

أحكام المحتوى الإعلامي في منصات التواصل الاجتماعي

استكمالاً لمتطلبات مقرر: قضايا فقهية معاصرة

إعداد الباحثة

تغريد لافي أحمد عيد

قسم الفقه وأصوله - جامعة الملك فيصل بالأحساء

المملكة العربية السعودية

إشراف

أ.د/ ميادة الحسن



أحكام المحتوى الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي

استكمالاً لمتطلبات مقرر: قضايا فقهية معاصرة

تفريد لافي أحمد عيد

قسم الفقه وأصوله - جامعة الملك فيصل بالأحساء - المملكة العربية السعودية

البريد الإلكتروني: taghreedlafi4@gmail.com

ملخص البحث:

تتمتع مواقع التواصل الاجتماعي بمميزات مختلفة، إلا أن تطورها المستمر أفرز مجموعة من التحديات والسلبيات، والتي كان أبرزها انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة، مع التشهير بالأفراد وانتهاكات الخصوصية، وصولاً إلى ظهور ما يعرف بالجرائم الإلكترونية، الأمر الذي ينعكس بصورة سلبية على مستقبل المجتمعات وتماسك أفرادها واستقرار حياتهم.

لذا تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، وواقع المحتوى الإعلامي المقدم عبر منصاتها المختلفة، وأحكامها وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية، وبما يضمن الحفاظ على القيم الاجتماعية والأخلاقية، مع رصد مستويات مواكبة الشريعة الإسلامية لهذا العصر الرقمي، وما يقوم به الفقه الإسلامي من توجيهات للتعامل مع القضايا المستحدثة من منصات التواصل الاجتماعية.

وتكتسب الدراسة أهميتها من حداثة مواقع التواصل الاجتماعي، وتحولها إلى جزء لا يمكن التخلي عنه في حياة المجتمعات الراهنة والأجيال الشبابية، إلى جانب ما تفرزه من بعض الجوانب السلبية نتيجة انتهاك خصوصية الأفراد وعدم صحة المعلومات الواردة فيها، الأمر الذي يعني ضرورة تحديد الأحكام الشرعية اللازمة لتنظيم محتوياتها.

الكلمات المفتاحية: الإعلام. الفقه. وسائل الاتصال. ضوابط.





Media Content Regulations on Social Media Platforms

Taghreed Lafi Ahmed Eid

Department of Jurisprudence and its Principles - King Faisal University
in Al-Ahsa - Kingdom of Saudi Arabia

Email : taghreedlafi4@gmail.com

Research Summary:

Social media sites have different advantages, but their continuous development has created a set of challenges and negatives, the most prominent of which is the spread of false and misleading news, along with defamation of individuals and violations of privacy, leading to the emergence of what is known as cybercrime, which negatively affects the future of societies, the cohesion of their individuals and the stability of their lives. Therefore, this study aims to identify the nature of social media sites, the reality of the media content provided through their various platforms, and their provisions according to the principles of Islamic law, in a way that ensures the preservation of social and moral values, while monitoring the levels of keeping pace with Islamic law in this digital age, and what Islamic jurisprudence provides in terms of directives to deal with emerging issues from social media platforms. The study gains its importance from the modernity of social media sites, and their transformation into an indispensable part of the lives of current societies and young generations, in addition to what they produce of some negative aspects as a result of violating the privacy of individuals and the inaccuracy of the information contained therein, which means the necessity of determining the necessary Sharia provisions to regulate their contents.

Keywords: Flags - Jurisprudence - Means of communication – Controls.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مُتَكَلِّمًا

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد ألا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمدًا عبده ورسوله ﷺ وعلى آله وصحبه أجمعين، أما بعد: تُعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلةً عصريةً من وسائل الاتصال التي لا يمكن التخلي عنها في العصر الحديث، بعد سيطرتها الكبيرة على كافة مجالات التواصل والتفاعل والاتصال، مما ألقى بظلاله السلبية على واقع وسائل الاعلام الأخرى، خاصة تلك التي تعرف بمسمى وسائل الاعلام التقليدية، التي باتت تتعرض لخطر الإلغاء بفعل الاعلام الجديد.

ومنذ ظهور شبكة الانترنت وانتشارها التدريجي في منازل الأفراد العاديين، انسحب هذا الأمر بالشكل السلبي على وسائل الاتصال المختلفة، فاختفت الرسائل والبرقيات الوردية، قبل الاستغناء عن الفاكس والتيليغراف، وتراجع معدلات الاستماع للراديو، وصولاً إلى معاناة كبيرة لاحقت الصحف والمجلات والتلفاز والسينما، مما دفع الكثيرين للقول إن هذه الوسائل الإعلامية في طريقها إلى الاندثار الكامل والاختفاء المستقبلي.

ويمكن القول إن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي جاء بفعل قدرتها على تحويل العالم إلى قرية صغيرة، وتضييق فجوات الاتصال والتواصل بين الجمهور، إلى جانب الانتشار السريع وغير المحدود للمعلومات، دون التعرض للموانع السياسية والجغرافية، وصولاً إلى الخروج من عباءة سيطرة الوكالات الكبرى السابقة على المعلومات المختلفة.

ورغم كل ما تتمتع به مواقع التواصل الاجتماعي من مميزات مختلفة، إلا أن تطورها المستمر أفرز مجموعة من التحديات والسلبيات، والتي كان أبرزها انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة، مع التشهير بالأفراد وانتهاكات الخصوصية، وصولاً إلى ظهور ما يعرف بالجرائم الالكترونية، الأمر الذي ينعكس بصورة سلبية على مستقبل المجتمعات

وتماسك أفرادها واستقرار حياتهم.

ومن أجل ما سبق، تأتي هذه الدراسة للتعرف على ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، وواقع المحتوى الإعلامي المقدم عبر منصاتها المختلفة، وأحكامها وفقاً لمبادئ الشريعة الإسلامية، وبما يضمن الحفاظ على القيم الاجتماعية والأخلاقية، مع رصد مستويات مواكبة الشريعة الإسلامية لهذا العصر الرقمي، وما يقوم به الفقه الإسلامي من توجهات للتعامل مع القضايا المستحدثة من منصات التواصل الاجتماعية.

مشكلة الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها تم بلورة تساؤلات الدراسة في تساؤل رئيسي هو: ما الأحكام الفقهية الواجب تطبيقها على وسائل الاعلام الحديثة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي منها؟ فيما انبثق عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية، والتي جاءت على النحو الآتي:

- ما الأحكام الفقهية المتعلقة بالتشهير والافتراء ونشر الأخبار الكاذبة؟
- ما الأحكام الشرعية المتعلقة بالخصوصية والأمان على منصات التواصل الاجتماعي؟
- ما الضوابط الشرعية في التعامل مع المحتوى الإعلامي؟
- ما الرؤية الشرعية حول تأثير المحتوى الإعلامي على القيم والأخلاق الإسلامية؟
- ما رأي المجامع الفقهية في قضية التعامل مع المحتوى الاعلامي عبر منصات التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي في التعرف على الأحكام الفقهية الواجب تطبيقها على وسائل الاعلام الحديثة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي منها، وانبثق عن هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية، والتي جاءت على النحو الآتي:

- دراسة الأحكام الفقهية المتعلقة بالتشهير والافتراء ونشر الأخبار الكاذبة.

• دراسة الأحكام الشرعية المتعلقة بالخصوصية والأمان على منصات التواصل الاجتماعي.

• توضيح الضوابط الشرعية في التعامل مع المحتوى الاعلامي.

• تقديم رؤية شرعية حول تأثير المحتوى الإعلامي على القيم والأخلاق الاسلامية.

• عرض رأي المجامع الفقهية في قضية التعامل مع المحتوى الاعلامي عبر منصات التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

(١) تتناول الدراسة قضية ذات أهمية خاصة ومعاصرة تواجه المسلمين في العصر الرقمي الحالي.

(٢) تحظى منصات التواصل الاجتماعي باهتمام كبير على صعيد الأجيال المتلاحقة في المجتمعات الإسلامية.

(٣) تنتشر منصات التواصل الاجتماعي على نطاق واسع، وقد أفرز استخدامها الواسع العديد من الجوانب السلبية التي أثرت بشكل واضح على المجتمعات.

(٤) تعمل هذه الدراسة على بيان الموقف الشرعي عند التعامل مع المحتوى الإعلامي الوارد في منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في تقديم محتوياتها العلمية بما يضمن تحقيق الأهداف الموضوعية، والإجابة عن التساؤلات المختلفة، على مجموعة من المناهج، جاءت على النحو الآتي:

(١) المنهج الوصفي: وهو المنهج الذي نعمل من خلاله على وصف واقع منصات التواصل الاجتماعي، وكيفية عملها، والتطرق إلى ماهية المحتوى الاعلامي المتداول عبر صفحاتها ومواقعها المختلفة.

(٢) المنهج التحليلي: من خلال دراسة الأحكام الشرعية التي تتعلق بالمحتوى الاعلامي مثل حكم نشر الأخبار الكاذبة، التشهير، انتهاك الخصوصية، التحريض والافتراء، يضاف

إلى ذلك دراسة الآثار الأخلاقية والاجتماعية المترتبة على نشر هذه المحتويات على المجتمعات، مع ذكر آراء الفقهاء والمجامع الفقهية المعاصرة في هذه القضية.

خطة الدراسة:

يمكن تقسيم هذه الدراسة إلى مجموعة تمهيد، ومجموعة من الفصول والمباحث والمطالب، التي تحقق في محتوياتها الأهداف المرجوة، بحيث جاءت خطة الدراسة كالآتي:

- التمهيد.
- التعريفات والمفاهيم الأساسية.
- (١) تعريف المحتوى الإعلامي ومنصات التواصل الاجتماعي .
 - تعريف الإعلام.
 - تعريفات منصات التواصل الاجتماعي، وأهميتها في نشر المحتوى الإعلامي.
 - أنواع المحتوى الإعلامي المتداول وأهدافه.
- (٢) تعريف أحكام المحتوى الاعلامي:
 - معنى الإعلام في الفقه الاسلامي.
 - أهمية الإعلام في نشر القيم والأخلاق الاسلامية.
- (٣) المبحث الأول: صور نشر المحتوى الاعلامي على منصات التواصل الاجتماعي
 - النشر الشخصي
 - تعريفه وأهدافه.
 - الأمثلة: النصوص - الصور الشخصية -القصص اليومية
 - الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر الشخصي
 - النشر التجاري والإعلاني
 - تعريفه وأهدافه.
 - تأثير التسوق عبر المنصات
 - الأحكام المتعلقة بالنشر التجاري والإعلاني.

● النشر الإخباري

- تعريفه وأهدافه
- الأمثلة: المقالات الصحفية - التغطيات الإخبارية الحية - نشر الأخبار العاجلة
- الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر الإخباري

● النشر السياسي

- تعريفه وأهدافه
 - الأمثلة: التحليلات السياسية - التعليقات على الأخبار السياسية - الحملات الانتخابية.
 - الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر السياسي.
- ٤) المبحث الثاني: ضوابط نشر المحتوى الإعلامي على منصات التواصل الاجتماعي

● ضوابط النشر من حيث المضمون:

- تحري الصدق والدقة في المعلومات.
- الابتعاد عن نشر الإشاعات والفتن.
- الالتزام بالأخلاق الإسلامية.
- تجنب الغيبة والنميمة .

● ضوابط النشر من حيث الهدف:

- النية الحسنة في النشر.
- التوازن بين الفائدة والمتعة.
- تجنب التحريض على الكراهية أو العنف.

● ضوابط النشر من حيث الآثار:

- حماية سمعة الأفراد وحقوقهم.
- التأثير الاجتماعي والثقافي للنشر .

● ضوابط النشر بما يتماشى مع التوجيهات الشرعية:

- الالتزام بآراء الفقهاء وقرارات المجامع الفقهية.
- الالتزام بالضوابط القانونية.
- ٥) الخاتمة: وتتضمن النتائج والتوصيات المقترحة من الدراسة.



التمهيد

التعريفات والمفاهيم الأساسية

- تعريف المحتوى الإعلامي ومنصات التواصل الاجتماعي.
- تعريف أحكام المحتوى الاعلامي.

تمهيد:

أدت التطورات التكنولوجية التي يشهدها العصر الحالي إلى تحولات كبرى على صعيد وسائل الاعلام المختلفة، وكان من أبرز هذه التحولات ظهور ما يعرف بمسمى مواقع التواصل الاجتماعي، أو منصات الاعلام الجديد، والتي ينظر إليها كمواقع الكترونية تمنح الأفراد فرصة نشر ما يرغبون في الزمان والمكان الذي يحدده هؤلاء، كل ذلك من خلال حسابات خاصة بهم يتم تفعيلها عبر هذه المواقع، لتحظى بانتشار واسع نتيجة التفاعلية التي تتمتع بها، مما انتهى باتساعها لتشمل جوانب الحياة الإنسانية المختلفة، سواء على الصعيد السياسي، الاقتصادي، الاجتماعي وغير ذلك. لتصبح هذه المواقع جزء لا يمكن تجاهله من حياة الأفراد في الوقت الراهن، خاصة أن المستخدمين يقضون ساعات طويلة في تصفح محتوياتها والتفاعل مع منشوراتها، والتواصل مع مستخدميها الآخرين.

ولأن استخدامها بات كبيراً بين صفوف الأجيال الراهنة، وتأثيراتها أضحت تلقي بظلالها على مختلف الجوانب والفئات والتخصصات، كان لا بد من التطرق لمواقع التواصل الاجتماعي من منظور الفقه الإسلامي والشريعة الإسلامية، والانعكاسات المتحققة من استخدام هذه المنصات في حفظ مقاصد الشريعة، خاصة أن واحدة من أبرز السلبيات التي نجمت عن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، تلك المتعلقة بكسر الكثير من الحدود الأخلاقية، حتى أضحت الوصول لكل شيء متاحاً وسهلاً ويسيراً دون حواجز أو عقبات تقف في طريق الراغبين بذلك.

إن الدين الإسلامي ومنذ بداية عصره.. كان يحث أبناءه على الاستفادة القصوى من العلم والتقدم، كل ذلك من أجل المساهمة في بناء الدولة الإسلامية العريقة، فكانت أول

﴿مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْمِيرَةِ بِطَبِيبِنَا الْأَقْصَرِ﴾

ما نزل من القرآن الكريم {أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ} (سورة العلق، آية ١) في رسالة واضحة لأهمية القراءة والعلم ومكانتهما الخاصة بالإسلام. لكنه من جانب آخر وضع ضوابط واضحة لمن يسعى وراء العلم والقراءة، وهو أيضًا ما ينطبق على مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها منبعًا لكثير من الفوائد على مختلف الأصعدة كالتواصل والتعرف على كل ما هو جديد، إلى جانب اعتبارها جزء لا يمكن التخلي عنها في الحياة المدنية المعاصرة، الأمر الذي يتطلب ضرورة توفير ضوابط فقهية وشرعية لتحديد ملامح استخدام هذه المواقع والمنصات، بالشكل الأمثل الذي يتناسب مع ضوابط الدين الإسلامي، ودون الإخلال بالاستقامة اللازمة والأخلاق الواجب أن يتحلى بها المسلم سواء على صعيد حياته الفردية، أو من خلال مساهماته المطلوبة في المجتمع المحيط.

