

مؤتمر تونس الدولي للعلوم الاجتماعية والإنسانية

نظمتها جامعة إغدير التركية بالتعاون مع أكاديمية ريمار
المنعقد بتاريخ: 22- 23- 24 فيفري 2025م بالحمامات -تونس-

ورقة بحثية بعنوان:

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحرير

Content Creation on Social Media Platforms Between Permissibility and
Prohibition in Islamic Jurisprudence

د/ فؤاد بولحبال

أستاذ محاضر -ب-

كلية الشريعة والاقتصاد -جامعة الأمير عبد القادر-

قسنطينة

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحرير

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحرير

Content Creation on Social Media Platforms Between Permissibility and Prohibition in Islamic Jurisprudence

د/ فؤاد بولحبال

الجزائر

fouadboulahbel2012@yahoo.com

الهاتف واتساب: 0658762456 (213+)

المخلص:

تناولت هذه الدراسة موضوع صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تحليل موقف الشريعة الإسلامية من هذه الظاهرة المعاصرة التي أصبحت تؤثر في سلوك الأفراد وتوجهاتهم الفكرية والأخلاقية. اعتمدت الدراسة على التأصيل الفقهي لمفهوم المحتوى الرقمي، وصناع المحتوى، ومواقع التواصل، مع بيان الضوابط الشرعية الحاكمة لهذا الفضاء المفتوح. خلصت الورقة إلى أن الأصل في صناعة المحتوى هو الإباحة، ما لم يتعارض مع أحكام الشريعة ومقاصدها العليا، لاسيما في حفظ الكليات الخمس. كما بينت الدراسة مسؤولية صانع المحتوى في الالتزام بالصدق والأمانة، ومسؤولية المتلقي في التثبت والتحقق، وضرورة تدخل ولي الأمر لضبط التجاوزات حمايةً للدين والمجتمع. وتوصي الدراسة بضرورة تقنين صناعة المحتوى وفق معايير شرعية تحفظ النظام العام والأخلاق العامة.

الكلمات المفتاحية: صناعة المحتوى الرقمي، وسائل التواصل الاجتماعي، الفقه الإسلامي، حرية التعبير، الضوابط الشرعية.

Abstract:

This study explores the phenomenon of content creation on social media platforms, examining its permissibility within Islamic jurisprudence. It provides a conceptual and legal framework for understanding digital content, content creators, and social media, while outlining the Sharia-based ethical and legal regulations governing this open space. The study concludes that the default ruling on digital content creation is permissibility, unless it contradicts Islamic principles or undermines the five essential objectives of Sharia (religion, life, intellect, lineage, and property). The paper highlights the duty of content creators to adhere to truthfulness and integrity, and the responsibility of recipients to verify information. It also emphasizes the role of authorities in regulating harmful or immoral content. The study calls for the establishment of legal frameworks based on Islamic values to safeguard public order and morality.

Keywords: Digital content creation, Social media, Islamic jurisprudence, Freedom of expression, Sharia regulations.

المقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولاً رقمياً جذرياً بفعل الثورة المعلوماتية المتسارعة، والتي أرسى واقعاً جديداً يتمثل في الانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي، وظهور منصات متخصصة في صناعة المحتوى الرقمي. وقد باتت هذه الفضاءات الافتراضية ميداناً رحباً يمارس فيه الأفراد - ولا سيما فئة الشباب - أدواراً محورية في تشكيل الرأي العام والتأثير في المنظومة القيمية والاجتماعية. ومن أبرز تجليات هذا الواقع ظهور فئة "المؤثرين والمؤثرات"، الذين يوجهون محتوى بصرياً وسمعيّاً واسع النطاق، متفاوت التأثير في وعي الأفراد وسلوكهم.

