

The impact of social media on the purpose of the mind in light of the rule of permissibility in Islamic Law (Sharia), A psychological and Islamic-Law-processed approach

أثر وسائل التواصل الاجتماعي على مقصد العقل على ضوء قاعدة الإباحة في الشريعة؛ مقارنة سيكولوجية ومعالجة شرعية

Sarah Metlaa Al-Qahtani

سارة متلع القحطاني

Associate Professor of the Department of Jurisprudence and Origins, Faculty of Sharia and Islamic Studies, Kuwait university, Alkuwait

الأستاذ المشارك، قسم الفقه وأصوله، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة الكويت، الكويت

Received: 13/10/2023 Revised: 15/01/2024 Accepted: 29/01/2024

تاريخ التقديم: 2023/10/13؛ تاريخ ارسال التعديلات: 2024/01/15 تاريخ القبول: 2024/01/29

الملخص:

فكرة البحث الرئيسية تتمحور حول بيان أثر وسائل التواصل الاجتماعي على مقصد العقل، وتكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على وسائل التواصل الاجتماعي كأداة مؤثرة في تكوين العقل وتوجيهه، وإثارته سلباً أو إيجاباً، وما يصحب ذلك من سلوكيات أو تجاوزات شرعية؛ إذ إن إشكالية البحث تدور حول حدود الاستفادة من وسائل التواصل الاجتماعي، بما لا يعود على مقصد العقل بالعدم من الناحية الشرعية؛ ولذا يهدف البحث إلى تسليط الضوء على تأثير وسائل التواصل على مقصد العقل من جهة، وإلى بيان أهم الضوابط الشرعية لوسائل التواصل الاجتماعي من جهة أخرى، وإلى العلاقة بينهما وفق نظرية الإباحة من جهة ثالثة، واعتماد البحث على المنهج الوصفي في تحديد الإطار النظري لوسائل التواصل الاجتماعي، من حيث تعريفها ونشأتها وخصائصها وأهدافها من جهة، والاستقرائي لبيان أهم آثارها على مقصد العقل. والمنهج التحليلي المقارن لمناقشة تلك الآثار وفق النظر الشرعي من جهة، وتحديد الضوابط الشرعية في حدود الاستفادة منها، على ضوء نظرية الإباحة من جهة أخرى، وانتهى البحث إلى عدد من النتائج، من أهمها: انعكاس أثر وسائل التواصل الاجتماعي على حكمها، واختلاف حكمها بحسب الجهة، فهي مباحة الترك بالجزء، مطلوبة بالكلية في حق المؤسسات والدعاة وغيرهم ممن يستخدمونها وسيلة للنفع، ومباحة الاستخدام بالجزء وفق ضوابط أخلاقية وشرعية؛ ولذا يوصي البحث بضرورة انعكاس وجهة النظر الشرعية على أخلاقيات التواصل الاجتماعي في التشريعات القانونية من جهة، وضرورة انضباط استخدامها الشخصي وفق أحكام الشرع وتوجيهاته من جهة أخرى.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل، الاجتماعي، مقصد العقل، قاعدة الإباحة، سيكولوجية

Abstract:

The main research idea revolves around explaining the impact of social media on the purpose of the mind. The importance of the research lies in highlighting social media as an influential tool in shaping and directing the mind. The problem of the research revolves around the limits of benefiting from social media, in a way that does not harm the mind's purpose of non-existence from a legal standpoint. Therefore, the research aims to shed light on the impact of the means of communication on the purpose of the mind, and to explain the most important legal controls for it on the other hand, and to the relationship between them according to the theory of permissibility on the third hand. The research relied on the descriptive and inductive approaches. And the comparative analytical approach, and the research ended with a number of results: the reflection of the impact of social media on its ruling, and the difference in its ruling according to the region, as it is permissible to leave part of it, completely required for institutions, preachers and others who use it as a means of benefit, and it is permissible to use part of it according to ethical and legal controls; Therefore, the research recommends the necessity of reflecting the Sharia point of view on the ethics of social communication in legal legislation on the one hand, and the necessity of regulating its personal use in accordance with the provisions and directives of Sharia law on the other hand.

Keywords: Social Media, Purpose of The Mind, Rule of Permissibility, Psychology.

المقدمة:

الحمد لله رب العالمين، والصلوة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين، وعلى آله وصحبه أجمعين. ثم أما بعد:

فإن وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها أداة متاحة للجميع؛ تعدُّ أحد روافد المعرفة المتجددة، في عصر تميز بالسرعة والمرونة، واختصار المسافات بفضل التكنولوجيا. وقد أثارت هذه الخصائص والحرية اللامتناهية التي تمنحها، سواء في إنتاج المعرفة أو توظيفها، عددًا من الإشكالات الشرعية، مرتبطة بألية عملها، وبالأسس التي تنطلق منها في شتى المجالات، وفي كل مدارات مقاصد الشرع، وحيث إن الأحكام الشرعية منوطة بتصرفات المكلفين ومقاصدهم، لا بالأدوات ذاتها؛ يسلب البحث الضوء على أثر وسائل التواصل الاجتماعي على مقصد العقل، وذلك على ضوء قاعدة الإباحة في الشرع.

التعريف بالبحث:

تصطبغ أفكارنا ومشاعرنا ومفاهيمنا تجاه القضايا والكليات بمجريات الحياة، مما نراه أو نسمعه أو نشعر به -شئنا أم أبينا-، ومع توظيف التكنولوجيا في أساليب التواصل، وتلون الصرعات الفكرية، أصبح لوسائل التواصل النصيب الأوفر من تلك الصبغة؛ لكونها واسعة المدى من جهة ولسهولة استخدامها من جهة أخرى. وقد يغفل الإنسان فيتماهي مع تلك الوسائل، ويفتن بما تبثه من أفكار أو أخلاق أو مبادئ.

إشكالية البحث:

لما كان امتداد تأثير وسائل التواصل يتجاوز المشاعر والأحاسيس إلى الأفكار والمعتقدات والأخلاق من جهة، وكان من غاياتها التأثير في نمط التفكير، وجعل الإدراك موجهاً لأهداف محددة عبر عدد من الإستراتيجيات السيكلوجية من جهة أخرى؛ يُثير عدد من الإشكالات الشرعية، بما يعود على مقصد العقل بالتعطيل والنقص والفساد؛ كان لزاماً تسليط الضوء على تلك الإشكالات، وتحديد أثرها في حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على ضوء قاعدة الإباحة الشرعية.

أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذا البحث في الحاجة إلى الوقوف على أثر وسائل التواصل الاجتماعي في مقصد العقل من جهة، من خلال تحديد الإشكالات التي تثيرها سيكلوجيته من جهة، وتسليط الضوء على أثر قاعدة الإباحة الأصولية في تقييد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إن على مستوى الكل أو الجزء.

أهداف البحث:

1. التعرف على المقصود بوسائل التواصل الاجتماعي، وأهدافها وخصائصها.
2. الوقوف على مفهوم سيكلوجيا وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال كشف بعض إيجابياته وسلبياته.
3. تحديد أثر وسائل التواصل الاجتماعي في مقصد العقل.
4. بيان الإشكالات الشرعية التي تثيرها سيكلوجية وسائل التواصل الاجتماعي.
5. كشف أثر قاعدة الإباحة الأصولية في حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

أسئلة البحث:

1. ما المقصود بوسائل التواصل الاجتماعي؟ وما أهدافها وخصائصها؟
2. كيف نتعرف على سيكلوجيا وسائل التواصل الاجتماعي؟
3. هل لوسائل التواصل الاجتماعي أثر في مقصد العقل؟
4. ما الإشكالات الشرعية التي تثيرها سيكلوجية وسائل التواصل الاجتماعي؟
5. ما مدى تأثير قاعدة الإباحة الأصولية في حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

منهج البحث:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي في تحديد الإطار النظري لوسائل التواصل الاجتماعي، من حيث تعريفها ونشأتها وخصائصها وأهدافها من جهة، والاستقرائي لبيان أهم آثارها في مقصد العقل. والمنهج التحليلي المقارن لمناقشة تلك الآثار وفق النظر الشرعي من جهة، وتحديد الضوابط الشرعية في حدود الاستفادة منها، على ضوء نظرية الإباحة من جهة أخرى.

الدراسات السابقة والقيمة المضافة:

لم أقف على أي دراسة تجمع في تناولها بين عناصر العنوان الثلاثة: سيكلوجية وسائل التواصل الاجتماعي، أثرها على مقصد العقل، تأثير نظرية الإباحة على استخدام وسائل التواصل، لكنني وقفت على دراسات عدة تتناول جانباً منه، تمثلت في ثلاثة أنواع من الدراسات:

الأولى: الدراسات التي تناولت سيكلوجية وسائل التواصل عمومًا، ووسائل التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص.

الثانية: الدراسات التي تناولت ضوابط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من منظور الفقه وقواعده وأحكامه.

الثالثة: الدراسات التي تناولت مقصد العقل في الشريعة الإسلامية.

ولا شك من استفادتي منها إلا أن المقام هنا لا يسمح بحصرها لكثرتها.

وتتمثل القيمة المضافة لهذا البحث في تفسير تأثير سيكلوجيا وسائل التواصل في مقصد العقل الشرعي، من وجهين:

الأول: كشف الإشكالات التي تثيرها سيكلوجيا وسائل التواصل الاجتماعي على العقل.

الثاني: دور نظرية الإباحة في ضبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، بما يعود على مقصد العقل بالحفظ.

خطة البحث:

- المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي: التعريف، والنشأة، والخصائص، والأهداف.
- المبحث الثاني: سيكلوجيا وسائل التواصل الاجتماعي: المفهوم، السلبيات، والإيجابيات.
- المبحث الثالث: أثر سيكلوجيا وسائل التواصل الاجتماعي في مقصد العقل.
- المبحث الرابع: الضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، على ضوء نظرية الإباحة.

بذلك، كما أن بعض المؤسسات الرسمية تعتمد عليها في التواصل والتبادل مع شبكة أمان وحماية ملائمة.

فوسائل التواصل الاجتماعي وفقاً لتعريف الأجزاء السابقة، هي آليات حديثة، أنشئت لتعزيز التواصل بين الأفراد، ويخلو تعريف الأجزاء السابقة من بيان طبيعة هذه الوسائل، هل هي حقيقية أم افتراضية، إلى جانب بيان نوعية التواصل الذي يتم بين الأفراد، هل هو تواصل تقني شعوري، أم تقني فقط، بغرض الانتفاع أو دفع الشعور بالملل والسأم.

- الفرع الثاني: تعريف المصطلح باعتباره لقباً:

لوسائل التواصل الاجتماعي تعريف اصطلاحى، انبنى على تاريخ هذه الوسائل، وآليات عملها، وأدوارها المختلفة، وطبيعة هذه الوسائل، وآليات التواصل عبرها. وفيما يلي استعراض أهمها:

- مجتمعات افتراضية عبر شبكات الإنترنت، تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الاهتمامات، يتبادلون الخبرات والمعلومات من خلال إطار برنامج محدد يشتركون جميعاً في استعماله⁽⁸⁾.

- منظومة من الشبكات الإلكترونية، تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها⁽⁹⁾.

ويمكن صياغة تعريف جامع لوسائل التواصل الاجتماعي بأنها: «تقنيات معاصرة، تنتشر عبر شبكات إلكترونية، يمكن من خلالها التواصل الدائم، بهدف تحقيق مطلق الاتصال، أو تبادل الخبرات والمهارات والمواد المختلفة، مرئية ومكتوبة ومسموعة، إلى جانب القدرة على الاتصال الشعوري القلبي؛ تعزيزاً لشراكة إنسانية، أو أسرية، أو شخصية».

المطلب الثاني: نشأة وسائل التواصل الاجتماعي:

يعتبر تاريخ المصطلح عتبة مهمة لبيان حقيقته، من خلال أدواره التي أداها على مدار تاريخه، إلى جانب القدرة على استنتاج جدوى هذه الآلية، واستيطان أدوارها، ومعرفة آثارها، ولأجل ذلك أقدم فيما يلي عرضاً موجزاً لتاريخ هذا المفهوم.

تعود جذور وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة إلى العام 1969م عندما أنشأت وزارة الدفاع الأمريكية شبكة وكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة (ARPANET) التي سمحت بتشارك البيانات بين 4 جامعات أمريكية ترتبط جميعها بذات الشبكة، ثم شهدت فترة السبعينيات من القرن الماضي العديد من التقنيات التي كانت تُشكل نوعاً من وسائل التواصل الاجتماعي، وفي عام 1978م أمكن تطوير شبكة تواصل عن طريق لوحة البيانات «Bulletin Board System» وهو نظام يتم تشغيله على أجهزة كمبيوتر متصلة بمودم هاتف، بحيث يتمكن مستخدمو النظام من التفاعل بالمناقشات، وتداول البيانات، والملفات المختلفة، وهو أشبه شيء بنظام المدونات في الوقت الحالي.

ونشأ في عام 1979م نظام يوزنت (USENET)، وقد بدأ كنظام للتراسل بين جامعتي ديوك ونورث كارولينا، ثم اعتمده الوكالات الحكومية والجامعات الأمريكية الأخرى كنظام للتواصل فيما بينها، ثم طُوّر هذا النظام بشكل أكبر عام 1987م، وكما يبدو لم تكن كل هذه الأنظمة ذات صبغة شعبية يشترك فيها جماهير الأفراد،

المبحث الأول: وسائل التواصل الاجتماعي؛ المفهوم والنشأة والخصائص والأهداف.

المطلب الأول: مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

يعدُّ مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي مصطلحاً مركباً تركيبيًا إضافيًا، تتوقف معرفته باعتبار التركيب على معرفة أفرادها وأجزائه أولاً؛ وفيما يأتي التفصيل في تعريف مفردات المصطلح أولاً، ثم في تعريف المصطلح باعتباره لقباً.

- الفرع الأول: تعريف مفردات المصطلح:

* وسائل:

جمع وسيلة والوسيلة هي: «ما يُتَقَرَّبُ به إلى الغير، والجمع الواسيل والوسائل.

والتوسيل والتوسُّل واحد. يقال: وسل فلان إلى ربه وسيلة، وتوسَّل إليه بوسيلة، أي تقَرَّب إليه بعمل⁽¹⁾ فالوسيلة هي السبب الذي يستخدمه أحد الأفراد للتوصل إلى شيء ما، سواء كان شيئاً مادياً كاستخدام الدلو للاستقاء، أو معنوياً كالصلاة من أجل رضا الله سبحانه.

* التواصل:

التواصل في اللغة ضدُّ التقاطع والتصارم⁽²⁾، وهو مصدر تواصل الرابعي، يقال:

«تواصل القوم؛ تعاملوا بوصول بر كل واحد منهم إلى صاحبه، وواصله عامله بوصول البر»⁽³⁾.

وتدلُّ المادة على شيء من الترابط والاستمرار، ومن ذلك أخذ منها معنى الوصال في الصوم، وهو استمرار الإمساك إلى الليل⁽⁴⁾ كما تدلُّ على الاجتماع والاتفاق، يقال: «تواصل الشَّخصان وغيرهما: اجتمعا وأتَّفقا»⁽⁵⁾.

فالتواصل -إدأ- كلمة تدل على التمام علاقة شخص أو أكثر بشخص أو أكثر، مع استمرار هذه العلاقة وفقاً لرابطة معينة، هي في هذه الحالة شبكة إلكترونية من نوع ما.

* الاجتماعي:

كلمة منسوبة إلى الاجتماع، وهو خلاف التفرُّق⁽⁶⁾، والاجتماع هو الاقتراح سواء كان حسياً أو معنوياً، فيقال في الأول اجتمع فلان بفلان، وسميت مكة بجمع؛ لاجتماع الناس بها، وكذلك يوم الجمعة للاجتماع على صلاة الجمعة، ويقال للثاني اجتمعت كلمتهم، وأجمعوا أمرهم⁽⁷⁾.

وقد وصفت كلمة التواصل بكلمة الاجتماعي للدلالة على مشاعية هذه الوسائل، وارتباطها بالاجتماع أفراداً وجماعات، بمعنى أنها ليست قاصرة على المؤسسات الرسمية، حيث شاع التعامل بها بين الأفراد في غير المعاملات الرسمية، وأصبحت من طرق ومسارات الاجتماع العصري، ولهذا وصفت بهذه الصفة، وإن كان يمكن اعتبارها ضمن وسائل الإثبات القانوني، إذا وجهت القرائن

(1) الصحاح، للجوهري (5/1841) مادة (و، س، ل)؛ والمصباح المنير، للفيومي (2/660) مادة (و س ل).

(2) معجم ديوان الأدب، للفارابي (3/289).

(3) الفروق اللغوية، للسكري (ص: 170).

(4) مشارق الأنوار على صحاح الآثار، للقاضي عياض (2/288).

(5) معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار عمر (3/2449).

(6) جهرة اللغة، لابن دريد (1/483) مادة (ج، م، ع).

(7) مقاييس اللغة، لأحمد بن فارس (1/479) مادة (ج، م، ع).

(8) المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول التقني دراسة إثنوبولوجية، جيهان بحجت حداد (ص: 10).

(9) بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي وضوابطها ونشر المعلومات والأخبار ونقلها عبرها

بغرض الإنكار أو الإشاعة أو الإساءة، أ. د. محمد النجيمي، (ص: 108).

كالموبايل والتابلت، وهي الأكثر ترشيحاً في متاجر التطبيقات، سواء في أبل أو جوجل بلاي، وهما النظامان الأشهر في الوقت الحالي.

3. سهولة الاستخدام: هذه البرامج سهلة الاستخدام، ولا تحتاج إلى أي جهد؛ فاستخدامها متاح لكل طبقات المجتمع، إلى جانب ذلك فبعض المنصات تحتوي على مواد تعليمية يمكن من خلالها التعرف على آليات استخدام هذا التطبيق أو ذلك، بل إن خاصية المشاركات تشجّع على التزود من معرفة هذه التطبيقات للتأهل لإنتاج محتوى خاص بالشخص نفسه.

4. الاقتصاد والتوفير: حيث تساعد هذه الشبكات على توفير المال والجهد والوقت اللازم للتواصل الشفهي أو الكتابي، كما يمكن من خلالها التزود بالمعرفة، سواء من خلال القراءة أو المشاهدة أو الاستماع.

5. الإخبارية والإعلانية: حيث غدت وسائل التواصل مصدرًا جديدًا وسريعًا للأخبار العاجلة المهمة في كل المجالات⁽¹²⁾.

6. العالمية وإزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي: تتميز منصات التواصل الاجتماعي بإزالة القيود المفروضة على السلوك الاجتماعي والتعاوني، والمتمثلة في اللغة، والموقع الجغرافي، والخلفية الثقافية، وقيود الزمان والمكان، وما يترتب عليها من مساءلة قانونية أو غيرها⁽¹³⁾.

7. توفير مستودعات للمخزون المعرفي للمجتمع: تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مستودعًا للمعرفة، من خلال تخزين مجموعات كبيرة من المعارف والمعلومات حول مختلف أشكال المعرفة، بما يشكل أكبر مكتبة تعاونية تشاركية افتراضية حول العالم⁽¹⁴⁾، ناهيك عن توظيف الذكاء الصناعي في تجميع هذه البيانات وتحليلها، وتوظيفها لأي غرض.