التعريفات والمفاهيم الأساسية:

إن الفهم الحقيقي لطبيعة عمل مواقع التواصل الاجتماعي، يتطلب التعمق بصورة كبيرة في أربعة مفاهيم رئيسية وهي التي تركز على المحتوى، الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي، ثم التطرق إلى معنى المحتوى الإعلامي، وهي التعريفات التي جاءت على النحو الآتي:

أولاً: المحتوى:

المحتوى في اللغة: أصلها "حوى"، فيقال حوى الشيء حواية: استولى عليه وملكه. ويقال: حوى الحية: رقاها، فاستسلمت له. واحتوى الشيء. ويقال تَحَوَّى أي تجمع واستدار وانقبض. والجِواء هو المكان الذي يحوى الشيء. والمحتوى هو بيوت الناس من الوبر مجمعة على مار.^(١)

ومن حيث الاصطلاح يمكن تعريف المحتوى بوصفه "المعلومات النصية، المواد المرئية الثابتة والمتحركة، الفيديو والصوتيات وكل ما يمكن أن تتضمنه المواد الإعلامية في شكلها التقليدي أو عبر المواقع الالكترونية، والمطبوعات الورقية وغير الورقية، ووسائل

(١) ينظر: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية. حرف العين. (١/٢١٠)

الاعلام والمكتبات، بحيث يتضمن المحتوى على هذا الأساس المواد التي يتم تبادلها عبر تلك الوسائط والمصادر". كما يمكن تعريفه بوصفه جميع المعلومات التي تنشر عبر وسائل الاعلام التقليدية والالكترونية، بحيث يمكن وصفه بأنه محتوى تقليدي ومحتوى الكتروني، والأخير ينشر عبر وسائل الاعلام الرقمية.^(١)

ثانياً: الإعلام:

الإعلام في اللغة: جاء الإعلام من مادة "علم"، وعلمه، كسمعه، علماً، بالكسر: عرفه وعَلِمَ هو في نفسه، ورجل عالم وعليم، وجمعها علماء وعلام، كجهال، وعلمه العلم تعليمًا وعلامًا، وأعلمه إياه فتعلمه^(٢). وعلمه علماً: أس وسمه بعلامة يعرف بها، وغلبه في العلم، وعلم فلان علماً: أي انشقت شفته العليا فهو أعلم.^(٣)

والعلم في القرآن الكريم يأتي بمعانٍ عدة منها: المعرفة ومضادها الجهل لقوله تعالى: {لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ} (سورة الأنفال، آية ٦٠). كما أنها تأتي بمعنى شعر بالأمر ودري به، لقوله تعالى: {قِيلَ ادْخُلِ الْجَنَّةَ} قَالَ يَلِيَّتْ قَوْمِي يَعْلَمُونَ ☆ بِمَا غَفَرَ لِي رَبِّي وَجَعَلَنِي مِنَ الْمُكْرَمِينَ} (سورة يس، آية ٢٦-٢٧). كما يأتي بمعنى الشيء الحاصل، بمعنى الإيقان به والتصديق، لقوله تعالى: {فَإِنْ عَلِمْتُمُوهُنَّ مُؤْمِنَاتٍ} (سورة الممتحنة، آية ١٠).

ومن حيث الاصطلاح، يعرف الاعلام بوصفه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من

(١) ينظر: توزيع المحتوى الإعلامي عبر الوسائط الرقمية الجديدة، عيسوقي أمير وشرشار حليم وتباني بثينة. (٤٧/١)

(٢) ينظر: القاموس المحيط، الفيروز آبادي. حرف العين. (١١٣٦/١)

(٣) ينظر: المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية. حرف العين. (٦٢٤/١)

الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.^(١)

وقد انبثق عنه مصطلح الاعلام الإسلامي بوصفه تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية عامة بواسطة قائمة بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويترجمها إلى واقع في سلوكه ومعاملاته.^(٢)

ثالثاً: منصات التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف المنصة من حيث اللغة بأنها: مفرد منصات ومناص، وهي الكرسي المرتفع بحيث يعد للخطيب كي يخطب، أو للممثل كي يمثل، وقد يزين بفرش وثياب، فيقال اعتلى الخطيب المنصة فاهتزت الجماهير، وهناك منصة الشهود التي اشتهرت بها قاعات المحكمة.^(٣)

وينظر إلى المنصات من حيث الاصطلاح بوصفها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين بهذا الموقع، بحيث يشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهوايات. وتعرف المنصات حينما يتعلق الأمر بالجانب الالكتروني بأنها: خدمات ويب التي تسمح للأفراد بإنشاء ملف متاح للعامة أو شبه العامة في إطار نظام محدد، مع تقديم قائمة من شبكة المستخدمين المتصلين الآخرين. وعرض وتصفح قائمة اتصالاتهم واتصالات الآخرين.^(٤)

(١) ينظر: الإعلام والدعاية، عبد اللطيف حمزة. (٧٥/١)

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي، مفيد السالم. (٢٧/١)

(٣) ينظر: معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار عمر. (٢٢٢١/١)

(٤) ينظر: دور حملات التسويق الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توعية السلوك الاستهلاكي، لقرع ولعربي. (٥/١)

بدأ استخدام مصطلح التواصل الاجتماعي ليعبر عن نوع جديد من التواصل. وهنا يتم تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها كل الأجهزة والمواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاركة المعلومات عالميًا، وتستخدم هذه المواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تُستخدم للدخول لتلك المواقع.^(١)

كما عرفت منصات التواصل الاجتماعي بوصفها برامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الإنترنت أي يمكن للأفراد أن يتصلوا بعضهم بالآخر لأسباب متنوعة. وبالمثل يمكن القول إنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج. كما ينظر إليها باعتبارها مواقع فعالة للغاية في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء كما أنها مواقع الكترونية تتيح للأفراد إنشاء صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض أو محدد وفقًا لنظام معين وبما يحتوي على قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يشاركون معهم في الاتصال، مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الشخصية والمعلومات المتاحة، علمًا أن طبيعة وتسمية هذه المواقع تختلف من موقع إلى آخر.^(٢)

وتحظى منصات التواصل الاجتماعي بأهمية كبرى في المملكة العربية السعودية فقد كشفت التقارير العالمية التي تسلط الضوء على حالة الرقمنة في المملكة خلال عام ٢٠٢٤، عن وجود (٣٦,٨٤) مليون مستخدم للإنترنت في السعودية خلال عام ٢٠٢٤، بمعدل انتشار بلغ (٩٩,٠٪) من إجمالي السكان، حيث تعد السعودية موطئًا لما يصل إلى (٣٥,١٠) مليون مستخدم نشط لمنصات التواصل الاجتماعي في الوقت الراهن، بما يعادل

(١) ينظر: وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، رافي جوبتا وهوغ بروكس. ترجمة عاصم عبد الفتاح. (٥٦/١)

(٢) ينظر: مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، مشتاق طلب فاضل. (١٢/١)

(٣، ٩٤٪) من إجمالي السكان.^(١)

كما أظهرت البيانات أن مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية زادوا بمقدار ٦ ملايين شخص عن تلك الأرقام المتعلقة بالمستخدمين في عام ٢٠٢٣، بمعنى أن الزيادة في المستخدمين بلغت أكثر من (٦، ٢٠٪) بين عامي ٢٠٢٣ و٢٠٢٤، مما يعكس حالة الانتشار الكبير والمتزايد لمنصات التواصل الاجتماعي في المملكة، وقد توزع مستخدمو منصات التواصل الاجتماعي في المملكة بواقع (٩، ٤٥٪) من الإناث، مقابل (١، ٥٤٪) من الذكور.^(٢)

أهمية منصات التواصل الاجتماعي:

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي محط اهتمام الكثير من الدارسين في مجال الاتصال والعلوم السياسية والاجتماعية، ذلك بعد أن تبين الدور الكبير الذي تقوم به هذه المنصات في كثير من الأحداث التي وقعت في العالم، حيث تقوم هذه المنصات بتأثير كبير على صعيد الحشد والتنظيم وصناعة الرأي العام، وعليه فإن أهمية هذه المنصات تنبع من الجوانب الآتية:^(٣)

- المشاركة: فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) من أي مهتم، وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الاعلام والمتلقين.
- التجمع: تتيح منصات التواصل الاجتماعي إمكانية التجمع بسرعة والتواصل بشكل فعال، ويربط ذلك التجمع اهتمامات مشتركة مثل القضايا السياسية وغيرها.
- المحادثة: تعتمد منصات التواصل الاجتماعي على المحادثة باتجاهين، بعكس وسائل الاعلام التقليدية التي تعتمد مبدأ المعلومات ونشرها باتجاه واحد لكل المتلقين.

(١) datareportal, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-saudi-arabia>

(٢) ينظر: مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، مشتاق طلب فاضل. (١٢/١)

(٣) ينظر: المرجع السابق. ص ٦١

• الانفتاح: معظم منصات التواصل الاجتماعي عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، وتبادل المعلومات والتعليقات، ونادرًا ما توجد حواجز أمام الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه، لأن حمايته بكلمة مرور غير موجود نهائيًا.

وعليه فإن أهمية منصات التواصل الاجتماعي برزت من خلال المميزات التي تتمتع بها بفعل الجوانب التقنية الحديثة، والتي زادت من سهولة نشر المعلومات وإيصالها والتفاعل مع محتوياتها، وعليها فإن الأهمية جاءت كالآتي:^(١)

• سهولة التعامل: من السهل التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي، وإنشاء حسابات رسمية هناك، الأمر لا يتطلب الكثير من المهارات للانضمام إليها، حتى أن هذه المنصات تقدم تعليمات واضحة من أجل الحصول على حساب رسمي هناك.

• سهولة التواصل: باتت عملية التواصل مع الآخرين من مختلف أنحاء العالم سهلة للغاية، الأمر لا يتطلب سوى تعليمات صغيرة تتعلق بالإضافة والتواصل عبر الرسائل، كما أنها قدمت مميزات جديدة للتواصل مثال الاتصال الصوتي والفيديو وغير ذلك.

• المجانية: إنشاء الحسابات في منصات التواصل الاجتماعي لا يكلف شيئًا، مقابل نشر الرأي أو الترويج للمنتجات أو حتى للأحزاب، وهو أمر كان يكلف الكثير من الأموال عبر وسائل الاعلام التقليدية، فمنصات التواصل الاجتماعي تتيح لك قوة الآلة الإعلامية العالمية في راحة يديك ومنزلك.

• مساحة غير محدودة: بخلاف المساحات المحدودة للنشر في وسائل الاعلام التقليدية، سواء صفحات الصحف، أو ساعات البث في الراديو والتلفاز، فإن النشر في منصات التواصل الاجتماعي غير محدود، حيث تملك مساحات مجانية للنشر في الوقت الذي تريد، وهي ميزة كبيرة في حد ذاتها.

وترى الباحثة أن أهمية منصات التواصل الاجتماعي تمثلت في تقديم ما عجزت عنه وسائل الاعلام التقليدي، خاصة على صعيد التفاعل، فالاتصال في الاعلام التقليدي

(١) ينظر: ثورة الشبكات الاجتماعية، خالد المقدادي. (٣١/١)

﴿ مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْأَزْهَرِيَّةِ بِطَبِئَةِ الْأَقْصَرِ ﴾

كان يقوم على اتجاه واحد، ولا يملك الجمهور سوى تلقي المحتويات الإعلامية المقدمة، أما منصات التواصل الاجتماعي فمنحت الجمهور فرصة التفاعل مع هذه المحتويات المقدمة، والتعليق عليها بكل حرية، مع امتلاك الحق الكامل في قبولها أو رفضها، وصولاً إلى المساهمة في صناعة محتويات أخرى، تمامًا مثل قاعدة المعلومات العالمية "ويكيبيديا" التي تتيح للمستخدمين فرصة إضافة تحديثات حول المحتويات المقدمة، وهو أمر ينطبق على منصات أخرى تقوم بدرجة كبرى على التفاعلية. بل أن منصات مثل يوتيوب تعمل على تقديم الأموال والأرباح نظير نشر المحتويات حال حصولها على مستويات معينة من التفاعل.

أنواع المحتوى الإعلامي المتداول وأهدافه :

ينظر إلى الإعلام بوصفه منهجاً وعملية يقوم على هدف التنوير والتثقيف والإحاطة بالمعلومات الصادقة التي تناسب إلى عقول الأفراد ووجدانهم فترفع من مستواهم، وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وتخلق فيما بينهم مناخاً صحياً يقظاً يمكنهم من الانسجام والتكيف والحركة النشطة، وبالنظر إلى التقدم الكبير الذي يعيشه الإعلام في الوقت الراهن، بات الإعلام في صورته العامة غير فعال، ليظهر الإعلام المتخصص بوصفه "الإعلام الموجه إلى فئات أو قطاعات معينة كالفلاحين، والعمال، والنساء، والأطفال، والشباب، ويتميز بأنه إعلام يقدم مضامين في مجالات متعددة، ومن خلال هذا التعريف فإن أنواع المحتوى الإعلامي جاءت على النحو الآتي: الإعلام السياسي، الإعلام الاقتصادي، الإعلام الاجتماعي، الإعلام الرياضي، الإعلام الأمني، وغيرها من الأنواع الأخرى.^(١)

ويمكن القول إن الإعلام المتخصص وبفعل منصات التواصل الاجتماعي بات في الوقت الراهن أكثر تخصصاً، بعد أن ظهرت منصات أو مواقع تتحدث عن جزء من الإعلام الرياضي، عبر استهداف كرة القدم دون غيرها، ومنصات تتحدث عن العملات الرقمية فقط، باعتبارها جزءاً متخصصاً من تخصص الاعلام الاقتصادي.

(١) ينظر: الإعلام المتخصص، عبد الرزاق الدليعي. (٣٠/١)

كما أن منصات التواصل الاجتماعي باتت تقدم محتويات متخصصة من حيث شكلها وطبيعة استخدامها، فهناك منصات خاصة بالصور مثل "انستغرام"، وهناك منصات تختص بمقاطع الفيديو مثل "يوتيوب"، وهناك منصات تعتمد على النصوص مثل فيسبوك واكس، وعليه فإن أنواع المحتوى المقدم وفقًا لهذا الجانب جاءت كالآتي: النصوص، الصور، الفيديو، الصوتيات، أما من حيث الأشكال الصحفية، فهناك الأخبار، والقصص الإخبارية، والتقارير الصحفية، والأحاديث الصحفية، والتحقيقات الصحفية، والمقالات الصحفية.^(١)

ومن حيث الأهداف، فإن المحتوى الإعلامي وخاصة الإسلامي منه ينبع من فكرة التوحيد الخالص المحض، بحيث تكون طريقة ممارسة هذا الإعلام هي اتباع الحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتي هي أحسن^(٢). لقوله سبحانه وتعالى: {ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ} (سورة النحل، آية ١٢٥).