وفي خضم هذا التحول العميق، تبرز أهمية النظر الفقهي في هذه الظاهرة المعاصرة، على اعتبار أن الشريعة الإسلامية - بما تتمتع به من شمول وخلود - صالحة لكل زمان ومكان، ومؤسسة على مقاصد عليا تتمحور حول حفظ الضروريات الخمس: الدين، النفس، العقل، العرض، والمال. ومن هذا المنطلق، جاءت هذه الدراسة الموسومة

بـ: "صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحریم"، لتسلط الضوء على البعد الشرعي لصناعة المحتوى الرقمي، وبيان حكمه التكليفي، في ظل تزايد المحتوى الذي يتأرجح بين ما يوافق مقاصد الشريعة وما يصادمها من لهو وعبث وترويج للرزيلة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في ما تغرسه صناعة المحتوى من أفكار وصور ومفاهيم في وجدان المتلقين، مما يستدعي ضبط هذا المجال بضوابط شرعية تؤطره وتوجهه، حماية للمجتمع من الانحراف العقدي والأخلاقي.

وعليه، تسعى هذه الورقة البحثية للإجابة عن الإشكالية الآتية:

ما هو الموقف الشرعي من صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف العلمية والعملية، من أبرزها:

1. التأصيل الفقهي لصناعة المحتوى الرقمي من خلال بيان الحكم التكليفي لها في ضوء القواعد الأصولية والمقاصدية.
2. تحليل الإطار المفاهيمي المرتبط بالمحتوى الرقمي، وصانع المحتوى، ومواقع التواصل الاجتماعي.
3. استجلاء الضوابط الشرعية الحاكمة لصناعة المحتوى، سواء من جهة المنتج أو المتلقي.
4. إبراز مسؤولية وليّ الأمر في تنظيم المحتوى الرقمي وضبطه بما ينسجم مع مقاصد الشريعة.
5. اقتراح توصيات تشريعية تضمن مواءمة المحتوى الرقمي مع القيم الدينية والاجتماعية الأصيلة.

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحریم

هيكل الدراسة:

بنية هذه الدراسة على مطلب تمهيدي ومطلبين رئيسيين. يتناول المطلب التمهيدي الجانب المفاهيمي، من خلال توضيح المفاهيم الأساسية المرتبطة بصناعة المحتوى، كتعريف المحتوى والمحتوى الرقمي، وتعريف صناع المحتوى، إضافة إلى مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، ومجالات صناعة المحتوى الرقمي. أما المطلب الأول، فيعالج موقف الفقه الإسلامي من الإعلام وحرية التعبير، حيث يتم التطرق إلى مشروعية الإعلام في الكتاب والسنة، وسيرة الصحابة والتابعين، ثم بيان مكانة حرية التعبير في مواثيق حقوق الإنسان الإسلامية. في حين يركّز المطلب الثاني على التأصيل الشرعي لصناعة المحتوى الرقمي، من خلال بيان الحكم التكليفي لهذا النشاط المعاصر، وتوضيح الضوابط الفقهية التي تنظّمه، سواء من جهة صانع المحتوى أو من جهة المتلقي، مع الاستناد إلى القواعد الفقهية والمقاصدية ذات الصلة. وتُختتم الدراسة بخاتمة تتضمن أهم النتائج والتوصيات.

1. الإطار المفاهيمي

أولاً: مفهوم صناعة المحتوى

تُعَدُّ صناعة المحتوى من المفاهيم المحورية في الفضاء الرقمي المعاصر، وهي عملية إبداعية تقوم على توليد أفكار تتناول موضوعات تستجيب لاهتمامات جمهور معين، ثم تحويل هذه الأفكار إلى صيغ قابلة للنشر والعرض، سواء عبر النصوص المكتوبة أو الوسائط السمعية والبصرية، بما يتيح للجمهور التفاعل معها من خلال صفحات الويب أو مقاطع الفيديو أو غيرها من القوالب الاتصالية الرقمية (عطية، 2021، ص 244). ويستدعي التأسيس لهذا المفهوم الوقوف عند مصطلحي "المحتوى" و"المحتوى الرقمي"، لتوضيح البنية المعرفية لهذا النشاط الرقمي.

