

التشبع الإلكتروني
على وسائل التواصل الاجتماعي
(دراسة فقهية)

إعراو

د / محمد بن عبدالعزيز بن محمد أبا الخيل
الأستاذ المساعد في قسم الدراسات الإسلامية في
كلية التربية والآداب، جامعة الحدود الشمالية،
عرعر، المملكة العربية السعودية

التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة فقهية)

محمد بن عبدالعزيز بن محمد أبا الخيل

قسم الدراسات الإسلامية في كلية التربية والآداب، جامعة الحدود الشمالية،
عرعر، المملكة العربية السعودية.

البريد الإلكتروني : abalkhail@hotmail.com

الملخص :

موضوع البحث: التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة فقهية).

أهداف البحث: يهدف البحث إلى بيان أنواع التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي وأحكامها.

منهج البحث: المنهج الاستقرائي الاستنتاجي. التشبع الإلكتروني أنواع متعددة؛ منها: التشبع بالمتابعين، والتشبع بالمعجبين، والتشبع بالمشاهدين. التشبع الإلكتروني له صور، فقد يكون بمتابعين حقيقيين، وقد يكون بمتابعين وهميين. التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي تختلف أحكامه باختلاف أنواعه ومقاصده. التشبع الإلكتروني المحرم ما كان تشبعاً غير حقيقي؛ وإنما شهرة وتسميماً، والذي يندرج تحت باب الكذب والتدليس، وكذا ما كان تشبعاً تترتب عليه معاوضة مالية؛ لما فيه من غش وخداع، وأكل لأموال الناس بالباطل، وقمار، وغرر. التشبع الإلكتروني المباح ما كان تشبعاً من أجل نشر الخير، أو الدعوة إلى الله، أو تأليف القلوب للدخول في الإسلام. **أهم النتائج:** التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي أنواع متعددة، وتختلف أحكامه باختلاف مقاصده، فالتشبع الإلكتروني المحرم ما كان تشبعاً غير حقيقي؛ وإنما شهرة وتسميماً، والذي يندرج تحت باب الكذب والتدليس، وكذا ما كان تشبعاً تترتب عليه معاوضة مالية؛ لما فيه من غش وخداع، وأكل لأموال الناس بالباطل، وأما التشبع الإلكتروني المباح فما كان تشبعاً من أجل نشر الخير، أو الدعوة إلى الله، أو تأليف القلوب للدخول في الإسلام. **التوصيات:** العناية والاهتمام ببيان أحكام المسائل والنوازل المعاصرة التي تعم بها البلوى، ويحتاج الناس لمعرفة أحكامها، وخاصة مسائل ونوازل وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: تشبع، إلكتروني، وسائل، تواصل، اجتماعي.

Electronic saturation on social media (jurisprudential study)

Muhammad bin Abdulaziz bin Muhammad Aba Al-Khail
Department of Islamic Studies, College of Education and
Arts, Northern Border University, Arar, Saudi Arabia.
Email: abalkhail@hotmail.com

Abstract

Topic of Research: Electronic saturation on social media (Jurisprudential Study).

Objectives of Research: This research aims at clarifying the kinds of electronic saturation on social media and their provisions.

Approach of Research: Descriptive, inductive approach.

Most Important Results: The electronic saturation on social media has various kinds and its provisions are different as per its purpose. The forbidden electronic saturation is the not real one, but for the purpose of famousness, which falls under the fraud and lying, and any saturation causes a financial compensation because it includes fraud and deceit and devouring the wealth of people unjustly. The allowed electronic saturation is for disseminating best practices, invitation to God, and bringing hearts together to believe in Islam.

Recommendations: Taking care and attention to the provision of contemporary issues and calamities that are considered widespread affliction and people need to be aware of their provisions, in particular the social media issues and calamities.

Keywords: Saturation, Electronic, Social Media.

بسم الله الرحمن الرحيم

مقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله؛ صلى الله عليه وعلى آله وصحبه، وسلم تسليماً كثيراً.

أما بعد:

فنعيش في هذا الزمن ثورة تقنية متسارعة قربت البعيد، ويسرت التواصل فيما بين الناس وإن تباعدت أقطارهم، وأضحى التواصل والتعامل بين الناس في جميع أنحاء العالم أمراً ميسراً لا يحتاج أكثر من دقائق؛ بل ربما ثوانٍ معدودة للتواصل مع الآخرين، أو لإجراء معاملات مالية من بيع أو شراء، أو غير ذلك من الخدمات التي تتوفر على شبكة المعلومات العالمية (الإنترنت)^(١)، وقد نشأت في السنوات القليلة الماضية ما يعرف بوسائل التواصل الاجتماعي، وهذه الوسائل عبارة عن منصات إلكترونية على شبكة (الإنترنت) تتيح للناس إنشاء حسابات خاصة لهم على هذه

(١) هي اختصار للعبارة (Interconnecting Network) وتعني الشبكات المرتبطة، وهي عبارة عن شبكة عملاقة تتكون من العديد من شبكات الحاسبات الآلية المختلفة في الحجم، والنوع، موزعة على كافة أنحاء العالم، ومرتبطة ببعضها عن طريق قنوات الاتصال المختلفة، حيث تتبع كل شبكة جهة مستقلة كالجامعات، ومراكز البحوث، والشركات التجارية، والهيئات الحكومية، والهيئات الخاصة، ويتم الربط بين هذه الشبكات بحيث يمكن لأي شخص متصل بها أن يتجول خلالها ويحصل على المعلومات التي يريدها، وينجز ما يريده من أعمال في حالة السماح له بذلك. ينظر: تقنيات وبرمجة (الإنترنت)، أحمد دسوقي وآخرون، ص ٣، و(الإنترنت) للمبتدئين، جوني آر ليفن وآخرون، ص ١١.

المنصات، وتتنوع هذه المنصات في طريقة عملها، فمنها ما يتميز بالمشاركات النصية في غالب خدماته، كمنصة (تويتر)^(١)، و (فيسبوك)^(٢)، ومنها ما يتميز بمشاركة الصور كمنصة (إنستغرام)^(٣)، ومنها ما يتميز بمشاركة المقاطع المرئية الطويلة والشروحات والدروس والمحاضرات كمنصة (يوتيوب)^(٤)، ومنها ما يتميز بما يسمى باليوميات، وهي المقاطع المرئية قصيرة المدة، وسريعة الزوال كمنصة (سناپ شات)^(٥)، وغيرها كثير

(١) تويتر: (Twitter) موقع تواصل اجتماعي أمريكي يقدم خدمة التدوين المصغر، والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تغريدات، من شأنها الحصول على إعادة تغريد أو إعجاب المغردين الآخرين، بحد أقصى يبلغ ٢٨٠ حرفاً للرسالة الواحدة. ينظر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (<https://ar.wikipedia.org/wiki/Twitter>).

(٢) فيسبوك: (Facebook) يعتبر أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة، وتديره شركة (ميتا) شركة مساهمة فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

ينظر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (<https://ar.wikipedia.org/wiki/Facebook>).