(١) ينظر: المواقع الرياضية الالكترونية في فلسطين، مهند معين. (٤٨/١)

(٢) ينظر: عن الإعلام الإسلامي.. دعائمه مواقفه وأهدافه، الطاهر بدوي. (٤٣/١)

مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِئَةِ الْأَقْصَرِ

أحكام المحتوى الإعلامي

أهمية الاعلام في نشر القيم والأخلاق الإسلامية:

يعد الاعلام الجهاز العصبي لزرع قيم الإسلام الإيجابية، ولا بد أن يكون تعظيم مشاركة المجتمع في مختلف عملياته الإنتاجية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء للتنمية والتطوير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي، والتي تتمثل في تعريف الرأي العام بسياسات التنمية المستدامة، كما أنه يمثل حلقة وصل بين الجمهور وصناع القرار والسياسات حيث يهدف إلى ضمان مشاركة أفراد المجتمع في كافة عمليات التنمية.^(١)

ويمكن التدليل على ذلك من خلال قوله تعالى: {أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ} وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴿سورة النحل، آية ١٢٥﴾. فقد أخبر الله عز وجل في كتابه الدعاء إليه، ووصف الدعاة إليه فجعل ذلك لهم درجات يعرف بعضها بعضاً، ويستدل ببعضها على بعض، فأخبر أنه تبارك وتعالى أول من دعا إلى نفسه، ودعا إلى طاعته واتباع أمره، فبدأ بنفسه فقال: {وَاللَّهُ يَدْعُوا إِلَى دَارِ السَّلَامِ} ﴿سورة يونس، آية ٢٥﴾.



(١) أنظر: دور الإعلام في نشر القيم الإسلامية، عبد الفتاح غنيمة. (٣/١)

المبحث الأول

صور نشر المحتوى الإعلامي على منصات التواصل الاجتماعي

١. ويتضمن:

٢. النشر الشخصي.

٣. النشر التجاري والإعلاني.

٤. النشر الإخباري.

٥. النشر السياسي.

يمكن النظر إلى النشر الإعلامي باعتباره تقديم محتويات مختلفة للجمهور كما يريدها، لكن هذه المحتويات تحكمها قوانين، من خلال الحرص على تصدير قيم الموضوعية والإنصاف والعدالة والتوازن والوضوح والدقة، في مراحل جمع ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق المحتوى الصحفي على وسائل الاعلام التقليدية، وحتى المنصات الرقمية، وهو ما يتم ربطه بمجموعة المعايير المهنية والأخلاقية التي تحكم الإعلام والإعلاميين^(١). وعليه يمكن من خلال ذلك توضيح الآتي:

(١) النشر الشخصي:

يمكن تعريف النشر الشخصي بوصفه كافة الجهود الاتصالية والإعلامية التي يقومها بها الأشخاص، والتي تنشر أو تعرض أو تذاع من خلال أحد منصات التواصل الاجتماعي، أو مجموعة منها، وتظهر من خلالها شخصية الناشر، بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة، وحثه على القيام بسلوك محدد^(٢). بحيث يقوم النشر الشخصي على مجموعة من الأهداف جاءت على النحو الآتي:^(٣)

● عرض الأحداث الجارية.

(١) أنظر: الإعلام الرقمي تشريعات وأخلاقيات النشر، كدواني وتوفيق. (٩٠/١)

(٢) أنظر: نظام المطبوعات والنشر في المملكة العربية السعودية، (١٧٦/١)

(٣) أنظر: النشر الإلكتروني ومشروعات المكتبات الرقمية العالمية والدور العربي في رقمنة وحفظ التراث الثقافي، أحمد أحمد، (١٨٠/١)

- تقديم جانب خاص ومحدد من المعلومات
- بناء الاتصال مع الجمهور وتبادل الخبرات
- إتاحة المعلومات للمهتمين وفقاً للسمات الشخصية للمستخدم.
- توفير جانب من الصفقات والمعاملات التجارية.

الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر الشخصي:

بناءً على القاعدة الأصولية "الأمر بمقاصدها" فإن الحكم على النشر الشخصي عبر منصات التواصل الاجتماعي، سيكون بطبيعة الحال مبنياً على القصد من إنشاء الحسابات فيها، والهدف من استخدامها، وهو أمر ينطبق على الانترنت أيضاً، فإن النشر الشخصي يمكن أن يستخدم لخير البشرية جمعاء، من دعوة للإسلام، وغيره من الأمور المفيدة، ويمكن أن يكون مدخلاً للفتنة، والمحرمات، والاحتيايل، وغيرها من الضلالات، فهو سلاح ذو حدين، ويبقى أمر النشر الشخصي رهينة بيد مالكه، فلا بد من النظر للغرض وللهدف وللقصد وللغاية من النشر الشخصي.^(١)

واتفق العلماء على أن النشر الإعلامي الشخصي عبر منصات التواصل الاجتماعي جائز في أصله، والدليل على ذلك امتلاك أبرز الفقهاء في العصر الحالي حسابات رسمية عبر منصتي اكس وفيسبوك وغيرها، لكن كل ذلك بشرط الالتزام بالضوابط والحدود الشرعية، وعدم الخروج عن الأخلاق الإسلامية، ووفقاً لقاعدة "الأمر بمقاصدها" فإن تصرفات الفرد هي التي تحدد الحكم الإسلامي، وفقاً لطبيعة المحتوى الذي يتم نشره، والذي يمكن تقسيمه كالآتي:

- جائز: حينما يكون المحتوى مباحاً، مثل الأبحاث العلمية، والتجارب المفيدة، والمعلومات التي تعود بالنفع على الجميع.

(١) أنظر: الشبكات الاجتماعية وأحكامها الشرعية، خليل الحمادي، (١/٣٢٥)

• ممنوع: حينما يتم نشر محتوى محرم ومرفوض من الناحية الشرعية، كالمحتوى الاباحى، أو الألفاظ النابية، أو الكذب والسخرية من الآخرين، والتنمر عليه ونشر الشائعات وغير ذلك.

٢- النشر التجاري والإعلاني:

ينظر إلى النشر التجاري والإعلاني باعتباره أسلوباً شاملاً ورقيقاً، يعتمد على جمع البيانات المرتبطة بالعلامات التجارية عبر أسس منهجية وعلمية، من أجل تعزيز العلاقة مع العملاء وصولاً إلى تحقيق نتائج أعمال أكثر قوة وإيجابية، حيث يقوم التسويق على مزيج بين التفكير الإبداعي والتنفيذ والبحث والاستراتيجية والتكنولوجيا والتحليل. وصولاً إلى تحقيق الأهداف التنظيمية الموضوعية المتمثلة في زيادة أعداد العملاء، توسيع الحصة السوقية، زيادة الأرباح، وإرضاء الموظفين، ومن جانب آخر فالإعلان عبارة عن عملية اتصال غير مباشر وغير شخصي لنقل المعلومات للمستهلك عن طريق وسائل خاصة، مقابل أجر معين، مع الإفصاح عن هوية المعلومات، واستخداماته.^(١)

وقد أظهرت نتائج البحوث المختلفة أن تأثير التسويق عبر المنصات يبدو كبيراً حينما يتعلق الأمر باستهداف المستخدمين والعملاء المنتشرين حول العالم، حيث تحقق نتائج كبرى وهامة على صعيد جوانب مختلفة أبرزها: زيادة الوعي بالعلامة التجارية، زيادة معدلات الرغبة في الشراء لعلامات تجارية محددة دون غيرها، زيادة معدلات النطق باسم العلامة التجارية دون غيرها، كما أن أنشطة التسويق عبر منصات التواصل الاجتماعي تزيد من فرص اتخاذ المستهلكين قرارات الشراء لعلامة تجارية محددة دون غيرها، من خلال التأثير على نوايا الشراء.^(٢)

٢- الأحكام المتعلقة بالنشر التجاري والإعلاني:

كما ذكر في السابق، فإن الحكم المتعلق بالنشر عبر منصات التواصل الاجتماعي، سواء أكان نشرًا شخصيًا أم للتجارة والإعلان، يعود للقاعدة الفقهية الأمور بمقاصدها،

(١) انظر: الترويج والاتصالات التسويقية. جامعة المنارة. (٣/١)

(٢) انظر: تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. رزق بسيط. (٤٧١/١)

مَجْلَّةُ كَلِمَاتِ النَّبَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِيبِنَا الْأَفْضَلِ

فمقاصد العباد ونياتهم محل نظر الشارع الحكيم، فقد غني القرآن الكريم بمقاصد المكلفين ونياتهم عناية فائقة تفوق الاهتمام بأي مسألة أخرى، كما عانيت بذلك سنة المصطفى ﷺ، ذلك لأن الأعمال لها تأثير في القلب فإذا أنيطت بالقصد الصحيح والنية الخالصة أحييت القلب وأيقظته، وإذا لم تقترن الأعمال بالمقاصد الشرعية والنوايا الطيبة ألمات القلب وأعمته، وعُدت في ميزان الأعمال هباءً منثورًا وسرابًا خادعًا لا يظفر صاحبها بغاية ولا يروح رائحة نعيم، فميزان الأعمال القصد والنية، ومن وراء ذلك العمل^(١).

وعليه إن كان هذا النشر الإعلاني يروج لمنتجات فيها مصلحة أو خير تلحق الفرد أو المجتمع، فإنه لا ينفك عن كونه مباحًا أو مندوبًا. وأما إن كان النشر لمنتجات فيها شر، فهي في أقل الأحوال لا تخرج عن كونه نشرًا مكروهاً، وقد يصل للحرام. فالواجب على كل مسلم قبل النشر الإعلاني أن يتحرى من منتجاته، ومدى موافقتها للشريعة الإسلامية وتعاليمها المختلفة^(٢).

ومن أجل ذلك يمكن القول إن النشر الإعلاني مثل النشر الشخصي مباح في الدين الإسلامي، لكنه هناك محددات هامة يجب إتباعها خاصة فيما يتعلق بالصدق والأمانة في المعلومات التي يتم ذكرها حول المنتجات المعلن عنها. وهو أمر ينقسم إلى جانبين:

- مباح: إن كانت المنتجات تتفق مع تعاليم الشريعة الإسلامية.
 - ممنوع: إن كانت المنتجات محرمة مثل الخمر والمسكرات ولحم الخنزير ومشتقاته. أو تلك المنتجات التي تعين على المفسدة سواء عبر المجال الأخلاقي أو الصحي أو الاقتصادي أو حتى الاجتماعي.
- ولا يقتصر الأمر على طبيعة المنتج، فالبعض يروج لمنتجات مسموحة في الدين الإسلامي مثل الملابس، لكن المواصفات التي يعرضها عبر الإعلان، تختلف في الحقيقة عن

(١) انظر: القواعد الفقهية الكبرى وما تفرع منها، صالح بن غانم السدلان. (٤١/١)

(٢) انظر: الشبكات الاجتماعية وأحكامها الشرعية، خليل الحمادي، (٣٣٩/١)

تلك التي قام بصناعة المنتجات منها مثل المنتجات التي يتم تقليدها ونسبها زورًا إلى علامات تجارية كبرى، وفي هذه الحالة يتحقق هنا الكذب والتزوير والتضليل والغش وهو أمر محرم ومرفوض في الدين الإسلامي.

والأدلة كثيرة في الدين الإسلامي حول هذا الأمر، لقوله تعالى: {الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ} وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ (سورة المطففين، آية ٣-٢). كما قال الله تعالى: ﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ﴾ (سورة الأنعام، الآية ١٥٢). وفي هذه الدعوات وضوح بالعدل في التجارة وعدم الغش مع الناس.

وقد ورد عن أبي هريرة رضي الله عنه أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةٍ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ، مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي. (١)

وفي ظل التطور الذي تعيشه منصات التواصل الاجتماعي فإن مجموعة من التجاوزات التي حرّمها الدين الإسلامي وردت مثل سرقة حقوق الآخرين الفكرية، تزوير العلامات التجارية، انتحال شخصية شركات أخرى كبرى والعمل باسمها زورًا، المبالغة في منح المنتجات مميزات ليست فيها، الترويج لمنتجات ذات أضرار جانبية وعدم الإفشاء عن ذلك.

٣- النشر الإخباري:

هو عملية نشر المحتوى الإخباري عبر شبكة الانترنت، سواء كان نصًا أو صورة أو وسائط متعددة، مستخدمًا في ذلك الأساليب والتقنيات الحديثة، والتي تعتمد على تكنولوجيا الحاسب الآلي في تجميع وتحليل وصياغة المادة الإخبارية المقدمة للقارئ بكافة

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب قول النبي ﷺ من غش فليس منا. (حديث رقم:

• مجلّة كَلِمَةُ النَّبَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِئَتِ الْأَقْصَرِ •

الفنون التحريرية الالكترونية^(١)، بحيث يقوم بدرجة أساسية على وضع القارئ في آخر المستجدات تجاه قضايا معينة دون غيرها، ومن أبرز أمثلته:

- **المقالات الصحفية:** تلك الكتابات التي لا تدفع أصحابها التعمق في بحثها أو الإحاطة التامة في معالجتها، وهي مادة إعلامية وثيقة الارتباط بالزمن الذي تصدر فيه.^(٢)
- **التغطيات الإخبارية:** وصف أو تقرير لحدث مهم بالنسبة للجمهور، كما هو مهم بالنسبة للمراسل الصحفي أو لوسيلة الاعلام نفسها.^(٣)
- **التقرير الصحفي:** مضمون خبري ورصد لحدث وقضية أو واقعة يضيف عليها الكاتب، المزيد من التفاصيل مع طرح انطباعه الشخصي.^(٤)

- الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر الاخباري:

إن منصات التواصل الاجتماعي علم يحتاجه المسلمون، ولا غنى عنه في الوقت الحالي، حيث ينبثق عن التكنولوجيا التي تحظى بموقع متقدم كالطب والهندسة وغير ذلك. وتؤكد الحاجة لهذه التقنية المهمة للمسلمين في الدفاع عن دينهم وأوطانهم وعقيدتهم ضد الأعداء. والله سبحانه وتعالى يحث المسلمين على الاستعانة بأسباب القوة سواء كانت عسكرية أو اقتصادية أو علمية أو تكنولوجية أو تقنية. لذلك فإنه من الضروري وجود منصات تواصل اجتماعي، يتم النشر الاخباري عليها بما يضمن الدفاع عن الإسلام، وتوضيح فكره الراقي، وتبيين أحكامه الفقهية المختلفة^(٥)، وعليه فإن للنشر الاخباري وجهان:

(١) انظر: أخلاقيات النشر الصحفي الإلكتروني للجرائم الأسرية في المجتمع المصري، دعاء شاهين. (٤٥١/١).

(٢) انظر: المدخل في فن التحرير الصحفي، عبد اللطيف حمزة، (١٧٤/١).

(٣) انظر: فن الخبر الصحفي، فاروق أبو زيد، (٤٨/١).

(٤) انظر: التحرير الصحفي، عبد الرزاق الدليمي، (١٤٩/١).

(٥) انظر: الشبكات الاجتماعية وأحكامها الشرعية، خليل الحمادي، (٣٢٥/١).

• **جائز:** إذا حمل معلومات مفيدة للمجتمعات، تقوم على الصدق والأمانة في نقل المعلومة، والنية الطيبة المستحضرة في إفادة المجتمعات.

• **محرم:** لو كانت معلومات النشر الاخباري قائمة على الكذب والمبالغة وتزييف الحقائق ونقل ما لم يحدث، والانحياز لطرف على حساب آخر دون وجه حق، وتعظيم أفراد وتجاهل آخرين، ومنح الحقوق لمن لا يستحقون عبر نشر ما هو غير صحيح، وصولاً إلى الدعوة للفجور والضلال والكراهية والعنف والعنصرية.