- تعريف المحتوى:

هو كل ما يصدر عن الفكر الإنساني من معلومات ومعارف وخبرات، يتم تخزينها ونقلها عبر الوسائط الرقمية والإعلامية والتطبيقات البرمجية وقواعد البيانات، وتشمل النصوص والصور والأصوات وكل أشكال التعبير الرقمي (شائف، 2006، ص 6).

- تعريف المحتوى الرقمي:

هو كل ما يُنتَج باللغة العربية داخل البيئة الرقمية، سواء في الدول العربية أو خارجها، ويشمل النصوص المكتوبة، والمقاطع الصوتية، والمحتويات المصورة، ما دام من الممكن الاستدلال على مصدره العربي. ويعتمد هذا النوع من المحتوى على منظومة من التطبيقات والمنصات الإلكترونية، وفي مقدّمتها مواقع التواصل الاجتماعي، التي تُعرّف بأنها شبكات إلكترونية تتيح لمستخدميها - ممن يشتركون في الاهتمامات والهوايات - إنشاء علاقات تفاعلية، وتكوين صداقات ضمن بيئة افتراضية عبر شبكة الإنترنت (أحمد، 2020، ص 233).

ثانيًا: تعريف صنّاع المحتوى

- التعريف الاصطلاحي:

صانع المحتوى هو الشخص الذي يقوم بإنتاج وتوزيع المعلومات داخل البيئة الرقمية، مستهدفًا جمهورًا محددًا في سياق زمني أو موضوعي معيّن. وقد يشمل نشاطه إعداد ونشر محتوى مكتوب مثل المقالات، والتدوينات، والتقارير، أو محتوى مرئي وسمعي مثل مقاطع الفيديو، والتصميمات، والبرامج التفاعلية. وتتنوع أهدافه بين الإعلام، والتعليم، والتحفيز، والترفيه، والإقناع، والإثارة الفكرية، وتبادل المعرفة. ويتواجد صانعو المحتوى في مختلف المنصات الرقمية، لا سيما وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات ومواقع النشر الإلكتروني (صعود الصحافة المستقلة ومستقبل منشئ المحتوى، 2020).

- التعريف الإجرائي

يقصد بصناع المحتوى، في السياق الإجرائي لهذه الدراسة، أولئك الأفراد الذين يمتلكون حسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي، ويقومون بنشر محتوى يومي يعكس آراءهم وأفكارهم وتفاعلاتهم الحياتية، بهدف زيادة التفاعل الرقمي ورفع عدد المتابعين، ما يمنحهم قدرة متزايدة على التأثير في جمهورهم الرقمي (مصطفى، 2021، ص 5).

ثالثًا: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز تجليات الثورة الرقمية الحديثة، وهي منظومة من المنصات الإلكترونية والتطبيقات الذكية التي تتيح للمستخدمين إمكانية التفاعل وتبادل المعلومات، عبر إزالة الحواجز الجغرافية وتقصير المسافات الافتراضية بين الأفراد. ويُعرّف هذا المفهوم اصطلاحًا بأنه: "كل الأجهزة والمواقع التي تمكّن مستخدميها من مشاركة المعلومات والتعليقات والوسائط المتعددة على نطاق عالمي، ضمن بيئة رقمية قائمة على تكنولوجيا الويب" (سيد، 2017، ص 55). وتمنح هذه المنصات الأفراد القدرة على بناء ملفات شخصية، وتكوين شبكات اجتماعية، ونشر محتوى متنوع ضمن فضاء تفاعلي يتأسس على الاهتمامات المشتركة وروابط التفاعل المجتمعي.

أما التعريف الإجرائي، فيتمثل في اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي كل الحسابات النشطة عبر الإنترنت، مثل فيسبوك، إنستغرام، يوتيوب، وتويتر، والتي تمكّن المستخدمين من إنشاء فضاء خاص بهم، يعرضون فيه اهتماماتهم، ويتشاركون محتواهم، سواء لأهداف تعليمية أو ترفيهية أو تسويقية.