المطلب الرابع: أهداف وسائل التواصل الاجتماعي:

تهدف أي عملية اتصال أو تواصل في مجملها إلى تغيير في:

1. المعلومات، وهو يتم عن طريق:

أ. تزويد الآخر (المستقبل) بمعلومات صحيحة وصادقة، جديدة إضافية لم يطلع عليها أو يعرفها من قبل عن الفكرة أو الموضوع أو الشخص مدار البحث، وتمكنه من إثراء معلوماته وتجديدها، وتوسيع آفاقه، واتخاذ القرارات الصائبة، وتقرير السلوك السوي الذي يساعده على التكيف مع نفسه ومجتمعه وبيئته.

ب. تصحيح معلومات أو مفاهيم أو أفكار خاطئة؛ تفاديًا لإرباك المستقبل، وتجنبًا لتولّد الشكّ لديه، وتجنبًا لما قد يؤدي إلى سوء الفهم للأفكار والأشخاص والأمور، وبالتالي تؤدي إلى قرارات خاطئة وسلوك خاطئ.

2. الاتجاهات: ويغير الناس اتجاهاتهم للتكيف مع بيئتهم بشكل أفضل، ولإشباع حاجتهم الداخلية، فالاتجاهات الجديدة تعطي معنى للحياة وللعالم الذي يعيش فيه الإنسان.

3. السلوكيات: تعديل أو تغيير السلوك العلني للمستقبل؛ فالهدف هنا هو إقناع الشخص بالتخلي عن السلوك السليبي أو الخاطئ، وتبني السلوك الإيجابي أو الصحيح الذي قصده المصدر⁽¹⁵⁾.

دون صفة رسمية بالانتساب إلى وكالة حكومية أو جامعة، واستمرّ هذا الأمر حتى عام 1997م حين ظهر أول موقع تواصل اجتماعي فعال ومُشابه لطبيعة مواقع التواصل التي تُستخدم حاليًا وهو موقع (Six Degrees)، وهو النظام الذي كان متاحًا للجماهير، والذي مكّن كل الأفراد من إنشاء قوائم اتصالات وتكوين شبكات من العلاقات الافتراضية من هنا وهناك. وفي عام 2003م ظهر موقع شبيه هو موقع فريندستير (Friendster) وتميز بقدرته على إمكانية مشاركة المحتوى، والصور، ومقاطع الفيديو، إلى جانب موقع ماي سبيس (MySpace) واستحوذ على الاهتمام من 2008-2005م، بما وفره من إمكانية لعب الألعاب الإلكترونية مع مستخدمين آخرين⁽¹⁰⁾.

وكانت أهم مرحلة في مراحل تطور وسائل التواصل بداية من إطلاق موقع اليوتيوب (YouTube) عام 2005م، ثم شهد عام 2006م إطلاق موقع الفيس بوك؛ ليكون متاحًا لجميع المستخدمين حول العالم، بعد أن كان استخدامه مُقتصرًا على طلاب جامعة هارفارد فقط؛ منذ تأسس على يد مارك زوكربيرج عام 2004م، كما شهد العام 2005م إطلاق موقع (Reddit) الذي أصبح بمثابة منصة لتبادل الآراء والتعليقات عبر الإنترنت. وفي عام 2006م أُطلق موقع تويتر الذي بدأ كموقع صغير للتدوين، قبل أن يُصبح أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي في هذا العصر، وفي نهاية العقد الذهبي تحديداً عام 2010م تم إطلاق منصة الإنستقرام؛ لتكون منصة مختصة بمشاركة الصور عبر الإنترنت، وقد تم شراء هذا الموقع من قبل شركة الفيس بوك عام 2012م، كما ظهر في نفس العام موقع التواصل الاجتماعي بينتريست (Pinterest) وفي العام 2011م أُطلق طلاب جامعة ستانفورد باسم سناب شات (Snapchat) لمشاركة الصور والفيديوهات، وفي عام 2016م أُطلقت شركة (Byte Dance) الصينية تطبيق تيك توك (TikTok) الذي وصل عدد مستخدميه في أوائل عام 2020م إلى ما يزيد عن 800 مليون مستخدم حول العالم. ثم تتابع إصدار التطبيقات والمواقع المختلفة للتواصل الاجتماعي، غير أنها لم تحظ بنفس شهرة وكتافة التفاعل التي شهدتها أمثال فيس بوك وتويتر وسناب شات ويوتيوب، وتيك توك⁽¹¹⁾.

المطلب الثالث: خصائص وسائل التواصل الاجتماعي:

تميّزت وسائل التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص والمزايا، جعلتها تحظى بأهمية بالغة لدى شتى أفراد المجتمع، وهذه المزايا أو الخصائص هي نفسها التي كتبت لها الانتشار والشبوع، والارتباط بكل صغيرة وكبيرة في الحياة المعاصرة، وتتجلى أهم هذه الخصائص فيما يلي:

1. السرعة والمرونة: إذ تتيح هذه الوسائل سرعة التواصل مع العالم الخارجي، ففي غضون ثوان يستطيع الشخص التواصل مع من يريد.

2. اللامحدودية والانتشار: بمعنى أنه يستطيع الشخص في الشرق التواصل مع الشخص في الغرب بسهولة، وفضلا عن ذلك فقد باتت وسائل التواصل الاجتماعي شديدة الانتشار، إذ هي متاحة على سائر الأجهزة الإلكترونية،

(10) شبكات التواصل الاجتماعي «النشأة والتأثير»، ميمي محمد عبد المنعم توفيق وآخرون، 2018م، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، مجلد 24، العدد 2، (ص: 214)؛ الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، علي خليل شقرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان (ص: 83) وما بعد؛ ثورة الشبكات الاجتماعية، خالد غسان يوسف المقدادي، (ص: 20) وما بعد.

(11) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، رامي زاهر، مجلة التربية، ع 15، جامعة عمان الأهلية، 2003م، (ص: 3) وما بعدها؛ دور موقع اليوتيوب في تحقيق الإشباع السياسي لدى الرأي العام الجزائري، حنان عربي، بابة بوووة، دراسة ميدانية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج 9، العدد 2، (ص: 73) وما بعدها؛ تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور الملقين، محمد إسماعيل محمد الديهي، (ص: 471) وما بعدها.

(12) وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة المسلمة، دعاء عمر كنانة، (ص: 49).

(13) شبكات التواصل الاجتماعي: مدخل نظري لفهم الإيجابيات والسلبيات، حسام منصور، (ص: 10)، ورقة علمية مقدمة للمؤتمر العملي الدولي الافتراضي الموسوم ب: الإعلام الرقمي: المتطلبات وآفاق التغيير، المنعقد يومي 26-25 أكتوبر 2022م، بجامعة مصراته- ليبيا.

(14) الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي، دفون، محمد، 2017م، مجلة التراث، المجلد 7، العدد 2، (ص: 324).

(15) الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، إبراهيم أحمد سلامة أبو عرقوب، (ص: 44).

ويترتب على ذلك الهدف الإجمالي عددٌ من الأمور، أهمها:

- تحقيق التقارب الذهني.

- تنمية الاتجاهات.

- زيادة اندماج الشخص في الجماعة.

- ازدياد كفاءة التفكير بزيادة موضوعيته، نتيجة انخفاض نسبة العوامل الشخصية.

- زيادة تمكين الأعضاء من التوافق المتبادل في مستويات الشخصية المختلفة⁽¹⁶⁾.

وعليه؛ يحقق التواصل مهمته من خلال عمليتين رئيسيتين، هما:

- أنه يزيد من قدرة الأفراد على التوافق المتبادل.

- يزيد من درجة اندماج الذوات في (النحن)⁽¹⁷⁾.

ولهذا يمكن القول إن عملية الاتصال أو التواصل بين الأفراد داخل المجتمع، تعمل على تغيير البناء المعرفي للإنسان، وبالتالي تعديل سلوكه تبعاً لمحتوى الاتصال بما فيه من تغيير الاتجاه، الدعاية، الإعلان، العلاقات العامة، ضمن سيكولوجية تحددها معطيات مختلفة، يرجع جزء كبير منها إلى شخصية الفرد، ومدى استجابته للتأثيرات المختلفة، ومدى القدرة على التأثير في بنائه المعرفي، وبالتالي إحداث تأثير في سلوكه فيما بعد، وهذا يشير إلى أهمية النظر في أنماط الاتصال المختلفة، وآثارها النفسية والاجتماعية، خاصة مع كثرة هذه الأنماط وتنوعها، مع ظهور التكنولوجيات الحديثة، فميل الإنسان إلى كل ما هو جديد -وخاصة إذا كان هذا الاستعمال لغرض تحقيق الرفاهية والراحة النفسية المتعة -؛ ينتج عنه تغيير في السلوك، سواء على المدى القريب أو البعيد.

ويتبع وظائف وسائل التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها ومواقعها، يظهر أنها تؤدي -بالإضافة لتحقيق الاتصال والتواصل- وظائف حيوية في الكثير من القضايا والتفاعلات، متمثلة فيما يلي:

- التوظيف التعليمي: فقد أحدثت هذه الوسائط ثورة في المناهج التعليمية وطرق البحث، فقد تحولت إلى منصات تعليمية، ساهمت في الرفع من قدرات ومهارات الأفراد، والاطلاع على مختلف البرامج والمنظومات التعليمية علمياً.

- صناعة دوائر الهوية والانتماء: إذ تدفع شبكات التواصل الاجتماعي الأفراد إلى تقمص عدة هويات غير الهويات الواقعية لهم، مما يجعلهم يتمظهرون في سلوكيات مختلفة للبناء الهوياتي، ما ينتج عنه استدامة هذا التماثل الهوياتي والسلوكي، كقيم جديدة هوية إلكترونية افتراضية.

- التوظيف السياسي لشبكات التواصل: حيث تستخدم الوسائط الاجتماعية في السياق السياسي في الحملات الانتخابية، وشرح برامج المترشحين، وحشد التأييد والتعاطف لهم، فتؤدي هذه الشبكات الوظيفة التعبوية للسياسيين والحكومات والأنظمة، وإنجاز ما يعرف بالديمقراطية الرقمية في دول التعددية الحزبية والترسيخ الديمقراطي.

- تشكيل الاتجاهات الأيديولوجية والفكرية: إذ يجد كل فرد في هذا الفضاء الواسع المجموعة التي تتوافق مع آرائه وأفكاره وأطروحاته، ويشعر بالانتماء لها، وأحياناً التعصب لاتجاهاتها والدفاع عنها، ومحاوله حشد الأغلبية لها داخل الفضاء الافتراضي، وهذا ما يولّد قيماً جديدة موازية لقيم الانتماء الوطني، والحس الهوياتي، والوعي الاجتماعي الجماعي.

- الوظيفة الإعلامية: حيث حولت هذه الوسائل العالم إلى نسيج متداخل من الشبكات المترابطة والمعقدة، وجعلت الوظيفة الإخبارية وتداول المعلومة أمراً بالغ السرعة والسهولة، حول المدونين والمستخدمين إلى إعلاميين بشكل غير محدود⁽¹⁸⁾.

كما تتمثل استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في الآتي:

- الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء: وذلك ناتج عن خاصية الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

- الممارسات السياسية: حيث أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي تشكّل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته، ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع، وذلك ناتج من الحرية التي تتيحها للجميع دون مساءلة قانونية قد تطاله.

- تكوين العديد من الأصدقاء: إذ أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعي البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه، وفقاً للمعايير التي يختارها الشخص نفسه.

- التسلية وممارسة الهوايات: فقد أصبحت مواقع شبكات التواصل الاجتماعية تشكّل المتنفس الذي يقوم من خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه، عبر مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الميزة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكّل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته واهتماماته.

- التسويق والإعلان حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع شبكات التواصل الاجتماعي؛ ذلك من أجل الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها، عن طريق الموضات الإشهارية المتنوعة، كما أصبحت توفر المحيط الذي يقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

- الخدمات الطبية: حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات والنصائح الطبية، الطب عن بُعد، والطب البديل⁽¹⁹⁾.

المبحث الثاني: سيكولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي؛ المفهوم والسلبيات والإيجابيات.

المطلب الأول: مفهوم سيكولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي:

تشقُّ كلمة علم النفس (Psychology) من الكلمتين اليونانيتين (Psyche) -والتي تعني النفس أو الروح أو العقل- و(logos) -والتي تعني (علم)-⁽²⁰⁾. حيث يسعى الإنسان دومًا لفهم الطبيعة البشرية. وكان علم النفس -قبل أن يصبح علمًا قائمًا بذاته في القرن التاسع عشر- فرعًا من فروع الفلسفة، معنيًا

(18) دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة، إبراهيم قلوباز، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 3، العدد 2، (ص: 207-208)؛ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية، خيرة محمدي، دراسة مسخية استطلاعية، المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات، المجلد 1، العدد 1، (ص: 82) وما بعدها.

(19) شبكات التواصل الاجتماعي تعدد الأنواع والاستخدام: دراسة نظرية، نعيمة بوذينة، مجلة الحقوق للدراسات النفسية والاجتماعية/المجلد 3، العدد 1، (ص: 267)؛ شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ابتسام دراحي، المجلد 1، العدد 2، (ص: 208) وما بعد؛ شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي: مقاربة نظرية، رمضان بن بجمعة، مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية، المجلد 1، العدد 1، (ص: 233).

(20) أسس علم النفس، أحمد محمد عبد الخالق، (ص: 19)

Albertine Minderop. Psikologi Sastra. (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2013). Hal: 3

(16) مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام، مجدي أحمد محمد عبد الله، (ص: 25).

(17) المرجع السابق، (ص: 24).

2. كما تساعد وسائل التواصل في تعزيز الإنتاجية العلمية للمجتمعات: حيث تسمح لمجموعات من المستخدمين الذين يشتركون في نفس الاهتمامات العلمية، بالتواصل معًا لتبادل معارفهم وخبراتهم، ومشاركة البحوث والدراسات والمواد ذات الصلة بتخصصاتهم، وإلى جانب ذلك فسهولة التواصل والتعارف، ساهمت كثيرًا في عملية الاشتراك في بحوث ودراسات ومؤتمرات افتراضية، دون حاجة إلى السفر لعمل كل ذلك⁽²⁴⁾.

3. كما أنها في هذا الشأن تتميز بسرعة الاستجابة والتعاطي مع الأحداث؛ فبإمكانها أن تشكل رد فعل سريعًا على كثير من الأحداث والقضايا التي تثار في شأن أو آخر، وقد ساهمت في صناعة كثير من المؤتمرات الافتراضية واللقاءات العامة، حول كثير من القضايا، كما أنها باتت أداة الرد السريع على كثير من الشبهات التي تثار حول الدين والأسرة الإسلامية والمجتمع الإسلامي، فوجد فيها المتخصصون أداة ذات كفاءة عالية لإدارة الردود حول هذه القضايا، بلا قيود ولا ضغوط.

4. وساهمت هذه الوسائل في تعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية، حيث أدخلت أفراد المجتمع ضمن نقاشات ثرية، واستطلاعات رأي لقياس حساسية الشارع من قضية يعينها، بالإضافة إلى تغذية راجعة لعقول هؤلاء، ضاعفت من وعي الناس بتلك القضايا، فضلًا عن أن التطرق لتلك القضايا والتوعية بها، جعل كفة ميزان القوة الإعلامية تميل لصالح الجمهور، وهو ما يصعب على منصات الإعلام التقليدية تحقيقه⁽²⁵⁾.

5. وتفيد هذه الوسائل في تيسير عملية الاتصال في منشآت الأعمال، وشركات الأعمال والتجارة، حيث تستخدم هذه الوسائل للتواصل مع زبائنهم، والتسويق لمبتجعاتهم، كما تتميز وسائل التواصل الاجتماعي اقتصاديًا نظرًا لقلّة الكلفة المالية اللازمة لعمل إجراءات اقتصادية بحثية في سوق معيّن⁽²⁶⁾.

6. كما تساهم هذه الوسائل في تقليل نسبة البطالة، وذلك بما تسهم به من نشر العديد من فرص العمل عبر منصاتهما، وتشير الدراسات إلى أنّ نسبة 60% من أصحاب العمل يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي للبحث عن الموظفين، كما أنّ ما نسبته 19% منهم يختارون شخصًا ما لتوليّ وظيفة مُعيّنة تبعًا للمعلومات التي تتوفر عن هذا الشخص عبر حسابات منصات التواصل الاجتماعي الخاصة به، ذلك وفقًا لاستبيان أجره موقع Career Builder عن التوظيف في وسائل التواصل الاجتماعي عام 2016م⁽²⁷⁾.

ثانيا: الآثار السلبية:

1. التأثير في فاعلية التواصل الحقيقي فقد خرجت وسائل التواصل الاجتماعي عن كونها وسيلة بديلة للتواصل، إلى كونها الأداة الرئيسة في هذه العملية، ومن هنا اتسعت مساحة التعامل بها على حساب التواصل المباشر، مما ضاع من عملية التواصل المباشر، وقد انعكس ذلك على طبيعة العلاقات وقوتها ومهارات التواصل نفسها، فلم يعد التواصل بناء على الآلية الجديدة إلا عن طريق الكتابة والمكالمات أحيانًا، ومهما كانت من فاعلية هذه الأشياء، فإنها تفتقد العمق الذي يتوفر في العلاقات الطبيعية، والعواطف والإحساسات التي ترتبط بهذه العلاقات، وفي أحسن الأحوال يتم إرسال الرموز التعبيرية للتعبير عن الحزن أو السعادة،

بدراسة النفس أو الروح، ومعرفة أصلها ومصيرها. ولما كانت جل هذه الدراسات غامضة مبهمّة، وليست علمية؛ وجه العلماء المحدثون جهودهم لدراسة العقل وعلاقته بالشعور والإدراك والإحساس، وقد أجرى بعض العلماء الألمان مثل يوهانس بيتر مولر وهرمان هلمهولتز في منتصف القرن التاسع عشر، أول دراسات منهجية مرتبطة بالإحساس والإدراك، مما أثبت أنه من الممكن قياس العمليات الذهنية ودراستها علميًا. كما تأسس أول مختبر رسمي لعلم النفس عام 1879 في جامعة لايبزيغ الألمانية على يد الفيلسوف (فيلهلم فونت: Wun- dt Wilhelm) حيث قام بتقسيم العمليات العقلية إلى عمليات أكثر بساطة كالإدراك، والإحساس، والانفعال⁽²¹⁾.

يُشير مصطلح السيكلوجيا - كما عرّفته جمعية علم النفس الأمريكية - بالعلم الذي يدرس العقل والسلوك. أي أنه يدرس كيفية عمل العقل وتأثيره في السلوك، وهو يتضمن كافة الجوانب الوظيفية بدءًا من وظائف الدماغ، وصولًا إلى سلوكيات الإنسان، ومن مراحل تطور الطفل وصولًا إلى رعاية كبار السن⁽²²⁾.

وعليه؛ يمكن تعريف سيكلوجيا وسائل التواصل الاجتماعي بأنها:

العلم الذي يدرس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في العقل والسلوك. فهو يهتم بدراسة أثر وسائل التواصل الاجتماعي في سلوك البشر وتفكيرهم، كما يعنى بتأثيرها في عمليات الإدراك الحسي والتفكير والتعلم والانفعالات والدوافع. كما يهتم بدراسة أثرها في تكوين الشخصية والسلوك غير الطبيعي عند الإنسان. كما يهتم بأثرها في التفاعل بين الأشخاص والبيئة المحيطة بهم. وهو يرتبط ارتباطًا وثيقًا بكل من الإثنوبولوجيا وعلم الاجتماع، الذي يُعنى بالتأثيرات الاجتماعية والبيئية في السلوك⁽²³⁾.