٤- النشر السياسي:

هي تلك المنشورات والتغريدات التي ينشرها الأفراد على إحدى منصات التواصل الإعلامي، والتي تعبر عن موقف سياسي من حالة معينة في دولة أخرى، وغالباً ما تظهر في حسابات السياسيين والرؤساء والسفراء والمشاهير^(١)، ومن أبرز أشكاله في النشر الإعلامي ما يعرف بالتحليلات السياسية والحملات الانتخابية والتعليق على الأخبار السياسية، ولعل من أبرز أهدافه:^(٢)

- استعراض استراتيجية المؤسسة السياسية للدولة أو الحزب.
- الحصول على الدعم والقبول من الشعب والجمهور.
- خلق صورة ذهنية تكون إيجابية عن الدولة أو الحزب.
- حشد التأييد والسعي للإقناع بأفكار المؤسسة السياسية.
- دفع الرأي العام لاتخاذ سلوكيات محابية ومتماشية مع سياسة المؤسسة وبرامجها وأنشطتها.

٥- الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر السياسي:

إن منصات التواصل الاجتماعي من أفتك وأرهب الأسلحة، وأشدها أثراً على المستوى

(١) انظر: تأثير النشر السياسي عبر منصة التواصل الرقمية تويتر في الدبلوماسية العامة. خلف وبن بوزيد، (٢٧٢/١).

(٢) انظر: التسويق السياسي: دراسة في النشأة ومجالات التطبيق. رجب عيد أبو زيد، (٧١/١).

مَجَلَّةُ كَلِمَاتِ النَّبَاتِ الْإِزْمِيزَةِ بِطَبِئَتِ الْأَقْصَرِ

السياسي والعلمي والاقتصادي والعسكري، والأساس في معرفة الحكم بالنشر عليها، من خلال معرفة الغاية والمقصد من هذا النشر.^(١)

ومن أجل ذلك، فإن من الضروري امتلاك منصات تواصل اجتماعي تقوم بنشر آخر التطورات السياسية للدول والمجتمعات، والهدف من ذلك كسب صورة نمطية إيجابية في العالم، خاصة حينما يتعلق الأمر بالرد على المنتقدين أو المروجين لشائعات غير صحيحة، تتعلق بوصف الدولة بصفات ليست فيها، كالعنصرية والتراجع والتخلف، لكن ما هو مهم أن يتحلى الخطاب السياسي بالمصادقية مع الجمهور.

وعليه فإن النشر السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي جائز لما قاله الفقهاء، كما قال الدكتور محمد يونس الزعبي: "من القواعد المقررة شرعا أن الأصل في الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل يدل على تحريمها؛ ولا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي المعاصرة ينسحب عليها هذا الأصل وهو حل إباحة الأشياء ما لم يرد نص على تحريمها؛ استصحابا للبراءة الأصلية"^(٢) أما أستاذ الفقه وأصوله والخبير بمجمع الفقه الإسلامي الدولي بجدة، محمد بن يحيى النجيمي فقال: "الأصل في المعاملات والتصرفات الإباحة ما لم يرد نص بتحريمها، وكذلك بث ونشر المقاطع المصورة لإيجاد تفاعل أو تأثير أو تعليقات من الناس، أو نشر لما فعله أو إعجاب لها، إن كان مما يصح إطلاع الآخرين عليه فلا مانع منه شرعاً".^(٣)

ويمكن القول إن جواز النشر هنا، خاصة حينما يرتبط بتحقيق مصالح الدول، والترويج لسياستها الخارجية بكل صدق وأمانة، من أجل وضع مكانة خاصة لها بين الدول المتقدمة، عبر الاعتماد على نشر الحقائق، وبناء العلاقات مع البقية، وتجنب الدخول في صراعات مع الدول الأخرى، خاصة تلك الإسلامية منها، ومن حيث "الأمر بمقاصدها"

(١) انظر: الشبكات الاجتماعية وأحكامها الشرعية، خليل الحمادي، (١/٣٢٥).

(٢) انظر: دائرة الإفتاء في المملكة الأردنية الهاشمية، محمد يونس الزعبي، <https://2u.pw/35V54544>

(٣) انظر: بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي وضوابطها ونشر المعلومات والأخبار وتنقلها عبرها بغرض الإنكار أو الإشاعة أو الإساءة، النجيمي، (١/٩٨١).

فإن للنشر السياسي وجهان:

- جازئ: عبر النشر السياسي القائم على الحقائق والذي يهدف إلى وضع المتابعين في صورة آخر المستجدات السياسية من الحقائق، بما يعود بالنفع على توعية المجتمعات وجعلها أكثر تماسكاً وقدرة على المشاركة في صنع القرار.
- ممنوع: لو كان النشر السياسي يعتمد على التضليل، وتجهيل الجمهور، ونشر الأكاذيب، والتحريض على الكراهية ضد دول أخرى.

ويتضح ذلك من خلال مبدأ الشورى في الدين الإسلامي باعتبارها تبادل الآراء مع أولئك الذين هم من أصحاب الخبرة في المجال، بهدف الوصول إلى أفضل رأي صائب عند اتخاذ القرار. ولهذا قال تعالى في كتابه الحكم: {فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ} (سورة آل عمران، آية ١٥٩)، ولذلك كان رسول الله ﷺ يشاور أصحابه في الأمر إذا حدث، تطييباً لقلوبهم، ليكونوا فيما يفعلونه أنشط لهم.^(١)

- الأحكام الفقهية المتعلقة بالتشهير والافتراء ونشر الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

باتت منصات التواصل الاجتماعي جزءاً لا يمكن تجاهله من الحياة اليومية البشرية، ورغم فوائدها المتعددة. إلا أن البعض يقوم باستغلال هذه المواقع لنشر الأخبار الكاذبة، والافتراء على الآخرين وحتى التشهير بهم، الأمر الذي ينعكس بصورة سلبية على وحدة وتماسك المجتمعات. ويلحق بها أضراراً جسيمة تنتهي بتآكل المنظومة الأخلاقية. وهو ما يجب التطرق إليه عبر هذا الجانب.

أولاً: التشهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف التشهير هو عملية نشر الأخبار المهيئة والمسيئة وكل ما هو عيب ويتعلق بالآخرين، والهدف من ذلك الإضرار بهم وبسمعتهم وإحداث شرح واضح في طريق

(١) ينظر: تفسير القرآن العظيم. دمشق. (١/٤١٣)

﴿مَجْلَّةُ كَلِمَةِ النَّبَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِينِ الْأَقْصَرِ﴾

المستقبل الذي يرسمونه لأنفسهم عبر مختلف المجالات.^(١)

واتفق العلماء على حرمة التشهير في منصات التواصل الاجتماعي، لقوله تعالى:

{وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللِّقَبِّ} (سورة الحجرات، آية ١١)، كما قال رسول الله ﷺ: "المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده"^(٢)، وعليه فإن الضوابط الشهيرة للتشهير جاءت على النحو الآتي:^(٣)

- التشهير حرام بما اتفق عليه العلماء لما فيه أذى للمسلمين دون وجه حق.
- لو كان النشر يهدف في هذه الحالة إلى كشف الأخطاء والتجاوزات، كل ذلك من أجل الإصلاح، كما يحدث في التحقيقات الصحفية التي تلاحق الفساد، فإن هذا النشر يُشترط أن يكون بحكمه وضوابط شرعية.

ثانياً: الافتراء عبر منصات التواصل الاجتماعي:

ينظر إلى الافتراء بوصفه عملية الكذب على الآخرين ونسبة ما لم يفعله هؤلاء إليهم، كل ذلك من أجل تشويه سمعتهم بين صفوف المهتمين. ويتضح من خلال التعريف السابق أن الافتراء والتشهير متقاربان إلى حد كبير للغاية.

والحكم الشرعي للافتراء أنه حرام، لقوله سبحانه وتعالى: {وَالَّذِينَ يُؤْذُونَ

الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ بَغَيْرِ مَا اكْتَسَبُوا فَقَدِ احْتَمَلُوا بُهْتَنًا وَإِثْمًا مُّبِينًا} (سورة الأحزاب، آية ٥٨)، كما قال الرسول ﷺ: "من قال في مؤمن ما ليس فيه، أسكنه الله ردغة الخبال حتى يخرج مما قال"^(٤). وعليه فإن الضوابط الشرعية للافتراء جاءت

(١) ينظر: رياض الصالحين. النووي. باب تحريم الغيبة والنميمة. حديث رقم ١٥٣٣.

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان، باب المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده، (حديث رقم: ١٠).

(٣) ينظر: تفسير القرطبي. القرطبي. (٣٢٠/١٦).

(٤) رواه أبو داود في سننه. كتاب الأدب، باب الغيبة، (حديث رقم ٣٥٩٧). وسنن الترمذي، كتاب

على النحو الآتي: الافتراء من الكبائر. وعقوبته مرتكبها التعزير أو حد القذف. لو كان الافتراء متعلقًا بآتهام الزنا.^(١)

ثالثًا: نشر الأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي:

يمكن تعريف نشر الأخبار الكاذبة بوصفها نشر أو نقل أو حتى الترويج لمعلومات وأخبار غير صحيحة، حيث يدرك الناشر أن هذه المعلومات غير صحيحة. ويكون الهدف من ذلك إثارة الفتنة والتسبب بالإضرار للآخرين.^(٢)

والحكم الشرعي في هذا الأمر. هو حرمة نشر الأخبار الكاذبة لقوله تعالى: {يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَلٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ} (سورة الحجرات، آية ٦). كما قال النبي ﷺ: " كفى بالمرء كذبًا أن يُحدث بكل ما سمع " ^(٣). وعليه فإن الضوابط الشرعية في نشر الأخبار الكاذبة:

- التأكد من صحة الأخبار قبل نشرها. والعودة إلى مصادر موثوقة للتحقق.
- الامتناع عن نقل أي خبر قد يسبب الفتنة. والابتعاد عن نقل الأخبار من المصادر ذات السمعة السيئة في المصادقية.

رابعًا: العقوبات المترتبة على هذه الأفعال:

نصت الشريعة الإسلامية على مجموعة من العقوبات التي تطال مرتكبي الأفعال المرتبطة بالتشهير والافتراء، وهي العقوبات التي جاءت على النحو الآتي:^(٤)

البر والصلة، باب ما جاء فيمن قال في مسلم. (حديث رقم: ٢٣١٠)، وقال: "حديث حسن صحيح"

(١) ينظر: تفسير القرطبي. القرطبي. (٣٢٠/١٦).

(٢) ينظر: الأحكام السلطانية. الماوردي. باب الحسبة والأمر بالمعروف. (٣٤٠/١).

(٣) رواه مسلم في صحيحه. كتاب المقدمة، باب النهي عن الحديث بكل ما سمع، (حديث رقم: ٥).

(٤) ينظر: المغني، ابن قدامة، (٨٤/٩). التشريع الجنائي الإسلامي. عبد القادر عودة. (٣٢٠/١).

﴿مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِيبِنَا الْأَفْضَلِ﴾

(١) حد القذف: إذا تضمن التشهير أو الافتراء اتهامًا بالزنا أو ارتكاب الفاحشة، فإن عقوبة حد القذف تطبق على المتسبب في ذلك، وحد القذف هنا ٨٠ جلدة. لقوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَأْتُوا بِأَرْبَعَةِ شُهَدَاءَ فَاجْلِدُوهُمْ ثَمَانِينَ جَلْدَةً﴾ (سورة النور، آية ٤).

(٢) التعزير: في هذه العقوبة يترك الحق للقاضي في تقدير حجم الجرم المرتكب، من أجل تحديد العقوبة الواجبة على المرتكب. ^(١)

خامساً: الضوابط الشرعية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي:

إن عملية استخدام منصات التواصل الاجتماعي، تتطلب اتباع مجموعة من الضوابط الشرعية لتجنب نشر الأكاذيب والفتن، والابتعاد عن إحداث الضرر في سمعة الآخرين والمجتمعات، وهي الضوابط التي جاءت على النحو الآتي: ^(٢)

- التحقق من صحة الأخبار قبل نشرها: لقوله تعالى {فَتَبَيَّنُوا} (سورة الحجرات، آية ٦).

- ترك الغيبة والنميمة: دعا الدين الإسلامي إلى ترك الغيبة والنميمة، مع التحذير من نتيجة القيام بذلك لقوله ﷺ: "لا يدخل الجنة نام". ^(٣)

- قول الحق وتجنب الأكاذيب أو الصمت: دعا الدين الإسلامي إلى قول الحق والابتعاد عن الكذب، أو الصمت لقوله ﷺ: "من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت". ^(٤)

(١) ينظر: المغني. ابن قدامة. (١١٩/٩).

(٢) ينظر: الفتاوى الكبرى، ابن تيمية. (٢٧٠/٣).

(٣) رواه البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب ما يُكره من النميمة. (حديث رقم: ٦٠٥٦)، ومسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب غلط تحريم النميمة، (حديث رقم: ١٠٥).

(٤) رواه البخاري في صحيحه، كتاب الرقاق، باب حفظ اللسان، (حديث رقم: ٦٤٧٥)، ومسلم في

الأحكام الشرعية المتعلقة بالخصوصية والأمان على منصات التواصل الاجتماعي:

شكلت عملية الحفاظ على الخصوصية والأمان، واحدة من القضايا الحساسة والمثيرة للجدل في عصر منصات التواصل الاجتماعية، بالنظر للتجاوزات الخطيرة في هذا الجانب، وسط قيام الإسلام بوضع مبادئ عامة تدعو إلى الحفاظ على خصوصية الأفراد وحماية أمانهم، مع منع التعدي على هذه الحقوق، وهو ما جاء على النحو الآتي:

أولاً: حكم الشرع في الخصوصية:

يمكن تعريف الخصوصية بوصفها حق الإنسان في الاحتفاظ بأسراره ومعلوماته الشخصية، دون أن يطلع عليها أحد إلا بإذن شخصي وموافقة مسبقة منه، وعليه فإن الاطلاع على معلومات الآخرين الشخصية دون الحصول على موافقتهم هو تعدي كبير.

والحكم الشرعي في هذا الجانب، هو حرمة انتهاك الخصوصية. فقد قال الله تعالى في كتابه الحكيم: {وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا} (سورة الحجرات، آية ١٢). وفي هذه الآية دعوة صريحة للابتعاد عن انتهاك خصوصية الآخرين، كما قال رسول الله ﷺ: "من استمع إلى حديث قوم وهم له كارهون صُبَّ في أذنيه الآنك يوم القيامة".^(١)

فالنهي عن التجسس هنا يتضمن الاطلاع على معلومات وأسرار الآخرين دون إذن مسبق، كما أن الحكم الشرعي يتضمن حرمة نشر معلومات الآخرين دون إذنه أيضاً، لقوله ﷺ: "لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه"^(٢). وهو ما يعني أهمية حماية خصوصية الآخرين كجزء من تحقيق الإيمان الكامل، بحيث يمكن تحديد الأدلة الشرعية في ذلك:

صحيحه، كتاب الإيمان، باب الحث على إكرام الجار والضيف، (حديث رقم: ٤٧).

(١) رواه البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب من سمع حديث قوم وهم له كارهون، (حديث رقم: ٧٠٤٢).

(٢) رواه البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، (حديث رقم: ١٣).