رابعًا: مجالات صناعة المحتوى

تتعدد مجالات صناعة المحتوى الرقمي بتعدد الحقول المعرفية والمقاصد الاتصالية، ويمكن تصنيفها على النحو الآتي:

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحرير

- المحتوى المعلوماتي والإخباري
- المحتوى الإعلامي والتحليلي
- المحتوى التعليمي والأكاديمي
- المحتوى الترفيهي
- المحتوى التسويقي والإعلاني
- المحتوى البصري (صور، رسوم، إنفوغراف)
- المحتوى الصوتي (بودكاست، مقاطع صوتية)
- المحتوى التفاعلي (استطلاعات، نقاشات)
- المحتوى الثقافي والتوعوي

ويمثل هذا التنوع دلالة على الطابع الشامل لصناعة المحتوى، وقدرته على التفاعل مع جميع فئات المجتمع.

المطلب الأول: موقف الفقه الإسلامي من الإعلام وحرية التعبير

إن صناعة المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي تمثل في جوهرها صورة مستحدثة من صور الإعلام الحديث، المستظل بحرية التعبير. ومن ثمّ، فإن النظر الفقهي في هذه الظاهرة يقتضي الوقوف على أصليين متلازمين: مشروعية الإعلام في الشريعة الإسلامية، ومكانة حرية التعبير في المواثيق الحقوقية ذات المرجعية الإسلامية.

أولاً: مشروعية الإعلام في الفقه الإسلامي

يتأسس الإعلام في الشريعة على مرتكزات الدعوة إلى الحق، والتبليغ عن الدين، ونقل المعرفة النافعة، وقد دلّ على ذلك صريح القرآن والسنة، وسيرة النبي ﷺ والخلفاء الراشدين. قال تعالى: ﴿الرَّحْمَنُ﴾ ﴿عَلَّمَ الْقُرْآنَ﴾ ﴿خَلَقَ الْإِنْسَانَ﴾ ﴿عَلَّمَهُ الْبَيَانَ﴾ [الرحمن: 1-4]، وقد جاء في التحرير والتنوير أن تعليم البيان يُعدّ من خصائص الإنسان، وسبباً لتفاضله عبر التعبير عن المكنون العقلي والنفسي، وهو أصل لنشأة العلوم وتطور المعارف (ابن عاشور، 1997، 410/1).

ويتضح من خلال النصوص القرآنية أن الإعلام، في جوهره، امتداد لمبدأ البلاغ والبيان، كما في قوله تعالى عن موسى عليه السلام: ﴿وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّن لِّسَانِي﴾ ﴿يَفْقَهُوا قَوْلِي﴾ [طه: 27-28]، مما يدلّ على أهمية الكلمة في التأثير والتبليغ. ومن السنة قوله ﷺ: "بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً..." (البخاري)، وهو خطاب إعلامي تكليفي يوجب تبليغ الرسالة ضمن ضوابط الصدق والأمانة.

فؤاد بولحبال

وقد مارس النبي ﷺ الإعلام بمعناه الشامل؛ فأرسل الرسائل إلى الملوك، وأوفد الدوريات الاستطلاعية قبل صلح الحديبية، في إطار الحرب النفسية والإعلامية، وهو ما تواصل في سيرة الخلفاء الراشدين. ومن أبرز النماذج الخطبة التاريخية لأبي بكر الصديق عند تولّيه الخلافة، والتي رسم فيها معالم الإعلام المسؤول القائم على الصدق والمحاسبة، حيث قال "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَحْسَنُوا فَأَعِينُونِي، وَإِنْ أَسَأْتُ فَقُومُونِي" (...الطبري، 1996، 213/2).

