



جامعة الأزهر

كلية الشريعة والقانون بأسسيوط

المجلة العلمية

أحكام التصرف في حسابات وسائل التواصل الاجتماعي بالبيع والشراء في الفقه الإسلامي

إعداد

د/ أسامة شعبان ثابت علي

مدرس الفقه بكلية الشريعة والقانون

جامعة الأزهر بأسسيوط

(العدد السادس والثلاثون الإصدار الرابع أكتوبر ٢٠٢٤م الجزء الأول)

أحكام التصرف في حسابات وسائل التواصل الاجتماعي بالبيع والشراء في الفقه الإسلامي

أسامة شعبان ثابت علي.

قسم الفقه، كلية الشريعة والقانون بأسسيوط، جامعة الأزهر، جمهورية مصر العربية.

البريد الإلكتروني: shaaban@azhar.edu.eg

ملخص البحث:

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في حياة الناس في عصرنا الحالي حيث لم يقتصر الأمر في استخدامها على التواصل ومشاركة الأفكار والآراء، بل تعداه حتى أصبحت وسيلة من وسائل الربح عند الكثيرين، وكان من ضمن المعاملات التي انتشر التعامل بها انتشاراً واسعاً وتحولت مع الوقت إلى تجارة رابحة: شراء صفحات مجهزة من عدد المتابعين المناسبين لعرض النشاط أو المحتوى الذي يُرغب في نشره عبر هذه المنصات الإلكترونية، مما حدا بكثير من مالكي الصفحات والحسابات التي تحظى بشعبية كبيرة لبيع صفحاتهم لمن يرغب في شرائها، ولجأ الكثير للترويج لحساباتهم وصفحاتهم وما يُنشر عليها، بزيادة عدد اللايكات والمتابعين للوصول إلى أكبر عددٍ من المستخدمين بالتعاقد مع شركةٍ أو جهةٍ مختصةٍ تكفل له تحصيل هذه الزيادات المرجوة نظير مبلغٍ معينٍ من المال، فجاء هذا البحث لبيان الحكم الشرعي في هذه المعاملات، وتناولت فيه التعريف بمفردات البحث، وحكم انشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، ودوافع شراء الحسابات والمتابعين، والطرق التي يتم بها هذا البيع، والحكم الفقهي لبيع الحسابات والمتابعين الحقيقيين والوهميين، ثم تناولت الصور التي يتم بها بيع الاعجابات، وبيان الحكم الفقهي لكل صورة، ثم الخاتمة وتناولت فيها

أهم النتائج والتوصيات التي توصلت إليها من خلال البحث.

الكلمات المفتاحية: تصرف - وسائل - تواصل - اجتماعي - متابعين - اعجاب - حساب.

Rulings on Buying and Selling Social Media Accounts in Islamic Jurisprudence

Osama Shaaban Thabet Ali,

**Department of Jurisprudence, Faculty of Sharia and Law,
Asiut, Al-Azhar University, Egypt.**

Emial: shaaban@azhar.edu.eg

Abstract:

Social media play a very important role in our life as they do not only enable us to communicate and exchange ideas or opinions, but they have also become a means to profit making. Among the widely adopted practices that have become profitable over time is the purchase of pages already equipped with a suitable number of followers to showcase activities or content intended for distribution on online platforms. This has incentivized owners of popular social media pages to sell their accounts. Many have resorted to promoting their accounts and pages, along with what is published on them, by increasing the number of likes and followers to reach a larger audience, often by contracting with a company or specialized entity that guarantees these

desired increases in exchange for a certain amount of money. This research aims to clarify the Islamic ruling on such transactions. The study defines the research terminology, examines the rulings on creating social media accounts, explores the motivations for purchasing accounts and followers, and outlines the methods used for such sales. Finally, the conclusion presents the key findings and recommendations.

Key Words: Dispose Of - Means - Media - Social - Followers - Likes - Account.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على رسوله النبي الأمي الأمين، وعلى آله وأصحابه أجمعين، أما بعد

فإن من القضايا التي جدّ التعامل بها، والتي ظهرت تبعاً لظهور أجهزة الحاسوب والهواتف المحمولة وتطور الوسائط الإلكترونية ونشأة مواقع التواصل ظاهرة بيع وشراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي، وما يتعلق بها من بيع المتابعين وبيع الإعجابات (اللايكات) بهدف الوصول إلى أكبر عددٍ من المستخدمين، بغض النظر عن الباعث على ذلك؛ والذي قد يتمثل في السعي إلى الشهرة، أو التسويق لمنتج، أو التربح من زيادة سعر الإعلان على الصفحة لكثرة المترددين عليها، إلى غير ذلك، ولما كانت دراسة النوازل والمستجدات في شتى أبواب الفقه من أهم الموضوعات التي ينبغي على الباحثين الاهتمام بها لبيان الأحكام الفقهية لهذه القضايا المعاصرة، جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على هذه النازلة وبيان حكم الشرع فيها.

أهمية الدراسة:

- ١- يظهر هذا الموضوع العمق الفقهي والفكري للشرعية الإسلامية من خلال ملاحظتها لأدق الأمور، وصلاحياتها لما يستجد من نوازل.
- ٢- من الناحية العلمية فهذا الموضوع جدير بالدراسة للمتخصصين وغير المتخصصين، حيث لم ينل من البحث والدراسة والعناية من الناحية الشرعية ما يكفي بالرغم من أهميته، وانتشار التعامل به.

إشكالية الدراسة:

تتمثل إشكالية الدراسة في وضع اليد على النقاط التي يمكن للبحث أن يعالجها

وهي:

هل يجوز شرعا بيع حسابات وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي؟
وما الأحكام الفقهية المتعلقة بهذه المسألة؟

ما الباعث على بيع وشراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي؟

ما التكيف الفقهي لهذه المعاملة؟

ما الصور التي تتم بها عملية بيع وشراء الاعجابات والمتابعين؟

ما الحكم الفقهي لتجارة زيادة أعداد اللايكات والمتابعين الحقيقية؟ وما هو

التكيف الفقهي لهذه المعاملة؟

ما الحكم الفقهي لبيع وشراء زيادة أعداد اللايكات والمتابعين الوهمية؟

هدف الدراسة:

١- تهدف الدراسة إلى تحليل ماهية وسائل التواصل الاجتماعي، والوقوف على

دوافع بيع وشراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.

٢- إبراز وتجلية الحكم الفقهي في هذا الموضوع من خلال النظر في نصوص

الكتاب والسنة، وأقوال الفقهاء والأئمة -رحمهم الله-.

٣- بيان الحكم الفقهي في صور تجارة زيادة عدد اللايكات والمتابعين عن طريق

البيع والشراء.

الدراسات السابقة:

لم أفق - فيما اطّلت عليه - على دراسة مستفيضة تناولت أحكام التصرف في حسابات التواصل الاجتماعي بالبيع والشراء، اللهم إلا بعض الفتاوى المتناثرة في مواقع الإنترنت.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي مع الاستعانة بالمنهج الاستقرائي، والمنهج الاستنباطي.

خطة الدراسة:

اشتملت الدراسة على مقدمة، ومبحث تمهيدي، وثلاثة مباحث وخاتمة:

المقدمة: واشتملت على أهمية الدراسة، وإشكالية الدراسة، والهدف منها، وخطة الدراسة.

المبحث التمهيدي: التعريف بمفردات عنوان البحث. وفيه ثلاثة مطالب

المطلب الأول: التعريف بالتصرف

المطلب الثاني: التعريف بحسابات وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أشهر منصات وسائل التواصل الاجتماعي

المبحث الأول: الحكم الفقهي لبيع وشراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي ، وفيه أربعة مطالب :

المطلب الأول: حكم انشاء حساب على منصات وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لبيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: بيع مواقع التواصل إذا كانت الجهة المالكة للموقع تمنع من بيعها.

المطلب الرابع: بيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي لمن يقصد استخدامها في أمور محرمة.

المبحث الثاني: تجارة زيادة عدد الإعجابات (اللايكات) والمتابعين ، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: التعريف بالإعجابات والمتابعين، والباعث على شرائهما.

المطلب الثاني: التكيف الفقهي لتجارة زيادة أعداد اللايكات والمتابعين الحقيقية .

المبحث الثالث: بيع وشراء الزيادات الوهمية للإعجابات والمتابعين، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: صور بيع وشراء الأعداد الوهمية للإعجابات والمتابعين.

المطلب الثاني: الحكم الشرعي لبيع وشراء الزيادات الوهمية للإعجابات والمتابعين .

الخاتمة: واشتملت على أهم النتائج والتوصيات.

المبحث التمهيدي

التعريف بمفردات عنوان البحث

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول

التعريف بالتصرف

التصرف لغة: مشتق من الصرف وهو: التقلب والحيلة، يقال: فلان يصرف ويتصرف ويصترف لعياله أي: يكتسب لهم.^(١)

والتصرف اصطلاحاً: لم يذكر الفقهاء في كتبهم تعريفاً للتصرف، ولكن يفهم من كلامهم أن التصرف هو "ما يصدر عن الشخص المميز بإرادته ويرتب عليه الشارع نتيجة من النتائج (حقوق وواجبات) "ويدخل في التصرف كل أقوال وأفعال وتصرفات الشخص، سواء أكانت صادرة عنه بشكل مستقل، كما في الوقف أو الطلاق، أو مضمومة إلى شخص آخر كما في البيع والإجارة.^(٢)

(١) تهذيب اللغة، لمحمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، (أبواب الصاد والراء) ١١٤/١٢، تحقيق: محمد عوض مرعب، نشر: دار إحياء التراث العربي، بيروت، الطبعة الأولى ٢٠٠١م، القاموس المحيط، لمجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي، (فصل الصاد) ص ٨٢٧، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان - الطبعة: الثامنة، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م.

(٢) نظرية العقد في الفقه الإسلامي، عز الدين محمد خواجه، ص ١٠مراجعة: عبد الستار أبوغدة، نشر: مجموعة دلة البركة إدارة التطوير والبحوث، الطبعة الثانية ١٤١٤هـ/١٩٩٣م.

الفرق بين التصرف والعقد:

العقد في اللغة: أصله نقيض الحل، يقال: عقدت الحبل فهو معقود، ويطلق كذلك على العهد، ومنه عقدة النكاح، ثم استعمل في أنواع العقود من البيوعات، وغيرها. (١)

واصطلاحاً: ربط أجزاء التصرف بالإيجاب والقبول شرعاً. (٢)

ومما سبق يتضح أن التصرف أعم من العقد، فالعقد لا يحصل إلا بإرادتين أو أكثر كالبيع أو الشركة، والإجارة.

والتصرف أعم من ذلك فيشمل ما يحصل بين اثنين فأكثر، وما يحصل من الشخص منفرداً، كالوقف، والطلاق، ورد المبيع بخيار العيب أو الرؤية أو الشرط، فكل عقد يعتبر تصرفاً، وليس كل تصرف يعتبر عقداً. (٣)

البيع لغة: مصدر باع، وهو: مبادلة مال بمال، والبيع من الأضداد - كالشراء - قد يطلق أحدهما ويراد به الآخر، ويسمى كل واحد من المتعاقدين: بائعاً، أو بيّعاً، لكن إذا أطلق البائع فالمتبادر إلى الذهن في العرف أن يراد به باذل السلعة. (٤)

(١) تاج العروس من جواهر القاموس، لمحمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الملقب بمرتضى، مادة "عقد" ٣٩٤/٨، الزبيدي، تحقيق: مجموعة من المحققين، نشر: دار الهداية (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

(٢) التعريفات، علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني، ص ٥٣ انشر: دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى ١٤٠٣هـ/ ١٩٨٣م.