﴿ مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَيِّنَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَيْبِنَا الْأَقْصَرِ ﴾

• من القرآن الكريم: قول الله تعالى: " {يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ

بُيُوتِكُمْ حَتَّىٰ تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا } (سورة النور، آية ٢٧).

• من السنة النبوية الشريفة: قول رسول الله ﷺ: "كل المسلم على المسلم حرام: دمه وماله وعرضه" ^(١).

• من القياس: إن دخول البيوت يستوجب الاستئذان في الدين الإسلامي، وكما وجب ذلك فإن الاستئذان للوصول إلى معلومات الآخرين واجب أيضاً.

ثانياً: حكم الشرع في الأمان الرقمي:

يمكن تعريف الأمان الرقمي بوصفه تلك العملية التي تقوم على حماية بيانات المستخدمين من السرقة، التلاعب، الاستغلال، وحتى الاستخدام دون وجه حق أو حتى استئذان مسبق من أصحاب هذه البيانات باعتبارها حق لا يمكن الإفصاح عنه إلا من خلال صاحب هذه البيانات.

وقد ورد في الحكم الشرعي أن الأمانة واجبة في التعامل مع بيانات الآخرين، لقوله تعالى: {إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا} (سورة النساء، آية ٥٨)، وعليه فإن من يترك بياناته الشخصية لدى المواقع والمنصات، فهو كمن ترك أمانة يجب صونها والحفاظ عليها، وسط تحريم القرصنة وسرقة البيانات، لقوله ﷺ: "لا يحل مال امرئ مسلم إلا بطيب نفس منه" ^(٢)، ويشتمل هذا الأمر على حماية البيانات الرقمية، الأموال الرقمية، المعلومات الشخصية، مع تحريم الإضرار بالآخرين سواء من خلال سرقة

(١) رواه مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة، باب تحريم ظلم المسلم وخذله، (حديث رقم: ٢٥٦٤).

(٢) رواه أحمد في مسنده، (حديث رقم: ٢٠١٧٢)، وصححه الألباني، صحيح الجامع، (حديث رقم: ٧٦٦٢).

بياناتهم الرقمية أو استغلالها بشكل خاطئ، لقوله ﷺ: "لا ضرر ولا ضرار" ^(١). أما الأدلة الشرعية هنا فجاءت على النحو الآتي: ^(٢)

- القرآن الكريم: قول الله تعالى: {وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ} (سورة المائدة، آية ٢). فهنا يظهر النهي بشكل واضح عن استخدام الأمور بشكل ضار مثل استغلال البيانات.

- السنة النبوية الشريفة: قول رسول الله ﷺ: "المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده" ^(٣) وهو ما يستوجب عدم التطاول على الغير باللسان أو اليد.

ثالثاً: تطبيق الأحكام الشرعية في منصات التواصل الاجتماعي:

إن تطبيق الأحكام الشرعية في التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي، يستوجب اتباع مجموعة من الضوابط الشرعية، والتي تمثل أسس هامة تجعل من استخدام هذه المنصات مباحاً دون الوقوع في الأخطاء والمعاصي، بحيث جاءت الضوابط الشرعية هنا كالآتي: ^(٤)

(١) عدم إفشاء أسرار الآخرين: لقول النبي ﷺ: "إذا حدث الرجل الحديث ثم التفت ففي أمانة" ^(٥)، ويشتمل ذلك على المعلومات الشخصية التي يتم مشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

(١) رواه ابن ماجه، كتاب الأحكام، باب من بنى في حقه ما يضر بجاره، (حديث رقم: ٢٣٤١)، وصححه الألباني، صحيح الجامع، (حديث رقم: ٧٥١٧).
(٢) ينظر: الجامع لأحكام القرآن. القرطبي. تفسير آية النساء. (٢٢/٥).
(٣) رواه البخاري، كتاب الإيمان، باب المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده، (الحديث رقم: ١٠).

(٤) الأحكام السلطانية، الماوردي. باب الأمانة. (٤١٥/١).

(٥) رواه أبو داود، كتاب الأدب، باب في الإشارة في الاستئذان، (حديث رقم: ٤٨٦٨)، والترمذي في جامعه، كتاب البر والصلة، باب ما جاء أن المجالس بالأمانة، (حديث رقم: ١٩٥٩). وقال

﴿مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِيبِنَا الْأَقْصَرِ﴾

(٢) وجوب التحقق من المعلومات قبل نشرها: لقوله سبحانه وتعالى في كتابه الحكيم:

{يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا} (سورة الحجرات، آية ٦)

(٣) حماية البيانات والابتعاد عن التجسس: من خلال الحفاظ على كلمات مرور المستخدمين وعدم افشاء بياناتهم الشخصية لصالح شركات أخرى، مع عدم التجسس على المحادثات الخاصة.

رابعاً: العقوبات الشرعية لانتهاك الخصوصية والأمان:

- إن انتهاك الخصوصية والأمان في الشريعة الإسلامية، يستوجب فرض عقوبات مختلفة على المتجاوزين، وهي العقوبات التي يمكن تحديدها في الجوانب الآتية:^(١)
- التعزير: فالقاضي يملك الحق في فرض عقوبة تعزيرية يراها مناسبة على من يثبت تورطه في انتهاك خصوصية وأمان الآخرين.
 - الضمان: حال ثبت تسبب المرتكبين لهذه المخالفات، أضرار معنوية ومادية للذين تم انتهاك خصوصياتهم، وفي هذه الحالة يصبح ملزماً بتعويض المتضرر.



الترمذي "حديث حسن غريب".

(١) ينظر: التشريع الجنائي الإسلامي. عبد القادر عودة. (١/٣٢٧).

المبحث الثاني

ضوابط نشر المحتوى الإعلامي على منصات التواصل الاجتماعي

ويتضمن:

١. ضوابط النشر من حيث المضمون

٢. ضوابط النشر من حيث الهدف

٣. ضوابط النشر من حيث الآثار

٤. ضوابط النشر بما يتماشى مع التوجيهات الشرعية

يُعد النشر الصحفي الإلكتروني على شبكة المعلومات الدولية ظاهرة إعلامية هامة ارتبطت بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المنتج الإعلامي في متناول الجميع، وصار أكثر انتشارًا وسرعة في الوصول إلى تحقيق التفاعلية والمشاركة بين القارئ والكاتب، متخطيًا حدود المكان والزمان والرقابة المفروضة على وسائل الاعلام التقليدية.^(١)

لكن هذا الفضاء الواسع الخالي من الحدود، أنتج أزمات وعقبات مثل سرقة الحقوق، التشهير، انتحال الشخصيات، التنمر الإلكتروني، الأمر الذي استوجب ضرورة وجود تنظيم قانوني شامل ينظم هذا العمل، وهو ما أقدمت عليه عدة دول مثل المملكة العربية السعودية عبر إصدار لائحة النشر الإلكتروني، مما كشف عن وجود ضوابط لنشر المحتوى الإعلامي على منصات التواصل الاجتماعي وهي التي جاءت على النحو الآتي:

أولاً: ضوابط النشر من حيث المضمون:

- تحري الصدق والدقة في المعلومات:

إن منزلة الصدق من أعظم المنازل، والإيمان أساسه الصدق، والنفاق أساسه الكذب، فلا يجتمع كذب وإيمان إلا وأحدهما يحارب الآخر، وقد أخبر سبحانه وتعالى أنه في يوم القيامة، لا ينفع العبد وينجيهِ من عذابه إلا صدقه. فقال تعالى في كتابه الحكيم:

(١) انظر: التوجيهات المهنية للقائمين نحو ضوابط النشر الصحفي الإلكتروني في مصر، فوزي الزعبلوي، (٢٢٧/١).

﴿مَجْلَّةُ كَلِمَاتِ الْإِسْلَامِ بِطَبِئَةِ الْإِقْصَرِ﴾

﴿قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمٌ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ ۚ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرَى مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا ۖ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ۚ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ (سورة المائدة، آية ١١٩).

وقد ارتبط الصدق بالشجاعة والصلابة فيقول إذا صلبت وصدقت انهزم عنك من تصدقه، وإن ضعفت قوى عليك، واستمكن منك، فالصدق يجمع من حوله الأوصاف المحمودة، فقد قيل عن الصدق أنه التكامل من كل شيء ^(١). وهو ما ينسجم مع ما نقل عن ابن مسعود ^(٢) بقوله: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: "عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ، فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا، وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبَ، فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا" (متفق عليه) ^(٣).

ويتضح مما سبق، أن الكذب في الإسلام لا مكان له، والصدق هو أساس التعامل الفقهي، ولا يجوز الاعتماد على الكذب في الإعلام من أجل كسب المشاهدات بصورة أكبر، أو شد انتباه المشاهدين، فالكذب يهدي إلى الفجور، وما يزال المرء يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله سبحانه وتعالى يوم القيامة كذابا.

(١) انظر: تاج العروس من جواهر القاموس، مرتضى الزبيدي. (٤٠٥/١).

(٢) ابن مسعود: هو عبد الله بن مسعود. فقيه الأمة وصحابي جليل ووزير ومقرئ ومحدث من المكثرين في الحديث النبوي، وأحد السابقين الأوائل والإمام الحبر، ولد عام ٥٩٤ ميلادي في مكة، وهو أحد من هاجروا الهجرتين إلى المدينة والحبشة، وهو أول من جهر بقراءة القرآن في مكة، وتوفي في المدينة المنورة سنة ٣٢ هـ. ينظر: سير أعلام النبلاء، الذهبي، (٤٦٢/١).

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب قوله تعالى يأياها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين (حديث رقم: ٦٠٩٤). وأخرجه مسلم في صحيحه، كتاب البر والصلة والأدب، باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضلهما. (حديث رقم: ٢٦٠٧).

وقال سبحانه وتعالى: {وَأَجْعَلْ لِّي لِسَانَ صِدْقٍ فِي الْآخِرِينَ} (سورة الشعراء، آية ٨٤). أي اجعل لنفعي ذكراً صادقاً في جميع الأمم الى يوم القيامة^(١). وهنا يتضح أن واحدة من أهم الصفات التي يتحلى بها البشر تلك المتعلقة بالصدق، لقوله تعالى: {وَأَذْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا} (سورة مريم، آية ٤١). وهو ما تحلى به أول الخلفاء الراشدين، أبي بكر الصديق، وقد حاز على هذا اللقب لما عرف عليه من الصدق.

- الابتعاد عن نشر الاشاعات والفتن:

حرص الدين الإسلامي على التحذير من الفتن، لما لها من انعكاسات سلبية على حياة المسلمين ووحدتهم وتربطهم، حتى أن الفتن قد تبدأ ببعض المزاح وتنتهي بأزمات لا يحمد عقباها، لذلك كانت الدعوة صريحة بأنه يسوغ اعتزال الناس إذا ظهرت الفتن^(٢). وهو ما يثبته قول الرسول ﷺ: "تَكُونُ دَعَاةٌ عَلَى أَبْوَابِ جَهَنَّمَ، مَنْ أَجَابَهُمْ إِلَيْهَا قَذَفُوهُ فِيهَا، هُمْ قَوْمٌ مِنْ جِلْدَتِنَا، يَتَكَلَّمُونَ بِالسَّنَنِ، فَالزَمَ جَمَاعَةَ الْمُسْلِمِينَ وَإِمَامَهُمْ، فَإِنْ لَمْ تَكُنْ جَمَاعَةً وَلَا إِمَامًا فَاعْتَزِلْ تِلْكَ الْفِرْقَ كُلَّهَا، وَلَوْ أَنْ تَعْصَ بِأَصْلِ شَجَرَةٍ حَتَّى يُدْرِكَكَ الْمَوْتُ وَأَنْتَ كَذَلِكَ".^(٣)

وقد ورد في القرآن الكريم مواضع كبيرة تحذر من الفتن والاشاعات، فقال تعالى: {إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۚ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ} (سورة النور، آية ١٩). وقال تعالى: {وَالْفِتْنَةُ

(١) انظر: التفسير المسمى روح المعاني في تفسير القرآن، الألوسي. (١/٢١٠).

(٢) انظر: النهاية في الفتن والملاحم، ابن كثير، (١/١٨).

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الفتن، باب الأمر إذا لم تكن جماعة (حديث رقم: ٧٠٨٤). وأخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الإمارة، باب وجوب ملازمة جماعة المسلمين عند ظهور الفتن، (حديث رقم: ١٨٤٧).

﴿ مَجَلَّةُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْمِيرَةِ بِطَبِئَةِ الْأَقْصَرِ ﴾

أَكْبَرُ مَنْ أَلْقَتِلَ ﴿١﴾ (سورة البقرة، آية ٢١٧). كما قال الله تعالى: ﴿لَنْ لَمْ يَنْتَهِ
الْمُنْتَفِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِيَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ
لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا * مَلْعُونِينَ ۖ أَيَنَّمَا تُقْفُوا أَخَذُوا وَقُتِلُوا
تَقْتِيلًا﴾ (سورة الأحزاب، آية ٦٠-٦١)

من ناحيتها، تحارب المملكة العربية السعودية نشر الاشاعات والفتن عبر وسائل
الاعلام، وهو ما ورد في المادة ٣٩ من دستور المملكة العربية السعودية بالقول: "تلتزم
وسائل الاعلام والنشر وجميع وسائل التعبير بالكلمة الطيبة وبأنظمة الدولة.. وتسهم في
تثقيف الأمة ودعم وحدتها ويحظر ما يؤدي إلى الفتنة أو الانقسام أو يمس بأمن الدولة
وعلاقتها العامة أو يسيء إلى كرامة الإنسان وحقوقه وتبين الأنظمة كيفية ذلك." (١)

وعليه فإن وسائل الاعلام في نشرها مطالبة بتقديم الحقائق فقط للجمهور، وتجنب
نشر الاشاعات والفتن، لما في ذلك من ضرر على مستقبل الشعوب والدول، خاصة أن
كثير من الحروب قد سبق أن اندلعت بسبب الأكاذيب.

- الالتزام بالأخلاق الإسلامية :

للمرسلة الإسلامية غايات، ومن هذه الغايات السامية التي تريد تحقيقها، أن يكون
للإنسان خلق كريم وسلوك نظيف يليق بكرامته ويتفق مع ما خلق من خلافة عن الله في
الأرض، وهذه هي الغاية التي حاولها الفلاسفة والعلماء والمصلحون عبر قرون مضت، ولم
يبلغوا أن يصلوا إلى تحقيق هذا الأمل المنشود وجعلها الإسلام غاية وحرص على تحقيق
هذه الغاية الخلقية النبيلة يقصد بها إيجاد عناصر قوية وأفراد صالحين كي يستطيعوا
أن يسهموا بقلوبهم وعقولهم في ترقية الحياة، فالمثل الأعلى للأفراد هو الشرف والنزاهة
والاستعلاء على الهوى وعرفان الحق والصواب والامسك بأهداب الفضيلة والاندماج في
جو روحي خالص بعيد عن نقائص المادة وشوائب الروح، والمثل الأعلى للجماعة هو

(١) دستور المملكة العربية السعودية، المادة ٣٩، ص ٧.

التعاون والايثار والنصيحة وانكار الذات والمحبة والمودة والصدق والإخلاص والأمانة والتسامح وسلامة الصدر^(١).