المطلب الثاني: سلبيات وإيجابيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات:

لا ريب أن وسائل التواصل الاجتماعي سهّلت من عملية التواصل، وعززت من فاعليتها، فبعد أن لم يكن التواصل متاحًا في كثير من الأوقات؛ بسبب بعد المسافات، والانشغال عن الالتقاء المباشر، جاءت هذه الوسائل لتجسر المسافات، وتفعيل التواصل، حتى مع عدم القدرة على اللقاء المباشر، هذا فضلًا عن المزايا المختلفة التي يعرفها كلٌّ من يستخدم هذه الوسائل، لكنها في المقابل كانت أحد عوامل هدم الاتصال لسبب أو لآخر، ويعرض البحث فيما يلي لأهم الإيجابيات والسلبيات التي ترتبط بوسائل التواصل الاجتماعي:

أولاً: الإيجابيات:

1. أول ما يخطر بالذهن عند معالجة قضية جدوى وسائل التواصل الاجتماعي، هي تيسير عملية التواصل الاجتماعي، وتفعيلها، فقد لا يكون بمتناول كثير من الأشخاص التواصل مع ذويهم بسبب عوامل الافتراق المختلفة، وعلى رأسها السفر إلى مكان ما، ويفضل هذه الوسائل بات بإمكان الأفراد أن يتواصلوا فيتراوا ويستامعوا، ويتبادلوا التهانئ والتبريكات، دون حاجة إلى الانتقال والسفر.

(21) علم النفس التجريبي المعلمي، عبدالفتاح محمد دويدار؛ وعلم النفس في القرن العشرين، بدر الدين عامود، (ص: 45-24)؛ وتاريخ علم النفس الحديث المدارس والاتجاهات، إسماعيل الفقي؛ وكلية العقل، مريم هزاع، (ص: 57-54).

(22) Christian Nordqvist (1-2-2019), "What is psychology and what does it involve?" www.medicalnewstoday.com, Retrieved 17-4-2019. Edited.

(23) https://www.infoplease.com/encyclopedia/medicine/psychology/discipline/psychology-overview

(24) بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي، محمد عبد الله باه (ص: 334).

(25) بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي، النجيمي (ص: 110).

(26) المرجع السابق، (ص: 110).

(27) أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل، د. محمد محمد عبد النعم، د. الرشيد إسماعيل الطاهر، (ص: 21).

الوسائل على العقول، فلما يتركها الأفراد حتى في حالة القيادة؛ مما ضاعف من حوادث القيادة، كما تؤثر هذه الوسائل في الصحة النفسية والجسمية، بسبب ما تسببه من إجهاد للذهن والجسم والعقل جميعاً⁽³³⁾، ناهيك عن أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي؛ يؤدي إلى تلف الخلايا الدماغية- ولو جزئياً- فضلاً عما يورثه الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي من تغيرات في الدماغ، مشاهمة لتلك التي تحدث عند الأشخاص المدمنين على الخمر والمخدرات.

7. تسبب كذلك هذه الوسائل في فتح باب الانحرافات الأخلاقية والسلوكية، حيث تساهم هذه الوسائل في فتح باب الحيوانات الزوجية، والانحطاط الأخلاقي في الردود والمناقشات بين المراهقين، وانتزاع سلطة توجيه الأسرة من الوالدين، أو المشاركة والمزاومة في توجيههم وتربيتهم، وبحسب بعض الإحصائيات كانت هذه الوسائل سبباً في ارتفاع معدلات الطلاق، وانخفاض التفاعل الأسري، حيث أظهرت هذه الوسائل علاقات اجتماعية غير صحيحة، بُنيت على الكذب، والمبالغة غير الحقيقية بين المتحدثين عبر شبكات التواصل، وكم دلّس السحرة والمشعوذون عبرها على الأسر، وكم تسبّب نشر الفاحشة فيها إلى هدم بيوت، وكم من حسابات مشبوهة تدار من جهات خارجية وداخلية موجهة للإفساد!⁽³⁴⁾.

المبحث الثالث: أثر سيكولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي على مقصد العقل.

حيث أصبحت وسائل التواصل مصدرًا رئيسًا للمعلومات والبيانات، فيما تعرضه من موادّ مسموعة ومرئية ومقروءة، على اختلاف أهدافها المعرفية والتسويقية والترفيهية، وحيث إنَّها النافذة الأكثر سهولة للحصول على تلك المواد؛ فإنَّ هذه الوسائل عددًا من الإستراتيجيات للتأثير في العقل والسلوك البشري على حدّ سواء. وفيما يلي تفصيل لأهم إستراتيجيات التأثير التي تمارسها وسائل التواصل الاجتماعي وأدواتها.

المطلب الأول: إستراتيجيات التأثير في وسائل التواصل الاجتماعي:

ينضوي تحت الإستراتيجيات المستخدمة في التأثير عبر وسائل التواصل الاجتماعي عدد كبير، منها ما هو محلّ اتفاق في تأثيره، ومنها ما هو محلّ خلاف، ومنها ما له جذور معرفية مقبولة في العلوم النفسية والسلوكية والعصبية، ومنها ما ليس كذلك، ومنها أيضًا ما لا يزال تحت التجربة والتطوير. وسأقتصر هنا- على ذكر أهمّ الإستراتيجيات والنظريات التي لا خلاف فيها، والتي لها جذور معرفية مقبولة.

1. التحفيز - الوكز السلوكي:

يرتكز مفهوم التحفيز بالوكز السلوكي على تقديم تعزيزات واقتراحات مباشرة، كوسيلة للتأثير في السلوك واتخاذ القرار للأفراد والمجموعات. مستفيدًا من مجالات متعددة، مثل: علم النفس، علم الاجتماع، وحتى علم الأعصاب؛ لتحقيق أهداف تغيير السلوك، العادات، والمعتقدات والقرارات، فهو يمثل إحدى إستراتيجيات التواصل السلوكي (Behavioral Communication)⁽³⁵⁾.

(33) بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي، محمد بن يحيى النجيمي، (ص:113).
(34) بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي (ص:334)؛ فقه الموازنات وأثره في النوازل الفقهية المعاصرة (ص:234).
(35) الوكز الاقتصاد، عالية أحمد صالح ضيف الله، جميلة عبد القادر شعبان الرفاعي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، مج12، ع1، (ص:10) وما بعدها؛ الممارسات الدولية لوحدات تطبيق الاقتصاد السلوكي 0 الوكز) ومتطلبات نجاحها، أحمد النجار، (ص:6).

ولكن هذه الرموز التي تُستخدَم لا تُفسّر بالضرورة حقيقة مشاعر صاحبها، ويؤثّر هذا الأمر في العلاقات بين الأفراد.

بل قد تساهم هذه الوسائل في قطع العلاقات الأساسية، أعني علاقات الرّبّ الواجب، المتعلقة بصلة الرحم هنا وهناك، ويعني ذلك أنّها قد تسبب نوعًا من العقوق الأبوي؛ حين تسيطر هذه الوسائل على عقول الشباب، فيبقون متعلقين بما صباح مساء، وبأني ذلك على حساب رعاية الأسرة، أو التواصل الجادّ فيما بين أفرادها.

2. تضعف هذه الوسائل أحيانًا المهارات التحليليّة، بفعل الاعتياد على التلقّي، وعدم البحث المنهجي، وعدم إنتاج المعرفة والمعلومات، واستنساخ آراء ومعطيات الآخرين، ناهيك عن تشجيعها على الكسل، بما تُوجده من سبل بديلة للانتقال والذهاب إلى الأفراد، ومُقابلتهم بشكل شخصي على سبيل المثال، الأمر الذي يخلق نوعًا من الخمول والكسل لدى لشخص، وشيئًا فشيئًا يصبح العمل القائم على الحركة مستصعبًا على كثير من الناس، وينعكس ذلك على طريقة الإنتاج والتفاعل الاجتماعي⁽²⁸⁾.

3. نشر الإشاعات والأخبار الكاذبة؛ وذلك نظرًا لما تُنمّس به هذه الوسائل من حرية في النشر والرّدّ والتفاعل، وانعدام الرقابة المسبقة؛ ولهذا قد تستخدم هذه الوسائل لنشر الإشاعات بين أفراد المجتمع، وتضليلهم بالأخبار الكاذبة، وقد لا تجدي التكدّيات ولا عمليات الرقابة اللاحقة؛ بسبب عملية الانتقال المتكرّرة من شبكة إلى شبكة، حتى يصعب حصر الأمور والسيطرة عليها⁽²⁹⁾، ناهيك عن نشر الأفكار والمعتقدات المتطرفة، سواءً الدينية أو السياسية أو العنصرية؛ مما يجعل المستخدم -غير الواعي- فريسة سهلة لتلك الأفكار المنافية للدين والأخلاق⁽³⁰⁾.

4. إضعاف الذاكرة اللغوية العربية؛ إذ إنَّ كثرة استخدام وسائل التواصل الإلكتروني عبر الكتابات النصية والأوامر الإلكترونية، تؤدي إلى زعزعة منظومة المفردات اللغوية للفرد؛ بسبب عدم التواصل الطبيعي، وقلة النطق باللغة العربية، فالتواصل الاجتماعي الإلكتروني تنقصه الكثير من العناصر المهمة في تكوين عملية الاتصال، كلغة الجسد واللمس والحركة ونبرة الصوت، وهذا يفتح باب شر آخر في تحريف الرسائل، فكثيرًا ما تساهم وسائل التواصل في تحريف بعض الرسائل التي تكون الانفعالات جزءًا من دلالاتها، ما يفتح احتمالية التأويل الذي يخالف دلالة عبارة ما؛ وذلك بسبب سوء انتقاء الكلمات، أو ضعف دلالاتها على معنى محدّد تُفهم في ضوءه⁽³¹⁾.

5. انتهاك الخصوصية: تعدُّ وسائل التواصل الاجتماعي أحيانًا سببًا في العديد من المشكلات التي يواجهها المستخدم، نتيجة انتهاك خصوصيته عبر تلك المواقع؛ سواءً من خلال الوصول إلى المحتوى الشخصي الخاص به عبر تلك الوسائل الحديثة، أو من خلال معرفة الموقع الجغرافي الحالي له⁽³²⁾.

6- قد تسبّب هذه الوسائل في كوارث اجتماعية وصحية، فبسبب سيطرة هذه

(28) إدمان الإنترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات الاتصالات الاجتماعي، دراسة ميدانية، رولا الحمصي، رسالة ماجستير، جامعة دمشق (ص:124)؛ مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، عدد 169 الجزء الثالث (يوليو لسنة 2016م)، (ص:338).

(29) فقه الموازنات وأثره في النوازل الفقهية المعاصرة وسائل التواصل الاجتماعي أمّودجا، مريم عبديدي، صليحة عاشور، مجلة الإحياء، المجلد: 20، العدد: 25، جوان 202 (ص:234).

(30) شبكات التواصل الاجتماعي النشأة والتأثير، توفيق وأخرون، (ص:224-224).

(31) شبكات التواصل الاجتماعي، منصات للحرب الأمريكية الناعمة، مركز الحرب الناعمة للدراسات، (ص:33).

(32) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك، نرمين خضر، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول بعنوان: الأسرة وتحديات العصر 17-15 فبراير. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، (ص:66).

وعُرف بأنه: ظاهرة نفسية اجتماعية تفترض فيها الجماهير أن تصرف الجماعة في حالات معينة، وموقفها تجاه حدث ما، يعكس سلوكًا صحيًا⁽⁴³⁾.

ويظهر أثر هذا العقل الجمعي عبر خاصية (الهاشقات) و(التزند) مع خاصية الأحداث، والأشهر في التعليقات، بما يوفر فرصة غزيرة لتشكيل قوة العقل الجمعي في توجيه الأفكار والسلوك، ويظهر أثرها بقاء التزند أو الهاشقات لفترة أو فترات طويلة مستمرة أو متقطعة.

المطلب الثاني: أدوات وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير:

لما كان محتوى وسائل التواصل الاجتماعي هو الملفات السمعية والبصرية والمقروءة؛ فإن أدواتها في التأثير عبر الإستراتيجيات الماضية، هي عن طريق تخصيص عدد من الخواص -التي قد تختلف من تطبيق لآخر- لكنها تشترك في أداء الوظيفة بشكل أو بآخر، من أهمها:

1. خاصية النشر (البوست post، الريلز reel، البث live، السروي story):

تتيح هذه الخاصية لكل شخص (طبيعي أو اعتباري) نشر محتواه الفكري والمادي، وحيث إن المحتوى هنا قد يكون سمعيًا أو مرئيًا أو مقروءًا، بحسب خلفية الناشر وأفكاره ومعتقداته وسلوكه وأهدافه من النشر، فهو يروج لها بشكل مباشر أو غير مباشر، بوعي أو بدون وعي. ويعتمد رواجها على عدد من العوامل، مثل:

عدد المتابعين، وقوة العرض في التأثير، واستمالتها لرغبة المتابعين، وتفاعل المتابعين معها.

ويلاحظ ارتباط هذه الخاصية بإستراتيجية:

أ. الوكز السلوكي: فكل ما يعرض يعتبر نوع وكر لمعتقدات أو أفكار أو سلوك، وبحسب الناشر (الواكر) يكون هذا الوكز إيجابيًا أو سلبيًا.

ب. الإيحاء: فمع إمكانية شراء المتابعين، يمكن التأثير في المتلقي بقوة المحتوى وصاحبه، من خلال كثرة المتابعين وتعليقاتهم وتفضيلاتهم.

ج. العقل الجمعي: فمع إمكانية شراء المتابعين بتعليقاتهم وتفضيلاتهم للمحتوى، يمكن التأثير في تكوين العقل الجمعي لفئة ما، خصوصًا صغار السن والمغرر بهم أو السذج، ويتأكد ذلك إذا كانوا غير خاضعين لمراقبة أولياء أمورهم، أو انطوائهم الاجتماعي الواقعي.

2. خاصية الاقتراحات:

تتيح هذه الخاصية للمنصة أن تقترح عليك -بناء على مراقبتها لنمط المحتوى الذي تتابعه في فترة معينة، وذائقتك في الاختيار من خلال خوارزميات معدة لذلك- بعض الحسابات والمواد التي تلقي مع اهتمامك، سواء من خلال تحليل ما يستهويك في عروض من تتابعهم، أو من خلال تحليل ما تبحث عنه في محرك البحث الخاص بالمنصة.

ويعتمد نوع الاقتراحات على النمط السلوكي للفرد في المتابعة للغير ومحتوى مشاهداته، وعلى نمط سلوك الحساب المقترح أيضًا؛ فتبعًا لأي منهما قد يكون الاقتراح سلبيًا أو إيجابيًا.

ويلاحظ ارتباط هذه الخاصية بإستراتيجية:

أ. الوكز السلوكي: إذ الاقتراحات المعروضة عبارة عن نوع تحفيز للشخص للمتابعة، وبحسب نوع المقترح يكون هذا الوكز إيجابيًا أو سلبيًا.

ويبرز الوكز القيمة في مجال إدارة التغيير كأداة قيمة للتغيير الناعم، باستخدام أسلوب الاستدراج السلوكي بالإرشاد والتشجيع، متجنبًا الأوامر المباشرة أو الإيجاب.

فحقيقة الوكز السلوكي تنطوي على: استدراج خيارات المستهدف وقراراته، لتكون في المسار الذي يريده المستهدف⁽³⁶⁾.

وتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي عددًا من الأدوات لتحقيق هذا الوكز السلوكي، منها: خاصية الاقتراحات، التزند، وغير ذلك، الإعلانات، التسويق، التفضيل.

2. الإيحاء:

يُعرّف الإيحاء بأنه عملية نفسية، يوجه من خلالها الشخص أفكاره ومشاعره وسلوكياته المرغوبة لشخص آخر، من خلال تقديم المحفزات التي قد تثيرها كبرّد فعل، بدلًا من الاعتماد على الجهد الواعي⁽³⁷⁾. ويُعرف أيضًا باسم الاستهواء أو التلقين، وحيث إن الإيحاء ينطوي على تلك التأثيرات النفسية التي يؤثر بها شخص في شخص آخر، فهو يعد أحد ألوان التأثير الانفعالي (emotional influence) إذ يخاطب مشاعر وانفعالات الشخص، ويركز على أن يجعله متفاعلًا معها⁽³⁸⁾. وحقيقة الإيحاء من الناحية الفسيولوجية هو التأثير في المنطقة العصبية بالقشرة المخية، والتي عادة ما تكون خاضعة لتكيز التنبيه، إذ تقوم هذه المنطقة بتثبيت التأثير الإيحائي⁽³⁹⁾. والإيحاء قد يحدث بالكلمة والصورة والفكاهة والقصة والأغنية والقودة، وهذه المواد تتسلط على الشخص في حياته الاجتماعية، فتغرس فيه عواطف يكاد يحسبها -لفرط إحساسه بها- طبيعية، ينتج عنها تصرفات وسلوكيات ناشئة عن الجزء اللاواعي منه⁽⁴⁰⁾.

وعلى الرغم من كون الإيحاء النفسي يعتبر امتدادًا لنظرية فرويد في العقل الواعي واللاواعي، وتأثر الأخير بالإيحاء، بما يورث سلوكيات ومعتقدات وأفكارًا لا يعرف مستندها، إلا أن تأثيرها يعتمد على التغيير التراكمي والمستمر⁽⁴¹⁾.

وتستخدم وسائل التواصل الاجتماعي عددًا من الأدوات لتحقيق هذا الإيحاء النفسي، عبر المواد السمعية والبصرية والمقروءة، عبر خاصيات كثيرة، منها: النشر، التعليق، التفضيل، المكافآت، التزند، وغيرها.

3. العقل الجمعي:

عُرّف العقل الجمعي بأنه كيان نفسي ناتج عن دمج وتجاذب النفوس الفردية بعضها ببعض الآخر، له تأثير في سلوك الفرد بوعي أو بلا وعي⁽⁴²⁾.

(36) عبد الجبار السبهاني: الموقع الشخصي: <https://al-sabhany.com>. حكمة الوكز السلوكي: <https://al-sabhany.com/index.php/articles/item-85/behavioural-nudge>
(37) معجم مصطلحات الطب النفسي، سلسلة المعاجم الطبية المتخصصة (بالعربية والإنجليزية)، لطفي الشريبي، (ص: 182)؛ الفروق في القابلية للإيحاء بين الأسوياء ومرضى القلق والفصامين. أحمد محمد عبدالمخالف، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 4، المجلد 38، (ص: 16).
(38) فعالية العلاج بالواقع في تخفيف مستوى القابلية للإيحاء لدى طلاب الجامعة، محمد أحمد سيد خليل، المجلة المصرية للدراسات النفسية، العدد 107، المجلد 30، أبريل 2020م، (ص: 384).
(39) «التنويم المغناطيسي بين الإحيائية والإيحائية»، بدر الدين عامود، المعرفة، العدد 608، ص 53، (ص: 104)، القابلية للإيحاء وعلاقتها بتصديق الأشياء وترديدها لدى طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، محمد عبد الله إبراهيم، مجلة البحوث الأمنية، العدد 24، المجلد 61، (ص: 194-143).