(٣) نظرية العقد في الفقه الإسلامي، عز الدين محمد خواجه ص ١٢.

(٤) المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، لأحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، مادة "ب ي ع" ٦٩/١، نشر: المكتبة العلمية - بيروت، (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

واصطلاحاً: مبادلة مال متقوم بمال متقوم.^(١)

أما الشراء فيعرف بأنه: تَمَلُّكٌ بعوض على وجه مخصوص^(٢).

المطلب الثاني

التعريف بحسابات وسائل التواصل الاجتماعي

الحسابات جمع حساب، والحساب والحسابة: عدك الشيء، يقال: حسب

الشيء يحسبه، حسباً وحساباً وحسابة: عدده، والحساب: الكثير، وفي التنزيل:

﴿عَظَاءَ حِسَابًا﴾^(٣)؛ أي كثيراً كافياً^(٤)؛ وكل من أَرْضِيَ فقد أحسب، وشيء

حساب أي كاف، ويقال: أتاني حساب من الناس أي جماعة كثيرة^(٥).

(١) بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، لعلاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني،

٢٩٩/٥، نشر: دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م، ددر الحكام

شرح غرر الأحكام، لمحمد بن فرامرز بن علي الشهير بملا - أو منلا أو المولى -

خسرو، ١٤٢/٢، نشر: دار إحياء الكتب العربية، (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

(٢) حاشيتنا قليوبي وعميرة، لأحمد سلامة القليوبي وأحمد البرلسي عميرة، ١٩١/٢، نشر:

دار الفكر - بيروت (من دون طبعة) ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م.

(٣) سورة النبا جزء من الآية ٣٦.

(٤) تفسير الطبري = جامع البيان عن تأويل آي القرآن، لأبي جعفر، محمد بن جرير

الطبري، ١٧٢/٢٤، توزيع: دار التربية والتراث - مكة المكرمة (من دون طبعة ومن دون

تاريخ).

(٥) لسان العرب، لمحمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور، (فصل الحاء

المهملة) ٣١٣/١، نشر: دار صادر - بيروت - الطبعة الثالثة ١٤١٤هـ.

الوسائل لغة: جمع وسيلة، والوسيلة هي: ما يتوصل به إلى الشيء ويتقرب به، يقال: وسل فلان إلى ربه وسيلة، وتوصل إليه بوسيلة أي: تقرب إليه بعمل^(١).

وتأتي الوسيلة بمعنى المنزلة، والدرجة، والقربة، والرغبة^(٢). فالركن الأساسي في دلالة هذه الكلمة هو "التوصل إلى أمر آخر" فلا يسمى الشيء وسيلة إلا إذا كان مما يتوصل به إلى أمر آخر، وذلك الأمر الآخر هو المقصود الأصلي بمباشرة الوسيلة^(٣).

التعريف الاصطلاحي للوسائل:

لا يختلف معنى الوسائل في الاصطلاح عن معناها في اللغة، إذ المراد في المعنيين واحد، حيث عرفت بأنها: "الأفعال التي يتوصل بها إلى تحقيق المقاصد"^(٤).

(١) الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، لإسماعيل بن حماد الجوهري، مادة (وسل)، ١٨٤١/٥، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، نشر: دار العلم للملايين - بيروت الطبعة الرابعة، ١٤٠٧هـ / ١٩٨٧م، : مختار الصحاح، لزين الدين أبو عبد الله بن أبي بكر الرازي، مادة (وسل) ص ٣٣٨، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، المكتبة العصرية، بيروت - صيدا - الطبعة الخامسة ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م.

(٢) لسان العرب، لابن منظور، مادة (وسل) ٧٢٤/١١، تاج العروس لمرتضى الزبيدي، مادة (وسل) ٧٥/٣١.

(٣) قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية د/ مصطفى بن كرامة الله مخدوم - دراسة أصولية في ضوء المقاصد الشرعية ص ٤٥، ٤٦ - نشر: دار إشبيلية، الرياض، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م.

(٤) قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية، د/ مصطفى بن كرامة الله مخدوم ص ٤٦، مرجع سابق.

والمراد بالمقاصد: المصالح والمفاسد، والمراد بالأفعال ما يصدر عن العبد مطلقاً سواء أكان من أفعال الجوارح أو من أعمال القلوب، فكل فعل يتوصل به إلى مصلحة أو مفسدة فهو وسيلة سواء كان الفعل مشروعاً أم غير مشروع.^(١)

ومما سبق يتضح أن الوسائل غير مقصودة لذاتها، بل لتحصيل غيرها من المقاصد على الوجه الأكمل المطلوب، إذ بغير الوسيلة لا يحصل المقصد.

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات من خلال أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة الهواتف المحمولة.^(٢)

ويمكن تعريف حسابات وسائل التواصل الاجتماعي:

هو الملف الشخصي الذي تسمح مواقع ومنصات وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدم بإنشائه، يحتوي هذا الملف على معلوماته الشخصية مثل اسمه وعنوانه وبريده الإلكتروني وكلمة المرور، يمكنه من التواصل عبر شبكة الإنترنت مع غيره من الأشخاص إلكترونياً؛ لمشاركة المعلومات والأفكار والآراء والرسائل وغيرها من المحتوى المكتوب والمرئي والصوتي والاستفادة من خدمات أو ميزات إضافية على الموقع أو التطبيق.

(١) قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية، د/ مصطفى بن كرامة الله مخدوم ص ٤٧، ٤٦.

(٢) استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلم العربي، لظاهر راضي، مجلة التربية ص ٢٣،

عدد (١٥) عمان: جامعة عمان الأهلية، (٢٠٠٣ م).

ومما سبق يمكن تحديد العناصر التي تقوم عليها حسابات وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي وهي:

- ١- الاسم الذي يميز الحساب عن غيره.
- ٢- مالك الحساب، وهو إما شخص حقيقي، أو هيئة اعتبارية مهنية، أو تجارية.
- ٣- المحتوى أو الوعاء الذي يتضمنه الحساب أو الصفحة.

المطلب الثالث

أشهر منصات وسائل التواصل الاجتماعي

تتنوع منصات وسائل التواصل الاجتماعي إلى أنواع كثيرة ومن أشهرها:
الفيسبوك (Facebook):

الفيس بوك: موقع إلكتروني مجاني عبر الإنترنت خاص بالتواصل الاجتماعي، حيث يتمكن المستخدم من خلاله من التواصل والتفاعل مع الأصدقاء، والعائلة، والزملاء

تم إطلاق فيسبوك في فبراير ٢٠٠٤م لصاحبه مارك زوكيربرج (mark Zuckerberg) وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعية بين الأصدقاء حتى اكتسب شعبية واسعة بينهم الأمر الذي شجع على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول، ثم تحولت إلى شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجارب كبير بين الناس في جميع انحاء العالم. (١)

اليوتيوب (You tube):

اليوتيوب أحد أهم مواقع الفيديو التشاركية والتي حولت الويب من مستودع للمعلومات إلى موقع للتواصل والتشبيك من حيث المشاركة في إنتاج الملفات وتكاملها ومناقشة ملفات الفيديو بين مجموعة من المستخدمين أو بين الجمهور عامة.

(١) وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب لفيصل بن سعد محمد لمنيح، ص ٤٩، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية قسم علم الاجتماع ٢٠١٧م.

تم انطلاق اليوتيوب على شبكة الإنترنت عام (٢٠٠٥)، وأخذت اليوتيوب في تقديم خدماتها للجمهور حتى اشتراها موقع جوجل عام (٢٠٠٦) وطور في أدائها، بالإضافة إلى المشاركة مع معظم القنوات التلفازية، ونشر الملفات الفيديوية والمدونات وخدمات المحمول، والمشاركة مع الفيسبوك أو التويتر. (١)

الانستغرام (Instagram):

يُعرف الإنستغرام بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي التي تُعنى بتحرير ورفع الصور ومقاطع الفيديو من خلال منشورات يتم نشرها عبر حساب المُستخدم على هذه المنصة، كما يسمح الإنستغرام بمشاركة تلك الصور ومقاطع الفيديو بسهولة عبر منصات التواصل الاجتماعي الأخرى كالفيسبوك وتويتر.

وقد ظهر في ١٠ يونيو ٢٠١٠ م، على يد مؤسسيه كيفن سيستروم (Kevin Systrom ومايك كاريجر (Mike Krieger) ، خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية، وبعد ١٠ أيام على إطلاقه بلغ عدد مستخدميه ١٠ آلاف مستخدم، وفي ديسمبر ٢٠١٠ م، أعلن مؤسسا الإنستغرام عن ربطه بالدعم الكامل على شبكة Foursquare ، حيث وصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وكان الهدف من ذلك تمكين المستخدمين من وضع صور ذات جودة عالية ومشاركتها على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، وتم إتاحتها للمستخدمين من خلال ٢٥ لغة مختلفة حول العالم، وفي فبراير عام ٢٠١١ م، وفي يوليو عام ٢٠١١ م، وصل عدد المستخدمين ٦ مليون مستخدم يتشاركون

(١) ثورة الشبكات الاجتماعية لخالد غسان يوسف المقادري ص ٤٣ الناشر: دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن الطبعة الأولى ١٤٣٤ هـ / ٢٠١٣ م.

أكثر من مائة مليون صورة يومياً، وبلغت قيمة الشركة ٥٠٠ مليون دولار في إبريل عام ٢٠١٢ م، وقامت شركة فيس بوك بالاستحواذ عليها في صفقة بلغت قيمتها مليار دولار^(١).

تويتر (Twitter):

يعد تطبيق تويتر أحد منصات التواصل الاجتماعي ويعد أيضاً مدونة مصغرة تسمح بإرسال واستقبال منشورات قصيرة تسمى التغريدات (Tweets)، يستخدمه بعض الأشخاص لاكتشاف والتعرف على أشخاص آخرين وصانعي محتوى وشركات مثيرة للاهتمام عبر الإنترنت عن طريق متابعتهم، حيث تسمح لهم خاصية المتابعة، رؤية تغريدات المستخدم الآخر في "الجدول الزمني" الخاص بالمستخدم على تويتر.

بدأ تطبيق تويتر كموقع يقدم خدمة رسائل القصيرة (SMS) المجانية، تم إنشاؤه في عام ٢٠٠٦ من قبل إيفان ويليامز وبيز ستون، وكان كل منهما يعمل في شركة جوجل Google قبل المغادرة لإطلاق مشروع البث الصوتي Odeo، وقد بدأ ويليامز، الذي أنشأ سابقاً أداة Blogger الشهيرة، في تجربة أحد مشاريع Odeo الجانبية، وهو خدمة الرسائل القصيرة (SMS) التي تسمى Twttr، ثم انضم المهندس جاك دورسي إلى فريق الإدارة، وظهرت النسخة المكتملة من Twitter لأول مرة في مؤتمر South by Southwest للموسيقى في أوستن، تكساس، في مارس ٢٠٠٧، وفي الشهر التالي تم إنشاء

(١) موقع عالم التقنية الإلكتروني، مقال لمحمد حبيشي ٢٠١٢م، تاريخ الزيارة: ٢٠٢٤/١/٥م،

شركة التويتتر **Twitter Inc**، ككيان مؤسسي^(١).

تيك توك (Tik Tok)

تيك توك هو عبارة عن تطبيق تسجيل فيديوهات قصيرة مدتها لا تزيد عن ١٥ ثانية، بحيث يمكن لأي شخص تسجيل هذه الفيديوهات بكاميرا الهاتف الخاصة به ثم يقوم التطبيق بترويج هذه الفيديوهات إلى المستخدمين الآخرين الذين يتابعون هذا الشخص.