وقد وردت الأخلاق في القرآن الكريم عبر مواضع عدة نظرًا لأهميتها، فقال الله تعالى: {وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ} (سورة القلم، الآية ٤). أما عن الأحنف بن قيس^(٢) قال: قال عمر بن الخطاب: "يا أحنف، من كثر كلامه كثرت سقطه، ومن كثرت سقطه قل حياؤه، ومن قل حياؤه قل ورعه، ومن قل ورعه مات قلبه"^(٣).

ومن أجل ذلك، يجب أن يعتمد الاعلام في نشره الالكتروني على الأخلاق الحميدة، وينشر الفضائل التي يحث عليها الدين الإسلامي، ويتجنب الحديث عن الأفكار التي تقود صوب تسميم عقول الشباب بخلق مشوه يدعو إلى الرذيلة.

- تجنب الغيبة والنميمة :

يحرم الهمت والغيبة والنميمة وكلام ذي الوجهين. وهو أمر متفق عليه من قبل جميع الفقهاء في الدين الإسلامي^(٤)، لقول رسول الله ﷺ عن أنس رضي الله عنه^(٥) قال: قال رسول الله: "لما عُرج بي مررت بقوم لهم أظفار من نحاس يخشمون وجوههم وصُدورهم،

(١) انظر: وسائل الاتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر الوعي الديني، محمد البر. (١٦٢/١).

(٢) الأحنف بن قيس: هو الأحنف بن قيس ابن معاوية بن حصين. سيد تميم قبل الإسلام. وأحد العظماء في الدين الإسلامي، يضرب له المثل في الحلم، قال الواقدي: «وإلى الأحنف أسني الحلم والسؤدد»، ولد في العام العشرين قبل الهجرة في البصرة بالعراق، وتوفي في الكوفة سنة ٦٧، ينظر: سير أعلام النبلاء، الذهبي، (٨٧/٤).

(٣) انظر: روضة العقلاء ونزهة الفضلاء، البستي. (٧٠/١).

(٤) ينظر: الآداب الشرعية، المقدسي. (٣١/١).

(٥) أنس: هو أنس بن مالك الأنصاري. صحابي جليل وخدام رسول الله وأحد من أسلم صغيرًا، ولد سنة ٦١١ في يثرب بشبه الجزيرة العربية، وشارك في عدة غزوات منها خيبر وحنين وفتح مكة وغزوة الطائف، وتوفي بالبصرة سنة ٩٣ وقيل سنة ٩١ هـ ينظر: سير أعلام النبلاء، الذهبي، (٣٩٦/٣).

﴿مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْمِيرَةِ بِطَبِيبِنَا الْأَقْصَرِ﴾

فقلت: يا جبريل من هؤلاء؟" قال: "هؤلاء الذين يأكلون لحوم الناس، ويقعون في أعراضهم".^(١)

كما ورد نهي صريح ومباشر من الله سبحانه وتعالى في كتابه الحكيم، حول الغيبة لقوله تعالى: ﴿وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا﴾ (سورة الحجرات، آية ١٢). لما لها من أثار سلبية على الأمة والأفراد، وقد تنتهي بكوارث غير متوقعة، فقال حماد بن سلمة^(٢): "باع رجل من رجل غلاماً له، وقال: أبرأ إليك من النميمة، فاشتراه على ذلك، فجاء إلى مولاته، فقال: إن زوجك ليس يُحبك، وهو يتسرى عليك ويتزوج، أفتردين أن يعطف عليك؟ قالت: نعم، قال: خذي موسى فاحلقي به شعيرات من باطن لحيته، وبخريه بها، وجاء إلى الرجل، فقال: إن امرأتك تبغي وتصادق، وهي قاتلتك، أفتريد أن يبين لك ذلك؟ قال: نعم، قال: تناوم لها، قال، فتناوم لها، فجاءت بموسى تحلق الشعر، فأخذها فقتلها، فأخذ أولياؤها فقتلوه" وعليه هذا وأمثاله من ثمره النميمة، لأنها تهتك الأستار، وتفشي الأسرار، وتورث الضغائن، وترفع المودة، وتجدد العداوة، وتبدد الجماعة، وتهيج الحقد، وتزيد الصد.^(٣)

وقال القرطبي حول الغيبة: "لا خلاف أن الغيبة من الكبائر، وأن من اغتاب أحداً عليه أن يتوب إلى الله عز وجل"^(٤)، كما قال ﷺ: "يا معشر من آمن بلسانه ولم يدخل

(١) أخرجه أحمد في مسنده، (الحديث رقم: ١٢٥٩٤)، وأبو داود في السنن، كتاب الأدب، باب الغيبة، (حديث رقم: ٤٨٧٨)، وصححه ابن حبان في صحيحه (رقم: ٥٧٥٨) والألباني في الجامع الصغير (رقم: ٥٢١٣)، والحاكم في مستدركه، وقال "هذا حديث صحيح على شرط مسلم.

(٢) حماد بن سلمة: شيخ الإسلام وأحد الأئمة المعتمدين في الحديث والنحو. وُلِدَ في البصرة وهو من موالى آل ربيعة بن مالك. تتلمذ على يد كبار العلماء. ويصفه الذهبي في ترجمته، بقوله: «الإمام، القدوة، شيخ الإسلام، أبو سلمة البصري، النحوي، البزاز، الخرقى، البطائني، مولى آل ربيعة بن مالك، وابن أخت حميد الطويل». توفي سنة ١٦٧ هـ في البصرة. ينظر: سير أعلام النبلاء، الذهبي، (٤٤٥/٧).

(٣) ينظر: روضة العقلاء ونزهة الفضلاء، البستي. (٢٤٢/١).

(٤) ينظر: الجامع لأحكام القرآن. القرطبي. (٣٣٧/١٦).

الإيمان قلبه لا تغتابوا المسلمين، ولا تتبعوا عوراتهم، فإنه من يتبع عورة أخيه المسلم يتبع الله عورته، ومن يتبع الله عورته يفضحه في بيته" ^(١)، وعليه قال القرطبي: لا خلاف أن الغيبة من الكبائر، وأن من اغتاب أحداً عليه أن يتوب إلى الله عز وجل. ^(٢)

وعليه يجب أن تعمل وسائل الاعلام بصورة واضحة عن زرع فضائل إيجابية، أما على صعيد منصات التواصل الاجتماعي، فيجب أن يتجنب الأفراد نشر التغريدات التي تدعو للنميمة والغيبة، فهي تقود إلى أزمات كبرى وتفسخ واضح في المجتمعات.

٢- ضوابط النشر من حيث الهدف:

- النية الحسنة في النشر:

إن النية شرط لصحة سائر العبادات، وهو قول بعض العلماء منهم: الحنفية حيث ينظرون إليها كشرط لصحة العبادات وليست ركناً ^(٣)، أما المالكية فينظرون إلى النية كركن من أركان العبادة ^(٤)، ويتفق معهم الشافعية بوصفها ركن من أركان العبادة ويشترطونها في كل العبادات ^(٥)، فيما يقول الحنابلة عن النية بأنها شرط لصحة العبادات، لكنها في بعض العبادات تعد ركناً مثل الصلاة والصيام، أما العبادات الأخرى مثل الحج فتعد فيها شرطاً ^(٦). قال ابن نجيم: "النية شرط عندنا في كل العبادات باتفاق الأصحاب، لا ركن" ^(٧)، وتحمل النية أهمية خاصة في الدين الإسلامي، لقوله ﷺ: "إنما الأعمال بالنيّات وإنما لكل امرئ ما نوى فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله فهجرته إلى الأعمال بالنيّات وإنما لكل امرئ ما نوى فمن كانت هجرته إلى الله ورسوله فهجرته إلى الأعمال بالنيّات وإنما لكل امرئ ما نوى"

(١) أخرجه أبو داود في سننه. كتاب الأدب باب في الغيبة، (حديث رقم: ٤٨٨٠)، والترمذي في

سننه. كتاب البر والصلة، باب ما جاء في تتبع عورات المسلمين، (حديث رقم: ٢٠٣٢)، وقال:

حديث حسن صحيح

(٢) ينظر: الجامع لأحكام القرآن. أبي عبد الله محمد الأنصاري القرطبي. الجزء ١٦. ص ٣٥٦

(٣) ينظر: الأشباه والنظائر. ابن نجيم. (٢٨/١).

(٤) ينظر: الذخيرة. القرافي. (٤٢١/٢).

(٥) ينظر: المجموع شرح المذهب. النووي. (٣١٧/١).

(٦) ينظر: المغني. ابن قدامة. (١٩١/١).

(٧) ينظر: الأشباه والنظائر. ابن نجيم. (٢٧/١).

﴿مَجْلَّةُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْمِيرَةِ بِطَيْنَةِ الْأَقْصَرِ﴾

اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَمَنْ كَانَتْ هَجْرَتُهُ إِلَى دُنْيَا يُصَيِّهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ".^(١)

والنية محلها القلب، ولا محل لها في اللسان في جميع الأعمال، ولهذا كان من نطق بالنية عند إرادة الصلاة، أو الصوم، أو الحج، أو الوضوء، أو غير ذلك من الأعمال: كان مُبتدعا قائلًا في دين الله ما ليس منه، لأن النبي ﷺ كان يتوضأ، ويصلي، ويتصدق، ويصوم، ويحج، ولم يكن ينطق بالنية، فلم يكن يقول: اللهم إني نويت أن أتوضأ، وذلك لأن النية محلها القلب، والله عز وجل يعلم ما في القلب، ولا يخفى عليه شيء، وعليه يجب على الإنسان أن يخلص النية لله سبحانه وتعالى في جميع عباداته، وأن لا ينوي بعبادته إلا وجه الله والدار الآخرة.^(٢)

ويمكن القول إن النية واحدة من أكثر الموضوعات ذات الحساسية الكبرى في النشر الإلكتروني، خاصة أن البعض يتعمد التورية في منشوراته فيبطن ما لا يظهر، وينوي بعض الجوانب الخبيثة من خلالها، كما أن البعض يعتاد على نشر المنشورات الدينية والآيات القرآنية والأحاديث النبوية، ففي ظاهره يفعل الخير الكثير، لكنه من جانب آخر ينوي جمع التفاعلات والاعجابات من الجمهور والمتابعين، لذلك يجب أن تكون النية المستحضرة خير في هذا النوع من الأعمال.

- التوازن بين الفائدة والمتعة:

قال الله تعالى في كتابه الحكيم: {وَذَرِ الَّذِينَ اتَّخَذُوا دِينَهُمْ لَعِبًا وَلَهْوًا وَغَرَّتُهُمْ الْحَيَوةُ الدُّنْيَا} (سورة الأنعام، آية ٧٠). وهنا بانّت خطورة البعض من وسائل الاعلام التي تقوم على اللهو واللعب دون الالتزام بأخلاقيات الإسلام حتى أن البعض منها بات

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي الى رسول الله ﷺ (حديث رقم: ١). وصحيح مسلم، كتاب الإمارة، باب قوله إنما الاعمال بالنية، (حديث رقم: ١٩٠٧).

(٢) ينظر: رياض الصالحين. النووي. (١٤/٣).

يتجراً على التعاليم الإسلامية.

وقد روى أبي ذر رضي الله عنه ^(١) عن النبي ﷺ الذي فيه من أنواع العلم والحكمة، وفيه أنه كان في حكمة آل داود عليه السلام: حق على العاقل أن تكون له أربع ساعات: ساعة يناجي فيها ربه، وساعة يحاسب فيها نفسه، وساعة يخلو فيها بأصحابه الذين يخبرونه بعيوبه ويحدثونه عن ذات نفسه، وساعة يخلو فيها ببلذته فيما يحل ويجمل، فإن في هذه الساعة عوناً على تلك الساعات. ^(٢)

- تجنب التحريض على الكراهية أو العنف :

التحريض على الكراهية هو من عمل الشيطان لقوله تعالى: {إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بَيْنَكُمْ اَلْعَدَاوَةَ وَٱلْبَغْضَاءَ فِى ٱلْحَمْرِ وَٱلْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ ٱللَّهِ وَعَنِ ٱلصَّلَاةِ ۖ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ} (سورة المائدة، الآية ٩١). كما وقال تعالى: {خُذِ ٱلْعَفْوَ وَأْمُرْ بِٱلْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ ٱلْجَاهِلِينَ} (سورة الأعراف، الآية ١٩٩).

ولأن الإعلام يحمل تأثير كبير على الجمهور، خاصة فيما يتعلق بمنصات التواصل الاجتماعي، فإن تجنب الحز على الكراهية والعنف أمر بالغ الأهمية، وهو أمر يجب التركيز عليه لدى المؤثرين أصحاب الملايين من المتابعين، فهناك بعض الأنواع من الإعلام

(١) أبو ذر: هو الصحابي الجليل أبو ذر الغفاري.. من السابقين إلى الإسلام، قدم على النبي ﷺ مكة فأسلم، وهو رابع أربعة، أسلم قبله ثلاثة فقط. ولد في الحجاز. وكان يتصف بالزهد والصدق، وشارك في غزوة حنين وتبوك والفتح الإسلامي للشام، وتوفي سنة ٣٢ هـ. ينظر: سير أعلام النبلاء، الذهبي. (٤٦/٢).

(٢) نص الحديث: عن أبي ذر رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: كان في الحكمة آل داود: حق على العاقل أن تكون له أربع ساعات: ساعة يناجي فيها ربه، وساعة يحاسب فيها نفسه، وساعة يتفكر فيها في صنع الله وساعة يخلو فيها لحاجته من المطعم والمشرب. أخرجه البيهقي في شعب الإيمان. (حديث رقم: ٧٧٥٦)، وذكره ابن حبان في روضة العقلاء. (٤٥/١). وأخرجه أبو نعيم في الحلية. (١٥٦/١).

تحمل في جوانبها ضغائن بين المتابعين، تمامًا مثل الاعلام الرياضي وتعصب الجماهير للأندية والمنتخبات، وهنا يجب على من ينشر في منصات التواصل ألا يزيد من هذا التعصب، وهو ما تؤكد أزمة مصر والجزائر في تصفيات كأس العالم ٢٠١٠، والتي كانت نتيجتها فرقة كبيرة بين دولتين عربيتين بفعل كرة القدم، والشحن العنصري والحث على الكراهية والعنف عبر الانترنت.

٣- ضوابط النشر من حيث الآثار:

- حماية سمعة الأفراد وحقوقهم:

الحقوق جمع حق، والحق خلاف الباطل وهو مصدر حق الشيء، ولهذا يقال لمرافق الدار حقوقها، وما هو مهم أن ندركه أن الحقوق توابع، لهذا يليق ذكرها بعد مسائل البيوع تحديدًا^(١).

- التأثير الاجتماعي والثقافي للنشر:

تقوم منصات التواصل الاجتماعي على تحقيق مجموعة من الفوائد والتأثيرات الاجتماعية والثقافية الناجمة عن النشر، سواء أكان هذا النشر من قبل أفراد عبر حساباتهم الشخصية، أو من خلال المؤسسات الرسمية، وهي التأثيرات التي جاءت على النحو الآتي^(٢):

- تساعد المنصات في البحث عن البيانات والمعلومات التي يرغب المستخدمين في الوصول إليها، وذلك في شتى المجالات والمعارف، مما ينشر المعلومات بصورة أكبر، ويحطم فكرة جعل المعلومة حكرًا على البعض.