(40) القابلية للاستهواء في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى عينه من المعاقين عقليا (القابلين للتعليم)، هبة عاطف حلمي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة بنها، (ص: 6).

(41) العقل البشري، دراسات عربية وإسلامية، عبد الفتاح سلامة، (ص: 56/14).

(42) العقل الجمعي الإلكتروني وأزمة الوعي: دراسة تحليلية من منظور اجتماعي، برون حسين علي، حوليات آداب عين شمس، المجلد 51، (ص: 355) وما بعد؛ مواقع التواصل الاجتماعي والعقل الجمعي: دراسة استقرائية، نوف عبد اللطيف الحزامي، مجلة الزرقاء للبحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 21، العدد 2، (ص: 383) وما بعد.

ج. العقل الجمعي: ليس الوسم والوسم المتصدر إلا صورة من تشكيل العقل الجمعي بطريقة أو أخرى؛ فمن خلاله تستطيع فئة صغيرة أو كبيرة تسليط الضوء وجلب الاهتمام على موضوع أو قضية أو أجندة تسعى تلك الجماعة إلى إقناع أكبر قد من عقول العامة والخاصة، لتبني قضيتها المناضلة من أجلها؛ لتحقيق بعض المآرب في كثير من الأحيان، ولبسط رأيها ونفوذها وطغيان صوتها على باقي الأصوات المنفردة، التي تغرد كما يقال بعيداً عن السرب ومنزلةً عنه.

5. التعليقات عن طريق التفاعل بالرسائل أو التفضيل أو الرموز الموجهة:

تعدُّ خاصية التعليقات عن طريق الرسائل أو الرموز التعبيرية عن التفضيل أو المشاعر تجاه المحتوى، من أهم أدوات وسائل التواصل الاجتماعي في التأثير من جهين:

الأول: يصنع من خلالها مؤثرين اجتماعيين يقودون المجتمع في تشكيل عقله الجمعي، وبالتالي إعادة توجيه الأفكار والسلوك للاتجاه الذي يدل عليه المؤثر الاجتماعي. وبحسب محتوى المؤثر الاجتماعي قد يكون إيجابياً فيقبل شرعاً، أو سلبياً فينبذ شرعاً.

وصناعة المؤثر الاجتماعي لا تتطلب سوى: كثرة متابعين، وكثرة التعليقات الإيجابية، وكثرة التفضيل، وبالطبع صاحب المحتوى في طريق حصوله على هذا المنصب = يسعى لتسليط الضوء على أكثر القضايا حيوية في حياة المجتمع عامة، ويسعى لإقناع الجمهور بوجهة نظره فيها، فيحصل بالتالي على تعاطف المؤيدين لوجهة نظره - بغض النظر عن مدى موافقتها للشرع أو بعدها عنه - يتوقف ذلك على ما يملك صانع المحتوى من قوة الإقناع والاحتجاج من جهة، وعلى الدرجة الفكرية والدينية والثقافية للمتلقي من جهة أخرى.

الثاني: تؤثر تلك الخاصية كثيراً في المتلقي، سواء سلباً أو إيجاباً - من خلال إستراتيجية الإيحاء - فحصد الكثير من التعليقات أو التفضيلات أو عدم التفضيل، يوقع المتلقي - غير المتزن فكرياً أو نفسياً - في أحد فخين: الاهتزاز النفسي خصوصاً إذا زامن ذلك تنمُّر إلكتروني أو ابتزاز عاطفي، وما قد يؤدي إليه من آثار سلبية قد تصل إلى الانتحار، أو غروراً مفرطاً تعود عليه بغمط الحق والنبد الاجتماعي في نهاية المطاف.

6. خاصية التتبُّع والمتابعة للغير، وإدارتها، بالخطر للأخيرة والإبلاغ للأولى، وحذف التعليق السلبي، وخاصية تعطيل التعليق:

تتيح هذه الخواص لصاحبها القدرة على اختيار المؤثرات التي يود أن يتأثر بها، وبالتالي هو يتحكم باتجاه الإستراتيجيات التي تتم من خلالها: الإيحاء، الوكز السلوكي، العقل الجمعي.

المطلب الثالث: أثر سيكولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي في العقل:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أكبر أدوات لتسويق الأفكار والمعتقدات والعادات، بل وتغييرها، وتعتمد على الإستراتيجيات التي تؤثر في الجانبين اللاواعي والواعي للعقل من جهة، وفي التغيير بعيد المدى من جهة أخرى.

وحيث إن العقل هو مكنز هذه الأفكار والمعتقدات والعادات، فإن تأثير سيكولوجيا وسائل التواصل يظهر من خلال التأثير فيه مباشرة، بعرض تلك الأفكار، بل بتسيخها عبر تلك الإستراتيجيات.

وحيث إن الشريعة جاءت بحفظ العقل في مقاصدها؛ فإنه لا بدَّ من الوقوف على حدود هذا التأثير لوسائل التواصل الاجتماعي في العقل، ومدى توجه

ب. الإيحاء: تسمح تلك الخاصية بإيحاء أثرية المقترح لاهتمام الشخص، ومن هنا يمكن التأثير في المتلقي مع كثرة المقترحات بأن اهتماماته الحقيقية لا توازي الواقع، وهذا قد يورث في النفس انطباعاً عن تخلفه النسبي، وضرورة مواكبة اهتمامات المجتمع. ولا شك أن هذا الأثر يعتمد على عدد من العوامل، مثل: وعي الفرد بنفسه من جهة، وبنوع المقترح في الحقيقة والواقع من جهة أخرى. 3. خاصية تسويق المحتوى:

تتيح هذه الخاصية لمن يرغب بتسويق أفكاره ومحتواه، الظهور بشكل عشوائي لمشركي المنصة، دون سابق متابعة منهم له، مقابل مبلغ مادي يدفعه للمنصة، من خلال اشتراك أو نحوه. فهو يفرض محتواه على المشتركين، ولهم أن يتجاوزوه، أو يعبروا عن عدم رغبتهم بتلقي ما يتعلق به.

ويلاحظ أمران:

الأول: أن تأثير هذه الخاصية يعتمد على عاملين: شهرة المسوق له من جهة، ومعرفة المتابع لحقيقة المسوق له، ومدى قيمته الفكرية سلباً أو إيجاباً.

الثاني: ارتباط هذه الخاصية بإستراتيجية

أ. الوكز السلوكي: يعتبر عرض محتوى المسوق له، وظهوره بشكل لا اختياري وعشوائي للمتلقي = نوع تحفيز لمتابعته ومتابعة محتواه. والظهور المتكرر للمسوق له - ما لم يختَر المتلقي خيار (غير مهتم) - مؤثر في شخص المتلقي بشكل غير مباشر. ويكون تأثير هذا الوكز سلبياً إذا كان محتوى المسوق له سلبياً، والعكس بالعكس.

ب. الإيحاء: يعتبر ظهور محتوى المسوق له، نوع إيحاء للمتلقي بأهمية محتوى المسوق له، ويظهر تأثير هذا الإيحاء بجذب المتلقي للانتباه إلى محتواه بلا سابق معرفة لمحتواه، وأحياناً بلا سابق معرفة للمسوق له.

ج. العقل الجمعي: إن ظهور محتوى المسوق له لعدد هائل من الأشخاص، يعتبر خطوة لتكوين العقل الجمعي في تأييد أفكار المحتوى، أو حتى في رفضه، خصوصاً إذا كان المحتوى يمسُّ الجانب الفطري والنفسي والغريزي للإنسان، أو كان يلامس الهوية الذاتية أو المجتمعية للفرد أو للأمة، أو أن يتطرق إلى بعض الجوانب التي تخص الدين أو القيم أو العادات والهويات المختلفة للفرد والمجتمع، ويعتمد ذلك على مدى توافق المحتوى لعقول المتلقين وثقافتهم الفكرية والدينية والسلوكية، وعندئذ يصبح المحتوى أحد روافد مغذيات العقل الجمعي، الذي تتشكل منه قوة المجتمع الفكرية.

4. خاصية الوسم، والوسم المتصدر (الهاشاق والترند):

تعتبر تلك الخاصية صورة أخرى للتأثير في فكر الفرد وتشكيل سلوكه، وبحسب موضوع الوسم المتصدر، وبحسب نوع المشاركات تحته، يمكن أن يحدد نوع أثره سلباً أو إيجاباً. ويلاحظ ارتباط هذه الخاصية بإستراتيجية:

أ. الوكز السلوكي: إذ ظهور الوسم للمتلقي نوع تحفيز له لمتابعة المحتوى، بل المشاركة فيه أحياناً.

ب. الإيحاء: تسمح تلك الخاصية بإيحاء أحقية الوسم لاهتمام الشخص، على اعتبار أنه محل اهتمام مجتمع المنصة، ومن هنا يمكن التأثير في المتلقي، مع كثرة التعليقات والمشاركات تحته بأن اهتماماته الحقيقية لا توازي الواقع، وهذا قد يورث في النفس انطباعاً عن تخلفه النسبي، وضرورة مواكبة اهتمامات المجتمع. وبالتالي المشاركة في الوسم أيضاً بالتعليق. ولا شك أن هذا الأثر يعتمد على عدد من العوامل، مثل: وعي الفرد بنفسه من جهة، وبموضوع الوسم في الحقيقة والواقع من جهة أخرى.

فدخول الخلل على عقل الفرد مفض إلى فساد جزئي، ودخوله على عقول الجماعات وعموم الأمة أعظم»⁽⁵¹⁾.

ثانيًا: رتب حفظ العقل في الشرع:

حفظ العقل في الشريعة جاء على رتبين:

الأولى: حفظ أصل العقل ومادته سواء من جهة بقاءه ونمائه⁽⁵²⁾ حسًا بالغذاء والدواء، ومعنى بارتياضه بالعلوم والمعارف والمهارات العقلية النافعة. أو من جهة العدم، حيث ردت عنه مردياته ومهلكاته ومضعفاته حسًا بالمخدرات والمعاصي والذنوب والآثام والفواحش الظاهرة والباطنة، فالمعصية أصل فساد العقل، كما منعت عن الصحبة الفاسدة؛ لقوة تأثيرها في القلوب والعقول، فهذه أقوى مُفسدات العقول الحسية، كما حجبت عن العلوم الفاسدة والأفكار الرديئة؛ لأنها أصل مُفسدات العقول المعنوية⁽⁵³⁾.

الثانية: حفظ العقل بمعرفة حدوده وموقعه مع الشرع⁽⁵⁴⁾ فالعقل والشرع متكاملان لا متنازعان، لكن للعقل موضعه، وللشرع مكانه ومنزلته، ولا يجوز وضع أحدهما مكان الآخر⁽⁵⁵⁾.

فالعقل في الشرع يعتبر أداة، والإشكالية تكون في الفكر الذي يعمل العقل في مجاله؛ إذ الفكر مضمون يحتوي المعتقدات والآراء، ورؤية الإنسان لذاته ومحيطه وكونه، ولا يتعدى عمل العقل حدود ذلك المضمون، أي أن قدرة العقل محدودة بمحدود معارفه، وما يمتلكه من معلومات حول الموضوع الذي يتناوله، في الوصول إلى استنتاجات قد تكون صواب وقد تكون خطأ؛ لأن معرفة العقل ليست مطلقة⁽⁵⁶⁾.

ولأن تعرّض عقل الإنسان من خلال ما يرد إلى سمعه وبصره من مواد مسموعة ومقروءة، يترك آثارًا عميقة جدًا في طبيعته وطريقة تفكيره وتكوينه، قد تجعله إنسانًا مختلفًا⁽⁵⁷⁾؛ فلهذا كان حفظ البصر والسمع مسؤولية عظيمة في الشرع، توجب دورًا أخلاقيًا واعيًا لمراقبة ما يرد على العقل عن طريق السمع والبصر؛ ولذا جاء التوجيه الرباني بالنهي عن اقتفاء أثر كل ما يعرض على السمع والبصر والفؤاد، مما ليس له مستند، وذلك في قوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: 36].

قال ابن عاشور: «القفو: الاتباع، يقال: قفاه يقفوه إذا اتبعه، وهو مشتق من اسم القفا، وهو ما وراء العنق، واستعير هذا الفعل هنا للعمل، والمراد به ما ليس لك به علم»: المخاطر النفساني الذي لا دليل عليه، ولا غلبة ظن به..... وقد جاء تعليق النهي بجملة «إن السمع والبصر والفؤاد كل أولئك كان عنه مسؤولًا»، أي أنك أيها الإنسان تسأل عما تسنده إلى سمعك وبصرك وعقلك بأن مراجع القفو المنهي

(51) مقاصد الشريعة، ابن عاشور، (ص: 82).

(52) الموافقات، الشاطبي، (2/7).

(53) التدابير الشرعية الوقائية لحفظ العقل، نافذ ذيب أبو عبدة، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة النجاح الوطنية، نابلس، (ص: 74) وما بعد؛ قيمة العقل في الإسلام، محمد الصائم، (ص: 83)، وما بعد؛ مقصد حفظ العقل ودوره في تحقيق الأمن المجتمعي مجلة الشريعة والقانون، أمين صالح ذياب غماز، جامعة الأزهر، العدد 35، (ص: 80)؛ كلية العقل حفظها وتميئتها لدى علماء النفس ومؤسسات التعليم والصحة النفسية بدولة قطر دراسة تفويجية مقاصدية، مريم زايد هزاع، رسالة ماجستير، (ص: 30) وما بعد؛ سماحة الإسلام في حفظ العقل، إبراهيم بن سلمان الفهيد، مجلة كلية دار العلوم، جامعة القاهرة، العدد 123، (ص: 115) وما بعدها.

(54) الموافقات، الشاطبي (2/7) وما بعدها.

(55) الموافقات، الشاطبي، (1/56)؛ مجموع الفتاوى، ابن تيمية، (3/338)؛ وكلية العقل حفظها وتميئتها، هزاع، (ص: 31).

(56) مجموع الفتاوى، ابن تيمية، (3/338)؛ المستصفي، الغزالي، (ص: 6) المقاصد العامة في الشريعة الإسلامية، يوسف العالم، (ص: 345) وما بعدها.

(57) كلية العقل حفظها وتميئتها، هزاع، (ص: 38 و 78)

وسائل الشرع في حفظ العقل إليها. وللوقوف على ذلك لا بدّ أولاً من تعريف العقل الذي توجه إليه مقصود الشرع بالحفظ، ومعرفة وسائل ورتب حفظه فيها، ثم النظر في مدى تأثير وسائل التواصل فيها.

أولاً: تعريف العقل الذي توجه قصد الشارع إليه بالحفظ:

العقل لغة:

قال ابن فارس: «العين والقاف واللام أصل واحد منقاس مطرد يدل عظمه على حُبسةٍ في الشيء أو ما يقارب الحبسة. ومن ذلك العقل، وهو الحابس عن ذميمة القول والفعل»⁽⁴⁴⁾.

ومن معاني العقل:

- مطلق التمييز، سواء بين الحسن والقبح، أو الخير والشر، أو الحق الباطل.

- القلب، والحصن والملجأ⁽⁴⁵⁾.

والعقل اصطلاحًا: هو العِلْمُ بصفات الأشياء من حُسْنِهَا وَبِجَهْلِهَا وَكَمَالِهَا وَنَقْصَانِهَا وَالْعِلْمُ بِخَيْرِ الْخَيْرَيْنِ وَشَرِّ الشَّرَّيْنِ، وبه تدرك النفس العلوم الضرورية والنظرية⁽⁴⁶⁾.

وقسم العقل إلى نوعين باعتبار مصدره: عقل مطبوع، وعقل مسموع.

قال ابن حبان: «العقل نوعان: مطبوع ومسموع فالمطبوع منهما كالأرض، والمسموع كالبذر والماء، ولا سبيل للعقل المطبوع أن يخلص له عمل محمول دون أن يرد عليه العقل المسموع فينبهه من رقدته، ويطلقه من مكانه، يستخرج البذر والماء ما في قعر الأرض من كثرة الربيع»⁽⁴⁷⁾.

وقسم العقل باعتبار وظيفته إلى نوعين: عقل تكليف، وعقل رشد.

قال ابن عثيمين: «العقل نوعان: عقل هو مناط التكليف، وهو إدراك الأشياء وفهمها، وهو الذي يتكلم عليه الفقهاء في العبادات والمعاملات وغيرها؛ وعقل الرشد وهو أن يحسن الإنسان التصرف، وسمي حسان التصرف عقلاً؛ لأن الإنسان عقل تصرفه فيما ينفعه»⁽⁴⁸⁾.

فالعقل في الإصلاح معنى وحس قال ابن قدامة رحمه الله عن العقل: «لأنه أكبر المعاني قدرًا، وأعظم الحواس نفعًا، فإن به يتميز من البهيمة، ويعرف به حقائق المعلومات، ويهتدي إلى مصالحه، ويتقي ما يضره، ويدخل به في التكليف، وهو شرط في ثبوت الولايات، وصحة التصرفات، وأداء العبادات»⁽⁴⁹⁾.

وقال القرطبي: «والصحيح الذي يُعَوَّلُ عليه: أن التفضيل إنما كان بالعقل الذي هو عُمده التكليف، وبه يُعْرَفُ الله، ويُفْهَمُ كلامه، ويُوصَلُ إلى نعيمه وتصديق رُسله، إلا أنه لما لم ينهض بكلّ المراد من العبد بُعِثَتِ الرُّسُلُ، وَأُنزِلَتِ الْكُتُبُ فَمَثَلُ الشَّرْعِ الشَّمْسُ، وَمَثَلُ الْعَقْلِ الْعَيْنُ، فإِذَا فَتَحَتْ وَكَانَتْ سَلِيمَةً رَأَتْ الشَّمْسَ، وَأَدْرَكَتْ تَفَاصِيلَ الْأَشْيَاءِ»⁽⁵⁰⁾.

ويقصد بحفظ العقل: «حفظ عقول الناس من أن يدخل عليها خلل؛ لأن دخول الخلل على العقل مؤدّ إلى فساد عظيم من عدم انضباط التصرف،

(44) معجم مقاييس اللغة، ابن فارس، (4/69).

(45) لسان العرب، ابن منظور، (11/458)؛ والصحاح، الجوهري، (5/1769).

(46) غذاء الألباب، السفاريني، (2/468).

(47) روضة العقلاء، ابن حبان، (ص: 19).

(48) تفسير القرآن الكريم، ابن عثيمين، (2/158).

(49) المغني، ابن قدامة، (12/152).

(50) الجامع لأحكام القرآن، القرطبي، (13/126)

أي فنعرفوا وتصفحوا، وقرأ حمزة والكسائي فثبتوا أي فتوقفوا إلى أن يتبين لكم الحال⁽⁶³⁾، فالآية تأمر عموم المؤمنين حين يسمعون خبراً أن يتحققوا بأمرين:

الأول: التثبت من صحة الخبر.

الثاني: التبين من حقيقته؛ لأنه قد يثبت الخبر، ولكن لا يُدري ما وجهه⁽⁶⁴⁾.