(٣) إنستغرام أو إنستقرام أو إنستجرام: (Instagram) يعرف اختصاراً بشكل شائع بـ (إنستا)، هو خدمة شبكة اجتماعية أمريكية لمشاركة الصور والفيديوهات مملوكة من قبل شركة ميتا.

ينظر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (<https://ar.wikipedia.org/wiki/Instagram>).

(٤) يوتيوب: (Youtube) هو موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجاناً، ومشاهدتها عبر البث الحي بدل التنزيل، ومشاركتها والتعليق عليها.

ينظر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (<https://ar.wikipedia.org/wiki/Youtube>).

(٥) سناپ شات: (Snapchat) هو تطبيق تواصل اجتماعي لتسجيل وبث ومشاركة

=

تتنوع في تقديم خدماتها، وتختلف في طريقتها؛ ولكنها جميعاً توصل إلى نفس الهدف، وهو التواصل والشهرة، وإيصال المحتوى إلى الآخرين، ولا يكاد أحد من الناس إلا ما ندر أن لا يكون له حساب على هذه المنصات، وأقلهم من لا يشارك في نشر محتوى؛ وإنما يحرص على متابعة الحسابات التي توافق مراده ورغباته من أخبار، أو فوائد، أو غير ذلك.

ويحرص أصحاب هذه الحسابات الموجودة على هذه المنصات على جلب المتابعين، أو المعجبين، أو المشاهدين بشتى الطرق؛ مما يجعل الحسابات الأكثر متابعة هي الأكثر شهرة، وهذا ما يجعل أصحاب هذه الحسابات من المشاهير الذين يحرص الناس على متابعتهم والتعرف عليهم، بغض النظر عما تحويه هذه الحسابات من غث أو سمين، وأكثر الأسباب التي تجعل أصحاب هذه الحسابات يتنافسون على جلب الكثير من المتابعين هو الدخل المادي عن طريق الإعلانات، أو بيع المنتجات، وكذلك لتقديم بعض المنصات الدعم المادي للحسابات الشهيرة كثيرة المتابعين تشجيعاً لهم. ويستغرق تحصيل المتابعين الحقيقيين الذين تابعوا هذه الحسابات بقصد وقتاً طويلاً؛ قد يصل إلى عدة سنوات!

من هنا بدأت طرق تكثير المتابعين والتشعب بهم وبأعداد كبيرة جداً، وخلال فترة قصيرة جداً عن طريق ما يعرف (بشراء المتابعين أو المعجبين

=

الرسائل المصورة، يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديوهات، وإضافة نصوص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين. ومن المعروف أن هذه الصور ومقاطع الفيديو المرسلة على أنها (لقطات) يعين المستخدمون مهلة زمنية لعرض لقطاتهم من ثمانية واحدة إلى عشر ثوان، وبعد ذلك تُحذف الرسائل من جهاز المستلم، وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات.

ينظر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (<https://ar.wikipedia.org/wiki/Snapchat>).

أو المشاهدين^(١)، وبدأ التنافس الشديد والمحموم على طلب هذه الخدمات؛ إما بتبادل المنفعة بالمتابعة، أو المشاهدة، أو الإعجاب بين هذه الحسابات؛ أو عن طريق برمجيات حاسوبية تصنع لهذا الغرض؛ سواء كانوا أصحاب حسابات حقيقية، أو وهمية.

ولا تعتبر طرق التكثر والتشبع الإلكتروني غير الحقيقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي طرقاً غير قانونية^(٢)؛ إذ لا يوجد في شروط الخدمة على هذه المنصات ما يمنع ذلك؛ ولكنها تصنف على أنها غير أخلاقية^(٣)؛ ومع ذلك تقوم هذه المنصات الإلكترونية بالإنذار، أو تعليق الحسابات التي تستخدم التشبع أو التكثر الإلكتروني الآلي الذي يكون عن طريق البرمجيات؛ ليس من جهة كونها غير قانونية؛ ولكن من جهة المخاطر الأمنية والإضرار بتلك المنصات من الناحية البرمجية، والتي تكون موضحة في شروط تقديم الخدمة على هذه المنصات^(٤).

وحيث إن الإسلام دين كمال وشمول صالح لكل زمان ومكان، ولا تخلو أي واقعة من حكم شرعي إما نصاً، أو اجتهاداً، كان من اللازم على الباحثين الشرعيين بيان الأحكام الشرعية في المسائل والنوازل

(١) هذا هو الأكثر تداولاً؛ وإلا فهناك تشبع بكثرة التعليقات، أو بكثرة ما يعرف بـ (الريتويت) وهو إعادة التغريدة، أو تدويرها، وغير ذلك كثير.

(٢) ينظر: موقع (<https://hollywoodgazette.com/2022/02/07/is-it-illegal-to-buy-instagram-followers>).

(٣) ينظر: موقع (<https://www.quora.com/Is-it-illegal-to-sell-instagram-followers-or-likes-1>).

(٤) انظر على سبيل المثال بعض أسباب تعليق الخدمة على منصة (تويتر) على الرابط: (<https://help.twitter.com/en/managing-your-account/suspended-twitter-accounts>)

المستجدة لتبصير الناس بأحكامها، فاستعنت بالله وعزمت الكتابة في هذا الموضوع من خلال المنصات الإلكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي، وحسابات المستفيدين من هذه المنصات، وجعلت عنوانه: "التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة فقهية)".

الدراسات السابقة: لم أقف على دراسة متخصصة تناولت موضوع التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي، وغاية ما وجدته فتاوى مقتضبة ومختصرة لبعض أهل العلم رداً على بعض المستفتين عن حكم شراء المتابعين.

مشكلة البحث:

١- انتشار التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي، وكثرة الباحثين عنه.

٢- ظن أكثر المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي جواز التشبع الإلكتروني.

٣- جهل أكثر المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي بأنواع وطرق وأحكام التشبع الإلكتروني.

حدود البحث: بيان حكم التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي.

أهداف البحث:

١- التعرف على أنواع التشبع الإلكتروني، وطرقه، ودوافع المتشبعين على وسائل التواصل الاجتماعي.

٢- بيان حكم التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- بيان حكم المعاوضة المترتبة على التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي.

منهج البحث: المنهج الذي سلكته في البحث المنهج الاستقرائي

الاستنتاجي؛ وذلك باستقراء المعلومات المتصلة بالموضوع من خلال المواقع الإلكترونية التي تقوم بتقديم خدمات التشعب الإلكتروني وكيفية عملها وطرقها وأنواعها، ثم استنتاج الأحكام المتعلقة بها.

إجراءات البحث: وتتلخص بالآتي:

- ١- التعريف بالتشعب الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي.
- ٢- دراسة التشعب الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي دراسة استقرائية من حيث بيان أنواع التشعب، وطرقه وكيفيته، ودوافعه وأسبابه، ثم استنتاج الأحكام الشرعية المترتبة عليه.
- ٣- عزو الآيات وترقيمها؛ بذكر اسم السورة مع رقم الآية ووضعها بين قوسين معكوفين، وذلك بعد نهاية الآية المنقولة مع التزام رسم المصحف العثماني معتمداً في نسخ نص الآية من مصحف المدينة النبوية للنشر الحاسوبي، في جميع الآيات الواردة في أثناء البحث.
- ٤- تخريج الأحاديث الواردة في البحث، ونقل أقوال العلماء في الحكم عليها تصحيحاً أو تضعيفاً؛ إذا كان الحديث في غير الصحيحين.
- ٥- ختم البحث بخاتمة ذكرت فيها أبرز النتائج والتوصيات التي توصلت إليها.
- ٦- تزويد البحث بفهرس المصادر والمراجع والموضوعات.

