dr. Muḥammad Uthmān Shubbūr, Dār al-nafā'is, Jordan, (1st Edition, ١٤٢٦ AH)
١٢. *Al-Mughny fīfiqhwasā'ilal-tawāṣulal-ijtmā'iyyah*, Riḍwān ibn Ahmad Al-'Awāḍy, (electronic book, Yaman – Ib District, ١٤٣٨ AH)
١٣. *Al-Mumti' fī al-qawā'id al-fiqhiyyah*, Dr. Musallam ibn Muḥammad Al-Dawsiry, (Dār imām al-da'wah, Riyadh, 1st Edition, ١٤٢٠ AH)

١٤. *Al-Mustadrak 'alāal-ṣaḥīḥayn*, Muḥammad ibn 'Abd Allāh Al-ḥākīm Al-Naisābūry, verified by Muṣṭafā 'Abdal-Qādir 'Aṭā', (Dār al-kutubal-'ilmiyyah, Beirut - Lebanon, ١٤١١ AH)
١٥. *Al-Muwāfaqāt fī ṣūl al-sharī'ah*, Abū Ishaq Al-Shaṭībī, verified by 'Abd Al-Laīf Al-Yūsuf, (Dār iḥyā' al-turāth al-'araby, Beirut - Lebanon, ١st Edition, ١٤٢٢ AH)
١٦. *Al-Muwāḥḍa'*, Mālik ibn Anas Al-Asṣbaḥy, verified by Muḥammad Fu'ad 'Abd Al-Bāqy, (Dār iḥyā' al-turāth al-'araby, Egypt)
١٧. *Al-Wajīz fī ḍaḥal-qawā'id al-kullīyyah*, Dr. Muḥammad ṣidqy Ālu Būrnū, (Mu'assasah Al-Risalah, Beirut - Lebanon, ٤th Edition, ١٤١٦ AH)
١٨. *Athar uistikhdāmi shabakātal-tawāṣul al-iktrūniyyah 'alā al-'alāqātal-ijtimā'iyah: Facebook and Twitter for example*, ḥanān Sha'shū Al-Shihry, MA Thesis, Faculty of literature and human sciences, University of King Abd Al-'Azīz, (١٤٣٣. AH)
١٩. *Athar u shabakātal-tawāṣul al-ijtimā'iyah al-ḥadīthah 'alā al-'alāqātal-usariyyah wa āḥkām uhaal-fiqhiyyah*, Al-Zubair Al-Matuq and Dr. 'Abd al-Qādir Mahawāt, Second international symposium: contemporary legal issues in islamic family law, College of islamic sciences, Hama Lakhdar Eloued University, ١٥-١٦ safar, p: ١٣٧١-١٣٩٤, (١٤٤٠ AH)
٢٠. *Athar u mawāqī' al-tawāṣul al-ijtimā'iyah fī tanmiyyah al-mas'ūliyyah al-mujtama'iyah ladā al-shabāb (experiment of youth assembly in 'Alār)*, psychological study in Social and Family Development programs, Dr. Husni M. 'Awad, Al-Quds Open University, (٢٠١١)
٢١. *Dawr wasā'il al-i'lām al-ḥadīthah fī al-taw'iyyah wa muwājahati al-azmāt al-amniyyah*, Dr. Wajdy ḥilmy 'Īd, scientific paper published on website of Umm al-Qura University.
٢٢. *Faḍā'ih u facebook*, Shādy Naṣīf, (Dār al-kitābal-'araby, Damascus, ١st Edition, ٢٠٠٩)
٢٣. *Facebook wa al-shabābal-'araby*, Layla Jarrār, (Dār al-falāḥ for publication and distribution, Kuwait, ١st Edition, ٢٠١٢)
٢٤. *Facebook lil-jamī'*, Alīn Ulīgh 'Ūkī, (Al-Dāral-'arabiyyah lil-'ulūm, Beirut – Lebanon, ١st Edition, ٢٠٠٩)
٢٥. *Mawāqī' al-tawāṣul al-ijtimā'iyah*, Sulaymān Al-Maṭrūdy, (published in his blog ٠٧/٠٤/٢٠١٤)

٢٦. *Ta'thīrshabakātal-tawāṣulal-ijtimā'iyah 'alājumhūr al-mutalaqqīn*, MuḥammadAl-Manṣūr, Arabic Academy in Denmark, (٢٠١٢)
٢٧. *Taysīral-Karīmāl-Raḥmānftafsīrkālāmāmal-Mannan*, 'Abd Al-Raḥmān ibn NaṣīrAl-Sa'dy, (Mu'assasah al-Rayyan, Beirut – Lebanon, ١st Edition, ١٤٢٠ AH)
٢٨. *ṣaḥīḥAl-Bukhary*, Muḥammad ibn Ismā'īl ibn IbrāhīmAl-Bukhary, supervised by ṣāliḥ ibn 'Abd Al-'AzīzĀlu Al-Shaikh, (Dār al-Salām, Riyadh, ١٤٢٠ AH)
٢٩. *ṣaḥīḥMuslim*, Muslim ibn Al-Hajjāj Al-Qushairy Al-Naisābüry, supervised by ṣāliḥ ibn 'Abd Al-'AzīzĀlu Al-Shaikh, (Dār al-Salām, Riyadh, ١st Edition, ١٤٢٠ AH)
٣٠. *Sharḥal-qawā'idal-fiqhiyyah*, Aḥmad ibn Muḥammadal-Zarqā, verified by Muṣṭafā Aḥmadal-Zarqā, (Dār al-Qalam, Damascus, ١st Edition, ١٤٠٩ AH)
٣١. *Sunan ibn Mājah*, Abd Allah ibn Muḥammad ibn Yazīdibn Mājah Al-Qazwīny, supervised by ṣāliḥ ibn 'Abd Al-'AzīzĀlu Al-Shaikh, (Dār al-Salām, Riyadh, ١st Edition, ١٤٢٠ AH)
٣٢. *Sunan AbuDāwūd*, Sulayman ibn Al-Ash'ath ibn Ishāq Al-Sijistany, supervised by ṣāliḥ ibn 'Abd al-Aziz Ālu Al-Shaikh, (Dār al-Salām, Riyadh, ١st Edition, ١٤٢٠ AH)
٣٣. *Sunan Al-Tirmidhy*, Muḥammad ibn 'ĪsāAl-Tirmidhy, supervised by ṣāliḥ ibn 'Abd Al-'AzīzĀlu Al-Shaikh, (Dār al-Salām, Riyadh, ١st Edition, ١٤٢٠ AH)
٣٤. *Wasā'ilal-tawāṣulal-ijtimā'iyahwa atharuhā'alāal-fardwa al-mujtama'*, 'AzīzAḥmadAl-Rashīd, published in journal *ṣautal-ummah*, Salafy University, p ٣٩-٥٠, Dār al-ta'līfwa al-tarjamah, volume ٤٧, No. ٦, India.
٣٥. *Muwazzafūn 'alā al-nat wa mu'āmalātu al-murāji'in muta'akhhirah, facebook min asbābi dayā'il-waqt*, Maryam Al-Jabir, (article: Riyadh journal, Tuesday, ٢٥/٠٣/٢٠١٣., No. ١٦٣٤٥.)
٣٦. Danah M. Boyd and Nicole B. Ellison, *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*, Journal of Computer-Mediated Communication, Volume ١٣., Issue ١, ١. October ٢٠٠٧, Pages ٢١٠-٢٣٠, University of California-Berkeley.