نشأ تطبيق التيك توك في أغسطس ٢٠١٤م، حيث قرر "أليكسزو" إطلاق التطبيق ميوزيكولي **Musically** بعد فشل التطبيق الأول الذي طرحه هو وشريكه "لويس يانج" في الأسواق وخاصة بعرض فيديوهات تعليمية قصيرة لا تتجاوز خمسة دقائق لقتل الملل عند الباحثين عن الدورات التعليمية المتخصصة **online** ما يتيح فرصة أكبر للتعلم، والاستفادة من المحتوى المرئي المعروض، نظراً لأن طول الفيديو التعليمي يصيب الأغلبية بالملل والانصراف عن المحتوى، وفي سبتمبر ٢٠١٦ أطلق الصيني "تشانغ بهينغ"، تطبيقاً جديداً الذي يدعى بتيك توك مبني على "ميوزيكلي" الذي نجح في جذب المراهقين لمدة عامين متتاليين، فكان الأكثر نجاحاً وانتشاراً خاصة في ٢٠١٨، حيث أكدت شركة (سنوتاوور) للبحوث في الأسواق أن التطبيق تم تحصيله أكثر من ٤٥.٨ مليون مرة في الربع الأول من العام الجاري وتم تداوله في ١٢٤ دولة ومنطقة في العالم واتسعت دائرته ليصل إلى مناطق جديدة^(٢).

(١) موقع ويكيبيديا، تاريخ الزيارة ١٨/١/٢٠١٤م، الرابط:

<https://linksshortcut.com/uSKie>

(٢) موقع ويكيبيديا، تاريخ الزيارة ١٨/١/٢٠١٤م، الرابط:

<https://linksshortcut.com/kpSuC>

المبحث الأول

الحكم الفقهي لبيع وشراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول

حكم انشاء حساب على منصات وسائل التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي موضوعٌ محايد، بمعنى: أن الحكم الشرعي لاستعماله تابع لصفة هذا الاستعمال، فإن استعمل في المحادثات فيما هو مباح ومشروع، من نشر الخير والدعوة، والاطلاع على الأخبار، والمشاركات الحوارية النافعة، أو لأهداف تجارية، فهو جائز ولا حرج فيه، أما إذا استعمل في غير ذلك من المقاصد الفاسدة فيحرم حينئذ. (١)

وبناءً على ذلك فإن مواقع التواصل لا حكم عليها؛ لأن علم الفقه إنما يبحث عن أحكام الأشياء لا عن ذواتها (٢)، وإنما الحكم يتعلق باستخدام الشخص لها فالحكم على هذه التقنية الحديثة مبنياً ومرهوناً على القصد من إنشائها واستخدامها، وتطبيقاً لقاعد: "الأمر بمقاصدها".

ومعنى هذه القاعدة: "أن أعمال المكلف وتصرفاته من قولية أو فعلية تختلف نتائجها وأحكامها الشرعية التي تترتب عليها باختلاف مقصود الشخص وغايته

(١) موقع دار الإفتاء - المملكة الأردنية الهاشمية - فتوى رقم ٨٣٨ بعنوان: "حكم استخدام الفيس بوك"، تاريخ الزيارة ١٠/٣/٢٠٢٤م، الرابط:

<https://linksshortcut.com/DFpiH>

(٢) القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد مصطفى الزحيلي ١/٦٣، ٦٤، نشر: دار الفكر - دمشق الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م.

وهدفه من وراء تلك الأعمال والتصرفات^(١)، فالحكم الذي يترتب على فعل المكلف ينظر فيه إلى مقصده فعلى حسبه يترتب الحكم ثواباً وعدمه، عقاباً وعدمه، مؤاخذاً وعدمها، ضماناً وعدمه^(٢).

وتأسيساً على ذلك فإنه يمكن القول: إن الأصل في إنشاء واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحل والإباحة، لكن بالنظر إلى مقصد الشخص ونيته في استخدام هذه التقنية فقد تعتريه الأحكام التكليفية الخمسة: الوجوب، والندب، والإباحة، والحرمة، والكرهية^(٣).

قد يكون واجباً

وذلك في حال استخدامها في مجال الدعوة، ونشر صحيح الدين، ورد الشبه ودحضها، وتبيين السنة للناس وتوضيحها لهم، أو استخدامها في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

وقد يكون مندوباً

وذلك في حال استخدامها في مجال التعلم: كشبكة لطلاب العلم أو استخدام "اليوتيوب" لبث برامج الجامعات، وبث الدروس العلمية والفقهية المختلفة، والتواصل مع العلماء والفقهاء، وغيرها من استخدامات متعددة مفيدة.

(١) الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية، للشيخ الدكتور محمد صدقي بن أحمد بن محمد آل بورنو أبو الحارث الغزي، ص ١٢٢، نشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان - الطبعة الرابعة، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٦ م.

(٢) القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد مصطفى الزحيلي ٦٣/١

(٣) الشبكات الاجتماعية وأحكامها الفقهية، خليل إبراهيم الحمادي، ص ٣٣٦ وما بعدها، حولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، المجلد الخامس، العدد الثاني والثلاثون.

وقد يكون مباحاً

وذلك في حال استخدامها فيما لا حرمة فيه ولا كراهة، كإنشاء صفحة على إحدى منصات مواقع التواصل الاجتماعي من أجل الاطلاع على الأخبار، والمعلومات العامة، والاطلاع على أسعار السلع، وغيرها من الأمور المباحة.

وقد يكون مكروهاً

وذلك في حق من يسرف في استعمال الشبكة الاجتماعية ومواقعها في غير مصلحة، أو ينشغل عن نوافل الطاعات والعبادات.

وقد يكون حراماً

إن استُخدمت في الأمور المحرمة، كاستخدامها لترويج المواقع الإباحية، أو نشر صور فاضحة، أو استخدامها للاحتيال على الناس أو الدعوة إلى العقائد الهدامة والفسادة، والتحريض على الفتن والخروج على الدولة وقوانينها.

المطلب الثاني

التكييف الفقهي لبيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

يعد بيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي بعد تكبيرها وكسب ثقة المتابعين من أسهل الطرق للربح؛ نظراً لوجود الكثير من العملاء الذي لا يوجد لديهم الصبر للحصول على متابعين أكثر في وقت مناسب على صفحاتهم، مما يدفعهم لشراء صفحات مجهزة من عدد المتابعين المناسبين.

وقد يلجأ البعض إلى شراء حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي رغبة منهم في سرعة الوصول إلى عدد لا بأس به من المتابعين أو المشتركين لعرض النشاط أو المحتوى الذي يرغب في نشره عبر هذه المنصات الالكترونية على عكس ما إذا قام بإنشاء حساب جديد فقد يتطلب الأمر منه جهد كبير ووقت أكبر لجذب أكبر عدد من المتابعين إلى هذا الحساب الأمر الذي دفع المتخصصين في مجال التسويق بإنشاء الكثير من الصفحات والعمل عليها مدة زمنية حتى يستطيع الاستفادة منها بأفضل ربح ممكن^(١).

التخريج الفقهي لبيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي:

اجتلاء الحكم الشرعي لبيع حسابات وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي يتوقف على مدى اعتبار هذه الحسابات من الأموال المتقومة التي يجري التعامل فيها بالبيع والشراء أم لا؟ وعلى ما إذا كانت الجهة المالكة لمواقع التواصل تسمح ببيع الحسابات على مواقعها أم لا؟

(١) موقع أكاديمية عمل بزنس، مقال بعنوان: "كيفية الربح من الفيس بوك: أفضل ١٣ طريقة لتحقيق الربح من الفيسبوك" تاريخ الزيارة: ٢٠/٣/٢٠٢٤م، الرابط:

وبالنظر إلى حسابات وسائل التواصل الاجتماعي نجد أنه لا يصح تخريجها على أنها عين مالية لكونها شيء غير محسوس لا يمكن احرازه واقتناؤه، لذا ذهب كثير من المعاصرين إلى اعتبار هذه الحسابات من قبيل الحقوق المعنوية والتي يحق لصاحبها التصرف فيها^(١).

ولإيضاح الحكم الفقهي لابد من التعرض لمفهوم الحقوق المعنوية، ولأقوال الفقهاء في مالية الحقوق، وبيان الحكم في الاعتياض^(٢) عن هذه الحقوق بالبيع، وفيما يلي بيان ذلك:

مفهوم الحقوق المعنوية:

الحقوق المعنوية مصطلح واسع يشمل جميع الحقوق غير المادية، فتطلق على كل حق لا يتعلق بمال عيني، ولا بشيء من منفعته، مثل حق القصاص، والولاية، والطلاق، وغيرها، ويلتحق بذلك الحقوق؛ وإنما سميت بذلك؛ لأن الاختصاص الذي قضى به الشارع لصاحبه أمر تقديري، لا يختص بعين مادية، ولا يسري ضمن منفعة متقومة.

ويعرف الحق المعنوي بأنه: "اختصاصات تقوم على الأشياء المعنوية ذات القيمة المالية، بحيث يخولهم ذلك سلطات معينة عليها"^(٣).

(١) مقطع فيديو بعنوان: هل يجوز بيع الحسابات ذات الأسماء المميزة في شبكات التواصل الاجتماعي؟ للشيخ كهان بن نبهان الخروصي على موقع يوتيوب، تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٢/١٧، الرابط: <https://urlc.net/KRtz>

(٢) الاعتياض: أخذ العوض، والاستعاضة: طلب العوض، ولا يخرج الاستعمال الفقهي عن ذلك، وقد يطلق الفقهاء الاستعاضة على أخذ العوض، انظر: المصباح المنير، لمحمد بن علي الفيومي، مادة (عوض) ٤٣٨/٢.

(٣) الفقه الإسلامي والحقوق المعنوية: د/ عبد السلام العبادي، ٢٤٦٨/٣، بحث بمجلة مجمع الفقه الإسلامي الدولي، العدد الخامس.

فالحق المعنوي، حق يرد على شيء غير مادي، سواء أكان نتاجاً ذهنياً كحق المؤلف في المصنفات العلمية أو الأدبية، أم في المخترعات الصناعية، أم كان ثمرة لنشاط يجلب له العملاء، أي: أن الحق يرد هنا على قيمة من القيم، (كحق التاجر في الاسم التجاري، والعلامة التجارية)، ويترتب على هذا حق احتكار واستغلال هذه الثمرة، أو هذا النشاط، أو النتاج^(١).

وعلى هذا فالحقوق المعنوية يمكن اعتبارها (حقاً) من جهة ثبوتها و(منفعة) من جهة الاستفادة منها مع انعدام ماديتها.

المعاوضة عن الحقوق المعنوية:

يمكن القول إن المعاوضة على الحقوق المعنوية محل خلاف بين الفقهاء تبعاً لخلافهم في مفهوم المال، وليبيان ذلك لابد من تحديد مفهوم المال عند الفقهاء: المال لغة: كل ما يملكه الناس من متاع، أو عروض تجارة، أو عقار، أو نقود، أو حيوان، وجمعه أموال، والمال يذكر ويؤنث، يقال هو مال، وهي مال^(٢)، قال ابن لأثير: المال في الأصل: ما يملك من الذهب والفضة، ثم أطلق على كل ما يقتنى ويملك من الأعيان^(٣).

(١) الحقوق المعنوية، ماليتها، ووجوب الزكاة فيها دراسة فقهية مقارنة، د/ زاهر فؤاد محمد أبو السباع، ص ١٧٩، ١٨٠، المجلد الخامس من العدد الخامس والثلاثين لحولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية.