خطة البحث:

- قسمت البحث إلى: مقدمة، ومبحثين، وخاتمة، وفهارس علمية على النحو الآتي:
- المقدمة: وتشتمل على: موضوع البحث، مشكلته، حدوده، أهدافه، منهجه، إجراءاته، وخطة البحث.
 - المبحث الأول: تعريف التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي وأنواعه وطرقه وفيه ثلاثة مطالب:
 - المطلب الأول: تعريف التشبع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي.
 - المطلب الثاني: أنواع التشبع الإلكتروني.
 - المطلب الثالث: صور وطرق التشبع الإلكتروني.
 - المبحث الثاني: حكم التشبع الإلكتروني وفيه ثلاثة مطالب:
 - المطلب الأول: التشبع شهرة وتسمياً.
 - المطلب الثاني: التشبع من أجل الحصول على المال.
 - المطلب الثالث: التشبع بقصد الخير والدعوة إليه وتأليف القلوب للدخول في الإسلام.
 - الخاتمة: وفيها أبرز النتائج والتوصيات.
 - الفهارس العلمية: فهرس المصادر والمراجع، فهرس الموضوعات.



المبحث الأول: تعريف التشعب الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي وأنواعه وطرقه.

المطلب الأول: تعريف التشعب الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي.
تعريف التشعب:

التشعب: في اللغة مأخوذ من الشبع ضد الجوع. يقال: شبع خبزاً ولحماً ومن خبز ولحم، والمتشعب المتزین بأكثر مما عنده يتكثر بذلك ويتزین بالباطل^(١).

تعريف الإلكتروني:

الإلكترون: هو جسيم أولي مستقر له شحنة كهربائية وكتلة سكون، وإذا استخدم المصطلح بدون تحديد، فإنه يعني الإلكترون السالب، والذي قد يطلق عليه نيغاترون أو نيغاتون، أما الإلكترون موجب الشحنة فيطلق عليه اسم بوزيترون أو بوزيتون^(٢).

والإلكترونية صفة لأي جهاز يعمل بضبط انسياب الإلكترونات في الدائرة كالتلفاز، والحاسب الآلي^(٣). وتعتبر الإلكترونات أحد فروع العلوم الفيزيائية^(٤).

تعريف وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل: جمع وسيلة، "وهي في الأصل ما يتوصل به إلى الشيء

(١) ينظر: مختار الصحاح، الرازي، مادة: ش ب ع، ص ١٦٠.

(٢) معجم الفيزياء، حمودة، د. إبراهيم حمودة، ص ١٦٢.

(٣) ينظر: الفضاء الافتراضي (الحقيقة الافتراضية والشبكة العنكبوتية)، دافيد جيفرس، ص ١٤.

(٤) ينظر: دليل شعاع لمصطلحات الحاسب، طباع وشيخو، ص ٣٥٨.

ويتقرب به^(١).

التواصل: من تواصلَ يتواصل، تواصلًا، فهو مُتواصل، وتواصل الشَّخصان وغيرُهُما: اجتمعا واثقفا، ضدَّ تصارما وتقاطعا تواملا بعد فراق. (٢)

الاجتماعي: اسم منسوب إلى اجتماع^(٣)، وعلم الإجتِمَاع علم يَبْحَث في نشوء الجَمَاعَات الإنسانية، ونموها، وطبيعتها، وقوانينها، ونظمها، ويُقال رجل اجتماعي: مزاول للحياة الاجتماعية كثير المخالطة للنَّاس^(٤).
ووسائل التواصل الاجتماعي في هذا العصر أصبحت مصطلحاً يعني المجتمعات في العالم الافتراضي^(٥)، والتي تتواصل عبر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت)^(٦)، وليس لها تواصل في الواقع المادي الحقيقي.

(١) لسان العرب، ابن منظور، جمال الدين الانصاري، ١١/٧٢٥.

(٢) ينظر: معجم اللغة العربية المعاصرة، عبد الحميد عمر وآخرون، مادة: و ص ل، ٢٤٤٩/٣.

(٣) ينظر: المصدر السابق، مادة: ج م ع، ص ١/٣٩٤.

(٤) المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، باب الجيم، ١/١٣٥.

(٥) العالم الافتراضي: هو علم يقصد به إنشاء بيئة صناعية غير واقعية باستخدام حاسبات قوية، والخدمات الافتراضية: مصطلح تعارف عليه أهل الاختصاص في مجالات تقنية المعلومات، ويقصد بها الخدمات التي تتم على الشبكة العالمية (الإنترنت)، وتتكون من ثلاثة عناصر: موقع الويب، واسم النطاق، والموقع المضيف. ينظر: الفضاء الافتراضي (الحقيقة الافتراضية والشبكة العنكبوتية)، دافيد جيفرس، ص ١٤، وينظر: من القاع للأصقاع على متن (الإنترنت)، م. أيمن طرابلسي، ص ٢١.

(٦) ينظر: ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media).

التعريف بالبحث:

المقصود بالتشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي في هذا البحث، هو ما عمت به البلوى من انتشار وسائل التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، وحرص كثير من أصحاب الحسابات على التشبع والتكثر بالمتابعين والمعجبين والمشاهدين زوراً وتدليساً وكذباً، عن طريق تبادل المنفعة، أو بالشراء عن طريق مقدمي هذه الخدمات، وهو ما يعرف بـ (شراء المتابعين)، أو (شراء المعجبين)، أو (شراء المشاهدات).



المطلب الثاني: أنواع التشبع الإلكتروني.

التشبع الإلكتروني له أنواع متعددة؛ ولكن النتيجة واحدة وهي التكثر بالمتابعين، أو المشاهدين، أو المفضلين، أو المعجبين، أو معيدي التغريدات لحساب المتشبع، وقد يكون المتابعون أشخاصاً حقيقيين، أو حسابات افتراضية وهمية، ومن هذه الأنواع الأكثر تداولاً:

التشبع بالمتابعة:

التشبع بالمتابعة تعني كثرة المتابعين للحساب المطلوب متابعته.

التشبع بالترفضيل أو الإعجاب:

ويقصد به الإعجاب بالمحتوى الذي قدمه صاحب الحساب، وكلما زاد عدد المعجبين؛ زاد التنافس على رؤية محتوى الحساب الذي نال هذا العدد الكبير من المعجبين.

التشبع بإعادة التغريد:

إعادة التغريد هي: نقل المحتوى من الحساب الأصلي إلى حسابات أخرى، وتدويرها لتصل أكبر عدد من الحسابات؛ مما يجذب أصحاب الحسابات إلى متابعة صاحب هذا المحتوى.