وهذا النهج نفسه سار عليه عمر بن عبد العزيز، حين أكد في أول خطاب له أن لا طاعة لأحد في معصية الله، مما يعكس مركزية حرية التعبير تحت مظلة الشريعة.

ثانيًا: مكانة حرية التعبير في مواثيق حقوق الإنسان الإسلامية

أكدت المواثيق الإسلامية لحقوق الإنسان على مركزية حرية التعبير بوصفها حقًا أصيلاً، شريطة ألا تتعارض مع أحكام الشريعة. وقد جاء في البيان العالمي لحقوق الإنسان في الإسلام (باريس 1981) أن التفكير والتعبير عن الرأي لا يُعدّ حقًا فحسب، بل واجبًا شرعيًا إذا تعلق الأمر بكشف الحق ومقاومة الظلم، على أن يكون في إطار الالتزام بالأخلاق واحترام المعتقدات الدينية.

ونصّت المادة 22 من "إعلان القاهرة لحقوق الإنسان في الإسلام" (1990) على أن حرية التعبير مكفولة لكل فرد، ما لم تُخلّ بالمبادئ الإسلامية، وأكدت على ضرورة استخدام الإعلام بما يخدم الخير العام، مع تحريم استغلاله في نشر الفاحشة أو المساس بالمقدسات أو إثارة النعرات القومية والمذهبية.

ويُستفاد من هذه المواثيق أن الإسلام يقرّ بحرية الرأي باعتبارها عنصرًا جوهريًا في بناء الفرد والمجتمع، لكنه يُخضعها لضوابط الشريعة حفاظًا على الأمن العقدي والاجتماعي.

2. التأصيل الشرعي لصناعة المحتوى في الفقه الإسلامي

يهدف هذا المطلب إلى بيان الإطار التأصيلي لصناعة المحتوى الرقمي من منظور الفقه الإسلامي، وذلك من خلال الوقوف على الحكم الشرعي لهذا النشاط الحديث، ثم استعراض الضوابط الفقهية التي تحكمه في ضوء القواعد الأصولية والمقاصدية. ويُقسم هذا المطلب إلى عنصرين رئيسيين: أولاً، الحكم التكليفي لصناعة المحتوى عبر منصات التواصل؛ وثانيًا، الضوابط الشرعية التي تنظم علاقة صانع المحتوى بالفضاء الرقمي، وكذا علاقة المتلقي بالمحتوى المعروف.

أولاً: الحكم الشرعي لصناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ينطلق الحكم الشرعي لصناعة المحتوى من القاعدة الفقهية الأصيلة: "الأصل في الأشياء الإباحة ما لم يرد دليل على التحريم". وبناءً على هذا الأصل، فإن الممارسة الإعلامية الحديثة - بما فيها صناعة المحتوى الرقمي - تُعدّ في أصلها مباحة من حيث الحكم التكليفي، ولا يُصار إلى التقييد أو التحريم إلا إذا توافرت مصلحة شرعية معتبرة تقتضي ذلك التقييد.

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحرير

- الأصل في صناعة المحتوى الإباحة

إن صناعة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمثل امتدادًا حديثًا للممارسة الإعلامية التقليدية، بل تُعرف في بعض الأدبيات بـ"صحافة المواطن"، وهي من الحقوق التي ينبغي صونها شرعًا، بل قد ترقى في بعض السياقات إلى درجة الضروريات، إذا ارتبطت بحماية النظام العام أو تحقيق مقاصد شرعية عليا، كالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أو الدفاع عن القيم.

وفي هذا السياق، يقول ابن عاشور في كتاب مقاصد الشريعة الإسلامية: "إن الاعتداء على الحريات ومحاولة تقييدها نوع من أنواع الظلم، لذلك يجب أن يكون ضبط مقدارها ما يخول للمرء من الحرية في نظر الشرع موكولاً إلى ولاية الأمور المعيّنين لفصل القضاء بين الناس"، ويستدل لذلك بقوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَمَنْ قُتِلَ مَظْلُومًا فَقَدْ جَعَلْنَا لَوْلِيهِ سُلْطَانًا﴾ [الإسراء: 33]. وهذا يؤكد أن التحريم لا يكون إلا بنص، وتنفيذه لا يكون إلا من طرف السلطة الشرعية المخولة، بما يراعي المقاصد والمصالح العليا.