(١) ينظر: رد المحتار على الدر المختار. ابن عابدين. (٢٩٢/٤).

(٢) ينظر: التأثيرات الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي بمدينة الرباط بالمغرب. فجر الجريس وآخرون. (٣٩٩/١).

- تمثل منصات التواصل الاجتماعي فرصة مثالية لنشر أي شكل من أشكال المعلومات أو التعليقات التي توجد رغبة في نشرها ونقلها لأكبر عدد ممكن من الناس في أسرع وقت ممكن، وبالتالي هي تحكم حواجز اجتماعية تتعلق بالخجل والخوف من إبداء الرأي.

- توفر منصات التواصل الاجتماعي مناخ خصب ومجال واسع لجميع المستخدمين كي يقوموا بالتعبير عن أنفسهم، ومشاركة ما لديهم من أفكار ومشاعر مع من حولهم من الأصدقاء أو المستخدمين لوسائل التواصل هذه. بالتالي فإنها تجعل الفرد يبتعد عن العزلة ويكون في حالة اتصال وتواصل مستمر مع الآخرين.

- العديد من الدراسات أثبتت أن الفرد لا يمكنه أن يشبع حاجاته ورغباته إذا عاش في معزل عن حوله من الناس. فالحاجات البيولوجية، النفسية، وأيضاً الاجتماعية تحتاج إلى وجود شكل من أشكال التواصل الإنساني كي يتم تحقيقها.

- توفر وسائل التواصل الاجتماعي، الاستجابات الفورية للمستخدمين بأعداد كبيرة للغاية.

- تسهل تلك المنصات عمليات التفاعل الاجتماعي والثقافي بين المستخدمين، حيث تقوم بتوفير أرضية مشتركة لإجراء محادثات ونقاشات فيما بينهم.

- إن تلك المنصات توفر بديلاً مناسباً للعديد من الأفراد من أجل القيام بتفاعل اجتماعي افتراضي عبر الانترنت بدلاً من التفاعل الواقعي، والذي قد يحمي بعض الأفراد من العيش في حالة من العزلة.

- تمثل تلك المنصات ملاذاً يلجأ إليه العديد من الأفراد هرباً من الكثير من العوامل المؤدية للتوتر وأيضاً الاغتراب.

٤- ضوابط النشر بما يتماشى مع التوجيهات الشرعية:

- الالتزام بأراء الفقهاء وقرارات المجامع الفقهية:

إن عملية النشر يجب أن تتماشى مع التوجيهات الشرعية، خاصة من خلال الالتزام بأراء الفقهاء وقرارات المجامع الفقهية، وهي التي يمكن تحديدها عبر مجموعة القيم التي

﴿ مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِيبِنَا الْأَقْصَرِ ﴾

- أوردها مجمع الفقه الإسلامي الدولي التابع لمنظمة التعاون الإسلامي على النحو الآتي:^(١)
- الوسطية: الابتعاد عن جميع أشكال الغلو والإفراط والتفريط في الفكر، والسلوك، والتصرف، كما يعني وجوب ملازمة منهج الاعتدال والمرونة والسعة والاعتدال في التعامل مع الآخر.
 - الانضباط: الالتزام التام بجميع الأنظمة واللوائح التي تُنظم العمل داخل المجمع، وتحدد الصلاحيات والمسؤوليات مع احترام الاختصاصات والسلم الإداري.
 - الشفافية: التزام النزاهة والصدق والوضوح والحياد في القول والفعل والتصرف، والابتعاد عن جميع أشكال الفساد والغموض والتعتيم.
 - العدل: تجنب الظلم والجور، ووضع الأمور في مواضعها، وإعطاء كل ذي حق حقه مع الابتعاد التام عن التحيز والمحسوبية.
 - الإنصاف: التزام العدل في المعاملة باستيفاء الحقوق، وإيصالها لأربابها، ورفع الظلم والعدوان على من وقع عليه دونما وجه حق.
 - الإنتاجية: العمل الجاد من أجل إنجاز أكبر قدر من الأنشطة والمهام خلال فترة قياسية، وذلك من خلال التفاني والتركيز على العمل، والمثابرة.
 - الإبداع والابتكار (الإبداع الابتكاري): النهوض بالعمل والارتقاء بالأداء من خلال اقتراح الأفكار الجديدة التي يتحقق من خلالها أكبر قدر من النتائج، وإيجاد الحلول السريعة للتطورات والتغيرات التي تطرأ على بيئة العمل.
 - التعاون والتكامل: التضامن والتآزر والتساند بين العاملين ومساعدة بعضهم بعضاً من أجل تحقيق النتائج المرجوة بإنجاز الأنشطة والبرامج.
 - الإنجاز: أداء المهام والقيام بالمسؤوليات على الوجه الأمثل خلال المواعيد المحددة مع الالتزام بالمواصفات والمقاييس المطلوبة لتحقيق الأهداف والغايات.

(١) ينظر: التأثيرات الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي بمدينة الرباط بالمغرب. فجر

الجريس وآخرون. (٣٩٩/١)

• الإتيان: ملازمةُ الأحكام والدِّقة والبراعة عند أداء المهام والقيام بالمسؤوليات من أجل تحقيق الرؤية والرسالة والأهداف في يسرٍ وسهولة^(١).

- الالتزام بالضوابط القانونية:

لكل دولة قوانينها، وفي الدول الإسلامية تقوم هذه القوانين على التعاليم الإسلامية، لذلك لا يجوز النشر بمنأى عن هذه القوانين، ويتضح ذلك من خلال امتلاك المملكة العربية السعودية لائحة للنشر الإلكتروني، يخالف من يتجاوزها في موضوعاته المنشورة^(٢).



(١) ينظر: التأثيرات الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي بمدينة الرباط بالمغرب. فجر الجريس وآخرون. (٣٩٩/١)
(٢) ينظر: المرجع السابق. (٣٩٩/١)

مَجَلَّةُ كَلِمَةُ النَّبَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِئَتِهَا الْأَفْضَلِ

الخاتمة

وتتضمن

- أود ذكر أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها:
- أولاً: النتائج:

(١) أكدت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي واحدة من أهم الثورات التكنولوجية التي شهدتها العصر الحديث، بحيث أضحت تواجهها أمراً حتمياً لا يمكن تجاهله، خاصة عند التطرق إلى الأجيال الشابة من مختلف دول العالم.

(٢) بينت الدراسة دور منصات التواصل الاجتماعي في تقديم فرصة افتتاح حسابات مجانية للمستخدمين، تتيح لهم مشاركة ونشر كل ما يريدون دون قيدٍ أو شرط، الأمر الذي انتهى بالعديد من التجاوزات المختلفة نظير الانفتاح اللامحدود الذي تتمتع به هذه المنصات.

(٣) وضحت الدراسة جواز عملية استخدام منصات التواصل الاجتماعي، والنشر عليها لكنه يضع محددات تتعلق بطبيعة هذا النشر، من خلال وصفه بالنشر المفيد الذي لا يتعارض مع أحكام الفقه الإسلامي.

(٤) بينت الدراسة أهمية قاعدة الأمور بمقاصدها في جواز استخدام منصات التواصل الاجتماعي وعليه فإن استخدامها لنشر المحتويات الدينية والعلمية، وتحقيق الفائدة المطلوبة هو أمر مطلوب، أما نشر المنكرات من خلالها، والاعتماد على الكذب والحث على الفتن والكراهية فهو أمر مرفوض ومحرم في الدين الإسلامي.

ثانياً: التوصيات:

(١) توصي الدراسة بضرورة منح منصات التواصل الاجتماعي اهتماماً أكبر على صعيد مختلف الدراسات والبحوث الدينية والفقهية، مع ربطها بمتغيرات العصر الحالية، مثل التكنولوجيا الحديثة والذكاء الاصطناعي.

٢) تدعو الدراسة إلى مزيد من التوعية الإسلامية للشباب في الدول العربية والإسلامية حول الاستخدام المباح لمنصات التواصل الاجتماعي.

٣) توصي الدراسة بضرورة تكثيف المواد الإعلامية الموجهة للشباب فيما يتعلق بسلبيات المنصات التواصل الاجتماعي، واستعراضها من ناحية دينية بما يضمن استخدام آمن لهذه المواقع في المستقبل القريب.

٤) توصي الدراسة بمحاولة بحث فكرة إطلاق منصة تواصل اجتماعي خاصة بالمنطقة العربية تحمل الصبغة الإسلامية من أجل ضمان النشر الإيجابي على صفحاتها الإلكترونية.

٥) تدعو الدراسة إلى ضرورة توجيه مراكز التدريب في المملكة، إلى عقد دورات عدة في مجال منصات التواصل الاجتماعي والأحكام الشرعية.



فهرس المصادر والمراجع

- أحكام القرآن، القاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي، (٢٠٠٣)، المجلد ٣، دار الكتب العلمية.
- أخلاقيات النشر الصحفي الإلكتروني للجرائم الأسرية في المجتمع المصري، دعاء شاهين. (٢٠٢٣)، المجلة العلمية لبحوث الصحافة. العدد ٢٦. الجزء الأول.
- إرشاد الساري لشرح صحيح البخاري، أحمد قسطلاني، الطبعة السادسة (١٣٠٤)، المطبعة الأميري، مصر.
- الإعلام الإسلامي، مفيد السالم. الطبعة الأولى. (٢٠١٦)، الجنادرية للنشر والتوزيع.
- الإعلام والدعاية، عبد اللطيف حمزة. (٢٠٢١)، وكالة الصحافة العربية.
- الإعلام الرقمي تشريعات وأخلاقيات النشر، شيرين كدواني وشريهان توفيق. (٢٠٢٣)، العربي للنشر والتوزيع
- الإعلام المتخصص، عبد الرزاق الدليحي، الطبعة الأولى، (٢٠١٥) دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- اتحاف السادة المتقين بشرح اسرار احياء علوم الدين، الغزالي وآخرون. المطبعة الميمنية. المجلد ١٠. (١٨٩٣)
- أيسر التفاسير للجزائري، أبو بكر الجزائري، الطبعة الخامسة (٢٠٠٣)، مكتبة العلوم والحكم.
- أثر النية في المعاملات المالية. أحمد بن فتحي البكري. رسالة دكتوراة، (٢٠٢١)، دار اللؤلؤة.

- الأشباه والنظائر. زين الدين بن ابراهيم الشهير بابن نجيم، الطبعة الأولى، (١٩٩٩). دار الكتب العلمية، بيروت.
- الآداب الشرعية، الإمام الفقيه المحدث عبد الله محمد ابن مفلح المقدسي، الطبعة الثالثة، (١٩٩٩) مؤسسة الرسالة. بيروت.
- الأحكام السلطانية. الماوردي. (٢٠٠٨). مكتبة دار ابن قتيبة الكويت
- بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي وضوابطها ونشر المعلومات والأخبار وتناقلها عبرها بغرض الإنكار أو الإشاعة أو الإساءة، محمد بن يحيى النجيمي. (٢٠٢٢). مجلة كلية الشريعة والقانون. المجلد ٢٤. العدد ٢.
- التحرير الصحفي، عبد الرزاق الدليمي، الطبعة ١، (٢٠١٢) دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- التأثيرات الاجتماعية لوسائل التواصل الاجتماعي بمدينة الرباط بالمغرب. فجر الجريس وآخرون. (٢٠٢٣). مجلة الدراسات الأفريقية. المجلد ٤٥. العدد ٣.
- التسويق السياسي: دراسة في النشأة ومجالات التطبيق. رجب عيد أبو زيد. المجلة العلمية لكلية الدراسات الاقتصادية والعلوم السياسية. (٢٠٢٠) المجلد ٥. العدد ١٠.
- تاج العروس من جواهر القاموس، مرتضى الزبيدي، المجلد السادس. (٢٠٠٦). مطبعة الكويت
- تفسير القرآن العظيم. أبي الفداء إسماعيل بن كثير القرشي الدمشقي، (٢٠٠٩). دار ابن حزم.
- التفسير المسمى روح المعاني في تفسير القرآن، الألوسي. العظيم والسبع المثاني. (٢٠٢١)، المطبعة الكبرى الميرية.
- التشريع الجنائي الإسلامي. عبد القادر عودة، (٢٠٠٦). دار الكاتب العربي.

﴿مجلة كليات البنات الإشرافية بطنين الأقصر﴾

- التوجهات المهنية للقائمين نحو ضوابط النشر الصحفي الالكتروني في مصر، فوزي الزعبلوي. (٢٠١٧). المجلة المصرية لبحوث الصحافة. العدد ١١
- تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. رزق بسيط. (٢٠٢٠). المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة.
- تأثير النشر السياسي عبر منصة التواصل الرقمية تويتر في الدبلوماسية العامة. نجم خلف ونورة بن بوزيد. (٢٠٢١). مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. المجلد ٢٢. العدد ٢.
- الترويج والاتصالات التسويقية. (٢٠٢٠). جامعة المنارة.
- توزيع المحتوى الإعلامي عبر الوسائط الرقمية الجديدة، عيسوقي أمير وشرشار حليم وتباني بثينة. رسالة ماجستير غير منشورة. (٢٠١٦). جامعة ٨ ماي ١٩٤٥ قالمة. الجزائر
- ثورة الشبكات الاجتماعية، خالد المقدادي، الطبعة الأولى، (٢٠١٣). دار النفائس للنشر والتوزيع.
- الجامع لأحكام القرآن. أبي عبد الله محمد الأنصاري القرطبي. الجزء ١٦. (٢٠٠٦). مؤسسة الرسالة.
- حلية الأولياء والطبقات الأصفياء، أبو نعيم أحمد الأصفهاني، (١٩٧٤)، مطبعة السعادة القاهرة.
- دستور المملكة العربية السعودية، المادة ٣٩
- دور الإعلام في نشر القيم الإسلامية، عبد الفتاح غنيمه. (٢٠٢٠). مجلة بحوث كلية الآداب. العدد ٣١.
- دور حملات التسويق الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توعية السلوك الاستهلاكي، أمينة لقرع وبوعمامة لعربي. (٢٠٢٠). مجلة البشائر الاقتصادية. المجلد ٦. العدد ١.

- الذخيرة. أبو العباس شهاب الدين الشهير بالقرافي، الطبعة الأولى . (١٩٩٤). دار الغرب الإسلامي، بيروت.

- رياض الصالحين، أبو زكريا محيي الدين النووي، الطبعة الثالثة، (١٩٩٨)، مؤسسة الرسالة، بيروت.

- رد المحتار على الدر المختار. ابن عابدين. المجلد ٤. (١٩٦٦)، دار الفكر، بيروت.

- روضة العقلاء ونزهة الفضلاء، الإمام الحافظ أبي خاتم محمد بن حبان البستي، الطبعة ١ (٢٠١١)، دار ابن الجوزي للنشر والتوزيع

- سنن ابن ماجه، ابن ماجه القزويني، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية.

- سنن أبي داود، أبو داود سليمان بن الأشعث بن أسحاق، المكتبة العصرية، بيروت.

- سنن الترمذي، الامام الحافظ أبي عيسى بن سورة الترمذي، حققه عصام هادي (٢٠١٤)، دار الصديق.

- سير اعلام النبلاء، شمس الدين محمد بن أحمد الذهبي، المحقق شعيب الأرناؤوط وحسين الأسد، الطبعة الثانية (١٩٨٢). مؤسسة الرسالة، بيروت.