التشبع بالمشاهدات:

وهذا النوع يكون في الغالب على وسائل التواصل الاجتماعي التي تسمح ببث المقاطع المرئية، وخاصة المقاطع الطويلة، مثل: (اليوتيوب والفيديو).

التشبع بالمشاركات وزيادة التفاعل:

وهي المشاركات بالتعليقات التي تكون تحت النص، وزيادة التفاعل مع الآخرين حول المحتوى المنشور، أو المقطع المسموع، أو المرئي الذي نشره صاحب الحساب، فيبدأ المتابعون، أو غير المتابعين بالتعليق المختصر على هذا المحتوى؛ سواء كان هذا التعليق سلبياً أم إيجابياً.



المطلب الثالث: صور وطرق التشبع الإلكتروني:

صور التشبع الإلكتروني:

للتشبع الإلكتروني صور متعددة، وأشهرها صورتان:

الصورة الأولى: التشبع بأشخاص حقيقيين:

التشبع الإلكتروني الحقيقي أن تكون حسابات المتابعين للمتشبع حسابات لأشخاص حقيقيين وفعليين، قاموا بإنشاء حساباتهم بأنفسهم، وهؤلاء الأشخاص يقومون بمتابعة حسابات المتشبعين بعد توجيههم لحساب معين عن طريق شبكة أو مواقع إلكترونية مخصصة للاشتراك في شراء المتابعين^(١)؛ وربما كان لبعضهم حسابات متعددة بأسماء مختلفة، قد تصل إلى عشرات الحسابات؛ بل ربما تصل المئات من الحسابات التي يديرها في الأصل شخص واحد.

(١) ينظر على سبيل المثال موقع: (<https://socialmedia-connect.xyz/home>).

الصورة الثانية: التشبع بحسابات افتراضية:

هذه الصورة تعتمد على إنشاء حسابات وهمية افتراضية بواسطة برمجيات حاسوبية، وهذه البرمجيات تقوم بإنشاء آلاف الحسابات بصورة عشوائية؛ حيث تصنع اسماً لكل حساب، مع وضع صورة وكتابة نبذة تعريفية للحساب، وتقوم هذه البرمجيات أيضاً بصنع متابعين ومعجبين ومشاهدين وهميين لهذه الحسابات الوهمية؛ وتقوم أيضاً بكتابة التعليقات ألياً، فيظن من يطلع على هذه الحسابات أنها تدار بواسطة أشخاص حقيقيين، وهي في حقيقتها حسابات إلكترونية وهمية تم إنشاؤها بواسطة تلك البرمجيات الحاسوبية. (١)

طرق التشبع الإلكتروني:

تتعدد طرق التشبع الإلكتروني، وأكثر وأشهر هذه الطرق طريقتان:

الطريقة الأولى: التشبع بالتبادل:

يقوم بعض الأشخاص الذين يملكون حسابات على المنصات الإلكترونية عادةً بتبادل المنافع فيما بينهم، ومن طرق التشبع بالمتابعين: المتابعة بالتبادل، فتجد بعض أصحاب هذه الحسابات يكتب في تعريف حسابه عبارة تشير إلى المتابعة بالتبادل مثل: (تابعني وأتابعك)، أو يكتب عبارات أخرى مقصودها المتابعة بالتبادل، وهذا التشبع يكون مؤقتاً في الغالب حتى يحصل صاحب الحساب على أكثر قدر من المتابعين، ثم يحذف هذه العبارة فيما بعد، فيظن الناس أن متابعي هذا الحساب إنما تابعوه لما عنده من محتوى هادف أو مفيد.

(١) ينظر على سبيل المثال موقع: (<https://hyperibf.com/#features>)، ويمكن مشاهدة هذا المقطع المرئي الذي يشرح كيفية عمل هذه البرمجيات على هذا الرابط: (<https://www.youtube.com/watch?v=f2KGo1ERJ-o&t=54s>).

الطريقة الثانية: التشبع بالشراء:

وهو أشهر وأسرع الطرق للتشبع الإلكتروني وزيادة المتابعين؛ وهناك مواقع كثيرة لبيع التشبع الإلكتروني وهو ما يعرف بشراء المتابعين، وتتنوع هذه المواقع في بيع هذا النوع من المتابعين، فبعضها يبيع حسابات متابعة لأشخاص حقيقيين أو معجبين أو مشاهدين أو معلقين، وبعضها يبيع حسابات متابعة وهمية، ولكل نوع وعدد من المتابعين أسعار محددة، فإذا تم الاتفاق بين بائع هذه الحسابات وبين المشتبع، يقوم البائع بتحديد مدة معينة لاكتمال المتابعين وأعدادهم.^(١)



(١) توجد كثير من المواقع والحسابات الإلكترونية على شبكة (الإنترنت) تقدم خدمة التشبع الإلكتروني، وتعرف بمواقع بيع أو شراء المتابعين، وتتنوع خدماتها وطرقها، فبعضها يبيع مجموعة من المتابعين، وبعضها يبيع التفضيلات (اللايكات)، وبعضها يبيع المشاهدات، وكل خدمة لها سعر محدد حسب العدد المطلوب. ينظر ترتيب مواقع بيع المتابعين على هذا الرابط: <https://business-review.eu/tech/online/35-best-websites-to-buy-instagram-followers-cheap-non-drop-227973>.

المبحث الثاني: حكم التشبع الإلكتروني.

التشبع الإلكتروني تختلف أحكامه باختلاف مقاصد المتشبع، وتنقسم هذه المقاصد إلى ثلاثة أقسام: التشبع شهرة وتسميماً، والتشبع من أجل الحصول على المال، والتشبع بقصد الخير والدعوة إليه وتأليف القلوب للدخول في الإسلام.

المطلب الأول: التشبع شهرة وتسميماً:

يسعى بعض أصحاب الحسابات على المنصات الإلكترونية بالتشبع بالمتابعين إظهاراً للآخرين بأهمية صاحب الحساب، أو وجاهته، أو تأثيره تسميماً وتكثراً، فيجمع كماً كثيراً من المتابعين، فيتوهم الآخرون أن صاحب هذا الحساب ذو شأن، فيتابعونه لكثرة متابعيه؛ ظناً منهم أن هؤلاء المتابعين إنما تابعوه لما يحتويه حسابه من فوائد قد تتفهمهم علماً أو عملاً!

حكمه: هذا النوع من التشبع الإلكتروني لا يجوز، وذلك لما يلي:

أولاً: أنه إدعاء عري عن الحق، وهو دعوى كاذبة؛ حيث ادعى زوراً وبهتاناً كثرة متابعيه، وهو يعلم أن المتابعين له؛ إنما تابعوه لكونه دفع مالا من أجل تكثيرهم، سواء كان المتابعون وهميين أم حقيقيين، والكذب من المحرمات الكبائر، والأدلة على تحريمه ظاهرة لا تخفى، ومنها:

قوله تعالى: ﴿يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾

[التوبة: ١١٩].

وقوله تعالى: ﴿قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ هُمْ جَنَّتٌ تَجْرَى مِنْ تَحْتِهَا

الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ [المائدة: ١١٩].