(٢) المغرب في ترتيب المغرب، لناصر بن عبد السيد أبي المكارم ابن علي، أبو الفتح، برهان الدين الخوارزمي المَطْرَزِي، مادة "الميم مع الواو" ص ٤٤٨، نشر: دار الكتاب العربي (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

(٣) النهاية في غريب الحديث والأثر، لمجد الدين أبي السعادات المبارك بن محمد بن محمد بن محمد ابن عبد الكريم الشيباني الجزري ابن الأثير، مادة "مول" ٣٧٣/٤، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي نشر: المكتبة العلمية - بيروت، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.

والمال اصطلاحاً: اختلف الفقهاء في تعريفه تبعاً لاختلافهم في اعتبار المنافع أو الأشياء غير المادية أموالاً أم لا.

ولتحديد معنى المال اصطلاحاً عند الفقهاء يمكن جمع تعاريفهم في اتجاهين:

الاتجاه الأول: اتجاه فقهاء الحنفية، حيث عرفوا المال بعدة تعريفات منها:

١ - أنه " اسم لما هو مخلوق لإقامة مصالحنا به، ولكن باعتبار صفة التمول والإحراز" (١).

٢ - وعرفه بعضهم بأنه: " ما يميل إليه الطبع، ويمكن ادخاره لوقت الحاجة" (٢).

وعلى ذلك لابد عند الحنفية من توافر عنصرين في المال:

الأول: أن يكون الشيء عينياً يمكن حيازته وإحرازه وادخاره لوقت الحاجة، وعلى هذا فالمنافع كسكنى الدار وركوب الدابة، والأمور المعنوية كالجاه والشرف، والحقوق كحق الشفعة وحقوق الارتفاق كحق المرور والشرب والمسيل لا تعد أموالاً.

الثاني: إمكان الانتفاع به عادة، فما لا يمكن الانتفاع به في عادة الناس كحبة القمح، أو حفنة التراب، أو قطرة الماء لا يعد مالاً (٣).

(١) المبسوط: لمحمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي، ٧٩/١١، نشر: دار المعرفة - بيروت (من دون طبعة) ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.

(٢) رد المحتار على الدر المختار: لابن عابدين، محمد أمين بن عمر بن عبد العزيز عابدين، ٥٠١/١٤، نشر: دار الفكر - بيروت - الطبعة الثانية، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م، البحر الرائق شرح كنز الدقائق: لزين الدين بن إبراهيم بن محمد، المعروف بابن نجيم المصري، ٢٧٧/٥، نشر: دار الكتاب الإسلامي، الطبعة الثانية (من دون تاريخ).

(٣) حاشية رد المحتار ٥٠١/٤.

الاتجاه الثاني: اتجاه جمهور الفقهاء من المالكية والشافعية والحنابلة، وقد

وردت عنهم تعاريف متقاربة:

فقد عرّف المالكية المال بأنه: " ما تمتد إليه الأطماع ويصلح عادة وشرعاً

للانتفاع" (١).

أو هو: " ما يقع عليه الملك، ويستبد به المالك عن غيره إذا أخذه من

وجهه" (٢).

وذهب الشافعية لتعريفه - بما نسبه السيوطي للشافعي - بأنه " ما له قيمة

يباع بها، وتلزم متلفه، وإن قلّت، وما لا يطرحه الناس مثل الفلّس، وما أشبه

ذلك" (٣).

وعرّف الحنابلة المال بأنه: " ما فيه منفعة مباحة لغير حاجة أو

ضرورة" (٤).

(١) أحكام القرآن للقاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي، ١/٤٩٧، تحقيق: محمد عبد القادر عطا نشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الثالثة، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.

(٢) الموافقات: لإبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي ١٧/٢، تحقيق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، نشر: دار ابن عفان، الطبعة الأولى ١٤١٧هـ / ١٩٩٧م.

(٣) الأشباه والنظائر: لعبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي، ص ٣٢٧، نشر: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١١هـ - ١٩٩٠م.

(٤) الشرح الكبير على متن المقنع، لعبد الرحمن بن محمد بن أحمد بن قدامة المقدسي الجماعيلي، ٧/٤، نشر: دار الكتاب العربي للنشر والتوزيع، أشرف على طباعته: محمد رشيد رضا صاحب المنار (من دون طبعة ومن دون تاريخ)، الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل، لموسى بن أحمد بن موسى بن سالم بن عيسى بن سالم الحجلاوي المقدسي، ٥٩/٢، تحقيق: عبد اللطيف محمد موسى السبكي، نشر دار المعرفة بيروت - لبنان (من دون تاريخ).

أو هو: "ما يباح نفعه مطلقاً، أي في كل الأحوال، أو يباح اقتناؤه بلا حاجة"^(١).

وبالنظر إلى التعاريف السابقة يتضح أن أصحاب هذا الاتجاه يرون شمول مسمى المال للمنافع^(٢) والأعيان، حيث يشترطون في تحقق وصف المالية للشيء توافر أمرين:

١ - أن يكون الشيء مباح الانتفاع به شرعاً حال السعة والاختيار كالنقود، والإبل، والحبوب، وسكنى الدار، ونحوها، أما ما يحرم شرعاً الانتفاع به كالخمر والميتة والخنزير وآلات اللهو والمعازف فلا تعد مالاً.

٢ - أن يكون الشيء أو المال مما له قيمة بين الناس، سواء أكان عيناً أو منفعة (أي مادياً أو معنوياً) أو حقاً.

مما سبق نعلم أنه لا خلاف في أن الأشياء المادية المنتفع بها تعتبر أموالاً، وإنما وقع الخلاف في مالية الحقوق والمنافع.

(١) دقائق أولي النهى لشرح المنتهى المعروف بشرح منتهى الإيرادات: لمنصور بن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي، ٧/٢، نشر: عالم الكتب، الطبعة الأولى، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.

(٢) المنفعة لغة: اسم ما انتفع به، والنتف ضد الضر، يقال: نفعه بكذا فانتفع. (العين، للخليل بن أحمد الفرهيدي، (باب العين والنون والفاء) ١٥٨/٢، تحقيق: د مهدي المخزومي، د إبراهيم السامرائي، نشر: دار ومكتبة الهلال، مختار الصحاح، للرازي، مادة (ن ف ع) ص ٣١٦).

وإصطلاحاً: الفائدة التي تحصل باستعمال العين، فكما أن المنفعة تستحصل من الدار بسكناها تستحصل من الدابة بركوبها. (درر الحكام في شرح مجلة الأحكام، لعلي حيدر، ١٠٠/١).

وجه الدلالة: أن المنفعة مال، بدليل أنها تجوز أن تكون صداقاً في عقد النكاح مع أن الحق تبارك وتعالى قال في الصداق: ﴿ أَنْ تَبْتَغُوا بِأَمْوَالِكُمْ مُحْصِنِينَ غَيْرَ مُسْلِفِينَ ﴾^(١)، فكل ما جازت الإجارة عليه جاز أن يكون مهراً، ومنفعة الحر يجوز العوض عنها في الإجارة فجازت صداقاً كمنفعة العبد ثم إن لم تكن مالاً فقد أجريت مجرى الأموال في النكاح، وفي هذه الآية زوج شعيب ابنته من موسى - عليه السلام - وشرط خدمته في غنمه وجعله صداقاً لابنته^(٢).

ب - من السنة:

استدلوا بحديث المرأة الواهية نفسها للنبي - ﷺ - فقد أخرج البخاري عن سهل بن سعد، قال: "جاءت امرأة إلى رسول الله ﷺ فقالت: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنِّي قَدْ وَهَبْتُ لَكَ مِنْ نَفْسِي. فَقَالَ رَجُلٌ: زَوْجِيهَا، قَالَ: قَدْ زَوَّجْنَاكَهَا بِمَا مَعَكَ مِنَ الْقُرْآنِ"^(٣).

(١) سورة النساء، جزء من الآية (٢٤).

(٢) أحكام القرآن لابن العربي ٥٠٠/٣، الأم، لأبي عبد الله محمد بن إدريس الشافعي ١٧٣/٥، نشر: دار الفكر - بيروت، الطبعة: الثانية ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م (وأعادوا تصويرها ١٤١٠ هـ - ١٩٩٠ م)، المغني لابن قدامة، لأبي محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة المقدسي، ١٠١/١٠، ١٠٢، نشر: مكتبة القاهرة (من دون طبعة) ١٣٨٨ هـ - ١٩٦٨ م، شرح منتهى الإرادات، لمنصور بن يونس بن إدريس البهوتي، ٦/٣، نشر: عالم الكتب، بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤١٤ هـ - ١٩٩٣ م.

(٣) أخرجه البخاري - كتاب الوكالة - باب وكالة المرأة الإمام في النكاح - ٣/ ١٠٠، حديث رقم (٢٣١٠).

وجه الدلالة: أن النبي - ﷺ - جعل صدق المرأة الواهبة نفسها تعليمها

القرآن، وهذا يدل على أن منافع الأعيان يصح أن تكون صدقاً^(١).

ج- ومن المعقول:

أن الأعيان إنما تقصد غالباً من أجل منافعها؛ لأنها هي الغرض الأظهر من جميع الأموال^(٢)، كما أن عرف الناس في الأسواق يجعل المنافع غرضاً مالياً، ومتجرأً يتجرأ به^(٣).

الراجع:

الذي يظهر لي هو رجحان ما ذهب إليه جمهور الفقهاء لقوة ما استدلوا به ووجاهته؛ لأن في قصر الأموال على الأعيان دون المنافع تضييقاً على الناس، واهداراً للحقوق والمصالح، ومخالفة لمقصود الشارع في رعاية منافع الأعيان، إذا الأعيان لا يحرص عليها لذاتها، بل لمنافعها، ولولا المنافع لم يكن للأعيان قيمة، والمنفعة التي لا قيمة لها في العادة بمنزلة الأعيان التي لا قيمة لها لا يصح أن يرد عليها عقد إجارة ولا عقد بيع بالاتفاق^(٤).

(١) تبين الحقائق شرح كنز الدقائق، لعثمان بن علي الزيلعي الحنفي، ٢٣٤/٥، نشر: المطبعة

الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٣١٤ هـ.

(٢) قواعد الأحكام في مصالح الأنام، لأبي محمد عز الدين عبد العزيز بن عبد السلام،

١٨٣/١، راجعه وعلق عليه: طه عبد الرؤوف سعد، نشر: مكتبة الكليات الأزهرية -

القاهرة، طبعة: جديدة مضبوطة منقحة، ١٤١٤ هـ - ١٩٩١ م.

(٣) شرح صحيح البخاري لابن بطلال أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك، ٢٦٧/٧، تحقيق:

أبو تميم ياسر بن إبراهيم، نشر: دار النشر: مكتبة الرشد - السعودية، الرياض، الطبعة:

الثانية، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م، الملكية ونظرية العقد، لأبي زهرة ص ٥٣.

(٤) مجموع الفتاوى لتقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم ابن تيمية الحراني،

٣٠٥/٣٠، جمع وترتيب: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، نشر: مجمع الملك فهد لطباعة

المصحف الشريف - المدينة المنورة - السعودية ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.

كما أن اصطلاح الجمهور فيه استيعاب لجميع أنواع الأموال الحادثة التي لم تكن معهودة في عصر التشريع، خصوصاً ما يعرف بالحقوق المعنوية، ويدخل في حيز المنافع^(١).