- الشبكات الاجتماعية وأحكامها الشرعية، خليل الحمادي، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية. (٢٠١٦). المجلد الخامس. العدد ٣٢.

- شرح التلويح، مسعود بن عمر تفتازاني، الجزء الأول (١٩٥٧)، صورتها دار الكتب العلمية، بيروت.

- شعب الإيمان أبو بكر أحمد البهقي، الطبعة الأولى، (٢٠٠٣)، مكتبة الرشد.

- صحيح الجامع الصغير وزيادته، ناصر الالباني، المكتب الإسلامي.

مَجْلَةُ كَلِمَاتِ النَّبَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِئَةِ الْأَقْصَرِ

- صحيح مسلم. أبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري، المحقق فؤاد عبد الباقي، دار احياء الكتب العربية.
- صحيح البخاري أبو عبد الله محمد إسماعيل البخاري الطبعة السلطانية (١٣١١)، المطبعة الكبرى الأميرية، مصر.
- عن الإعلام الإسلامي.. دعائمه مواقف وأهدافه، الطاهر بدوي. الطبعة الأولى. (٢٠١٢). دار الكتب العلمية.
- فن الخبر الصحفي، فاروق أبو زيد، الطبعة ٥، (٢٠١١)، عالم الكتب.
- الفتاوى الكبرى، ابن تيمية. الجزء ٣. (٢٠٠٦). دار الكتب العلمية.
- فلسفة الأخلاق الإسلامية، صلاح الفضلي. (٢٠١٩). عصير الكتب للنشر والتوزيع
- القاموس المحيط، مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي. (٢٠٠٨). حرف العين. دار الحديث.
- القواعد الفقهية الكبرى وما تفرع منها، صالح بن غانم السدلان. (١٩٩٧). دار بلنسية.
- لسان العرب، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري، الطبعة الثالثة، (١٤٤٤). دار صادر بيروت
- المدخل في فن التحرير الصحفي، عبد اللطيف حمزة، الطبعة الأولى، (١٩٦٥). دار الفكر العربي.
- المجموع شرح المذهب. النووي، (١٣٤٧)، المطبعة المنيرية، القاهرة.
- مسند الامام أحمد بن حنبل، الطبعة الأولى. (٢٠٠١)، مؤسسة الرسالة.
- المغني. أبو محمد عبد الله ابن قدامة. الطبعة الأولى. (١٩٦٨)، مكتبة القاهرة.

- معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار عمر. الطبعة الأولى، (٢٠٠٨)، عالم الكتب.

- المعجم الوسيط، نخبة من اللغويين بمجمع اللغة العربية. (٢٠٠٥)

- مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، مشتاق طلب فاضل. (٢٠١٩). شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

- المواقع الرياضية الالكترونية في فلسطين.. دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، مهند معين. (٢٠١٦). رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية بفلسطين.

- النشر الإلكتروني ومشروعات المكتبات الرقمية العالمية والدور العربي في رقمنة وحفظ التراث الثقافي. أحمد أحمد. الطبعة الأولى، (٢٠١٣)، دار نهضة مصر.

- نظام المطبوعات والنشر في المملكة العربية السعودية، هيئة الخبراء بمجلس الوزراء. (٢٠٠٠)

- النهاية في الفتن والملاحم، ابن كثير، (١٩٩٨)، المكتبة التوفيقية للطبع والنشر والتوزيع.

- وسائل الاتصال في الدولة الإسلامية ودورها في نشر الوعي الديني، محمد البر. (٢٠٢٢). رسالة دكتوراة. جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية

- وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع، رافي جوبتا وهوغ بروكس. ترجمة عاصم عبد الفتاح. (٢٠١٧). المجموعة العربية للتدريب والنشر.

- دائرة الإفتاء في المملكة الأردنية الهاشمية، محمد يونس الزعبي،

<https://2u.pw/35V54544>

- **datareportal**, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-saudi-arabia>

- The provisions of the Qur'an, Judge Muhammad bin Abdullah Abu Bakr bin



Al-Arabi, (2003), Volume 3, Dar Al-Kotob Al-Ilmiyyah.

- Ethics of electronic press publication of family crimes in Egyptian society, Duaa Shaheen. (2023), Scientific Journal of Journalism Research. Issue 26. Part One.
- Guidance of Al-Sari to explain Sahih Al-Bukhari, Ahmed Qastalani, Sixth Edition (1304), Al-Amiri Press, Egypt.
- Islamic Media, Mufid Al-Salem. First Edition. (2016), Al-Janadriyah for Publishing and Distribution.
- Media and Advertising, Abdul Latif Hamza. (2021), Arab Press Agency.
- Digital Media, Legislation and Ethics of Publishing, Sherine Kadwani and Sherihan Tawfiq. (2023), Al-Arabi for Publishing and Distribution
- Specialized Media, Abdul Razzaq Al-Dulaimi, First Edition, (2015) Dar Al-Yazouri Scientific Publishing and Distribution, Amman.
- Ithaaf al-Sadat al-Muttaqin bi Sharh Asrar Ihya' Ulum al-Din, al-Ghazali and others. Al-Maymaniyah Press. Volume 10. (1893)
- Ayser al-Tafasir by al-Jaza'iri, Abu Bakr al-Jaza'iri, Fifth Edition (2003), Library of Science and Wisdom.
- The Effect of Intention on Financial Transactions. Ahmed bin Fathi al-Bakri. PhD Thesis, (2021), Dar al-Lulu'a.
- Al-Ashbah wa al-Naza'ir. Zain al-Din bin Ibrahim, known as Ibn Nujaym, First Edition, (1999). Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, Beirut.



- Al-Adab al-Shari'ah, Imam, Jurist, and Hadith Scholar Abdullah Muhammad bin Muflih al-Maqdisi, Third Edition, (1999) Al-Risala Foundation. Beirut.
- Al-Ahkam al-Sultaniyyah. Al-Mawardi. (2008). Dar Ibn Qutaybah Library, Kuwait
- Explaining the Rulings of Social Media and its Controls and Publishing and Transmitting Information and News Through Them for the Purpose of Denial, Ruling, or Abuse, Muhammad bin Yahya al-Najimi. (2022). Journal of the Faculty of Sharia and Law. Volume 24. Issue 2.
- Journalistic editing, Abdul Razzaq Al-Dulaimi, 1st edition, (2012) Dar Al-Masirah for Publishing and Distribution.
- Social impacts of social media in the city of Rabat, Morocco. Fajr Al-Jurais and others. (2023). Journal of African Studies. Volume 45. Issue 3.
- Political marketing: A study of its origins and areas of application. Rajab Eid Abu Zaid. Scientific Journal of the Faculty of Economic Studies and Political Science. (2020) Volume 5. Issue 10.
- Taj Al-Arous from the jewels of the dictionary, Murtada Al-Zubaidi, Volume 6. (2006). Kuwait Press
- Interpretation of the Great Qur'an. Abi Al-Fida Ismail bin Katheer Al-Qurashi Al-Dimashqi, (2009). Dar Ibn Hazm.
- Interpretation called Ruh Al-Ma'ani in the interpretation of the Qur'an, Al-Alusi. The Great and the Seven Mathani. (2021), Al-Matba'a Al-Kubra Al-Miriyah.

- Islamic criminal legislation. Abdul Qader Awda, (2006). Dar Al-Kateb Al-Arabi.
- Professional orientations of those in charge of electronic press publishing controls in Egypt, Fawzi Al-Zaablawy. (2017). Egyptian Journal of Journalism Research. Issue 11
- The impact of marketing via social media. Rizq Basit. (2020). Scientific Journal of Economics and Trade.
- The impact of political publishing via the digital communication platform Twitter on public diplomacy. Najm Khalaf and Noura Ben Bouzid. (2021). Journal of Social and Human Sciences. Volume 22. Issue 2.
- Promotion and Marketing Communications. (2020). University of Manara.
- Distribution of media content via new digital media, Aisouki Amir and Sharshar Halim and Tabani Buthaina. Unpublished master's thesis. (2016). University of May 8, 1945 Guelma. Algeria
- The revolution of social networks, Khaled Al-Maqqadi, first edition, (2013). Dar Al-Nafae for Publishing and Distribution.
- The collector of the provisions of the Qur'an. Abu Abdullah Muhammad Al-Ansari Al-Qurtubi. Part 16. (2006). Al-Risala Foundation.
- Hilyat Al-Awliya' wal-Tabaqat Al-Asfiya', Abu Naim Ahmed Al-Isfahani, (1974), Al-Saada Press, Cairo.
- Constitution of the Kingdom of Saudi Arabia, Article 39
- The role of the media in spreading Islamic values, Abdul Fattah Ghanima.



(2020). Journal of Research of the Faculty of Arts. Issue 31.

- The role of social marketing campaigns through social networking sites in raising awareness of consumer behavior, Amina Laqra' and Bouamama La'arabi. (2020). Al-Bisharat Al-Iqtisadiya Magazine. Volume 6. Issue 1.

- Al-Dhakhira. Abu Al-Abbas Shihab Al-Din, known as Al-Qarafi, First Edition. (1994). Dar Al-Gharb Al-Islami, Beirut.

- Riyadh Al-Salihin, Abu Zakaria Muhyi Al-Din Al-Nawawi, Third Edition, (1998), Al-Risala Foundation, Beirut.

- Rad Al-Muhtar ala Al-Durr Al-Mukhtar. Ibn Abidin. Volume 4. (1966), Dar Al Fikr, Beirut.

- Rawdat A'lam Al-Uqalaa wa Nuzhat Al-Fudalaa, Imam Al-Hafiz Abu Khatam Muhammad bin Hibban Al-Basti, 1st edition (2011), Dar Ibn Al-Jawzi for Publishing and Distribution

- Sunan Ibn Majah, Ibn Majah Al-Qazwini, edited by Muhammad Fuad Abdul Baqi, Dar Ihya Al-Kutub Al-Arabiya.

- Sunan Abi Dawood, Abu Dawood Sulayman bin Al-Ash'ath bin Ishaq, Al-Maktaba Al-Asriya, Beirut.

- Sunan Al-Tirmidhi, Imam Al-Hafiz Abu Issa bin Sura Al-Tirmidhi, edited by Issam Hadi (2014), Dar Al-Siddiq.

- Seerah A'lam Al-Nubalaa, Shams Al-Din Muhammad bin Ahmad Al-Dhahabi, edited by Shu'ayb Al-Arnaout and Hussein Al-Assad, second edition (1982). Al-Risalah Foundation, Beirut.



- Social Networks and Their Sharia Rulings, Khalil Al-Hamadi, Journal of the College of Islamic and Arabic Studies for Girls in Alexandria. (2016). Volume Five. Issue 32.
- Explanation of Al-Talwih, Masoud bin Omar Taftazani, Part One (1957), Image: Dar Al-Kotob Al-Ilmiyyah, Beirut.
- Shaab Al-Iman Abu Bakr Ahmed Al-Bayhaqi, First Edition, (2003), Al-Rushd Library.
- Sahih Al-Jami' Al-Sagheer and its Addition, Nasser Al-Albani, Islamic Office.
- Sahih Muslim. Abi Al-Hussein Muslim bin Al-Hajjaj Al-Qushayri Al-Nishaburi, Investigator Fouad Abdul-Baqi, Dar Ihya Al-Kotob Al-Arabiyyah.
- Sahih Al-Bukhari Abu Abdullah Muhammad Ismail Al-Bukhari, Sultanate Edition (1311), Al-Matba'a Al-Kubra Al-Amiriya, Egypt.
- On Islamic Media.. Its Pillars, Positions and Objectives, Al-Taher Badawi. First Edition. (2012). Dar Al-Kotob Al-Ilmiyyah.
- The Art of Newspaper, Farouk Abu Zaid, 5th Edition, (2011), Alam Al-Kotob.
- Al-Fatawa Al-Kubra, Ibn Taymiyyah. Part 3. (2006). Dar Al-Kotob Al-Ilmiyyah.





فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
مُتَكَلِّمَاتُ.....	٨٣٥
التمهيد التعريفات والمفاهيم الأساسية.....	٨٤١
أحكام المحتوى الإعلامي.....	٨٥٠
المبحث الأول صور نشر المحتوى الإعلامي على منصات التواصل الاجتماعي.....	٨٥١
١) النشر الشخصي:.....	٨٥١
الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر الشخصي:.....	٨٥٢
٢- النشر التجاري والإعلاني:.....	٨٥٣
- الأحكام المتعلقة بالنشر التجاري والإعلاني:.....	٨٥٣
٣- النشر الإخباري:.....	٨٥٥
- الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر الإخباري:.....	٨٥٦
٤- النشر السياسي:.....	٨٥٧
- الأحكام الشرعية المرتبطة بالنشر السياسي:.....	٨٥٧
- الأحكام الفقهية المتعلقة بالتشهير والافتراء ونشر الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي:.....	٨٥٩
أولاً: التشهير عبر وسائل التواصل الاجتماعي:.....	٨٥٩
ثانياً: الافتراء عبر منصات التواصل الاجتماعي:.....	٨٦٠
ثالثاً: نشر الأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي:.....	٨٦١
رابعاً: العقوبات المترتبة على هذه الأفعال:.....	٨٦١

﴿ مَجْلَدُ كَلِمَاتِ الْبَنَاتِ الْإِزْهَرِيَّةِ بِطَبِيبِنَا الْأَقْصَرِ ﴾

- خامساً: الضوابط الشرعية لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي: ٨٦٢.....
- الأحكام الشرعية المتعلقة بالخصوصية والأمان على منصات التواصل الاجتماعي: ٨٦٣.....
- أولاً: حكم الشرع في الخصوصية: ٨٦٣.....
- ثانياً: حكم الشرع في الأمان الرقمي: ٨٦٤.....
- ثالثاً: تطبيق الأحكام الشرعية في منصات التواصل الاجتماعي: ٨٦٥.....
- رابعاً: العقوبات الشرعية لانتهاك الخصوصية والأمان: ٨٦٦.....
- المبحث الثاني ضوابط نشر المحتوى الإعلامي على منصات التواصل الاجتماعي ٨٦٧.....
- أولاً: ضوابط النشر من حيث المضمون: ٨٦٧.....
- الابتعاد عن نشر الإشاعات والفتن: ٨٦٩.....
- الالتزام بالأخلاق الإسلامية: ٨٧٠.....
- تجنب الغيبة والنميمة: ٨٧١.....
- ٢- ضوابط النشر من حيث الهدف: ٨٧٣.....
- النية الحسنة في النشر: ٨٧٣.....
- التوازن بين الفائدة والمتعة: ٨٧٤.....
- تجنب التحريض على الكراهية أو العنف: ٨٧٥.....
- ٣- ضوابط النشر من حيث الآثار: ٨٧٦.....
- حماية سمعة الأفراد وحقوقهم: ٨٧٦.....
- التأثير الاجتماعي والثقافي للنشر: ٨٧٦.....
- ٤- ضوابط النشر بما يتماشى مع التوجيهات الشرعية: ٨٧٧.....
- الالتزام بأراء الفقهاء وقرارات المجامع الفقهية: ٨٧٧.....

٨٧٩	- الالتزام بالضوابط القانونية:
٨٨٠	الخاتمة.....
٨٨٢	فهرس المصادر والمراجع.....
٨٩٣	فهرس المحتويات.....