وقول النبي صلى الله عليه وسلم في حديث ابن مسعود -رضي الله عنه- : (إِنَّ

الصِّدْقُ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدْقًا، وَإِنَّ الْكُذْبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ،

وَأَنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ، حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا^(١).

وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث ثابت بن الضحاك -رضي الله عنه- : (ليس على رجل نذر فيما لا يملك، ولعن المؤمن كقتله، ومن قتل نفسه بشيء في الدنيا عذب به يوم القيامة، ومن ادعى دعوى كاذبة ليتكثر بها ما لم يزد الله إلا قلة، ومن حلف على يمين صبر فاجرة)^(٢).

وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث عبدالله بن عمرو -رضي الله عنه- : (أربع من كن فيه كان منافقا خالصا، ومن كانت فيه خصلة منهن كانت فيه خصلة من النفاق حتى يدعها: إذا أؤتمن خان، وإذا حدث كذب، وإذا عاهد غدر، وإذا خاصم فجر)^(٣).

وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث ابن عباس -رضي الله عنهما- : (من تحلم بحلم لم يره كلف أن يعقد بين شعيرتين، ولن يفعل، ومن استمع إلى حديث قوم، وهم له كارهون، أو يفرون منه، صب في أذنه الآنك يوم القيامة، ومن صور صورة عذب، وكلف أن ينفخ فيها، وليس بنافخ)^(٤).

(١) متفق عليه، أخرجه البخاري، كتاب: الأدب، باب: قول الله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكوئبوا مع الصادقين) وما ينهى عن الكذب، حديث رقم (٥٧٤٣)، وأخرجه مسلم، كتاب: البر والصلة والآداب، باب: قبح الكذب وحسن الصدق وفضله، حديث رقم (٢٦٠٧).

(٢) أخرجه مسلم، كتاب: الإيمان، باب: غلظ تحريم قتل الإنسان نفسه وأن من قتل نفسه بشيء عذب به في النار وأنه لا يدخل الجنة إلا نفس مسلمة، حديث رقم (١١٠).

(٣) متفق عليه، أخرجه البخاري، كتاب: الإيمان، باب: علامة المنافق، حديث رقم (٣٤)، وأخرجه مسلم، كتاب: الإيمان، باب: بيان خصال المنافق، حديث رقم (٥٨).

(٤) أخرجه البخاري، كتاب: التعبير، باب: من كذب في حلمه، حديث رقم (٦٦٣٥).

فهذه الأدلة الصحيحة والصريحة من الكتاب والسنة تبين حرمة الكذب، ومن تشبع إلكترونياً بشراء حسابات لمتابعته فقد كذب على الناس وأوهمهم بكثرة متابعيه، وقد ادعى دعوى كاذبة يتكثر بها.

ثانياً: أن التشبع الإلكتروني هو تكثر وتدليس وتزوير على الناس بما لم يعطه المرء، والتشبع والتكثر والتدليس بما لم يعطه المرء محرم، لحديث أسماء -رضي الله عنها- قالت: جاءت امرأة إلى النبي صلى الله عليه وسلم فقالت: إن لي ضرة. فهل عليّ جناح أن أتشبع من مال زوجي بما لم يعطني؟ فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم (المتشبع بما لم يعط، كلابس ثوبي زور)^(١)، والمتشبع: هو المتكثر بما ليس عنده، وهو أيضاً الذي يتشبه بالشبعان وليس به، وبهذا المعنى استعير للمتطلي بفضيلة لم يرزقها، وليس من أهلها، وإنما شبه بلباس ثوبي زور، وهو الذي يزور على الناس، ومعناه هنا: أن يظهر أنه حصل له فضيلة في العلم أو غيره، والواقع أنها ما حصلت، فيكون مزوراً وملبساً حاله على الناس بأن يتزيا بزي أهل العلم أو الزهد أو الثروة ليغتر به الناس، وليس هو بتلك الصفة^(٢).

قال عمر بن الخطاب - رضي الله عنه - : "من تخلق للناس بغير ما فيه فضحه الله"^(٣).

(١) متفق عليه، أخرجه البخاري، كتاب: النكاح، باب: المتشبع بما لم ينل وما ينهى من افتخار الضرة، حديث رقم (٤٩٢١)، وأخرجه مسلم، كتاب: اللباس والزينة، باب: النهي عن التزوير في اللباس وغيره، والتشبع بما لم يعط، حديث رقم (٢١٣٠).

(٢) ينظر: جامع الأصول في أحاديث الرسول، ابن الأثير، مجد الدين أبو السعادات، ٦٠٠/١٠، ومختصر الإفادات في رُبع العبادات والآداب وزيادات، ابن بلبان، محمد بن بدر الدين الحنبلي، ص ٣٣٢.

(٣) الذريعة إلى مكارم الشريعة، الراغب الأصفهاني، أبو القاسم الحسين بن محمد، ص ١٠٣.

وكان أبو عاصم النبيل^(١) -رحمه الله- يقول: "أقلّ حالات المدلس عندي، أن يدخل في حديث النبي صلى الله عليه وسلم: "المتشبع بما لم يُعط كلابسِ ثوبَي زُور"^(٢).



المطلب الثاني: التشبع من أجل الحصول على المال:

تتميز الحسابات كثيرة المتابعين بطلب دائم، ويسعى بعض الناس لشرائها، ويلجأ التجار وأصحاب الأموال والأعمال إلى الإعلان عن منتجاتهم وأعمالهم من خلالها.

ويتنافس أصحاب الحسابات كثيرة المتابعين في جذب هؤلاء المشترين، أو المعلنين من خلال بيان كثرة المتابعين، أو المعجبين، أو المشاهدين لديهم، وتعتبر هذه الحسابات أسرع وسائل الإعلان للوصول للفئات المستهدفة.

لذلك يسعى بعض أصحاب الحسابات بتكثير متابعيهم بكل الوسائل؛ فيسلك بعضهم طرق التكثير الكاذب بشراء حسابات المتابعة لصالح حسابه؛ وقد تكون تلك الحسابات افتراضية وهمية لا حقيقة ولا وجود لأصحابها.

حكمه: هذا القسم أشد حرمة من القسم الأول؛ حيث يشترك مع القسم الأول بالتشبع الكاذب والتدليس، ويزيد عليه بأنه من عقود المعاوضات

(١) أبو عاصم النبيل: هو الضحاك بن مخلد بن الضحاك الشيباني، مات سنة اثنتي عشرة ومائتين في آخرها، ثقة، قال البخاري -رحمه الله-: "سمعت أبا عاصم يقول: ما اغتبت أحداً منذ علمت أن الغيبة تضر بأهلها". ينظر: الجرح والتعديل لابن أبي حاتم، ٤/٤٦٣، والتاريخ الكبير للبخاري، ٥/٥٨٨.

(٢) الكامل في ضعفاء الرجال، ابن عدي، أبو أحمد بن عدي الجرجاني، ١/١٠٧.