- لا تقييد لحرية صناعة المحتوى إلا لمصلحة معتبرة شرعاً

تقوم مقاصد الشريعة الإسلامية، لا سيما في النوازل والوقائع المعاصرة، على التوازن بين جلب المصالح ودرء المفاسد. وبناءً عليه، فإن الإباحة الأصلية لصناعة المحتوى ليست على إطلاقها، بل تخضع لضوابط شرعية مبنية على قواعد فقهية، كقاعدة "لا ضرر ولا ضرار"، وشرط الالتزام بمقاصد الدين وقيمه. وفي هذا الإطار، تشير آية هاني فاروق إلى أن من أهم الضوابط التي ينبغي مراعاتها: عدم مخالفة الرأي المعبر عنه لأحكام الشريعة، والالتزام بالصدق والعدل، والقول الحسن، والحكمة، والتقييد بالأخلاق الإسلامية، وحماية الخصوصية، واحترام معتقدات الآخرين (فاروق، 2022، ص 25).

ثانيًا: ضوابط صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الفقه الإسلامي

تشمل هذه الضوابط نوعين متكاملين: الأول خاص بصانع المحتوى، والثاني متعلق بالمتلقي، باعتبار أن العلاقة بين الطرفين محكومة بالمسؤولية المشتركة أمام النص الشرعي والمصلحة العامة.

- ضوابط خاصة بصانع المحتوى

أ- الأمانة والصدق

يرتكز الإعلام في المنظور الإسلامي على ركيزتين أساسيتين: الأمانة والصدق، وهما من صفات النبي ﷺ الذي لُقّب بالصادق الأمين، وقد أثنى الله على الصادقين في كتابه العزيز بقوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ التوبة: 119. وجاء في الحديث الشريف: "عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وإن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقًا، وإياكم

فؤاد بولحبال

والكذب فإن الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وإن الرجل ليكذب حتى يُكتب عند الله كذاباً " (البخاري، الأدب المفرد، 1989، ص 140).

ويُفهم من الحديث أن الكذب من أخطر الآفات التي تصيب اللسان، والتي تهدم أخلاق الأمة، وتشعل نار الفتنة، وتروج للباطل. ولذا، فإن من أبرز الضوابط الإعلامية: تقديم المصادقية على السبق الصحفي أو الرقمي، لما في ذلك من خدمة للحق، وانسجام مع فلسفة الإسلام القائمة على الاستخلاف والعمارة.

ب- حفظ النظام العام والأخلاق العامة

من أعظم المقاصد التي تُراعى في صناعة المحتوى، حفظ النظام العام وصيانة الأخلاق العامة، وقد جاء في قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ﴾ النور: 19. وتتجلى مظاهر الاعتداء على الأخلاق فيما يُنشر من محتويات خادشة للحياء أو تروج للإباحية أو الشذوذ أو تعمّد إثارة الجدل الجنسي، كل ذلك بحثاً عن الإعجابات أو الأرباح، ولو على حساب القيم. كما يشمل النظام العام كل ما يمس بالأمن والاستقرار، من تحريض على الفوضى، أو دعوات للإضرابات غير القانونية، أو الترويج للمخدرات والجرائم، أو المساس بالعقيدة الإسلامية، وهو ما يشمل قوله تعالى: ﴿إِنَّمَا جَزَاءُ الَّذِينَ يُحَارِبُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ...﴾ المائدة: 33. وقد يؤدي بعض المحتوى إلى نشر الشرك أو ترسيخ الاعتقاد بوجود قوى خارقة تُنازع الله في صفاته، مما يخلّ بعقيدة التوحيد. لذا، فإن من مقتضيات حفظ النظام العام صيانة الكليات الخمس: الدين، النفس، العقل، العرض، المال. كما قال ﷺ: (ألا إن دماءكم وأموالكم وأعراضكم عليكم حرام) "...البخاري، 1987، 2593/6. ولذلك، فإن على صانع المحتوى التزام هذه الكليات، وتجنّب كل ما يؤدي إلى الإضرار بها، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، عن قصد أو غير قصد، إذ كثير من المحتوى الرقمي ساهم في إلحاق الضرر بالناس وانتهاك حقوقهم.