ب. أن يكف عن تعريض نفسه للشبهات، ويكتفي بما علم عن دليل وبرهان. قال عمر بن عبد العزيز رحمه الله: «قف حيث وقف القوم، فإثم عن علم ووقوف، وببصر نافذ كفوا، وهم على كشفها كانوا أقوى، وبالفضل لو كان فيها أخرى، فإثم قلمت: حدث بعدهم، فما أحدثه إلا من خالف هديهم ورغب عن سنتهم، ولقد وصفوا منه ما يشفي، وتكلموا منه بما يكفي، فما فوقهم محسّر، وما دونهم مقصّر، لقد قصر عنهم قوم فجفوا، وتجاوزهم آخرون فغلوا، وإثم فيما بين ذلك لعلى هدى مستقيم»⁽⁶⁵⁾.

ثالثاً: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في العقل:

حيث إن وسائل التواصل هي معرض واسع للأفكار والمعتقدات والعادات؛ إذ إنها وسائل موجهة لكافة الناس على اختلاف أعمارهم وثقافتهم وانتماءاتهم؛ فإنه يترتب على ذلك:

1. أن أسهل الناس تأثراً في عقولهم بما هم الذين يصدقون كل ما يعرض فيها، فتتحول الأوهام إلى حقائق عندهم.

2. أن قوة التأثير بالشبهات - التي تستحوذ على العقول - بأنواعها المختلفة، مرتبطة بضعف المتلقي العلمي العاجز عن فحصها ومعرفة بطلانها؛ لذا كان التوجيه الرباني في سؤال أهل الذكر في قوله تعالى: ﴿فَسئَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ﴾ [النحل: 43]، حيث إن ذلك هو السبيل الوحيد ليتجرد الجاهل من التبعة. قال السعدي: «فإن الله أمر من لا يعلم بالرجوع إليهم في جميع الحوادث، وأن بذلك يخرج الجاهل من التبعة»⁽⁶⁶⁾.

3. أن صدق المعارض فيها يعتمد على الالتزام الأخلاقي للناشر من جهة، وأغراضه وأهدافه من جهة أخرى، ولموثوقية مصادره من جهة ثالثة.

ويمكن رصد الإشكالات التي تثيرها وسائل التواصل الاجتماعي على العقل، بالآتي:

الأشكال الأول: ازدواجية وسائل التواصل الاجتماعي في الجانب المعرفي: فهي أدوات إنتاج واستهلاك مفتوحة المصدر في ذات الوقت، على معنى أن الكل ينتج معرفة والكل يستهلك تلك المعرفة، بعيداً عن أي معيار موضوعي في الإنتاج أو الاستهلاك للمعرفة، ويعكس هذا الإشكال الأساس الفكري الذي تنطلق من سيكولوجية وسائل التواصل الاجتماعي، وهو: الحرية بمعناها الرأسمالي. وهذا يؤثر سلباً في مقصد حفظ العقل من جهة:

أ. الحفظ: بسماحة أن يكون الجميع صالحاً لأن يكون مصدرًا للمعرفة، دون حاكمية في التوثيق منها.

ب. عدم: بأن لا يمنع غير المؤهل من أن يكون مصدرًا للمعرفة، فيما لا يحسنه علمًا وتجربة.

الإشكال الثاني: أن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي مرتحن بمدى الإيغال في استخدامها من جهة، ومدى الوعي بأساليب تأثيرها من جهة أخرى، ومدى

عنه إلى نسبة لسمع أو بصر أو عقل، في المسموعات والمبصرات والمعتقدات، وهذا أدب خلقي عظيم، وهو أيضاً إصلاح عقلي جليل، يعلم الأمة التفرقة بين مراتب الخواطر، بحيث لا يختلط عندها المعلوم والمظنون والموهوم، ثم هو أيضاً إصلاح اجتماعي جليل يجنب الأمة من الوقوع والإيقاع في الأضرار والمهالك، من جراء الاستناد إلى أدلة موهومة... والمعنى: «كل السمع والبصر والفؤاد كان مسؤولاً عن نفسه، ومحقوقاً بأن يبين مستند صاحبه من حسه»⁽⁵⁸⁾.

ولذا؛ فإن من وسائل حفظ العقل شرعاً:

1. إرجاع كل فكرة لمصدرها وصاحبها، حفظاً لنسب الأقوال وتقريراً لمصدرها⁽⁵⁹⁾. وذلك يساعد العقل على الحكم على صحة مرجعية الأفكار، وبالتالي التعامل معها بما يليق بها. فيتمكّن من إرجاع الفكرة الباطلة لأصلها الباطل، والفكرة الصحيحة لأصلها الصحيح، وبذلك يحرر العقل من الانصياع لسلطان الخرافة من جهة، وسلطان التقدم العلمي من جهة أخرى، فإن التقدم العلمي، وإن كان له وجه علمي تطبيقي يستفيد من الإنسان في الجملة - وليس هو محل الإشكال، إلا أن له وجهًا عقديًا أيديولوجيًا - وهو محل الإشكال - يرى في التقدم العلمي سببًا لحل مشكلات الكون، والاستغناء عن الإله وتأليه الإنسان، فالعلم وفق هذا المنطق سيقضي على الأمراض، وسيحل الألغاز الوجودية، وسيسيطر على فيزياء الكون، وربما خلد العلم الإنسان.

2. تلقي المعلومات من مصادرها، وانتقاء مصادر المعلومات.

فحيث إن الإنسان بطبعه مخلوق تصديقي، وليس إنكارياً، أي يميل بطبعه غالباً لتصديق المعلومة الأولى وليس إنكارها، فما من شك في أن المعلومة الأولى تعدّ أخطر معلومة على الإطلاق، فمن يسبق إلى إيصال المعلومة الأولى إلى الناس يسبق إلى احتلال عقولها.

قال رسول الله ﷺ: «كل مولود يولد على الفطرة، فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه»⁶⁰. ذلك أن الفكرة الأولى تأتي للعقل وهو خالٍ منها، فتكون هي القاعدة التي ينطلق منها، ويحكم بها المعلومات اللاحقة، ومع تتابع المعلومات الأولى عليه، تتكون عنده منظومة محكمة، يصبح اعتناقه لها راسخاً، يصعب زحزحتها من عقله؛ ولذا يعدّ تصحيح المفاهيم الأولى أصعب من تكوينها؛ ولذلك قال ابن تيمية: «لا تجعل قلبك للإيرادات والشبهات مثل السفنجة، فيتشربها، فلا ينضح إلا بها، ولكن اجعله كالزجاج المصمتة، تمر الشبهات بظاهرها ولا تستقر فيها، فيراها بصفائه، ويدفعها بصلابته، وإلا فإذا أشربت قلبك كل شبهة تمر عليك صار مقرراً للشبهات»⁽⁶¹⁾.

ولذلك يقع على مسؤولية الفرد:

أ. التأكد من صحة ما يعرض عليه من معلومات، ومدى أصالتها وصدق مصدرها، فيقبلها إن ثبت عنده صحتها أو يرفضها.

وقد جاء ذلك في التوجيه الرباني في قوله تعالى: ﴿إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا﴾ [الحجرات: 6]؛ حيث أمر الله بالتثبت قبل القبول⁽⁶²⁾، فقوله تعالى: «فتبينوا»:

(58) التحرير والتنوير، ابن عاشور، (16/101).

(59) مقصد حفظ العقل، غماز، (ص: 81)؛ سماحة الإسلام في حفظ العقل، الفهيد، (ص: 133-134)؛ ورقة علمية عن كتاب «مشكلة العلوم الإنسانية: تقنياتها وإمكانية حلها» للدكتورة مكي الحولي، ليلي إبراهيم محمد العصيلي، الثقافة والتنمية، العدد 164، ص 20، (ص: 266).

(60) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الجنائز، باب ما قيل في أولاد المشركين، (2/100)، ح: 1385.

(61) ابن القيم: مفتاح دار السعادة، (1/395).

(62) القرطبي أحكام القرآن، (16/283).

(63) أنوار التنزيل، البيضاوي، بتصرف، (5/134).

(64) قواعد قرآنية، عمر المقبل، (ص: 163).

(65) أعلام الموقعين لابن القيم، (28-4/27).

(66) تفسير القرآن، السعدي، (ص: 441).

- تأذي القدرات: فالمتفرج يتضرر جسمياً ونفسياً وفكرياً بسبب نمط استهلاكه للصور، بتبئد الحس، وعقم الخيال، ونحو ذلك.

- الإغراق في التوهم: فوسائل التواصل الاجتماعي نقلت الصور من وضع المحاكاة إلى وضع إبدال الوهم بالحقبة، ويشمل ذلك أولوية الصورة على الخبر، ونقل أوصاف الشيء المصور على الصورة المبتوثة، وتقديم الصورة المبتوثة على الشيء المصور.

- الوقوع في التلصص: بامتزاج التفرج بشهوة النظر، وما يترتب عليه من امتزاج شهوة النظر بشهوة الجنس في النظر إلى الصور الإباحية.

- التشبع بالعنف: فالصور الإعلامية توجج ميول العنف عند الإنسان.

قال ابن عاشور عن تأثر النفوس بالمحسوسات: «فطرة الله جعلت إدراك المحسوسات أثبت من إدراك المدلولات البرهانية»؛ ولذا فإن «النفوس أميل للمحسوسات»، وكان «تأثير العلم الحسي على المزاج الإنساني أقوى من العلم العقلي على تفاصيل الكيفيات التي تحبها النفوس، وترتمى إليها الشهوات»⁽⁷⁵⁾؛ ولذا نجد أن تلك الآفة تورث الشرود الفكري والأخلاقي الذي ينقل المتفرج تحت تحدير الصورة إلى الحال التماهي، مع دلالة المصورات المادية والمعنوية⁽⁷⁶⁾.

آفة التجسس: حددت علاقة الإنسان المعاصر بما خفي عنه من معلومات⁽⁷⁷⁾، وترتب عليها = وقوع المتلقي في سلطة العلم التي تولد عنها خمس آفات متفرعة عنها منها⁽⁷⁸⁾:

- الغلو في المراقبة: من خلال وضع أخبار المحتفى به تحت التنبيه والملاحظة على شكل (الترصدة، القرصنة، الاختراق، السرقة) فيستعين بمجده التقنيات الإعلامية والتواصلية الحديثة على «المراقبة» بالعين المجردة أو العين الآلية، لأغراض مختلفة نبيلة أو غير نبيلة، وساهم في تفعيل هذه الآفة:

أ. الرقمنة = وهي عملية التحويل الرقمي للبيانات إلى شكل رقمي لأجل تخزينها ومعالجتها بواسطة الحاسب الآلي، سواء كانت هذه البيانات مسموعات أو نصوصاً مطبوعة أو صوراً، سواء كانت صوراً فوتوغرافية، أو إيضاحات أو خرائط، أو غير ذلك.

ب. الاندماج والتصغير = ويقصد به دمج البيانات وتجميعها في متنقات بالغة الصغر والدقة، تسمى: «النانو تكنولوجيا».

- النفوذ إلى باطن الأشياء: حيث يرى المتجسس حقة في العلم بواطن الأمور، والسعي لكشفها، من خلال تحليل صور المتبوع أو أقواله، أو حتى تحليل حركات الجسد له في الأماكن العامة، أو بالاختراقات الإلكترونية إلى الممتلكات الخاصة المادية والمعنوية، بالاستعانة بالتقنيات الحديثة، مما يؤدي إلى ممارسات إلى هتك الباطن بدواع مشروعة أو غير مشروعة في غالب الأحيان.

- النفوذ إلى الحياة الخاصة: وذلك من خلال توغل المتجسس إلى معرفة تفاصيل البيانات الخاصة للمحتفى به وخصائصه، بل والسبق في الوصول إليها - وأحياناً بشكل حصري - والاستثمار فيها تسويقاً وتشويقاً وابتزازاً بشكل مباشر ومقصود أو بشكل غير مباشر وعفوي، أمراً متاحاً في ظل إتاحة التقنيات

(75) التحرير والتنوير، ابن عاشور، (14/159).

(76) دين الحياة، عبد الرحمن طه (من الفقه الاتنماني إلى الفقه الاتنماني)، (ص: 32-26).

(77) المنظور الاتنماني لطف عبد الرحمن، لصلح، (ص: 266).

(78) المنظور الاتنماني لطف عبد الرحمن، لصلح، (ص: 266)؛ الفلسفة الاتنماني وبناء نموذج الرشد الإعلامي محمد البشير طبه، (ص: 16) وما بعد؛ دين الحياة، عبد الرحمن طه، (ص: 215) وما بعدها.

الرعاية على الذات في التأثر بما وبمن فيها من جهة ثالثة؛ ذلك أن المبدأ الأساسي الذي تقوم عليه وسائل التواصل الاجتماعي - وأي تجمع إنساني - هو الاتصال، والذي يقتضي المشاركة مع الآخر، الأمر الذي يتطلب أن يظهر الآخر في «الأنا»، وأن يتمثل «الأنا» في الآخر، فالاتصال والتفاعل ولعب الأدوار بفاعلية يتم عن طريق قبول المحتوى لدى أعضاء المجتمع الافتراضي، ومرجعته المعرفة والثقافية⁽⁶⁷⁾.

ويعكس هذا الإشكال الآلية التي تعمل فيها سيكولوجية وسائل التواصل الاجتماعي في التنظيم والتحكم وهو: رغبة الغالبية وهذا مؤثر في مقصد العقل بالعدم من جهة تأثير قوة العقل الجمعي على عقل الفرد واختياره. قال ابن تيمية: «فإنَّ النَّاسَ كَأَسْرَابِ الْقَطَا؛ يَجْبُولُونَ عَلَى تَشَبُّهِ بَعْضِهِمْ بِبَعْضٍ. وَهَذَا كَانَ الْمُبْدِئُ بِالْخَيْرِ وَالشَّرِّ: لَهُ مِثْلُ مَنْ تَبِعَهُ مِنَ الْأَجْرِ وَالْوَزْرِ كَمَا قَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «مَنْ سَنَّ سُنَّةً حَسَنَةً فَلَهُ أَجْرُهَا وَأَجْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ؛ مِنْ غَيْرِ أَنْ يَنْقُصَ مِنْ أَجْرِهِمْ شَيْئاً؛ وَمَنْ سَنَّ سُنَّةً سَيِّئَةً فَعَلَيْهِ وَزْرُهَا وَوَزْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ؛ مِنْ غَيْرِ أَنْ يَنْقُصَ مِنْ أَوْزَارِهِمْ شَيْئاً» وَذَلِكَ لِأَشْتِرَاكِهِمْ فِي الْحَقِيقَةِ.....»⁽⁶⁸⁾، ولا شك أن تلك الآلية تعزز من أهداف وسائل التواصل الاجتماعي، التي منها: تحقيق التقارب الذهني، تنميط الاتجاهات، زيادة اندماج الشخص في الجماعة، وبالتالي يزيد من درجة اندماج الذوات في (النحن)⁽⁶⁹⁾.

الإشكال الثالث: يقوم الجانب السلبي في وسائل التواصل الاجتماعي على تعظيم حاجة الفضول، في بعدين أساسيين:

أ. فضول النظر. ب. فضول العلم.

وعمدت من خلال الإستراتيجيات السابقة إلى تخليق عدد من الآفات والمزالق في علوم الإعلام والاتصال، مرتبطة بتلك الحاجات، فنشأ عن فضول النظر آفة التفرج، وعن فضول العلم آفة التجسس، وعنهما معا آفة التكتشف⁽⁷⁰⁾.

آفة التفرج: حددت علاقة الإنسان المعاصر بالشاشة⁽⁷¹⁾. وقد ترتب عليها = وقوع المتلقي في سلطة الحس، فحيث كان النظر أحد وجوه الحضارة المعاصرة، فقد نقلت الإنسان المعاصر من وضعية النظر إلى وضعية المتفرج الذي يستمتع بالصورة، فأصبح التوسُّط بالصور واسطة إلى المدركات الأخرى⁽⁷²⁾، وترتب على إطلاق البصر فيها، أن ترى العين غير المقدور عليه على غير ما هو عليه⁽⁷³⁾ فتفرع عن هذه الآفة عدد من المزالق الأخرى مثل⁽⁷⁴⁾:

- الرغبة في تملك المصورات: إذ إن نظر المتفرج يزدوج باللمس، فكأن عينه أصبحت يداً تمسك المنظور إليه.

(67) المنظور الاتنماني، لطف عبد الرحمن، (ص: 263).

(68) مجموع الفتاوى، ابن تيمية، (28/150).

(69) مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام، مجدي، (ص: 24).

(70) الفلسفة الاتنماني وبناء نموذج الرشد الإعلامي مقارنة نظرية لبناء استراتيجية الإعلامية الأخلاقية «مسددة» في سياق منظومة الفقه الاتنماني للفيلسوف المغربي «طه عبد الرحمن»، محمد البشير طبه، مؤتمر أخلاقيات الممارسة العالمية وتزييف الوعي في عامل مضطرب، في الفترة 25/26، (ص: 10).

(71) المنظور الاتنماني لطف عبد الرحمن: نحو نموذج تأصيلي في علوم الإعلام والاتصال، عائشة لصلح، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، العدد 2، المجلد 10، (ص: 265).

(72) المرجع السابق.

(73) الفروع، ابن مفلح، (8/181).

(74) المنظور الاتنماني لطف عبد الرحمن، لصلح، (ص: 265)، الفلسفة الاتنماني وبناء نموذج الرشد الإعلامي، محمد البشير طبه، (ص: 15) وما بعد؛ دين الحياة، عبد الرحمن طه: (ص: 89) وما بعدها.

كالمختوم عليه في عدم الانتفاع بالمواظع والبراهين، وقبله كالمختوم عليه في عدم نفوذ النصائح ودلائل الأدلة إليها، وبصره كالمغطى بغشاوات فلا ينتفع بمشاهدة المصنوعات الإلهية الدالة على انفراد الله بالإلهية، وعلى أن بعد هذا العالم بعثاً وجزءاً⁽⁸³⁾.

ويعكس هذا الإشكال المبادئ التي تنطلق منها سيكولوجية وسائل التواصل الاجتماعي في التنظيم والتحكم، مثل: الغاية تبرر الوسيلة، تقديس العلم المجرد، تعزيز الفردانية والمادية، ويظهر ذلك من خلال: تقديسه للعلم بدمج العلوم المختلفة - وهي الوسيلة -، للتأثير في الفرد والمجتمع - وهي الغاية - وفق أهداف مادية يختارها الأقوى من أصحاب رأس المال والفكر، الذين يوجهون: السوق والأفكار والمعتقدات والسياسة، من خلال: تعزيز الفردانية والحرية والمادية، وتسليح كل شيء بما فيها القيم.

عند النظر في هذه الإشكالات جميعها، يمكن الجزم أن وسائل التواصل الاجتماعي قائمة على نظام تقني يقوم على أسس وأخلاق الحداثة الرأسمالية، وأما تؤسس لنظام اجتماعي يبتغي السيادة على الكون بعقله ومادته. وهذا يناهض عبودية الإنسان لله⁽⁸⁴⁾، إلا إذا التزم الفرد بالضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي. فوسائل التواصل الاجتماعي في نظر الشرع لا تعدو كونها أداة، والحكم عليها مرتبط بالفعل الذي يتم من خلالها من جهة، ومتعلق بالفاعل الذي قام به من جهة أخرى؛ ولذا كان لزاماً تحديد العلاقة بين وسائل التواصل والفاعل، من خلال ضبط الفعل المتوجه عليها بالضوابط الشرعية، وفيما يلي التفصيل فيها.

المبحث الرابع: الضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على ضوء قاعدة الإباحة.