المالية المحرمة؛ سواءً كان هذا الحساب معروضاً للبيع، أو لنشر الإعلانات، ووجه تحريمه ما يلي:

أولاً: أن فيه أكلاً لأموال الناس بالباطل، وأكل أموال الناس بالباطل محرم لا يجوز شرعاً؛ لقوله تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا ءَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِٱلْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا﴾ [النساء: ٢٩]، فأخذ الأموال مقابل بيع هذه الحسابات، أو بالإعلانات لمتابعين وهميين، أو حقيقيين لا يتابعون ما ينشر في هذه الحسابات التي قاموا بمتابعتها بمقابل مالي؛ هو أكل لأموال الناس بالباطل؛ لأن هؤلاء المتابعين غير معلومين على هذه الصفة، قال ابن حزم -رحمه الله- "والتراضي لا يمكن إلا في معلوم"^(١).

ثانياً: أن فيه غشاً، والغش الذي فعله ليس من صفات المسلمين ولا من أخلاقهم؛ لحديث أبي هريرة -رضي الله عنه- أن رسول الله ﷺ مر على صبرة طعام فأدخل يده فيها، فنالت أصابعه بللاً، فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟ قال: أصابته السماء، يا رسول الله. قال: (أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس؟ من غش فليس مني)^(٢)، والمتشبع بالمتابعين قد غش هؤلاء المشترين والمعلنين ودلس عليهم.

ثالثاً: أن أخذ المال بهذا التكثر والتشبع الكاذب؛ من عقود الغرر المحرمة؛ لما فيه من التغرير بالمشتريين أو المعلنين بادعاء كثرة المتابعين لديه، وهي دعوى ما ليس له؛ لحديث أبي ذر -رضي الله عنه- أنه سمع رسول الله ﷺ يقول: (ليس من رجل ادعى لغير أبيه وهو يعلمه؛

(١) المحلى بالآثار، ابن حزم، أبو محمد علي بن أحمد الأندلسي الظاهري، ٥٠٩/٧.

(٢) أخرجه مسلم، كتاب: الإيمان، باب: قول النبي -صلى الله عليه وسلم-: من غشنا فليس منا، حديث رقم (١٠٢).

إلا كفر، ومن ادعى ما ليس له فليس منا، وليتوبأ مقعده من النار، ومن دعا رجلاً بالكفر، أو قال: عدو الله، وليس كذلك؛ إلا حار عليه^(١)، ففي هذا الحديث تحذير شديد للمتشبعين بكثرة المتابعين، وأكل أموال الناس بهذا التشبع، فمن صنع ذلك فقد ادعى ما ليس له، كما أن فيه إخباراً بأن من صنع مثل ذلك فإن مصيره إلى النار، قال ابن حجر -رحمه الله-: "ويؤخذ من رواية مسلم تحريم الدعوى بشيء ليس هو للمدعي فيدخل فيه الدعاوى الباطلة كلها مالاً وعلماً وتعلماً ونسباً وحالاً وصلاً ونعمةً وولاءً وغير ذلك، ويزداد التحريم بزيادة المفسدة المترتبة على ذلك"^(٢)، كما أن عقود المعاوضات المبنية على الغرر باطلة؛ لأن النبي ﷺ نهى عن الغرر^(٣). ووجه الغرر في المعاوضة المالية المترتبة على التشبع الإلكتروني هي الجهالة، والجهالة في عقود المعاوضات مبطلَةٌ للعقد عند الفقهاء^(٤)؛

(١) أخرجه مسلم، كتاب: الإيمان، باب: بيان حال إيمان من رغب عن أبيه وهو يعلم، حديث رقم (٦١).

(٢) فتح الباري، ابن حجر، أحمد بن علي العسقلاني، ٥٤١/٦.

(٣) أخرجه مسلم بلفظ: "تهى رسول الله ﷺ عن بيع الحصاة وعن بيع الغرر"، كتاب: البيوع، باب: بطلان بيع الحصاة، والبيع الذي فيه غرر، حديث رقم (١٥١٣).

(٤) ينظر: الإشراف على مذاهب العلماء، ابن المنذر، أبو بكر محمد بن إبراهيم النيسابوري، ١٥/٦، وتبيين الحقائق شرح كنز الدقائق، الزيلعي، شهاب الدين أحمد بن محمد الحنفي، ٤٦/٤، والذخيرة، القرافي، أبو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس، ٢٤٠/٥، والحاوي الكبير، الماوردي، أبو الحسن علي بن محمد البغدادي، ٣٣٩/٥، والمجموع، النووي، أبو زكريا محيي الدين بن شرف، ٢٨٨/٩، والمغني، ابن قدامة، أبو محمد عبدالله بن أحمد المقدسي، ١٧٤/٦.

لأن ما يكون مجهول العاقبة لا يدرى أيكون أم لا هو الغرر^(١)؛ حيث إن المتابعين لهذا الحساب لا يُعلم أهم أشخاص حقيقيون، أم هي حسابات إلكترونية افتراضية، ثم على افتراض أنهم أشخاص حقيقيون فليست متابعتهم لهذا الحساب دائمة؛ لأنهم يتابعون آلاف الحسابات من أجل تكثير المتابعين للحساب لا أكثر، فتكون تلك المعاوضة المالية التي أخذ البائع، أو المعلن مالاً مقابلها مجهولة العاقبة؛ فيؤدي ذلك إلى الخلاف بين صاحب الحساب والمعلن، قال السرخسي -رحمه الله-: "الغرر ما يكون مستور العاقبة"^(٢)، كما أن فيه ضرراً على المشتري، أو المعلن عبر هذه الحسابات؛ حيث سيدفع مالاً دون الاستفادة من هؤلاء المتابعين بمشاهدة أو شراء للمنتج، قال شيخ الإسلام ابن تيمية -رحمه الله- "إنما نهى عن بيع الغرر لما فيه من المخاطرة التي تضر بأحدهما"^(٣).

رابعاً: أن هذا النوع من عقود المعاوضات المالية قمار، والقمار

محرم؛ لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ [المائدة: ٩٠]، قال ابن عباس و ابن عمر - رضي الله عنهما -: "الميسر هو القمار"^(٤)، وقال البغوي -رحمه الله-: "

(١) ينظر: التعريفات، الجرجاني، ص ١٦١.

(٢) المبسوط، السرخسي، شمس الأئمة محمد بن أحمد، ٦٨/١٣.

(٣) مجموع الفتاوى، ابن تيمية، أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبد الحلیم الحراني، ٥٣٨/٢٠.

(٤) تفسير القرآن العظيم، ابن أبي حاتم، أبو محمد بن عبدالرحمن بن المنذر، ١١٩٧/٤، تحريم النرد والشطرنج والملاهي، الأجرى، أبو بكر محمد بن الحسين البغدادي، ص ١٦٦.

الميسر: يعني القمار^(١).

ومعنى القمار: أن يؤخذ مال الإنسان وهو على مخاطرة؛ هل يحصل له عوضه، أو لا يحصل^(٢)، وهذا المعنى ينطبق على المعاوضات المالية المترتبة على التشبع الإلكتروني؛ فبيع هذه الحسابات، أو الإعلان عبرها فيه مخاطرة بأن يحصل له ما يرجوه من العوض أو لا يحصل؛ لأن هذا التشبع والتكثر غير حقيقي، فربما كان المتابعون أو المعجبون أو المشاهدون افتراضيين غير حقيقيين، أو حقيقيين غير متابعين ما ينشر في هذا الحساب؛ وقد لا يحصل له ما كان يرجوه من العوض مقابل ما دفعه من المال.