وبناءً على ما سبق فإن المعاوضة على الحقوق المعنوية مبني على ماليتها، ولذا فيتصور في المسألة قولان:

الأول: مذهب الحنفية: وهو عدم الجواز؛ لأن الحقوق كالمناافع ليست بمال^(٢).

الثاني: مذهب جمهور الفقهاء وهو الجواز باعتبار أن الحقوق تعد أموالاً من حيث الجملة^(٣).

وقد تقدم ترجيح قول الجمهور القاضي بشمول مسمى المال للأعيان والمنافع، وعليه فيجوز الاعتياض عن الحقوق المعنوية.

(١) الملكية ونظرية العقد ١/١٨٠.

(٢) المبسوط ١٤/١٣٥، ١٣٦، على أن لفقهاء الحنفية تفاصيل في المعاوضة عن بعض الحقوق، إذ يجيزون المعاوضة عنها تبعاً لا استقلالاً، أو إذا كان ثبوت الحق على وجه البر والصلة لا لدفع الضرر، ينظر: حاشية رد المحتار، على الدر المختار، لمحمد أمين، الشهير بابن عابدين ٤/٥٢٠، نشر: شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر الطبعة: الثانية ١٣٨٦ هـ/ ١٩٦٦ م.

(٣) التاج والإكليل لمختصر خليل، لمحمد بن يوسف بن أبي القاسم بن يوسف العبدري الغرناطي، أبو عبد الله المواق، ٦/٤٨، نشر: دار الكتب العلمية الطبعة: الأولى، ١٦٤١٦هـ-١٩٩٤م، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، لشمس الدين، محمد ابن محمد، الخطيب الشربيني، ٣/٥٠٤، حقه وعلق عليه: علي محمد معوض - عادل أحمد عبد الموجود، نشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٤م، شرح منهي الإرادات ٣/١٢١.

وقد صدر قرار مجمع الفقه الإسلامي بشأن الحقوق المعنوية في دورته الخامسة بالكويت (١) حيث قرر ما يلي:

- الاسم التجاري، والعنوان التجاري، والعلامة التجارية، أو الابتكار هي حقوق خاصة لأصحابها، أصبح لها في العرف المعاصر قيمة مالية معتبرة لتمول الناس لها، وهذه الحقوق يعتد بها شرعاً فلا يجوز الاعتداء عليها.

- يجوز التصرف في الاسم التجاري، أو العنوان التجاري، أو العلامة التجارية، ونقل أي منها بعوض مالي إذا انتفى الغرر والتدليس والغش باعتبار أن ذلك أصبح حقاً مالياً.

- حقوق التأليف والاختراع، أو الابتكار مصونة شرعاً ولأصحابها حق التصرف فيها ولا يجوز الاعتداء عليها.

وبناء على ما سبق فإن حسابات مواقع التواصل الاجتماعي تدخل ضمن الحقوق المعنوية، فهي عبارة عن اسم أو عنوان للصفحة، ومحتوى يتضمن نشاط الصفحة، ومالك يديرها بجهد وماله.

الحكم الفقهي لبيع صفحات وسائل التواصل الاجتماعي:

بعد بيان أقوال الفقهاء في المنفعة، والحقوق المعنوية، وتحديد مفهوم المال، يمكن القول: إن حسابات وصفحات وسائل التواصل الاجتماعي تعد منفعة لأصحابها ومالاً معتبراً شرعاً يتمول به، فهي تمثل جزءاً لا يتجزأ من هوية المستخدمين وشخصيتهم، وتتضمن جهداً مالياً يتمثل في أن بعض الصفحات تعتبر مواقعاً تجارية تدر دخلاً على أصحابها من عمليات البيع والشراء والإعلان،

(١) مجلة مجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي بجدة، العدد الخامس ٢٢٦٧/٣، قرار رقم ٤٣ (٥/٥).

وتقديم الاستشارات والخدمات بجميع أنواعها، وهذا يتطلب الإنفاق على الصفحة بشكل دوري لضمان استمرارها وتطوير خدماتها.

ولما كان الحق المعنوي هو الحق الذي يرتبط بشخصية المؤلف أو المبدع أو المالك، ويحمي تعبيره عن فكره أو إبداعه أو ملكيته فهي بهذا المعنى تشكل حقاً معنوياً لصاحب الحساب، إذا كانت تحتوي على محتوى خاص به، سواء كان نصياً، أو صوتياً، أو صوتياً، أو مرئياً ومن ثم تعد قيمة مالية لأصحابها يجوز بيعها وشراؤها، والتصرف فيها بجميع أنواع نقل الملكية تماماً كما يمكنهم بيع الأصول المادية أو غير المادية، شريطة أن يكون محتوى الحساب مباحاً وخالياً من المحاذير الشرعية، والله أعلم.

المطلب الثالث

بيع مواقع التواصل إذا كانت الجهة المالكة للموقع تمنع من بيعها

تتمتع منصات التواصل الاجتماعي بشروط الخدمة واتفاقيات المستخدم الخاصة بها والتي يجب على المستخدمين الالتزام بها، فإذا كانت هذه الاتفاقيات تمنع نقل الملكية أو البيع أو التاجير أو الترخيص لأي شخص آخر، دون إذن المنصة فلا يجوز؛ لأنه يُعدُّ خلافاً لشروط خدمة منصات التواصل الاجتماعي، وهذا يخالف قول الله تعالى: ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴾ (١) وقول النبي ﷺ: «الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ» (٢)

فالأفراد بناء على هذا يُمنحون فقط ترخيصاً أو إنذاراً لاستخدام المنصة وميزاتها، لكن ليس لديهم حقوق الملكية الكاملة على الحساب ولذلك فإن بيع شيء لا يملكه يعد حراماً.

(١) الإسراء: جزء من الآية. ٣٤

(٢) أخرجه أبو داود في سننه، باب الصلح، حديث رقم [٣٥٩٤] ٣/٣٠٤، والدارقطني في سننه، كتاب البيوع، حديث رقم [٢٨٩٠] ٣/٤٢٦، قال الصنعاني ٣/١٤٣٤: "رواه الترمذي، وصححه، وصححه ابن حبان والحاكم على شرطهما وأخرجه أحمد وأبو داود والدارقطني مرفوعاً، وعلقه البخاري جازماً به في الإجارة". ينظر: فتح الغفار الجامع لأحكام سنة نبينا المختار: الحسن بن أحمد بن يوسف بن محمد بن أحمد الرباعي الصنعاني، تحقيق: مجموعة بإشراف الشيخ علي العمران، نشر: دار عالم الفوائد، الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ.

فأصحاب الموقع - في هذه الحالة - إنما أذنوا في الانتفاع بالحسابات لمن يرغب فيها، وفرق بين الإذن في الانتفاع، وبين تملك المنفعة^(١).
جاء في الفروق: "الفرق الثلاثون بين قاعدة تملك الانتفاع وبين قاعدة تملك المنفعة) فتمليك الانتفاع نريد به أن يباشر هو بنفسه فقط، وتمليك المنفعة هو أعم وأشمل فيباشر بنفسه ويمكن غيره من الانتفاع بعوض كالإجارة وبغير عوض كالعارية، مثال الأول: سكنى المدارس والرباط والمجالس في الجوامع والمساجد والأسواق ومواضع النسك كالمطاف والمسعى ونحو ذلك فله أن ينتفع بنفسه فقط ولو حاول أن يؤجر بيت المدرسة أو يسكن غيره أو يعاوض عليه بطريق من طرق المعاوضات امتنع ذلك وكذلك بقية النظائر المذكورة معه، وأما مالك المنفعة فكمن استأجر داراً أو استعارها فله أن يؤجرها من غيره أو يسكنه بغير عوض ويتصرف في هذه المنفعة تصرف المالك في أملاكهم على جري العادة على الوجه الذي ملكه فهو تملك مطلق في زمن خاص حسبما تناوله عقد الإجارة أو أشهدت به العادة في العارية فمن شهدت له العادة في العارية بمدة كانت له تلك المدة ملكاً على الإطلاق يتصرف كما يشاء بجميع الأنواع السائغة في التصرف في المنفعة في تلك المدة ويكون تملك هذه المنفعة كتمليك الرقاب"^(٢).

(١) موقع إسلام ويب، فتوى بعنوان: "حكم إنشاء حساب مميز في موقع تواصل وبيعه مع منع مالك الموقع من البيع" تاريخ الزيارة: ٢٨/٣/٢٠١٤م، الرابط:

<https://linksshortcut.com/OtQaG>

(٢) الفروق (أنوار البروق في أنواع الفروق): لأبي العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي الشهير بالقرافي، ١/١٨٧، نشر: عالم الكتب (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

وعلى هذا فالانتفاع: هو حق المنتفع في استعمال العين واستغلالها بنفسه فقط، والمنفعة أعم من الانتفاع؛ لأن له فيها الانتفاع بنفسه وبغيره، كأن يعيره أو يؤجره.^(١)

وبالتالي فالتصرف بالبيع في هذه الحالة يخالف شرط الموقع، وينطوي على الغش والخداع المنهي عنه، فعن أبي هريرة أن النبي ﷺ قال: "مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي"^(٢)، وفي لفظ: «مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ»^(٣).

(١) الموسوعة الفقهية الكويتية ٥/١٨١، ١٨٢، صادرة عن: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت، نشر: دار السلاسل - الكويت الطبعة الثانية (من ١٤٠٤ - ١٤٢٧هـ).

(٢) أخرجه مسلم في صحيحه، من طريق أبي هريرة "كتاب الإيمان، باب من قول ﷺ: من غش فليس منا" حديث رقم [١٠٢] ١٠٢/٩٩.

(٣) أخرجه ابن حبان في صحيحه، حديث رقم [٥٥٥٩] ٣٦٩/١٢، والطبراني في معجمه الصغير والكبير، حديث رقم [٧٣٨] ٣٧/٢، من طريق عبد الله بن مسعود، جاء في مجمع الزوائد ٤/٧٩: "رِجَالُهُ ثِقَاتٌ، وَفِي عَاصِمِ بْنِ بَهْدَلَةَ نِزَاعٌ كَلَامٌ لِسُوءِ حِفْظِهِ". ينظر: مجمع الزوائد ومنبع الفوائد: لأبي الحسن نور الدين علي بن أبي بكر بن سليمان الهيثمي، تحقيق: حسام الدين القدسي، نشر: مكتبة القدسي، القاهرة ١٤١٤هـ، ١٩٩٤م.

المطلب الرابع

بيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

لن يقصد استخدامها في أمور محرمة

بادئ ذي بدئ تجدر الإشارة إلى أنه لا يلزم البائع التنقيب، والبحث عن مراد المشتري، فإن هذا يوقع في المشقة، والعنت، والشريعة جاءت برفع ذلك، قال تعالى: ﴿وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ﴾^(١)

هذا وقد اختلف الفقهاء في حكم بيع ما يقصد به فعل محرّم إلى قولين:

القول الأول: ذهب جمهور الفقهاء إلى أنه يمتنع بيع كل شيء علم أن المشتري قصد به أمراً لا يجوز، فكل ما يقصد به الحرام، وكل تصرف يفضي إلى معصية أو إعانة عليها فهو محرّم^(٢).

ونص الشافعية على حرمة البيع إذا تيقن أو غلب على ظنه استعماله فيما لا يجوز، أما إذا شك أو توهم ذلك فيكره البيع^(٣).

القول الثاني: ذهب أبو حنيفة إلى أنه لا يكره بيع ما لم تقم المعصية بعينه - أي يحدث له بعد البيع وصف آخر يكون فيه قيام المعصية - كبيع الجارية المغنية، وبيع العصير ممن يعلم أنه يتخذه خمراً والخشب ممن يتخذ منه المعازف^(٤).