لما كانت وسائل التواصل الاجتماعي صورة جديدة لترجمة ما يحصل في الأعين والأسماع والجوارح والعقول من أحداث وانفعالات وأحاسيس وأفكار، فهي لا تعدو أن تكون وسيلة ينطوي عليها تصرفات ومقاصد المكلفين؛ وحيث يرتبط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بقضية الحرية في الاستخدام والتوظيف؛ فإن قاعدة الإباحة تحكم علاقة وسائل التواصل الاجتماعي مع المكلفين في تصرفاتهم ومقاصدهم.

فهي كأداة تندرج تحت القاعدة الشرعية: الأصل في الأشياء الإباحة⁽⁸⁵⁾، إلا أن حكم إباحتها الإجمالي مرتبط بمنفعتها المتغيرة منها من جهة، وبالمصلحة المترتبة عليها من جهة أخرى. وهذا مدار قاعدة الإباحة التي تعتبر من أهم القواعد المقاصدية في الشريعة الإسلامية⁽⁸⁶⁾.

وعليه؛ يمكن القول إنه لا يمكن أن يكون مباح من المباحات ممنوعاً من حيث الجملة؛ إذ المباحات من الله تعالى، وما دامت بمهذبة الحيشية فإن منع التعاطي منها تنكّر لمنة الله، وتجاهل لنظام الكون. وفي المقابل لا يمكن أن يكون المباح مباحاً بالكلية، وإلا ترتب عليها ما لا يرضاه الشرع أو إخلال بمقصد من المقاصد⁽⁸⁷⁾.

للجميع، وساهم في ذلك تداخل المساحات بين ما هو خاص وما هو عام، في ظل قوانين التمدن المعاصرة.

- طلب الإحاطة بكل شيء: فما البث المباشر وبرامج الواقع إلا نوع استجابة من المخفي لسلمة المتجسس.

- الرغبة في التحكم في كل شيء: فعلى الرغم من اختلاف أهداف التجسس، سواء كان تجسساً شخصياً أو جماعياً أو مؤسسياً، وسواء كان على أفراد أو جماعات أو عوالم بأسرها؛ يظل مسعى التحكم في المتجسس عليه هو السمة الغالبة على الفعل (سياسياً أو اقتصادياً أو أمنياً أو نفسياً أو غير ذلك).

وليست هذه الآفة إلا انعكاساً لتأثير الإنسان المعاصر بفكر الحداثة، واستجابة إلى نزعة التأله؛ إذ التجسس المعاصر هو الصورة البصرية التي اتخذها التأله في الحياة المعاصرة، وما تلك الآفات الخمس إلا آفات نفسية، تعكس في عمقها منازعات للخالف عزّ وجلّ في صفاته التي تدل عليها أسماؤه الحسن: الرقيب، الخبير، اللطيف، العليم، المهمين⁽⁷⁹⁾.

آفة التكشف: حدّدت علاقة الإنسان المعاصر بالآخر الناظر إليه، متفرجاً كان أو متجسساً أو ناظراً غير متفرج ولا متجسس⁽⁸⁰⁾. وترتّب عليها = وقوع المتلقي في سلطة الهوى التي تولد عنها خمس آفات متفرعة عنها، منها⁽⁸¹⁾:

- إبداء الكل: بإظهار المتكشّف كل شيء من حالته الجسمية والنفسية تحت ذريعة: ممارسة حقه في الحرية وتلبية رغبته في الصدق. وهذا التكشّف عمومي، بمعنى أن الجميع يتكشّف للجميع، فلم يعد التكشّف موقوفاً على الخاصة من الناس، بل شمل العامة دنيهم وشريقتهم، فالتكشّف في المجتمع المعاصر لم يعد مجرد مسألة سلوكية ولكنها مسألة وجودية.

- إبداء الباطن: بإفشاء المتكشّف أسراره ونشرها في الفضاء الخاص من شبكات التواصل. وهو الجزء الذي يتعلق بما لا يقع فيه الاشتراك مع الآخرين، إن بعضاً أو كلاً.

- حب الوجود: حيث يعتبر المتكشّف أن وجوده رهين بظهوره واشتهاره سعة وقيمة في تلك الوسائل والشبكات.

- حب الذات: إذ يعشق المتكشّف صورته أو جسمه أو نظره. فعلى الرغم من أن المتكشّف يتعلق بالآخرين في وجوده، إلا أنه لا يتعلق بهم لذواتهم، بقدر ما يتخذهم واسطة إلى التعلق بذاته هو، وقد أطلق على هذا التكشّف المتصل: التكشّف الذاتي إن صورة أو نظراً أو جسماً.

- استهواء الآخر: من خلال حرص المتكشّف على التأثير في الآخرين؛ ليجعلهم يتكشّفون كما تكشف. فلئن كان المتكشّف يتوسط بالآخر مرآة له في الآفة السابقة، فإنه بهذه الآفة يتعدى بهذا التوسط إلى الغواية والإغواء، واستهواء الآخرين جلباً لأنظرتهم أو أسماعهم، أو حملاً لهم على ممارسة التلصص معه.

وأنت ترى أن آفة التكشف وما يندرج تحتها من آفات ليست إلا صورة من صور الوقوع في سلطان الهوى⁽⁸²⁾، بحيث يعتاد المتكشّف اتباع ما تشتهيه نفسه، «بحيث لا يستطيع حملها على المصابرة والرضا بما فيه كراهية لها. فيصير سمعه

(79) دين الحياء، عبد الرحمن طه، (ص: 223).

(80) المنظور الاتماني لطف عبد الرحمن، لصليح، (ص: 267).

(81) المنظور الاتماني لطف عبد الرحمن، لصليح، (ص: 267)؛ الفلسفة الاتمانيّة وبناء أنموذج الرشد الإعلامي، محمد البشير طبه، (ص: 18) وما بعد؛ دين الحياء، عبد الرحمن طه، (ص: 260) وما بعدها. (82) يعرف الهوى بأنه: ميل النفس إلى ما تستلذه من الشهوات من غير داعية الشرع (الجزائري، علي، التعريفات، تحقيق: إبراهيم الأبياري، بيروت: دار الكتاب العربي، ط1، 1/320)، وقيل: نزوع النفس لسفل شهواتها في مقابلة معتلى الروح المنبعث انبساطه (الناوي، محمد عبد الرؤوف، التوقيف على مهمات التعاريف، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 1990م، ص: 344)، وفي تعريف اتباع الهوى قيل أنه: ترجيح ما يحسن لدى النفس من الناقص المحبوبة على ما يدعو إليه الحق والرشد (التحرير والتنوير، ابن عاشور، 9/177).

(83) التحرير والتنوير، ابن عاشور، (25/358) - بتصرف.

(84) روح الحداثة للدخل إلى تأسيس الحداثة الإسلامية، المركز الثقافي العربي، عبد الرحمن طه، (ص: 78).

(85) المنثور في القواعد الفقهية، الزركشي، (ص: 1/176).

(86) فالمباح من حيث النظر إليه في نفسه من غير اعتبار أمر خارج = مباح بالجزء، ومن حيث النظر إليه بحسب الأمور الخارجة = مطلوب بالكل - طلب فعل أو طلب ترك -، فالمباح بالجزء مطلوب بالكل أو منهي بالكل حسب موافقته للمبادئ الكلية المقررة في الشريعة أو منافقتها أو باعتبار ما هو خادم له، فإن كان خادماً لأصل ضروري أو حاجي أو تكميلي - أي خادماً لأصول الشريعة الكلية الثابتة - كان مطلوباً بالكل مباحاً بالجزء، وإن كان خادماً لأمر مطلوب الترك، مناقضاً لهذه الأصول المعتمدة كان مباحاً بالجزء، والملازمة عليه منهي عنها. انظر الشاطبي: الموافقات 1/203 وما بعدها.

(87) انظر: الموافقات، الشاطبي (1/226).

لتؤكد هذا المعنى، فعن النبي ﷺ قال: «لأعلمن أقوامًا من أممي يأتون يوم القيامة بمجنات أمثال جبال تحمة بيضاء، فيجعلها الله عز وجل هباءً منثورًا». قال ثوبان: يا رسول الله صفهم لنا، جلهم لنا، أن لا نكون منهم ونحن لا نعلم. قال: «أما أنهم إخوانكم ومن جلدتكم، ويأخذون من الليل كما تأخذون، ولكنهم أقوام إذا خلوا بمحارم الله انتهكوها»⁽⁹²⁾.

2. إخلاص النية⁽⁹³⁾:

ويقصد به أن يتعامل كل مسلم مع وسائل التواصل الاجتماعي على نية مقبولة شرعًا: كنية خدمة الدين بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتقديم محتوى نافع هادف ناصح، أو تحقيقًا لصلة الأرحام، أو التقشف والترحم بالعلم النافع في الدين والدنيا، أو غير ذلك مما يترتب عليه مصالح دينية أو دنيوية، لا تتعارض مع الشريعة. وينوي الانصراف عن متابعة سفاسف الأمور وتافهها، والنأي عن مواطن الشبهات والمحرمات الحسية أو المعنوية. فعن عمر بن الخطاب عن النبي قال: إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى، فمن كانت هجرته إلى دنيا يصيبها أو إلى امرأة ينكحها فهجرته إلى ما هاجر إليه⁽⁹⁴⁾.

3. الالتزام بالتوجيهات الشرعية⁽⁹⁵⁾:

على الرغم من اشتغال وسائل التواصل الاجتماعي على مفساد، قد تأتي على الدين والنفوس والعقل والمال والعرض، إلا أن هذه الوسائل قد تكون سببًا في خدمة هذه المقاصد، وحفظها أيضًا، فمعيار استخدامها هو جلب المنافع، ودرء المفساد وكل ما يؤدي إليهما. وينبغي على ذلك أنه يتعين أن ينتبه الفرد لتصرفاته وسلوكياته في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث:

أ. متابعة الآخرين والمشاركة برأيه في التفضيلات والتعليقات وإعادة النشر، ونحو ذلك على المستوى الجزئي؛ لئلا يتسرب إليه مفساد محتوى الفاسدين من جهة، وينتفع بمحتوى النافعين من جهة أخرى، مع تجنب المواقع التي اجتمع فيها الأمان، بحيث لا يمكن التمييز والتفريق بينهما. قال الزركشي: «إذا لم يكن الكف عن المخطور إلا بالكف عما ليس بمحظور، كما إذا اختلط بالطاهر النجس كالدوم والبول يقع في الماء القليل أو الحلال والحرام، فيما أو يختلط أو يمتزج بحيث يتعذر التمييز، فيجب الكف عن استعماله ويحكم بتحريم الكل»⁽⁹⁶⁾ وهذا مبني على توجيه النبي صلى الله عليه وسلم في قوله: «إن الحلال بئز، وإن الحرام بئز، وبينهما مشبهات لا يغلفهن كثير من الناس، فمن اتقى الشبهات استبرأ لدينه، وعرضه، ومن وقع في الشبهات وقع في الحرام، كالراعي يرعى حول الحمى، يُوشك أن يرتع فيه، ألا وإن لكل ملك حمى، ألا وإن حمى الله محارمه، ألا وإن في الجسد مضعة، إذا صلحت، صلح الجسد كله، وإذا فسدت، فسدت الجسد كله، ألا وهي القلب»⁽⁹⁷⁾، وفي رواية «الحلال بئز، والحرام بئز، وبينهما أمور مشبهات، فمن ترك ما شبهة عليه من الإثم، كان لما استبان أترك، ومن اجتتر على ما يشك فيه من الإثم، أو شك أن يواقع ما استبان، والمعاصي جمى الله من يرتع حول الحمى يوشك أن يواقع»⁽⁹⁸⁾.

إن إباحة الأشياء إنما هي في تحيُّر أنواعها وأوقاتها، فإباحة الطعام في تميز أنواعه وأوقاته، لا في أصل الطعام، فعلى الإنسان أن يأكل ليحفظ حياته، وحفظ الحياة أمر مطلوب، وللرجل أن يتزوج أي امرأة شاء، ما دامت تحل له، ولكن مطلوب منه أن يتزوج وللإنسان أن يلهو لهوًا بريئًا، ولكن لا يقضي كل أوقاته لهو؛ ولذلك كان موضع الإباحة في أحوال خاصة، وليس موضوعها الأحوال العامة في كليته⁽⁸⁸⁾.

وقد قسم الشاطبي المباح من حيث خدمته للمطلوب إلى قسمين:

القسم الأول: أن يكون خادماً لأمر مطلوب الفعل. وهذا هو المباح بالجزء، المطلوب الفعل بالكل «كالاستمتاع بالحلال من الطيبات، فإن الدوام فيه بحسب الإمكان من غير سرف مطلوب، من حيث هو خادم لمطلوب، وهو أصل الضروريات».

القسم الثاني: أن يكون خادماً لأمر مطلوب الترك، وهذا هو المباح بالجزء، المطلوب الترك بالكل، بمعنى أن المداومة عليه منهي عنها؛ كترك الدوام على التنزه في البساتين، وسماع تغريد الحمام، والغناء المباح، فإن ذلك هو المطلوب الترك⁽⁸⁹⁾.

قال: «وليجب أن كل مباح ليس بمباح بإطلاق، وإنما هو مباح بالجزء خاصة، وأما بالكل؛ فهو إما مطلوب الفعل، أو مطلوب الترك»⁽⁹⁰⁾.

ويظهر أثر هذه القاعدة عند تطبيقها على وسائل التواصل الاجتماعي في تصرفات المكلفين ومقاصدهم، كالاتي:

- أنها مباحة بالجزء مطلوبة بالكل = باعتبارها وسيلة من وسائل الدعوة إلى الله والعلم والتثاقف، والتواصل الإنساني النافع، فإنها مباحة بالجزء مطلوبة بالكل، ويعني ذلك أن تركها في بعض الأحيان، ومن مجموعة من الناس مباح، أما تركها بالكلية فذلك قد يترتب عليه إخلال بمطلوب من المطلوبات، ألا وهو تحقيق جنس التواصل واستغلال هذه الوسيلة في النافع من الأمور، ويمكن أن يصدق ذلك على الدعاة والعلماء ومؤسسات الدولة؛ إذ هؤلاء هم المنوط بهم الدعوة وبيان الحقائق، والرد على الشبهات بالنسبة للأمة. كما يصدق في حق من لا سبيل عنده للتواصل مع أقاربه وأهله؛ بسبب بُعد الديار أو غيره.

- أنها مباحة بالجزء منهي عنها بالكل = في حق عموم الناس، ممن يمتلك وسائل أخرى للتواصل كالتواصل الطبيعي، ولا يحتاج لمثل هذه الأشياء إلا في أغراض تعليمية أو ترفيهية، فيجوز له التعاطي معها للتعليم والدراسة والتثاقف، وفوق هذا الحد مما يتعلق بالترفيه، فإنها مباحة بالقدر الذي لا يدخل في اللهو المحرم، ولا يمنع من الفرائض، مما تعتبر زيادته ترفاً وتضييعاً للوقت لا يرضاه الشرع، وقد يعاقب عليه، وهذا هو المباح بالجزء، المطلوب الترك بالكل، ويتأكد ذلك إذا علم عودها عند الإسراف - على مقصد العقل بالعدم من وجوه عدة.

ويتأمل هذه الآثار؛ يمكن وضع الضوابط الشرعية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، على الشكل الآتي:

1. استشعار مراقبة الله تعالي⁽⁹¹⁾:

نظراً للحرية التي تعطى هذه الوسائل لمستخدميها، والفضاء المفتوح أمامه من جهة، وتسرب سلطة الحس والعلم والهوى فيها - كما مر -، فلا يعول إلا على استشعار الرقابة الإلهية لتصرفات الإنسان وسلوكه، ومراقبته الذاتية لما يمر على مداخل الإدراك (البصر - السمع - الفؤاد) من خلالها. وقد جاءت النصوص

(88) أصول الفقه، محمد أبو زهرة، (ص: 47).

(89) ينظر: الموافقات، الشاطبي (1/224).

(90) المرجع السابق، (1/226).

(91) الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الإلكترونية، طه الزبيدي، (ص: 24).

(92) أخرجه ابن ماجه في سننه، كتاب الزهد، باب ذكر الذنوب، (2/418)، ح: 4245، وصححه الألباني في السلسلة الصحيحة (2/32)، ح: 505، وقال: «وهذا إسناد صحيح رجاله ثقات».

(93) الزبيدي: الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الإلكترونية (ص: 25).

(94) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي، (1/6)، حديث رقم 1.

(95) الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الإلكترونية، طه الزبيدي: طه، (ص: 26).

(96) البحر المحيط في أصول الفقه، الزركشي، (1/341).

(97) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الإيمان، باب فضل من استبرأ لدينه، 1/20، ح: 52.

(98) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب البيوع، باب الحلال بين والحرام بين وبينهما مشبهات، (3/53)، ح: 2051.

الخلاصة:

انتهى البحث إلى عدد من النتائج والتوصيات، تفصيلها كالآتي:

أولاً: النتائج:

انتهى البحث إلى عدد من النتائج، تلتخص في الآتي:

1. تعرف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: «تقنيات معاصرة، تنتشر عبر شبكات إلكترونية، يمكن من خلالها التواصل الدائم بهدف تحقيق مطلق الاتصال، أو تبادل الخبرات والمهارات والموايد المختلفة، مرئية ومكتوبة ومسموعة، إلى جانب القدرة على الاتصال الشعوري القلبي؛ تعزيزاً لشراكة إنسانية، أو أسرية، أو شخصية».

2. يعتبر تاريخ المصطلح عتبة مهمة لبيان حقيقته من خلال أدواره التي أداها على مدار تاريخه، إلى جانب القدرة على استنتاج جدوى هذه الآلية، واستبطان أدوارها، ومعرفة آثارها.

3. تميّزت وسائل التواصل الاجتماعي بعدد من الخصائص والمزايا، جعلتها تحظى بأهمية بالغة لدى شتى أفراد المجتمع، ومن أهم هذه الخصائص: السرعة، والمرونة، واللامحدودية والانتشار، وسهولة الاستخدام، والاقتصاد والتوفير، والإخبارية والإعلانية، والعالمية وإزالة القيود المفروضة في العالم الحقيقي، وتوفير مستودعات للمخزون المعرفي للمجتمع.

4. تهدف أي عملية اتصال أو تواصل في مجملها إلى تغيير في المعلومات، والاتجاهات، والسلوكيات.

5. يمكن توظيف واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في شتى المجالات، وبمختلف الاستخدامات السلبية أو الإيجابية.

6. تعرف سيكولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: العلم الذي يدرس تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في العقل والسلوك.

7. لوسائل التواصل الاجتماعي عدد من الإستراتيجيات للتأثير في العقل والسلوك البشري، من أهمها: التحفيز (الوكز السلوكي) - الإيحاء - العقل الجمعي.

8. لوسائل التواصل الاجتماعي عدد من الأدوات والخواص التي تسخرها في التأثير، منها: النشر - الاقتراحات - التسويق للمحتوى - الوسم (الهاشتاق) - الوسم المتصدر (الترند) - التعليقات - التتبع والمتابعة للغير.

9. يعرف حفظ العقل في الشرع بأنه: حفظ عقول الناس من أن يدخل عليها خلل؛ لأن دخول الخلل على العقل مؤدّب إلى فساد عظيم، من عدم انضباط التصرف، فدخول الخلل على عقل الفرد مفضّ إلى فساد جزئي، ودخوله على عقول الجماعات وعموم الأمة أعظم.