- ضوابط متعلقة بمتلقي المحتوى

من أبرز الضوابط التي يتحلى بها متلقي المحتوى: خلق التبين والتثبت. قال تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ...﴾ النساء: 83، وفي آية أخرى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا...﴾ الحجرات: 6.

ويُستخلص من هذه الآيات أن الأصل في تعامل المسلم مع الأخبار والمحتوى هو التحقق والتدبر وعدم التسرع في التصديق أو النشر، خصوصاً في ظل وجود الحسابات الوهمية والمحتويات المفبركة التي تستهدف زعزعة صف الأمة. وقد نبّه السيد قطب إلى أن هذه القاعدة من أعمدة التنظيم الاجتماعي الإسلامي، إذ قال: "مدلول الآية عام، يتضمن مبدأ التمحيص، فخير الفاسق استثناء، والأصل هو الثقة بأهل الصلاح) "...في ظلال القرآن، 1980، 3341/26.

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحرير

بل إن الإسلام يرفض فكرة القطيع، ويؤكد استقلالية العقل والضمير، حيث لا ينبغي للإنسان أن يكون أداة في يد من يُحسن التلاعب بالعواطف، ويستدرج الناس إلى مواقف خطيرة. قال تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ﴾ الإسراء: 36، وجاء في في ظلال القرآن: "التثبت من كل خبر وكل ظاهرة قبل الحكم عليها هو منهج الإسلام الدقيق"... (قطب، 1980، 2227/15). وفي الحديث الشريف: "كفى بالمرء إثماً أن يحدث بكل ما سمع" مسلم، د.ت، 10/1. ولو التزم المسلمون بهذا الهدي النبوي والقرآني، لانتفوا شروراً عظيمة، ولقطع الطريق على دعاة الإرجاف، ومانعي الخير، والمفرقين بين صفوف الأمة باسم حرية التعبير.

الخاتمة

في ظل التحولات المتسارعة التي فرضتها الثورة الرقمية، لم يعد من الممكن إغفال الأثر العميق الذي باتت تتركه صناعة المحتوى الرقمي على البنية القيمية والثقافية للمجتمعات، خصوصاً في ظل التوسع اللامحدود لمواقع التواصل الاجتماعي. ولأن الشريعة الإسلامية تتسم بالمرونة والقدرة على مواكبة المستجدات، فقد اقتضى النظر الفقهي التأصيل لهذا النشاط الجديد بما يحقق التوازن بين حرية التعبير من جهة، وضوابط الشريعة ومقاصدها من جهة أخرى.

وقد أفضى هذا البحث إلى جملة من النتائج، يمكن إبرازها كما يلي:

أولاً: النتائج

1. تندرج صناعة المحتوى الرقمي في حكمها الأصلي ضمن دائرة الإباحة، ما لم تتضمن ما يخالف أحكام الشريعة أو يتصادم مع مقاصدها، مما يجعلها خاضعة للأحكام التكليفية الخمسة (الوجوب، الندب، الإباحة، الكراهة، التحريم) بحسب طبيعة المحتوى والغرض منه.
2. ولي الأمر الشرعي مخول بالاجتهاد في تنظيم صناعة المحتوى، بما يحقق مصلحة الأمة، ويشمل ذلك سن القوانين الرادعة، وحجب المنصات التي تروج للإلحاد أو تنشر محتوى يُهدد النظام العام أو يخدش الحياء العام.
3. حرية التعبير في الشريعة ليست مجرد حق، بل ترتقي إلى مرتبة الواجب متى كانت مرتبطة بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مع وجوب الالتزام بحدود الشرع في النشر والتعبير.
4. صناعة المحتوى مسؤولية شرعية وأخلاقية، يتعين فيها على صانع المحتوى أن يراعي حفظ الكليات الخمس: الدين، النفس، العقل، العرض، المال، وألا يتجاوز هذه الثوابت في سبيل جذب الجمهور أو تحقيق الانتشار.