(١) سورة الحج، جزء من الآية: ٧٨

(٢) المغني لابن قدامة، ١٦٨/٤، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، لشمس الدين محمد بن أبي أبي العباس شهاب الدين الرملي، ٤٧١/٣، نشر: دار الفكر، بيروت، الطبعة: ط الأخيرة - ١٤٠٤هـ/١٩٨٤م، الشرح الكبير للدردير، لمحمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي، ٧/٣، نشر: دار الفكر (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

(٣) مغني المحتاج للخطيب الشربيني ٣٩٢/٢.

(٤) الدر المختار وحاشية ابن عابدين ٣٩١/٦.

وذهب الصحابان من الحنفية: إلى أنه لا ينبغي للمسلم أن يفعل ذلك، لأنه إعانة على المعصية، فهو مكروه عندهما، خلافاً للإمام أبي حنيفة . (١)

وفرق الحنفية بين ما قامت المعصية بعينه وما لم تقم بعينه فقالوا: إن ما قامت المعصية بعينه، يكره بيعه تحريماً كبيع السلاح من أهل الفتنة وما لم تقم بعينه يكره تنزيهاً. (٢)

وبحث الحنفية نظير هذه المسألة في الإجارة، كما لو أجر شخص نفسه ليحمل خمر الذمي بنفسه أو على دابته، أو ليرعى له الخنازير، أو أجر بيتاً ليتخذ بيت نار، أو بيعة، أو يباع فيه الخمر، جاز له ذلك عند أبي حنيفة؛ لأنه لا معصية في عين العمل، وإنما المعصية بفعل المستأجر، وهو فعل فاعل مختار في فعل المعصية يعني أن ذلك باختياره، فقطع نسبة المعصية عن العقد (٣).

وقد أجاب ابن أبي العز الحنفي على هذا بقوله: "بل كما أن المعصية بفعل المستأجر في البيت فالإعانة على ذلك معصية؛ لأن الإعانة على المعصية معصية" (٤).

(١) حاشية ابن عابدين ٣٩١/٦، الهداية شرح بداية المبتدي، لعلي بن أبي بكر بن عبد الجليل

الفرغاني المرغيناني، ٣٧٨/٤، تحقيق: طلال يوسف، نشر: دار احياء التراث العربي -

بيروت - لبنان (من دون طبعة ومن دون تاريخ)

(٢) الدر المختار وحاشية ابن عابدين ٢٦٨/٤.

(٣) الهداية للمرغيناني ٣٧٨/٤.

(٤) التنبيه على مشكلات الهداية، لابن أبي العز الحنفي، ٨٠٠/٥، تحقيق: عبد الحكيم بن

محمد شاكر.

— أنور صالح أبو زيد، نشر: مكتبة الرشد ناشرون - السعودية، الطبعة: الأولى،

١٤٢٤هـ - ٢٠٠٣ م.

حكم العقد من حيث الصحة والبطان

اختلف الفقهاء في هذه المسألة على قولين:

القول الأول: ذهب (الحنفية والشافعية وقول عند المالكية) إلى أن البيع

صحيح^(١)؛ لأنه لم يفقد ركنا ولا شرطا.

ونص المالكية على إجبار المشتري على إخراجه عن ملكه، ببيع أو هبة أو

نحوهما، من غير فسخ للبيع.

جاء في الشرح الكبير للدردير: "وكذا يمنع بيع كل شيء علم أن المشتري

قصد به أمراً لا يجوز كييع جارية لأهل الفساد أو مملوك، وأجبر المشتري من

غير فسخ للبيع على إخراجه عن ملكه ببيع ... أو هبة"^(٢).

القول الثاني: وهو المذهب عند المالكية والحنابلة أن هذا البيع باطل؛ لأنه

وسيلة إلى المحرم، والوسيلة إلى المحرم محرمة بلا ريب، ولأنه عقد على عين

لمعصية الله تعالى بها، فلم يصح^(٣).

والراجح: ما ذهب إليه جمهور أهل العلم من عدم جواز بيع ما يقصد به فعل

محرم، لما فيه من الإعانة على المعصية.

(١) الننف في الفتاوى، لأبي الحسن علي بن الحسين بن محمد السُّغدي ٤٩٠/١، تحقيق:

د. صلاح الدين الناهي، نشر: (مؤسسة الرسالة - بيروت)، (دار الفرقان - عمان)

الطبعة: الثانية، ١٤٠٤ - ١٩٨٤م، حاشيتا قليوبي وعميرة، ٢٢٩/٢.

(٢) الشرح الكبير للدردير ٧/٣.

(٣) شرح الزركشي على مختصر الخرقى، لشمس الدين محمد بن عبد الله الزركشي ٦٥٤/٣،

نشر: دار العبيكان، الطبعة: الأولى، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٣ م، المغني لابن قدامة ١٦٧/٤،

المبدع في شرح المقنع، إبراهيم بن محمد بن عبد الله بن محمد ابن مفلح، ٤٢/٤، نشر:

دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م.

قال ابن تيمية رحمه الله تعالى: " كل لباس يغلب على الظن أنه يستعان بلبسه على معصية؛ فلا يجوز بيعه وخطاؤه لمن يستعين به على المعصية والظلم ... وكذلك كل مباح في الأصل علم أنه يستعان به على معصية" (١).

وجاء في "فتاوى اللجنة الدائمة: "كل ما يستعمل على وجه محرم، أو يغلب على الظن ذلك؛ فإنه يحرم تصنيعه واستيراده، وبيعه وترويجه بين المسلمين" (٢). والعمل في هذا على غلبة الظن، فإذا غلب على ظن البائع أن المشتري سيستعمل ما اشتراه في معصية الله: فلا يجوز أن يبيعه إياه.

وبناءً على ذلك فبيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي لمن يقصد بها فعل غير مشروع ... أو بيعها لمن يغلب على ظنه أنه يستعملها في ذلك لا يجوز بناءً على الراجح من أقوال الفقهاء؛ لما في ذلك من الإعانة على معصية الله، وقد قال تعالى: ﴿وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾ (٣)، وعليه فلا يصح كل بيع أو إجارة أو معاوضة تعين على معصية الله.

أما إذا لم يغلب على ظنه ذلك، بل كان يغلب على ظنه أن المشتري مستقيم الأخلاق والدين، أو كان شاكاً متردداً في ذلك، أو كان المشتري لذلك مجهول الحال، لا يعلم البائع عنه شيئاً: فيجوز له أن يبيعه إياه، ولا يلزمه أن يستفصل

(١) شرح عمدة الفقه، لتقي الدين أبي العباس أحمد بن عبد الحليم ابن تيمية الحراني،

٣٨٦/١، ٣٨٧، تحقيق: خالد بن علي بن محمد المشيقح، نشر: دار العاصمة، الرياض،

المملكة العربية السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م.

(٢) فتاوى اللجنة الدائمة ١٣/١٠٩، جمع وترتيب: أحمد بن عبد الرزاق الدويش، نشر:

رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء - الإدارة العامة للطبع - الرياض.

(٣) سورة المائدة، الآية: ٢

عن حاله، ولو بسؤاله عما ينوي استعمال المبيع فيه، جاء في المغني في بيع العنب ونحوه لمن يصنع منه الخمر:

"فإنما يحرم البيع ويبطل، إذا علم البائع قصد المشتري ذلك، إما بقوله، وإما بقرائن مختصة به، تدل على ذلك، أما إن كان الأمر محتملا، مثل أن يشتريها من لا يعلم حاله، أو من يعمل الخل والخمر معا، ولم يلفظ بما يدل على إرادة الخمر، فالبيع جائز" (١).

(١) المغني لابن قدامة ١٦٨/٤.

المبحث الثاني

تجارة زيادة عدد الإعجابات (اللايكات) والمتابعين

وفيه مطلبان:

المطلب الأول

التعريف بالإعجابات والمتابعين، والباعث على شرائهما

في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح عدد المتابعين وزيادة عدد اللايكات على المحتوى المنشور رمزًا للشعبية والنجاح وفي الآونة الأخيرة ارتفعت ظاهرة تعرف باسم ظاهرة "بيع الإعجابات والمتابعين" التي بدأت كتجارة للهواة والباحثين عن الكسب السريع، إلا أنها تحولت مع الوقت إلى تجارة رابحة تقوم عليها مجموعات وأحيانا شركات تعمل في العالم الافتراضي.

التعريف بالمتابعين:

مصطلح المتابعين على مواقع التواصل الاجتماعي يشير إلى الأشخاص الذي يشتركون في حساب ما من أجل متابعة تحديثاته، ويتفاعلون مع المحتوى الذي ينشره صاحب الحساب من خلال الإعجابات، والتعليقات، والمشاركات. (١)

ويمكن تعريف بيع المتابعين: بأنه عملية شراء أو تبادل متابعين حقيقيين أو وهميين على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف زيادة شعبية الحساب، أو الصفحة، أو الترويج لمنتج، أو خدمة.

(١) موقع مركز مساعدة فيسبوك، مقال بعنوان: " ما الذي يعنيه متابعة ملف شخصي أو صفحة على فيسبوك؟" تاريخ الزيارة: ٢٠٢٤/٤/٩م، الرابط:

التعريف بالإعجاب (likes):

اللايكات "Likes" في مواقع التواصل الاجتماعي هي: التعقيب على منشور ما بتلك المواقع بالضغط على زر إلكتروني خاص يُعبّر عن استحسانه والإعجاب به. (١)

وتعتبر اللايكات مؤشراً على شعبية المحتوى وجودته وتأثيره، ومن ثم تزيد من فرص انتشاره وظهوره لأكثر عدد من المستخدمين.

دوافع شراء المتابعين:

ظاهرة بيع المتابعين منتشرة بين الكثير من المشاهير والمؤثرين والشركات الذين يرغبون في تحسين صورتهم بحيث يعتقد بعض المطلعين على الموقع أن كثرة المتابعين تدل على أهميته، أو أنه شخصية مهمة أو مؤثرة في المجتمع فيقومون بمتابعته.

كما يلجأ البعض إلى شراء المتابعين لأغراض تجارية من خلال جذب المزيد من العملاء لتحسين صورة الحساب وجذب المزيد من الانتباه والثقة من الجمهور المستهدف للترويج لمنتج، أو خدمة، من خلال تضخيم الأرقام والإحصائيات.

ومن الأغراض التجارية لشراء المتابعين: تحقيق الأرباح عن طريق جذب الإعلانات وهي عملية يقوم بها بعض الأشخاص أو الشركات لزيادة عدد المتابعين لحساب معين على مواقع التواصل الاجتماعي بحيث يغتر بعض أصحاب الشركات بشهرة بعض مواقع التواصل الاجتماعي لكثرة المتابعين فيتعاقدون معهم لترويج منتجاتهم على مواقعهم نظير مبلغ متفق عليه.

(١) موقع دار الإفتاء المصرية، فتوى للدكتور شوقي علام، بعنوان: " حكم بيع اللايكات" تاريخ

الزيارة ٢٩/٥/٢٠٢٤م الرابط: <https://linksshortcut.com/EFICG>

ومن بين دوافع شراء المتابعين زيادة الشهرة والتباهي والتفاخر بكثرة المتابعين حيث يقوم بعض أصحاب الحسابات ومنهم بعض المشاهير، أو رجال الأعمال إلى شراء المتابعين من أجل زيادة شعبيته، أو تأثيره (١).