10. للشريعة في حفظ العقل رتبتان، هما: حفظ أصل العقل ومادته - سواء من جهة الوجود أو العدم -، وحفظه بمعرفة حدوده وموقعه من الشرع.

11. للشريعة في حفظ العقل عدد من الوسائل، من أهمها: إرجاع كل فكره لمصدرها وصاحبها، وتلقي المصلوبات من مصادرها، وانتقاء مصادر المعلومات.

12. من أهم الأشكال التي تثيرها وسائل التواصل الاجتماعي على العقل:

- ازدواجية وسائل التواصل في الجانب المعرفي، ويعكس هذا الإشكال الأساس الفكري الذي تنطلق منه سيكولوجيا وسائل التواصل الاجتماعي هو: الحرية بمعناها الرأسمالي.

- ارتحان تأثيرها بمدى الإيغال في استخدامها من جهة، ومدى الوعي بأساليب تأثيرها من جهة أخرى، ومدى الرقابة على الذات في التأثر من جهة ثالثة،

ب. تحديد الأوقات التي يقضيها على وسائل التواصل، والهدف من استخدامها؛ لئلاً يقع في حبل استدراجها للمحرمات والشبهات من جهة، ولئلاً يضيع عليه الوقت دون تحقيق فائدة تعود عليه بخيري الدنيا والآخرة من جهة أخرى. فعن النبي صلى الله عليه وسلم قال: «لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يسأل عن عمره فيما أفناه وعن علمه فيما فعل به، وعن ماله من أين اكتسبه وفيه أنفقه، وعن جسمه فيما أبلاه»⁽⁹⁹⁾.

ج. عدم الغفلة عن أداء الحقوق والواجبات الأخرى، فعلى الرغم من أن تصفح وسائل التواصل الاجتماعي لا يخلو من هدف ما، عظم أو صغر، جلّ أو تفه، غير أنه لا ينبغي أن يؤدي قضاء الوقت في تصفحها إلى تفويت حقوق أو واجبات دينية أو دنيوية، ناهيك عن الصد عن ذكر الله والطاعات. قال تعالى: ﴿وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ﴾ [البقرة: 190] وترك أداء الحقوق والواجبات نوع اعتداء.

4. الالتزام بالأخلاق والآداب الإسلامية⁽¹⁰⁰⁾.

لما كانت وسائل التواصل الاجتماعي -على اختلافات تطبيقاتها- معرضاً للأفكار والعادات والأحداث، ويياشر فيه الأفراد سلوكياتهم التي تعبر عما بدواخلهم تجاه ذلك كله، يتعيّن على الفرد على المستوى الجزئي، الالتزام بالآداب العامة والأخلاق الرفيعة، وأن يسوس نفسه على مقتضى حديث النبي صلى الله عليه وسلم فيما رواه أبو هريرة: «من كان يؤمن بالله واليوم الآخر؛ فليقل خيراً أو ليصمت»⁽¹⁰¹⁾. ويندرج تحت ذلك التوجيه النبوي في الجانب التطبيقي أمور، منها:

أ. التزام الصدق والأمانة، عن طريق التثبت من المعلومة وصدقها قبل إعادة نشرها من جهة، والابتعاد عن السبّ والشهير والغيبة والنميمة من جهة أخرى.

قال تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ وَأَلْبَسِي بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزَّلْ بِهِ سُلْطَانٌ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ [الأعراف: 33].

ب. التزام الحياء والعفة، عن طريق احترام خصوصيات الآخرين من جهة، والابتعاد عن التجسس وتتبع العورات من جهة أخرى.

قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا إِنَّكُم كُنْتُمْ أَن تَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ﴾ [الحجرات: 12].

ج. التزام الحق عن طريق: فحص المعلومات المنشورة، والتأكد من موقف الشرع منها من جهة، وترك الجدل وإثارة الفتن والشبهات والاسترسال في المباحات من جهة أخرى.

قال الشاطبي: «ليس كل ما يعلم مما هو حقّ يطلب نشره، وإن كان من علم الشريعة ومما يفيد علماً بالأحكام، بل ذلك ينقسم، فمنه ما هو مطلوب النشر، وهو غالب علم الشريعة، ومنه ما لا يطلب نشره بإطلاق، أو لا يطلب نشره بالنسبة إلى حال أو وقت أو شخص»⁽¹⁰²⁾.

(99) أخرجه الترمذي في سننه، كتاب أبواب صفة القيامة والرفائق والورع، باب في القيامة، (4/612)، ح: 2417، وقال: هذا حديث حسن صحيح.

(100) الضوابط الشرعية الزيدي، (ص: 27)

(101) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الآداب، باب من كان يؤمن بالله، (8/11)، ح: 6018.

(102) الموافقات، الشاطبي، (5/167).

الإفصاح والتصريحات:

تضارب المصالح: ليس لدى المؤلفون أي مصالح مالية أو غير مالية ذات صلة للكشف عنها. المؤلفون يعلنون عن عدم وجود أي تضارب في المصالح.

الوصول المفتوح: هذه المقالة مرخصة بموجب ترخيص إسناد الإبداع التشاركي غير تجاري 4.0 الدولي (CC BY-NC 4.0)، الذي يسمح بالاستخدام والمشاركة والتعديل والتوزيع وإعادة الإنتاج بأي وسيلة أو تنسيق، طالما أنك تمنح الاعتماد المناسب للمؤلف (المؤلفين) الأصليين. والمصدر، قم بتوفير رابط لترخيص المشاع الإبداعي، ووضح ما إذا تم إجراء تغييرات. يتم تضمين الصور أو المواد الأخرى التابعة لجهات خارجية في هذه المقالة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقالة، إلا إذا تمت الإشارة إلى خلاف ذلك في جزء المواد. إذا لم يتم تضمين المادة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقال وكان الاستخدام المقصود غير مسموح به بموجب اللوائح القانونية أو يتجاوز الاستخدام المسموح به، فسوف تحتاج إلى الحصول على إذن مباشر من صاحب حقوق الطبع والنشر. لعرض نسخة من هذا الترخيص، قم بزيارة:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

قائمة المصادر والمراجع:

- ابن تيمية، تقي الدين أحمد. مجموع الفتاوى. تحقيق عبد الرحمن بن محمد بن قاسم. الرياض: دار عالم الكتب، 1412هـ - 1991م.
- ابن دريد، أبو بكر محمد بن الحسن. جوهرة اللغة. بغداد: مكتبة المثنى، (د.ت).
- ابن عاشور، محمد الطاهر. التحرير والتنوير. تونس: الدار التونسية للنشر، 1984م.
- ابن عاشور، محمد الطاهر. مقاصد الشريعة الإسلامية. تحقيق محمد الحبيب ابن الخوجة. قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 1425هـ - 2004م.
- ابن فارس، أحمد. معجم مقاييس اللغة. تحقيق عبد السلام محمد هارون. دار الفكر، 1399هـ - 1979م.
- ابن قدامة، موفق الدين عبد الله المغني. تحقيق عبد الله التركي وعبد الفتاح الحلوي. ط6. دار عالم الكتب، 1428هـ - 2007م.
- ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر. إعلام الموقعين عن رب العالمين. تحقيق أبو عبيدة مشهور آل سليمان. ط2. دار ابن جوزي، 1433هـ.
- ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر. مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة. بيروت: دار الكتب العلمية، (د.ت).
- ابن ماجه، محمد بن يزيد القزويني. سنن ابن ماجه. تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي. دار إحياء الكتب العربية، (د.ت).
- ابن منظور، محمد بن مكرم. لسان العرب. ط3. بيروت: دار صادر، 1414هـ.
- أبو زهرة، محمد. أصول الفقه. القاهرة: دار الفكر العربي، (د.ت).
- أبو عرقوب، إبراهيم أحمد سلامة. الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. ط1. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 1993م.
- باه، محمد عبد الله. "بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي". مجلة مجمع الفقه الإسلامي، الدورة 25 (2023م).
- بخمة، رمضان بن. "شبكات التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي: مقارنة نظرية". مجلة رؤى للدراسات المعرفية والحضارية 1، المجلد 1 (2015م).
- البخاري، محمد بن إسماعيل. الجامع المسند الصحيح (صحيح البخاري). تحقيق محمد زهير الناصر. ط1. دار طوق النجاة، 1422هـ.
- بوذينة، نعيمة. "شبكات التواصل الاجتماعي تعدد الأنواع والاستخدام: دراسة نظرية". مجلة الحقوق للدراسات النفسية والاجتماعية 1، المجلد 3 (2018م).
- البيضاوي، ناصر الدين عبد الله. أنوار التنزيل وأسرار التأويل. ط1. بيروت: دار الكتب العلمية، 1408هـ - 1988م.
- الترمذي، محمد بن عيسى. سنن الترمذي. تحقيق أحمد شاكر وآخرون. ط1. مصر: مطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1395هـ - 1975م.
- الجوهري، إسماعيل بن حماد. الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية. تحقيق أحمد عبد الغفور عطار. ط4. بيروت: دار العلم للملايين، 1407هـ - 1987م.

ويعكس هذا الإشكال الآلية التي تعمل فيها وسائل التواصل الاجتماعي في التنظيم والتحكيم، وهو: رغبة الغالبية.

- يقوم الجانب السليبي في وسائل التواصل الاجتماعي، على تعظيم حاجة الفضول في بعدين أساسيين، هما: فضول النظر، وفضول العلم. ويعكس هذا الإشكال من خلال الآفات التي يخلقها (التفرُّج، التجسُّس، التكتُّف) - إلى أدوات وسائل التواصل في توجيه العقل والسلوك، وهي: تعزيز سلطة الحس والعلم والهوى.

13. تحكم قاعدة الإباحة علاقة وسائل التواصل الاجتماعي مع المكلفين في تصرفاتهم ومقاصدهم.

14. وسائل التواصل الاجتماعي، وإن كانت تندرج تحت قاعدة الإباحة الشرعية، إلا أنكم إباحتها الإجمالي مرتبط بمنفعتيها المتغاية منها من جهة، وبالمصلحة المترتبة عليها من جهة أخرى.

15. ويظهر أثر قاعدة الإباحة في وسائل التواصل الاجتماعي في تصرفات المكلفين ومقاصدهم في الحكم بأنها:

- مباحة بالجزء مطلوبة بالكل = باعتبارها وسيلة من وسائل الدعوة إلى الله، والعلم والتثاقف، والتواصل الإنساني النافع.

- مباحة بالجزء منهي عنها بالكل = في حق عموم الناس ممن يمتلك وسائل أخرى للتواصل، ولا يحتاج لمثل هذه الأشياء، إلا في أغراض تعليمية أو ترفيهية، فيجوز له التعاطي معها للتعلُّم والدراسة والتثاقف، وفوق هذا الحدِّ مما يتعلق بالترفيه؛ فإنها مباحة بالقدر الذي لا يدخل في اللهو المحرم، ولا يمنع من الفرائض، مما تعتبر زيادته ترفاً وتضييعاً للوقت لا يرضاه الشرع، وقد يعاقب عليه. ويتأكد ذلك إذا علم عودها - عند الإسراف - على مقصد العقل بالعدم من وجوه عدة.

16. من الضوابط الشرعية المطلوب اتباعها عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: استشعار مراقبة الله تعالي، إخلاص النية، الالتزام بالتوجيهات الشرعية، الالتزام بالأخلاق والآداب الإسلامية.

ثانياً: التوصيات:

يوصي البحث بالآتي:

1. ضرورة انعكاس وجهة النظر الشرعية على أخلاقيات التواصل الاجتماعي، في التشريعات القانونية.

2. أهمية دور الدعاة وطلبة العلم في حضورهم على وسائل التواصل الاجتماعي، سواء من جهة التنقيف وإزالة الشبهات ونحو ذلك، أو من جهة التوعية بأخلاقيات التواصل الاجتماعي.

3. ضرورة انضباط استخدامها الشخصي وفق أحكام الشرع وتوجيهاته؛ لما له أثر في مقصد العقل الشرعي.

والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات.

وصلى الله وسلم على المبعوث رحمةً للعالمين، وعلى آله وصحبه أجمعين.

الدعم المالي

يؤكد الباحثون أن هذا العمل العلمي لم يحصل على أي دعم مالي من أي جهة حكومية أو خاصة، وأنه تم إعداده وقبوله ذاتياً.

عبد المنعم، محمد محمد، والطاهر، الرشيد إسماعيل. "أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية". [بيانات النشر ناقصة].

العثمان، محمد بن صالح (ابن عثيمين). تفسير القرآن الكريم. ط1. مؤسسة الشيخ ابن عثيمين الخيرية، 1437هـ - 2016م.

العسكري، أبو هلال. الفروق اللغوية. تحقيق محمد إبراهيم سليم. القاهرة: دار العلم والثقافة، (د.ت). العصيلي، ليلي إبراهيم. "ورقة علمية عن كتاب مشكلة العلوم الإنسانية". الثقافة والتنمية 164، المجلد 20 (2021م).

علي، بروين حسين. "العقل الجمعي الإلكتروني وأزمة الوعي". حوليات آداب عين شمس، المجلد 51 (2023م).

عمر، أحمد مختار. معجم اللغة العربية المعاصرة. ط1. عالم الكتب، 1429هـ - 2008م.

عياض، أبو الفضل (القاضي عياض). مشارق الأنوار على صحاح الآثار. المكتبة العتيقة ودار التراث، (د.ت).

عربي، حنان، وبووزة، باية. "دور موقع اليوتيوب في تحقيق الإشباع السياسي". المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي 2، المجلد 9 (2022م).

غماز، أمين صالح ذياب. "مقصد حفظ العقل ودوره في تحقيق الأمن المجتمعي". مجلة الشريعة والقانون - جامعة الأزهر 35 (2019م).

غزال، محمد بن حبان (ابن حبان). روضة العقلاء ونزهة الفضلاء. تحقيق محمد محي الدين عبد الحميد. بيروت: دار الكتب العلمية، (د.ت).

الغزالي، أبو حامد. المستصفى من علم الأصول. تحقيق محمد سلمان الأشقر. ط1. مؤسسة الرسالة، 1431هـ - 2010م.

الفارابي، إسحاق بن إبراهيم. معجم ديوان الأدب. تحقيق أحمد مختار عمر. القاهرة: مؤسسة دار الشعب، 1424هـ - 2003م.

الفهيد، إبراهيم بن سلمان. "سماحة الإسلام في حفظ العقل". مجلة كلية دار العلوم - جامعة القاهرة 123 (2019م).

الفتي، إسماعيل. تاريخ علم النفس الحديث المدارس والاتجاهات. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2009م.

الفيومي، أحمد بن محمد. المصباح المنير في غريب الشرح الكبير. بيروت: المكتبة العلمية، (د.ت).

قلواز، إبراهيم. "دور شبكات التواصل الاجتماعي في صناعة قيم المواطنة". المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية 2، المجلد 3 (2018م).

القرطبي، محمد بن أحمد. الجامع لأحكام القرآن (تفسير القرطبي). تحقيق أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش. ط1. القاهرة: دار الكتب المصرية، 1384هـ - 1964م.

كتانة، دعاء عمر. وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأسرة المسلمة. (د.ت).

لصلح، عائشة. "المنظور الانتمائي لطفه عبد الرحمن". المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي 2، المجلد 10 (2023م).

محمد، خيرة. "استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة". المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات 1، المجلد 1 (2017م).

المقادري، خالد غسان يوسف. ثورة الشبكات الاجتماعية. الأردن: دار الفنائس للنشر والتوزيع، 2013م.

المقدسي، محمد بن مفلح. الفروع. تحقيق عبد الله التركي. ط1. مؤسسة الرسالة، 1424هـ - 2003م.

المقبل، عمر. قواعد قرآنية (50 قاعدة قرآنية في النفس والحياة). الرياض: مركز تدبير للاستشارات، 1433هـ - 2012م.

النجار، أحمد. الممارسات الدولية لوحدة تطبيق الاقتصاد السلوكي: الوكز ومتطلبات نجاحها. الكويت: مركز الكويت للاقتصاد الإسلامي، 2019م.

النجيمي، محمد بن يحيى. بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي وضوابطها ونشر المعلومات. (د.ت).

هزاع، مريم زايد. "كلية العقل حفظها وتمييزها لدى علماء النفس ومؤسسات التعليم والصحة النفسية بدولة قطر". رسالة ماجستير، 2020م.

حلمي، هبة عاطف. "القابلية للاستهواء في ضوء بعض المتغيرات الديموجرافية لدى عينة من المعاقين عقلياً". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة بنها، 2018م.

توفيق، ميمي محمد عبد المنعم، وآخرون. "شبكات التواصل الاجتماعي الناشئة والتأثير". مجلة كلية التربية - جامعة عين شمس 2، المجلد 24 (2018م).

إبراهيم، محمد عبد الله. "القابلية للإيحاء وعلاقتها بتصديق الأشياء وترديدها". مجلة البحوث الأمنية 24، المجلد 61 (2015م).

أبو عبيدة، نافذ ذيب. "التدابير الشرعية الوقائية لحفظ العقل". رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، 2011م.

حداد، جيهان مجت. المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي: دراسة أنثروبولوجية. (د.ت).

الحزامي، نوف عبد اللطيف. "مواقع التواصل الاجتماعي والعقل الجمعي: دراسة استقرائية". مجلة الزقاء للبحوث والدراسات الإنسانية 2، المجلد 21 (2021م).

الحمص، رولا. "إدمان الإنترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات الاتصالات الاجتماعي". مجلة كلية التربية - جامعة الأزهر، العدد 169 (2016م).

خضر، زمين. "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية". بحث مقدم لمؤتمر العلمي الأول: الأسرة وتحديات العصر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

خليل، محمد أحمد سيد. "فعالية العلاج بالواقع في تخفيف مستوى القابلية للإيحاء لدى طلاب الجامعة". المجلة المصرية للدراسات النفسية 107، المجلد 30 (2020م).

دراحي، ابتسام. "شبكات التواصل الاجتماعي: فضاء افتراضي للتواصل الإلكتروني". مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية 2، المجلد 1 (2017م).

دفون، محمد. "الشبكات الاجتماعية والمجتمع الافتراضي". مجلة التراث 2، المجلد 7 (2017م).

دويدار، عبد الفتاح محمد. علم النفس التجريبي المعلمي. الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر، 1997م.

الديهي، محمد إسماعيل. تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين. الإسكندرية: مكتبة الوفاء القانونية، 2015م.

زاهر، رامي. "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي". مجلة التربية - جامعة عمان الأهلية، العدد 15 (2003م).

الزبيدي، طه. الضوابط الشرعية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والألعاب الإلكترونية. بغداد: إصدارات المجمع الفقهي العراقي، 2018م.

الزركشي، بدر الدين محمد. البحر المحيط في أصول الفقه. ط2. الكويت: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، 1413هـ - 1992م.

الزركشي، بدر الدين محمد. المنثور في القواعد الفقهية. تحقيق تيسير فائق محمود. ط2. الكويت: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، 1405هـ - 1985م.

السبراني، عبد الجبار. موقع شخصي: al-sabhany.com. تاريخ الدخول: [أدخل التاريخ]. <https://al-sabhany.com/index.php/articles/item/85-behavioural-nudge>

السعدي، عبد الرحمن بن ناصر. تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان. تحقيق عبد الرحمن اللويحي. ط1. مؤسسة الرسالة، 1420هـ - 2000م.