فؤاد بولحبال

5. الصدق والعدل من أهم الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي الإسلامي، ويجب اجتناب الكذب والتزوير في القول أو الفعل، لما في ذلك من مفسدة عظيمة على الأفراد والمجتمع.

ثانيًا: التوصيات

انطلاقًا من النتائج السابقة، توصي الدراسة بما يلي:

- سنّ تشريعات واضحة وملزمة من طرف السلطات المختصة، تتضمن ضوابط شرعية وأخلاقية لصناعة المحتوى.
- سحب المحتويات الرقمية المخالفة للشرع أو للأداب العامة، خاصة تلك التي تدعو إلى الفسق، أو الإلحاد، أو زعزعة الاستقرار المجتمعي.
- إدراج مادة "فقه الإعلام الرقمي" ضمن المناهج التعليمية الشرعية، لتكوين وعي فقهي معاصر لدى الجيل الجديد من صناع المحتوى.
- إطلاق حملات توعية رقمية وإعلامية تُرسّخ قيم التثبّت، والتبَيّن، والنقد البناء في التعامل مع المحتوى الرقمي.
- تشجيع إنتاج محتوى رقمي بديل وهادف يعكس قيم الإسلام في مجالات التعليم، والثقافة، والتربية، والإعلام.

قائمة المراجع:

- آية هاني، ف. (2022). جرائم النشر بين القانون والشرعية الإسلامية. القاهرة: دار الأهرام للنشر والتوزيع.
- البخاري. (1987). صحيح البخاري. بيروت: دار ابن كثير.
- البخاري. (1989). الأدب المفرد. بيروت: دار البشائر الإسلامية.
- الدارمي. (1407هـ) سنن الدارمي. بيروت: دار الكتاب العربي.
- الزحيلي، و. (2017). الفقه الإسلامي وأدلته. دمشق: دار الفكر.
- الطاهر ابن عاشور. (1997). التحرير والتنوير. تونس: دار سحنون.
- الطاهر ابن عاشور. (2004). مقاصد الشريعة الإسلامية. قطر: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
- الطبري. (1996). الرياض النضرة في مناقب العشرة. بيروت: دار الغرب الإسلامي.
- سلمان، م. (2021). الدليل الشامل لصناعة المحتوى. السودان: جامعة الفاشر.
- سيد، ع. (2017). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

صناعة المحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الإباحة والتحریم

- سيد قطب .(1980) في ظلال القرآن (ط. 13). القاهرة: دار الشروق.
- عاصم، ع. أ. (2020). المواجهة القانونية والأمنية لمحاولات تزيف وعي المواطنين عبر وسائل التواصل الاجتماعي .المجلة العلمية للملكية الفكرية وإدارة الابتكار، 233.
- عيساوي، ع. (2021، ديسمبر). تأثير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي . مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والرياضية، (5)2، 244.
- لبيب، ش. (2006). صناعة المحتوى: المفهوم، البنية، ومقومات تطورها .منتدى تقنية المعلومات والاتصالات، 6.
- مسلم. (د.ت) .صحيح مسلم .بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- صعود الصحافة المستقلة ومستقبل . (2020, December 30). State of Digital Publishing. منشئ المحتوى. تم الاسترجاع في 04 أبريل، 2025 من <https://stateofdigitalpublishing.com/ar/المحتوى-ومنشئي-المستقلة-والصحافة>