المطلب الثالث: التشبع بقصد الخير والدعوة إليه وتأليف القلوب للدخول في الإسلام.

يقوم بعض أصحاب الحسابات بشراء الحسابات لمتابعته، أو بتكثير المعجبين أو المشاهدين، ولا يقصد من ذلك التشبع تدليساً وتسميماً وشهرةً، أو من أجل كسب المال؛ وإنما يقصد بذلك خيراً من بلاغ دعوة وهداية وتأليف قلب، أو بيان أحكام شرعية، أو تعليم قرآن أو تدريس سنة أو فقه.

حكمه: يختلف حكم التشبع الإلكتروني بقصد الخير، والدعوة إليه، وتأليف القلوب للدخول في الإسلام حسب نوع التشبع؛ فإن كان تشبعاً بإعجاب أو كثرة مشاهدين، فإنه محرم لا يجوز؛ لأنه تشبع كاذب، والحق والخير والدعوة إلى الله والدخول في الإسلام لا تكون بالكذب والزور

(١) معالم التنزيل في تفسير القرآن، البغوي، أبو محمد الحسين بن مسعود، ٢٥٢/١.

(٢) ينظر: مجموع الفتاوى، ابن تيمية، أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبد الحلیم الحراني، ٢٨٣/١٩. وفتاوى الكبرى، ابن تيمية، أبو العباس تقي الدين أحمد بن عبد الحلیم الحراني، ١٥٤/١.

والباطل، وقد تقدم حكم هذا النوع من التشبع^(١).

وأما إن كان التشبع بشراء الحسابات للمتابعة؛ من أجل أن يستمع أو يقرأ المتابع ما يدعوه للخير، أو الدخول في الإسلام؛ فهذا القصد مباح ومشروع؛ بل هو من المندوب إليه؛ لأنه يدخل فيما يحبه الله ويأمر به؛ وذلك لعموم النصوص الواردة في فضل الدعوة إلى الله وتعليم الخير، كقوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ [النحل: ١٢٥] ، وقوله تعالى: ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ [فصلت: ٣٣]، وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث سهل بن سعد -رضي الله عنه- : (لأن يهدي الله بك رجلاً خيراً لك من حمر النعم)^(٢)، وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث أبي أمامة الباهلي -رضي الله عنه- : (إن الله وملائكته وأهل السموات والأرضين؛ حتى النملة في جحرها، وحتى الحوت ليصلون على معلم الناس الخير)^(٣)، وقوله صلى الله عليه وسلم في حديث عثمان -رضي الله عنه- : (خيركم من تعلم القرآن وعلمه)^(٤)، وغير ذلك من النصوص.



(١) ينظر: ص ١٥.

(٢) منفق عليه، أخرجه البخاري، كتاب: الجهاد والسير، باب: دعاء النبي صلى الله عليه وسلم إلى الإسلام والنبوة، وأن لا يتخذ بعضهم بعضاً أرباباً من دون الله، حديث رقم (٤٧٣٩)، ومسلم، كتاب: فضائل الصحابة، باب: من فضائل علي ابن أبي طالب رضي الله عنه، حديث رقم: (٢١٣٠).

(٣) أخرجه الترمذي، أبواب العلم، باب: ما جاء في فضل الفقه على العبادة، حديث رقم (٢٦٨٥)، وصححه الألباني في صحيح الجامع الصغير وزيادته، ٧٧٦/٢.

(٤) أخرجه البخاري، كتاب: فضائل القرآن، باب: خيركم من تعلم القرآن وعلمه، حديث رقم (٢٧٨٣).

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على رسوله وآله وصحبه أجمعين.

أما بعد،

فهذه خاتمة البحث وفيها أهم النتائج والتوصيات على سبيل الاختصار:

- ١- المقصود بالتشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي، هو التكثر بالمتابعين والمعجبين والمشاهدين زوراً وتدليساً وكذباً؛ وذلك بالشراء أو بتبادل منفعة التشبع والتكثر بين الحسابات.
 - ٢- التشبع الإلكتروني أنواع متعددة؛ منها: التشبع بالمتابعين، والتشبع بالمعجبين، والتشبع بالمشاهدين.
 - ٣- التشبع الإلكتروني له صور، فقد يكون بمتابعين حقيقيين، وقد يكون بمتابعين وهميين.
 - ٤- التشبع الإلكتروني على وسائل التواصل الاجتماعي تختلف أحكامه باختلاف أنواعه ومقاصده.
 - ٥- التشبع الإلكتروني المحرم ما كان تشبعاً غير حقيقي؛ وإنما شهرة وتسميماً، والذي يندرج تحت باب الكذب والتدليس، وكذا ما كان تشبعاً تترتب عليه معاوضة مالية؛ لما فيه من غش وخداع، وأكل لأموال الناس بالباطل، وقمار، وغرر.
 - ٦- التشبع الإلكتروني المباح ما كان تشبعاً من أجل نشر الخير، أو الدعوة إلى الله، أو تأليف القلوب للدخول في الإسلام.
 - ٧- أوصي الباحثين والدارسين بالعناية والاهتمام ببيان أحكام المسائل والنوازل المعاصرة التي تعم بها البلوى، ويحتاج الناس لمعرفة أحكامها، وخاصة مسائل ونوازل وسائل التواصل الاجتماعي.
- وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

فهرس المصادر والمراجع

- ١- (الإنترنت) للمبتدئين، جوني آر ليفن وآخرون، ط: ١، الرياض، مكتبة جرير، ١٩٩٨م.
- ٢- الإشراف على مذاهب العلماء، ابن المنذر، أبو بكر محمد بن إبراهيم النيسابوري، تحقيق: صغير أحمد الأنصاري أبو حماد، ط: ١، رأس الخيمة - الإمارات العربية المتحدة، مكتبة مكة الثقافية، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
- ٣- الافتراضي (الحقيقة الافتراضية والشبكة العنكبوتية)، دافيد جيفرس، ط: ١، القاهرة، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٣م.
- ٤- التاريخ الكبير، البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، تحقيق ودراسة: محمد بن صالح بن محمد الدباسي ومركز شذا للبحوث بإشراف محمود بن عبد الفتاح النحال، ط: ١، الرياض، المتميز للطباعة والنشر والتوزيع، ١٤٤٠هـ - ٢٠١٩م.
- ٥- تحريم النرد والشطرنج والملاهي، الأجرّي، أبو بكر محمد بن الحسين بن عبد الله، دراسة وتحقيق واستدراك: محمد سعيد عمر إدريس، (د . ط)، (د . م)، ١٤٠٢هـ - ١٩٨٢م.
- ٦- التعريفات، الجرجاني، علي بن محمد بن علي الزين الشريف، ضبطه وصححه جماعة من العلماء بإشراف الناشر، ط: ١، لبنان - دار الكتب العلمية، ١٤٠٣هـ - ١٩٨٣م.
- ٧- تفسير القرآن العظيم، ابن أبي حاتم، أبو محمد عبد الرحمن بن محمد بن إدريس، تحقيق: أسعد محمد الطيب، ط: ٣، المملكة العربية السعودية، مكتبة نزار مصطفى الباز، ١٤١٩هـ.
- ٨- تقنيات وبرمجة (الإنترنت)، أحمد دسوقي وآخرون، ط: ١، الرياض، مكتبة الرشد، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.