السفاريني، شمس الدين محمد. غذاء الألباب في شرح منظومة الآداب. ط2. مصر: مؤسسة قرطبة، 1414هـ - 1993م.

سلامة، عبد الفتاح. "العقل البشري". دراسات عربية وإسلامية، الجزء 56 (2016م).

الشاطبي، إبراهيم بن موسى. الموافقات. تحقيق عبد الله دراز. ط1. بيروت: دار الكتب العلمية، 1411هـ. شقرة، علي خليل. الإعلام الجديد «شبكات التواصل الاجتماعي». عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، (د.ت).

الشرييني، لطفي. معجم مصطلحات الطب النفسي. الكويت: مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 2003م.

الصايم، محمد. قيمة العقل في الإسلام. مكتبة الزهراء، 1988م.

ضيف الله، عالية أحمد، والرفاعي، جميلة. "الوكز الاقتصادي". المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلد 12 (2023م).

طه، عبد الرحمن. دين الحياة (من الفقه الاتماري إلى الفقه الاتماني). 2017م.

طه، عبد الرحمن. روح الحداثة، المدخل إلى تأسيس الحداثة الإسلامية. ط1. المركز الثقافي العربي، 2006م.

طه، محمد بشير. "الفلسفة الاتماني وبناء نموذج الرشد الإعلامي". مؤتمر أخلاقيات الممارسة العلمية وتزييف الوعي، 2020م.

العالم، يوسف حامد. المقاصد العامة في الشريعة الإسلامية. الرياض: الدار العالمية للكتاب الإسلامي، 1994م.

عامود، بدر الدين. "التنويم المغناطيسي بين الإحيائية والإحيائية". المعرفة 53، العدد 608 (2014م).

عامود، بدر الدين. علم النفس في القرن العشرين. دمشق: اتحاد الكتاب العرب، 2001م.

عبايدية، مريم، وعاشور، صليحة. "فقه الموازنات وأثره في النوازل الفقهية المعاصرة". مجلة الإحياء 25، المجلد 20 (2020م).

عبد الخالق، أحمد محمد. أسس علم النفس. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2005م.

عبد الخالق، أحمد محمد. "الفروق في القابلية للإيحاء بين الأسوياء ومرضى القلق والفصامين". مجلة العلوم الاجتماعية 4، المجلد 38 (2010م).

عبد الله، مجدي أحمد محمد. مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام. ط1. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2008م.

Al-Shatby, Abw Eshaq Ebrahym Bn Mws. Almwafqat. Edited by 'Ebd Allh Draz. T1. Byrwt: Dar Alktb Al'Elmyh, 1411h.

Al-Zrkshy, Bdr Aldyn Mhmd Bn 'Ebd Allh. Albhr Almhyt Fy Aswl Alfqh. T2. Alkwyt: Wzarh Alawqaf Walsh'Ewn Aleslamy, 1992.

Al-Zrkshy, Mhmd Bn Bhadr. Almnthwr Fy Alqwa'ed Alfqhyh. Edited by Tysyr Fa'eq Ahmd Mhmwd. T2. Alkwyt: Wzarh Alawqaf, 1985.

Amy, Salh Dyab Ghmaz. "Mqsd Hfz Al'Eql Wdwrh Fy Thqyq Alamn Almjtm'Ey." Mjhlh Alshry'Eh Walqanwn, no. 35 (April 2019).

Bah, Mhmd 'Ebd Allh. "Byan Ahkam Wsa'el Altwasl Alajtma'ey." Mjhlh Mjm'E Alfqh Aleslamy (2023).

Bn 'Eashwr, Mhmd Altahr. Althryr Waltwyr. Twns: Aldar Altmw syh Llnshr, 1984.

Bn 'Eashwr, Mhmd Altahr. Mqsd Alshry'Eh Aleslamy. Edited by Mhmd Alhbyb Abn Alkhwhj. Qtr: Wzarh Alawqaf, 2004.

Bn Dryd, Abw Bkr Mhmd Bn Alhsn. Jmhrh Allghh. Bghdad: Mkt bh Almthna, n.d.

Bn Hban, Mhmd Bn Ahmd. Rwdh Al'Eqla' Wnzhh Alfdla'. Edited by Mhmd Mhy Aldyn 'Ebd Alhmyd. Byrwt: Dar Alktb Al'Elmyh, n.d.

Bn Majh, Abw 'Ebd Allh Mhmd Bn Zzyd. Snn Abn Majh. Edited by Mhmd F'Ead 'Ebd Albaqy. Dar Ehya' Alktb Al'Erbyh, n.d.

Bn Mfih, Abw 'Ebd Allh Shms Aldyn. Alfrw'E. Edited by 'Ebd Allh Bn 'Ebd Almhsn Altrky. T1. M'Essh Alrsalh, 2003.

Bn Mnzwr, Mhmd Bn Mkrm. Lsan Al'Erb. T3. Byrwt: Dar Sadr, 1414h.

Bn Qdamh, Abw Mhmd 'Ebd Allh Bn Ahmd. Almgny. Edited by 'Ebd Allh Altrky. T6. Dar 'Ealm Alktb, 2007.

Bn Qym Aljwzyh, Mhmd Bn Aby Bkr. E'Elam Almwq'Eyn 'En Rb Al'Ealmy. Edited by Mshhwr Bn Hsn Al Slyman. T2. Dar Abn Jwzy, 1433h.

Bn Qym Aljwzyh, Mhmd Bn Aby Bkr. Mftah Dar Als'Eadh Wmn shwr Wlayh Al'Elm Waleradh. Byrwt: Dar Alktb Al'Elmyh, n.d.

Bn Tymy, Tqy Aldyn Ahmd Bn 'Ebd Alhlym. Mjmw'E Alftawa. Edited by 'Ebd Alrhmn Bn Mhmd Bn Qasm. Alryad: Dar 'Ealm Alktb, 1991.

Bwdynh, N'Eymh. "Shbkat Altwasl Alajtma'ey T'Edd Alanwa'E Walaštkhdam: Drash Nzryh." Mjhlh Alhqwq Lldrasat Alnfsyh Walajtma'Eyh 3, no. 1 (2018).

Drahy, Abtsam. "Shbkat Altwasl Alajtma'ey: Fda' Aftrady Lltwasl Alalktrwny." Mjhlh Alrsalh Lldrasat Ale'Elamyh 1, no. 2 (2017).

Dwydar, 'Ebd Alftah Mhmd. 'Elm Alnfs Altrjryby Alm'Emly. Alesk ndryh: Almkbt Al'Elmy Llkmywtr, 1997.

'Eamwd, Bdr Aldyn. "Altnwym Almgnatysy byn Alehya'eyh Wa leyha'eyh." Alm'Erh 53, no. 608 (2014).

'Eamwd, Bdr Aldyn. 'Elm Alnfs Fy Alqrm Al'Eshryn. Dmshq: Athad Alktab Al'Erb, 2001.

'Eashwr, Slyhh, and Mrym 'Ebaydyh. "Fqh Almwaznat Wathrh Fy Alnwazl Alfqhyh Alm'Easrh." Mjhlh Aleh' 20, no. 25 (June 2020).

'Ebd Alkhalq, Ahmd Mhmd. Ass 'Elm Alnfs. T3. Aleskndryh: Dar Alm'Erh Aljam'Eyh, 2005.

'Ebd Alkhalq, Ahmd Mhmd. "Alfrwq Fy Alqablyh Lleyha' Byn Alaswya' Wmrda Alqlq Walfsamyyn." Mjhlh Al'Elwm Alajt ma'Eyh 38, no. 4 (2010).

مركز الحرب الناعمة للنشر والتوزيع. شبكات التواصل الاجتماعي: منصات للحرب الأمريكية الناعمة. بيروت، (د.ت).

List of Sources and References

Abw 'Erqwb, Ebrahym Ahmd Slamh. Alatsal Alensany Wdwrh Fy Alfta'el Alajtma'ey. T1. Alardn: Dar Mjdlawy Llnshr Waltwzy'e, 1993.

Abw Zhrh, Mhmd. Aswl Alfqh. Alqahrh: Dar Alfkr Al'Erby, n.d.

Al'Ealm, Ywsf Hamd. Almqasd Al'Eamh Fy Alshry'eh Aleslamy. Alryad: Alm'Ehd Al'Ealmy Llfkr Aleslamy, 1994.

Al'Eskry, Abw Hlal Alhsn Bn 'Ebd Allh. Alfrwq Allghwyh. Edited by Mhmd Ebrahym Slym. Alqahrh: Dar Al'Elm Walthqafh Llnshr Waltwzy'e, n.d.

Al'Ethymyn, Mhmd Bn Salh. Tfsyr Alqran Alkrym. T1. Esdات M'Essh Alshykh Abn 'Ethymyn Alkhryh, 2016.

Al-Sabhany, 'Ebd Aljbar. "Behavioural Nudge." Almwq'e Alshkshy. <https://al-sabhany.com/index.php/articles/item/85-behaviour-al-nudge>.

Al'Eslyly, Lyla Ebrahym Mhmd. "Wrqh 'Elmyh 'En Ktab 'Mshklh Al'Elwm Alensanyh: Tqnytha Wemkanyh Hlha'." Althqafh Waltmnyh 20, no. 164 (2021).

Al-Bkhary, Mhmd Bn Esma'eyl. Aljam'e Almsnd Alshyh Almkhtsr (Shyh Albkahary). Edited by Mhmd Zhyr Bn Nasr Alnasr. T1. Dar Twq Alnjah, 1422h.

Al-Bydawy, Aby S'eyd 'Ebd Allh Bn 'Emr. Anwar Altnzyl Wasrar Altawyl. T1. Byrwt: Dar Alktb Al'Elmyh, 1988.

Al-Dyhy, Mhmd Esma'eyl Mhmd. Tathyr Shbkat Altwasl Alajt ma'ey Ale'Elamyh 'Ela Jmhrw Almtlqyn. Aleskndryh: Mktbh Al wfa' Alqanwny, 2015.

Al-Fqy, Esma'eyl. Tarykh 'Elm Alnfs Alhdyth Almdars Walatjahat. Alqahrh: Mktbh Alanjlw Almsryh, 2009.

Al-Ghzaly, Abw Hamd Mhmd Bn Mhmd. Alms'tsfa Mn 'Elm Alas wl. Edited by Mhmd Slman Alashqr. T1. M'Essh Alrsalh, 2010.

Al-Hzamy, Nwf 'Ebd Altyf. "Mwaq'e Altwasl Alajtma'ey Wal'Eql Aljm'ey: Drash Astqra'eyh." Mjhlh Alzrq'a' Llbhwh Waldrasat Alensanyh 21, no. 2 (2021).

Al-Jwhry, Abw Nsr Esma'eyl Bn Hmad. Alshah Taj Allghh Wshah Al'Erbyh. T4. Byrwt: Dar Al'Elm Llmayyn, 1987.

Al-Mqbel, 'Emr. Qwa'ed Qranyh (50 Qa'edh Qranyh Fy Alnfs Wal hyah). Alryad: Mrkz Tdbr Llaštsharh, 2012.

Al-Njar, Ahmd. Almmarsat Aldwlyh Lwhdat Ttbyq Alaqtasad Alsl wky: Alwkz Wmttlbat Njahha. Alkwyt: Wzarh Alawqaf, 2019.

Al-Njymy, Mhmd Bn Yhya. Byan Ahkam Wsa'el Altwasl Alajt ma'ey Wdwabtha. n.p., n.d.

Al-Qrtby, Abw 'Ebd Allh Mhmd Bn Ahmd. Aljam'e Lahkam Alqran (Tfsyr Alqrtby). Edited by Ahmd Albrdwny and Ebrahym At fysh. T1. Alqahrh: Dar Alktb Almsryh, 1964.

Al-S'edy, 'Ebd Alrhmn Bn Nasr. Tysyr Alkrym Alrhmn Fy Tfsyr Klam Almnan. Edited by 'Ebd Alrhmn Bn M'Elal Allwyh. T1. M'Essh Alrsalh, 2000.

Al-Sfaryny, Abw Al'Ewn Mhmd Bn Ahmd. Ghda' Alalbab Fy Shrh Mnzwmh Aladab. T2. Msr: M'Essh Qrtbh, 1993.

- Lslj, 'Ea'eshh. "Almnzwr Ala'Etmny Lth 'Ebd Alrhmn: Nhw Nmwdj Tasyly." *Almjhl Aldwlyh Llatsal Alajtma'Ey* 10, no. 2 (2023).
- Mhmdy, Khyrh. "Astkhdam Shbkat Altwasl Alajtma'Ey Kms dr Llm'Elwmat." *Almjhl Aljza'eryh Llabhath Waldrasat* 1, no. 1 (2017).
- Minderop, Albertine. *Psikologi Sastra*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2013.
- Mqdady, Khald Ghsan Ywsf. *Thwrh Alshbkat Alajtma'Eyh*. Alardn: Dar Alnfa'Es, 2013.
- Mrkz Alhrb Alna'Emh. *Shbkat Altwasl Alajtma'Ey: Mnsat Llhrb Alamrykyh Alna'Emh*. Byrwt: Mrkz Alhrb Alna'Emh, n.d.
- Nordqvist, Christian. "What is psychology and what does it in volve?" *Medical News Today*. February 1, 2019. www.medicalnewstoday.com.
- "Psychology: Overview." *InfoPlease*. Accessed April 17, 2019. <https://www.infoplease.com/encyclopedia/medicine/psychology/discipline/psychology-overview>.
- Qlwaz, Ebrahym. "Dwr Shbkat Altwasl Alajtma'ey Fy Sna'eh Qym Almwatnh." *Almjhl Aljza'eryh Llhqwq Wal'Elwm Alsyasyh* 3, no. 2 (2018).
- Saym, Mhmd. *Qymh Al'Eql Fy Aleslam*. Mktbh Alzhra', 1988.
- Shqrh, 'Ely Khlyl. *Ale'Elam Aljdyd «Shbkat Altwasl Alajtma'Ey»*. 'Eman: Dar Asamh, n.d.
- Shrbyny, Ltfy. *M'Ejm Mstlhat Altb Alnfsy*. Mdynh Alkwyt: Mrkz T'Eryb Al'Elwm Alshyh, 2003.
- Slamh, 'Ebd Alftah. "Al'Eql Albshry." *Drasat 'Erbyh Weslamy* 56 (2016).
- Tbh, Mhmd Albshyr. "Alfsh Ala'Etmnyh Wbna' Anmwdj Alrshd Ale'Elamy." *Conference Paper*, February 25-26, 2020.
- Trmdy, Mhmd Bn 'Eysa. *Snn Altrmdy «Aljam'e Alshyh»*. Edited by Ahmd Shkr. T1. Msr: Mtb'Eh Mstfa Albaby Alhlby, 1975.
- Twfyq, Mymy Mhmd 'Ebd Almn'Em, et al. "Shbkat Altwasl Alajtma'ey 'Alnshah Waltathyr'." *Mjlh Klyh Altrbyh* 24, no. 2 (2018).
- Yhsby, 'Eyad Bn Mwsa. *Msharq Alanwar 'Ela Shah Alathar*. Almkthb Al'Etyqh, n.d.
- Zahr, Ramy. "Astkhdam Mwaq'e Altwasl Alajtma'ey Fy Al'Ealm Al'Erby." *Mjlh Altrbyh*, no. 15 (2003).
- Zydy, Th. *Aldwabt Alshry'Eh Fy Astkhdam Mwaq'e Altwasl Alajtma'ey*. Bghdad: Esd ارشد Almjme Alfqhy, 2018.
- 'Ebd Almn'Em, Mhmd Mhmd, and Alrshyd Esma'eyl Altahr. "Athr Astkhdam Shbkat Altwasl Alajtma'Ey 'Ela Mharat Altwasl Walsh'Ewr Balwhdh Alnfsyh Lda Tlhb Jam'Eh Almlk Fysl." n.p., n.d.
- 'Ebd Alrhmn, Th. *Dyn Alhya' (Mn Alfqh Ala'Etmny Ela Alfqh Ala'Etmny)*. n.p., 2017.
- 'Ebd Alrhmn, Th. *Rwh Alhdathh, Almdkhl Ela Tasys Alhdathh Ale slamyh*. T1. Almrkz Althqafy Al'Erby, 2006.
- 'Ebydh, Nafd Dyb Abw. "Altdabyr Alshr'Eyh Alwqa'eyh Lhfz Al'Eql." *Master's thesis*, Jam'Eh Alnjah Alwtnyh, 2011.
- 'Erby, Hnan, and Bayh Bwzwh. "Dwr Mwg'E Alywtywb Fy Thqyq Aleshba'E Alsyasy Lda Alray Al'Eam Aljza'ery." *Almjhl Aldwlyh Llatsal Alajtma'Ey* 9, no. 2 (2022).
- Faraby, Abw Ebrahym Eshaq Bn Ebrahym. *M'Ejm Dywan Aladb*. Edited by Ahmd Mkhtar 'Emr. Alqahrh: M'Essh Dar Alsh'Eb, 2003.
- Fars, Ahmd Bn Zkrya' Alqzwyny Alrazy. *M'Ejm Mqayys Allghh*. Edited by 'Ebd Alslam Mhmd Harwn. Dar Alfkr, 1979.
- Fhyh, Ebrahym Bn Slman. "Smahh Aleslam Fy Hfz Al'Eql." *Mjlh Klyh Dar Al'Elwm*, no. 123 (June 2019).
- Fywwy, Ahmd Bn Mhmd. *Almsbah Almnyr Fy Ghryb Alshrh Alk byr*. Byrwt: Almkthb Al'Elmyh, n.d.
- Hdad, Jyhan Bhjt. *Almqahy Alelkrwnyh Wdwrha Fy Althwl Alth qafy: Drash Anthrbwblwjy*. n.p., n.d.
- Hlmy, Hbh 'Eatf. "Alqablyh Llasthwa' Fy Dw' B'Ed Almtghyrat Al dymwjrafy." *Master's thesis*, Jam'Eh Bnha, 2018.
- Hmsy, Rwla. "Edman Alentrnt 'End Alshbab W'Elaqth Bmharat Alatsalat Alajtma'Ey." *Mjlh Klyh Altrbyh*, no. 169 (2016).
- Hsyn, Brwyn 'Ely. "Al'Eql Aljm'Ey Alelkrwnwny Wazmh Alw'Ey: Drash Thlylyh." *Hwlyat Adab 'Eyn Shms* 51 (2023).
- Hza'E, Mrym Zayd. "Klyh Al'Eql Hfzha Wtnmytha Lda 'Elma' Al nfs." *Master's thesis*, January 2020.
- Khdr, Nrmyn. "Alathar Alnfsyh Walajtma'eyh Lastkhdam Alshbab Almsry Lmwaq'e Alshbkat Alajtma'eyh." *Conference Paper*, Jam'e Alqahrh, n.d.
- Khlyl, Mhmd Ahmd Syd. "F'Ealyh Al'Elaj Balwaq'E Fy Tkhfyf Mstwa Alqablyh Lleyha." *Almjhl Almsryh Ldrasat Alnfsyh* 30, no. 107 (2020).
- Ktanh, D'Eaa' 'Emr. *Wsa'El Altwasl Alajtma'Ey Wathrha 'Ela Alasrh Almslmh*. n.p., n.d.