الباعث على شراء اللايكات

المتعارف بين مستخدمي منصات وسائل التواصل الاجتماعي أن زيادة عدد المعجبين بمنشورٍ معيّن يتوقّف بالأساس على الترويج للمنشور ومدى انتشاره، مما يجعل كثيراً من الأشخاص والشركات يلجأ إلى عروض الترويج لحساباتهم وصفحاتهم وما يُنشر عليها، وذلك بعدة أشياء؛ منها زيادة عدد اللايكات، وذلك عن طريق الوصول إلى أكبر عددٍ من المستخدمين، بغض النظر عن الباعث على ذلك؛ والذي قد يتمثل في السعي إلى الشهرة، أو التسويق لبعض المنتجات، أو زيادة سعر الإعلان على الصفحة لكثرة المترددين عليها، أو غير ذلك، ومن هنا يستهدف المديرون للصفحات أو أصحابها شراء اللايكات. (٢)

(١) موقع فانزيس، مقال بعنوان: "زيادة متابعين تيك توك دليلك لأفضل التطبيقات والمواقع الموثوقة"

تاريخ الزيارة ١/٥/٢٠٢٤م، الرابط: <https://linksshortcut.com/ViHgb>

(٢) موقع دار الإفتاء المصرية، فتوى للدكتور شوقي علام، بعنوان: "حكم بيع اللايكات"

تاريخ الزيارة ١/٥/٢٠٢٤م، الرابط: <https://linksshortcut.com/EFICG>

المطلب الثاني

التكيف الفقهي لتجارة زيادة أعداد الالايكات والمتابعين الحقيقية

يتم زيادة أعداد الالايكات والمتابعين الحقيقية بعدة طرق منها:

١- التعاون مع المؤثرين، والمؤثرون هم: أشخاص يتمتعون بشعبية كبيرة ويمتلكون قدرة على التأثير والتواصل مع الجمهور، يتابعهم الآلاف وربما الملايين من الأشخاص على منصات التواصل الاجتماعي مثل إنستغرام وتويتر ويوتيوب، ويمكن للمؤثرين مساعدة الشركات والأفراد على زيادة متابعيهم وجذب الانتباه إلى منتجاتهم أو خدماتهم، مقابل مبلغ معين^(١).

٢- الاتفاق مع إحدى الشركات أو الأشخاص للترويج والإعلان للصفحة أو الحساب أو المنشور بحيث يتمكن أكبر عددٍ من المستخدمين من مشاهدة الإعلان ووضع الإعجاب "اللايك" عليه مقابل مبلغ معلوم^(٢)

وبالنظر في هذه المعاملة وصورتها التي يجري التعامل بها يتضح أنها لا تدخل تحت مقد البيع ولا تشملها أحكامه؛ وذلك لأن من شروط صحة البيع:

- أن يكون المبيع مملوكاً للبائع أو مأذوناً له في بيعه وقت العقد، وهو شرط انعقاد عند الحنفية فإن لم يكن لا ينعقد البيع^(٣)؛ لما روي عن حكيم بن حزام

(١) موقع وكالة سواد، مقال بعنوان: "التعاون مع المؤثرين وأثره على زيادة المتابعين" تاريخ

الزيارة: ٢٠٢٤/٦/٥م، الرابط: <https://linksshortcut.com/EUvBA>

(٢) موقع دار الإفتاء المصرية، فتوى للدكتور شوقي علام، بعنوان: "حكم بيع الالايكات" تاريخ

الزيارة ٢٠٢٤/٥/٢٩م الرابط: <https://linksshortcut.com/EFICG>

(٣) بدائع الصنائع للكاساني ١/٥١٤٧، عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة، لجلال

الدين عبد الله بن نجم بن شاس بن نزار الجذامي السعدي ٢/٦٢٩، تحقيق: د. حميد بن

محمد لحمر، نشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٣ هـ - =

قَالَ: قُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ! الرَّجُلُ يَسْأَلُنِي الْبَيْعَ وَلَيْسَ عِنْدِي، أَفَأَبِيعُهُ؟ قَالَ: "لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ". (١)

- أن يكون المبيع مملوكا في نفسه، فلا ينعقد بيع الكلا مثلا، لأنه من المباحات غير المملوكة، ولو كانت الأرض مملوكة له، وكذا الطير في الهواء، والسماك في الماء، كل ذلك لا ينعقد بيعه، لانعدام سبب الملك فيه، وهو الإحراز. (٢)

= ٢٠٠٣ م، كفاية الأخيار في حل غاية الإختصار، لتقي الدين محمد بن عبد المؤمن بن حريز بن معلى الحسيني الحصري، ص ٢٣٤، تحقيق: علي عبد الحميد بلطجي ومحمد وهبي سليمان، نشر: دار الخير - دمشق، الطبعة: الأولى ١٩٩٤، العدة شرح العدة، لبهاء الدين عبد الرحمن بن إبراهيم المقدسي، ص ٢٣٩، تحقيق: أحمد بن علي، نشر: دار الحديث، القاهرة ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.

(١) أخرجه أبو داود في سننه، باب باب في الرجل يبيع ما ليس عنده، ٣/٣٨٣، حديث رقم ٣٥٠٥، وأحمد في مسنده ٢٤/٢٦، حديث رقم ١٥٣١١، وابن ماجه في سننه، باب النهي عن بيع م ليس عندك وعن ربح مالم يضمن، ٢/٧٣٧، حديث رقم ٢١٨٧، والترمذي في سننه، باب ما جاء في كراهية بيع ما ليس عندك ٣/٥٢٦، حديث رقم ١٢٣٢، والنسائي في سننه، باب بيع ما ليس عند البائع، ٧/٥٦٦، حديث رقم ٤٦١٣، قال في البدر المنير: حديث صحيح. (البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير، لابن الملتن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي ٦/٤٤٨، تحقيق: مصطفى أبو الغيط وعبد الله ابن سليمان وياسر بن كمال، نشر: دار الهجرة للنشر والتوزيع - الرياض-السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م.

(٢) بدائع الصنائع ٥ / ١٤٦، والدر المختار ٤ / ١٠٦، ١٠٧، وكشاف القناع عن متن الإقناع، منصور بن يونس بن إدريس البهوتي، ٣ / ١٦٠، ١٦١، راجعه وعلق عليه: هلال مصيلحي مصطفى هلال، نشر: مكتبة النصر الحديثة بالرياض، لصاحبها/ عبد الله ومحمد الصالح الراشد، (وصورتها: دار الفكر ببيروت، ودار عالم الكتب ببيروت).

والمتابعون واللايكات لا يتصور وقوعهما في ملك أحد كما لا يتصور دخولهما تحت حيازته، ومن ثم لا ينعقد بيعهما.

لكن بإمعان النظر في الصور السابقة التي يجري التعامل بها لزيادة عدد اللايكات والمتابعين يتبين أنه لا يخرج تكييفها الفقهي عن الجعالة^(١)؛ للأسباب الآتية:

١- التوافق بين هذه المسألة وعقد الجعالة في وقت استحقاق الأجر فكما لا يستحق العامل الجعل "المبلغ المالي" ولا يملكه إلا بتمام العمل في الجعالة كذلك هنا لا يستحق الجهة أو الشخص الملتمزم بزيادة عدد الإعجابات والمتابعين أجراً إلا بعد تحقق شروط معينة من وصول عدد المتابعين

(١) الْجَعَالَةُ "بفتح الجيم وكسرهما وضمها": ما يجعل على العمل، وما يعطاه الإنسان على الأمر يفعله. ينظر: مختار الصحاح، للرازي، ص ٥٨، مادة (ج ع ل)، المطع على ألفاظ المقنع، لمحمد بن أبي الفتح بن أبي الفضل البعلي، ص ٣٤٠، تحقيق: محمود الأرنؤوط - ياسين محمود الخطيب، نشر: مكتبة السوادي للتوزيع، الطبعة: الطبعة الأولى ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م

واصطلاحاً: عرفها الفقهاء بتعريفات متقاربة في المعنى وإن كان أدقها دلالة هو تعريف المالكية، حيث عرفوا الجعالة بأنها: عقد معاوضة على عمل آدمي بعوض ناشئ عن محله بل لا يجب عوضه إلا بتمامه لا بعضه ببعضه" مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، لشمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي، المعروف بالحطاب الرُّعيني، ٤٥٢/٥، نشر: دار الفكر، الطبعة: الثالثة، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م، المختصر الفقهي لابن عرفة، لمحمد بن محمد بن عرفة الورغمي التونسي ٣٤٥/٨، تحقيق: د. حافظ عبد الرحمن محمد خير، نشر: مؤسسة خلف أحمد الخبتور للأعمال الخيرية، الطبعة: الأولى، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م.

والإعجابات إلى عدد معين متفق عليه، ولا يستحق العوض إذا لم يصل العدد إلى ما هو متفق عليه.

٢- كون الجعالة عقد يحتمل الغرر، ويجوز مع جهالة العمل؛ فالعمل فيها قد يكون معلوماً، أو مجهولاً، كحفر بئر حتى خروج الماء، والنتيجة في هذه المسألة مرتبطة بالوصول إلى عدد معين من المتابعين والإعجابات ولا يُدري عدد المتابعين الذين يقبلون الانضمام للصفحة أو الحساب، ولا يُدري عدد المستخدمين الذين سيدخلون على الإعلان المراد ترويجه ويسجلون إعجابهم.

٣- توافق هذه الصورة مع الجعالة من حيث الجواز واللزوم، فكما أن الجعالة عند القائلين بها عقد جائز قبل تمام العمل، وللعامل الحق في الفسخ في أي وقت، كذلك يحق لمن يتولى تزويد صاحب الحساب أو الإعلان بالمتابعين والإعجابات التوقف متى شاء.

حكم الجعالة

اختلف الفقهاء في حكم الجعالة على قولين

القول الأول: ذهب جمهور الفقهاء: المالكية، والشافعية، والحنابلة إلى القول بجواز الجعالة مُطلقاً. (١)

(١) منح الجليل شرح مختصر خليل، لمحمد عيش، ٥٩/٨، نشر: دار الفكر - بيروت، الطبعة الأولى ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤م، المذهب في فقه الإمام الشافعي، لأبي اسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي ٢/٢٧١، نشر: دار الكتب العلمية، (من دون طبعة ومن دون تاريخ)، الروض المربع بشرح زاد المستنقع مختصر المقنع، لمنصور بن يونس البهوتي ٢/٤٥٥، تحقيق: خالد بن علي المشيقح، د. عبد العزيز بن عدنان العيدان، د. أنس بن عادل اليتامي، دار ركائز للنشر والتوزيع - الكويت، الطبعة: الأولى، ١٤٣٨ هـ.

الأدلة

أولاً: من الكتاب:

قَوْلُهُ تَعَالَى: ﴿وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ﴾ (١).

وجه الدلالة

الآية أصل في الجعالة، حيث جعل لمن جاء بصواع الملك الذي فقدوه ادعاءً حمل بعير من الطعام ولم يقدر له مدة ولم يقع تعيين أحد بخصوصه وشرع من قبلنا شرع لنا ما لم يكن في شرعنا ما ينسخه، ولم يقع ما ينسخ جوازها له، بل ورد ما يؤكدها. (٢)

ثانياً: من السنة

١- ما روي عن أبي سعيد الخدري - رضي الله عنه -: أن ناساً من أصحاب النبي ﷺ أتوا على حي من أحياء العرب فلم يقرؤهم، فبينما هم كذلك، إذ لدغ سيد أولئك، فقالوا: هل معكم من دواء أو راق؟ فقالوا: إنكم لم تقرؤنا، وكأننا فعل حتى تجعلوا لنا جعلاً، فجعلوا لهم قطيعاً من الشاء، فجعل يقرأ بأمر القرآن، ويجمع بزاقه وينقل، فبراً فاتوا بالشاء، فقالوا: لا نأخذُه حتى نسأل

(١) سورة يوسف جزء من الآية ٧٢.