- ٩- جامع الأصول في أحاديث الرسول، ابن الأثير الجزري، مجد الدين أبو السعادات، تحقيق: عبدالقادر الأرئوط - التتمة تحقيق بشير عيون، ط: ١، (د . م)، مكتبة الحلواني - مطبعة الملاح - مكتبة دار البيان، (د . ت).
- ١٠- الجامع الصحيح (صحيح البخاري)، البخاري، أبو عبد الله محمد بن إسماعيل، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا، ط: ٥، دمشق، دار ابن كثير، دار اليمامة، ١٤١٤ هـ - ١٩٩٣ م.
- ١١- الجامع الصحيح، الترمذي، أبو عيسى محمد بن عيسى، تحقيق: احمد شاكر، ط: ٢، مصر، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، ١٣٩٥ هـ - ١٩٧٥ م.
- ١٢- الجرح والتعديل، ابن أبي حاتم، أبو محمد عبد الرحمن بن محمد الرازي، ط: ١، حيدر آباد الدكن - الهند، مجلس دائرة المعارف العثمانية، ١٢٧١ هـ ١٩٥٢ م.
- ١٣- الحاوي الكبير، الماوردي، أبو الحسن علي بن محمد البغدادي، تحقيق: الشيخ علي محمد معوض - الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، ط: ١، بيروت - لبنان، دار الكتب العلمية، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م.
- ١٤- دليل شعاع لمصطلحات الحاسب، طباع وشيخو.
- ١٥- الذخيرة، القرافي، أبو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس المالكي، تحقيق: محمد حجي وآخرون، ط: ١، بيروت، دار الغرب الإسلامي، ١٩٩٤ م.
- ١٦- الذريعة إلى مكارم الشريعة، الراغب الأصفهاني، أبو القاسم الحسين بن محمد، تحقيق: د. أبو اليزيد أبو زيد العجمي، (د . ط)، القاهرة، دار السلام، ١٤٢٨ هـ - ٢٠٠٧ م.

- ١٧- شرح زروق على متن الرسالة لابن أبي زيد القيرواني، زروق، شهاب الدين أبو العباس أحمد بن أحمد بن محمد بن عيسى الفاسي، أعتى به: أحمد فريد المزيدي، ط: ١، بيروت - لبنان، دار الكتب العلمية، ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م.
- ١٨- صحيح الجامع الصغير وزياداته، الألباني، أبو عبد الرحمن محمد ناصر الدين بن الحاج نوح بن نجاتي بن آدم، (د . ط)، (د . م)، المكتب الإسلامي، (د . ت).
- ١٩- صحيح مسلم، مسلم، أبو الحسين بن الحجاج القشيري النيسابوري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، (د . ط)، القاهرة، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه، ١٣٧٤ هـ - ١٩٥٥ م.
- ٢٠- الفتاوى الكبرى، ابن تيمية، نقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام الحراني الحنبلي الدمشقي، ط: ١، (د . م)، دار الكتب العلمية، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٧ م.
- ٢١- فتح الباري شرح صحيح البخاري، ابن حجر، أحمد بن علي أبو الفضل العسقلاني، ترقيم: محمد فؤاد عبد الباقي، (د . ط)، بيروت، دار المعرفة، ١٣٧٩ هـ.
- ٢٢- الكامل في ضعفاء الرجال، ابن عدي، أبو أحمد بن عدي الجرجاني، تحقيق: عادل أحمد عبد الموجود - علي محمد معوض - عبد الفتاح أبو سنة، ط: ١، بيروت - لبنان، الكتب العلمية، ١٤١٨ هـ ١٩٩٧ م.
- ٢٣- كفاية النبيه في شرح التنبيه، ابن الرفعة، أحمد بن محمد بن علي الأنصاري، تحقيق: مجدي محمد سرور باسلوم، ط (١)، (د . م)، دار الكتب العلمية، ٢٠٠٩ م.
- ٢٤- لسان العرب، ابن منظور، جمال الدين الانصاري، ط: ٣، بيروت، دار صادر، ١٤١٤ هـ.

- ٢٥- المبسوط، السرخسي، محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة،
باشر تصحيحه: جمع من أفاضل العلماء، (د . ط)، مصر، مطبعة
السعادة. (د . ت).
- ٢٦- مجموع الفتاوى، ابن تيمية، تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم
بن تيمية الحراني، تحقيق: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، (د . ط)،
المملكة العربية السعودية مجمع الملك فهد لطباعة المصحف
الشريف، المدينة النبوية، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م.
- ٢٧- المجموع شرح المذهب، النووي، أبو زكريا محيي الدين بن شرف،
باشر تصحيحه: لجنة من العلماء، القاهرة، إدارة الطباعة المنيرية،
مطبعة التضامن الأخوي، ١٣٤٤ - ١٣٤٧ هـ.
- ٢٨- المحلى بالآثار، ابن حزم، أبو محمد علي بن أحمد بن سعيد الأندلسي
الظاهري، تحقيق: عبدالغفار سليمان البنداري، (د . ط)، بيروت، دار
الفكر، (د . ت).
- ٢٩- مختار الصحاح، الرازي، زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن
عبد القادر الحنفي، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، ط: ٥، بيروت،
المكتبة العصرية - الدار النموذجية، ١٩٩٩ م.
- ٣٠- مختصر الإفادات في رُبع العبادات والآداب وزيادات، ابن بلبان،
محمد بن بدر الدين الدمشقي الحنبلي، تحقيق وتعليق: محمد بن
ناصر العجمي، ط: ١، بيروت، دار البشائر الإسلامية للطباعة
والنشر والتوزيع، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٨ م.
- ٣١- معالم التنزيل في تفسير القرآن، البغوي، أبو محمد الحسين بن مسعود،
حققه وخرج أحاديثه محمد عبد الله النمر - عثمان جمعة ضميرية -
سليمان مسلم الحرش، ط: ٤، (د . م)، دار طيبة للنشر والتوزيع،
١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م.

- ٣٢- معجم الفيزياء، حمودة، د. إبراهيم حمودة.
- ٣٣- معجم اللغة العربية المعاصرة، أحمد مختار، د. عبد الحميد عمر وآخرون، ط: ١، (د . م)، عالم الكتب، ٢٠٠٨ م.
- ٣٤- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية بالقاهرة، (د . ط)، القاهرة، دار الدعوة، (د . ت).
- ٣٥- المغني، ابن قدامة، موفق الدين أبو محمد عبد الله بن أحمد المقدسي الجماعيلي الدمشقي الحنبلي، تحقيق: الدكتور عبد اللّٰه بن عبد المحسن التركي، الدكتور عبد الفتاح محمد الطو، ط: ٣، الرياض - المملكة العربية السعودية، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م.