(٢) أحكام القرآن، للكنيا الهراسي، المحقق: موسى محمد علي وعزة عبد عطية، ٢٣٢/٤، نشر: دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة: الثانية، ١٤٠٥ هـ، حاشية الجمل على شرح المنهج = فتوحات الوهاب بتوضيح شرح منهج الطلاب، لسليمان بن عمر بن منصور العجيلي الأزهرى، المعروف بالجمل، ٣/٣٨٧، نشر: دار الفكر، المبدع في شرح المقنع لابن مفلح ٥ / ١١٤ نشر: دار الكتب العلمية، بيروت لبنان الطبعة: الأولى، - ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م.

النَّبِيِّ ﷺ فَسَأَلُوهُ فَضَحِكَ وَقَالَ: (وَمَا أَدْرَاكَ أَنَّهَا رُقِيَّةٌ، خُذُوهَا وَاضْرِبُوا لِي بِسَهْمٍ) (١).

وجه الدلالة:

أن النبي ﷺ أقرهم على الجعل الذي أخذوه، فلم يرق ذلك الصحابي إلا أن يجعلوا له جعلاً، ولم يأخذوا الجعل إلا بعد أن استفتوا النبي ﷺ، فأقرهم على قبوله ولم ينكره عليهم. (٢)

٢- يستدل كذلك على مشروعية الجعالة بقوله ﷺ: "مَنْ قَتَلَ قَتِيلًا لَهُ عَلَيْهِ بَيِّنَةٌ فَلَهُ سَلْبَةٌ" (٣)

وجه الدلالة:

الحديث دليلٌ على جوازِ الجعالة؛ حيث جعل النبي ﷺ لمن قتل قتيلاً أن يأخذ متاعه من ثياب وسلاح وهذه هي صورة الجعالة.

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الطب، باب الرقى بفاتحة الكتاب، حديث رقم (٥٤٠٤)، ٢١٦٦/٥.

(٢) المعونة على مذهب عالم المدينة، للقاضي عبد الوهاب البغدادي، ١١٤/٢، تحقيق: عبدالحق حميش عبد الحق، أصل الكتاب: رسالة دكتوراة بجامعة أم القرى بمكة المكرمة، نشر: المكتبة التجارية، مصطفى أحمد الباز - مكة المكرمة.

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الخمس، باب من لم يخمس الأسلاب، ومن قتل قتيلاً فله سلبه من غير أن يخمس، وحكم الإمام فيه ١٤٤/٣، حديث رقم ٢٩٧٣، ومسلم في صحيحه، كتاب الجهاد والسير، باب استحقاق القاتل سلب القتيل ١٤٧/٥، حديث رقم ١٧٥١.

ومن المعقول:

أن حاجة الناس قد تدعو إليها لرد مال ضائع، أو عمل لا يقدر عليه الجاعل ولا يجد من يتطوع به، ولا تصح الإجارة عليه لجهالته، فجازت شرعا للحاجة إليها كالمضاربة (١).

القول الثاني: ذهب الحنفية: إلى القول بعدم جوازها إلا في جعل العبد الآبق استحساناً (٢)، واستدلوا على ذلك بما يلي:

ما روي عن أبي عمرو الشيباني قال: أتيت ابن مسعود بأباق أصبثهم بالعين (٣)، فقال: «الأجر والغنيمة»، قلت: هذا الأجر، فما الغنيمة؟ قال: «أربعون درهما» (٤).

وما روي عن قتادة، وأبي هاشم، أن عمر «قضى في جعل الآبق أربعين درهما» (٥).

(١) البيان في مذهب الإمام الشافعي لأبي الحسين يحيى بن أبي الخير بن سالم العمراني ٤٠٧/٧، تحقيق: قاسم محمد النوري، دار المنهاج - جده، الطبعة: الأولى، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠٠ م، المبدع في شرح المقنع لابن مفلح ٥ / ١١٤

(٢) المبسوط للسرخسي ١٨/١١، بدائع الصنائع للكاساني ٢٤/٦،

(٣) عين التمر: بلدة قريبة من الأتبار غربي الكوفة. معجم البلدان، لشهاب الدين أبي عبد الله ياقوت بن عبد الله الرومي الحموي، ١٧٦/٤، نشر: دار صادر، بيروت، الطبعة: الثانية، ١٩٩٥ م.

(٤) أخرجه ابن أبي شيبة في مصنفه، واللفظ له كتاب البيوع والأقضية ٢٠٩/١٢، حديث رقم ٢٣٣٣٩، والبيهقي في السنن الصغرى، كتاب البيوع وقال: هو أمثل ما في الباب ٣٤٧/٢، حديث رقم ٢٢٦٧.

(٥) أخرجه ابن أبي شيبة في مصنفه، كتاب البيوع والأقضية ٢١٠/١٢، حديث رقم ٢٣٣٤٣،

وجه الدلالة:

أن الصحابة اتفقوا على وجوب الجعل في العبد الآبق وإن اختلفوا في مقداره، وقد اشتهر عنهم ذلك لا محالة، ولم ينكر عليهم أحد، فكان هذا إجماعاً منهم (١).

ومن المعقول:

أن جُعِلَ الآبق طريق لصيانتته عن الضياع؛ لأنه لا يتوصل إليه بالطلب عادة إذ ليس له مقام معلوم يطلب هناك، والرد يحتاج إلى عناء فقلما يرغب الناس في التزام ذلك حسبة فإذا علم أن عليه جعلاً فيرغب كل واحد عن تحصيل الآبق ليرده إلى صاحبه، فيأخذ الجعل فتحصل بوجوب الجعل صيانة أموال الناس من الضياع، وصيانة المال عن الضياع واجب (٢).

ودليل على عدم جواز الجعالة في غير الآبق: ما في الجعالة من تعليق استحقاق المال بالخطر (أي التردد بين الوجود والعدم) وهو قمار، والقمار حرام في شريعتنا (٣).

ويمكن مناقشة هذا:

بأن المجعول له لا يستحق الجعل إلا بعد تحقيق شرط الجاعل، وإن لم يتمكن من تحقيق شرط الجاعل فلم يخسر مالا عائداً له ابتداءً ليكون قماراً؛ لذا فالجعالة

(١) المبسوط للسرخسي ١١/١٧، بدائع الصنائع للكاساني ٦/٢٠٤.

(٢) بدائع الصنائع للكاساني ٦/٢٠٤، الاختيار لتعليل المختار، لعبد الله بن محمود بن مودود الموصلية، ٣/٣٦، نشر: مطبعة الحلبي - القاهرة ١٣٥٦ هـ - ١٩٣٧ م وصورتها دار الكتب العلمية - بيروت، وغيرها.

(٣) المبسوط للسرخسي ١١/١٨، البناية شرح الهداية، لمحمود بن أحمد بن موسى بن أحمد ابن الحسين المعروف بـ «بدر الدين العيني» ٧/٣٤٩، تحقيق: أيمن صالح شعبان، نشر: دار الكتب العلمية - بيروت، لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م.

ليست من أبواب القمار^(١)، إضافة إلى أن الحكمة تقتضي ذلك، فقد يكون العمل مجهولاً؛ فتتعدر الإجارة فيه، والحاجة تدعو إليه، وقد لا يجد متبرعا فتصح الجعالة مع جهالة العمل المتعاقد عليه، ويتسامح فيها ما لا يتسامح في الإجارة^(٢).

فأقوال فقهاء الحنفية في عدم الجواز مدارها أن الجعالة مبناه على الغرر والقمار؛ لجهالة المدة والعمل، ومع ذلك فإنهم يعدونها نوعاً من أنواع الإجارة، حتى إذا اختلف شرط من شروطها كما في الصيغة والغرر في الجعل بطلت أو فسدت، ويستحق العامل أجر المثل.

الترجيح

ينتهي الباحث هنا إلى أن هذه الصور المطروحة لشراء الإعجابات والمتابعين الحقيقيين تخرج بأنها عقد جعالة، وهو عقد جائز مشروع عند جمهور الفقهاء.

وتأسيساً على ما سبق فإنه لا حرج على الجهة التي تقوم بتزويد صاحب الحساب بالعدد المناسب من المتابعين أو اللايكات - أشخاصاً كانوا أم شركات - في "السعي" لجلب المتابعين، وزيادة عدد أكبر من إعجابات - لايكات - المتصفحين، ولا حرج في دفع صاحب الحساب المال مقابل ذلك إذا كان ذلك لغرض مقصود معتبر؛ فالباعث على الشيء أو القصد أمر معتبر في نظر الشريعة، وفي ذلك يقول ابن القيم - رحمه الله -: "وقاعدة الشريعة التي لا يجوز هدمها أن المقاصد

(١) الجعالة وأحكامها في الشريعة الإسلامية، لخالد رشيد الجميلي ص ١٧، نشر: عالم الكتب

للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى ١٩٨٦م.

(٢) شرح الزركشي، لشمس الدين الزركشي ٣٣٩/٤.

والاعتقادات معتبرة في التصرفات والعبارات كما هي معتبرة في التقربات والعبادات، فالقصد والنية والاعتقاد يجعل الشيء حلالاً أو حراماً، وصحيحاً أو فاسداً، وطاعة أو معصية" (١).

وعليه إذا قصد الشخص بزيادة هذه الأعداد تحصيل الجاه والمكانة والشعبية والجماهيرية... ونحو ذلك: فهذا مذموم؛ لمنافاته الإخلاص، وهو من ابتغاء الشهرة والتباهي المحرم (٢)، لقوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ﴾ (٣) والمراد بالفرح المذموم في الآية: فرح الزهو والعجب والخيلاء (٤).

وما روي عن ثابت بن الضحاك عن النبي ﷺ قال: (وَمَنْ ادَّعَى دَعْوَى كَاذِبَةٍ لِيَتَكْتَرَ بِهَا؛ لَمْ يَزِدْهُ اللَّهُ إِلَّا قَلَّةً) (٥).

والحديث عام في كل دعوى يتشبع بها المرء بما لم يعط من مال يختال في التجمل به من غيره أو نسب ينتمي إليه أو علم يتحلى به وليس هو من حملته أو

(١) إعلام الموقعين عن رب العالمين، لمحمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية، ٣/ ٧٩، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، نشر: دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤١١هـ - ١٩٩١م.

(٢) بتصرف من موقع الإسلام سؤال وجواب <https://islamqa.info/ar>

(٣) سورة القصص، جزء من الآية: ٧٦.

(٤) التفسير القرآني للقرآن، لعبد الكريم يونس الخطيب، ٣٨٤/١٠، دار الفكر العربي - القاهرة (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

(٥) أخرجه مسلم في صحيحه، ١/ ١٠٤، 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].

دين يظهره وليس هو من أهله فقد أعلم ﷺ أنه غير مبارك له في دعواه ولا زك ما اكتسبه بها^(١).

أما إذا كان القصد من زيادة عدد اللايكات والمتابعات الحقيقية أن تعم الفائدة، وتصل لعدد أكبر: فلا حرج في ذلك إذا صحت النية، وقصد وجه الله، ونفع المسلمين، ونشر العلم والخير للناس في دينهم ودنياهم.

وكذلك إذا كان الهدف هو الترويج لسلعة أو خدمة مشروعة، فلا بأس به أيضاً؛ لأنه يدخل في باب التجارة والإعلان، ويكون توسيع دائرة المتابعين في هذه الحالة، بالإعلان أو التسويق، ولو بالمال عملاً مباحاً أو مشروعاً^(٢) بالشروط الآتية:

- ١- أن تجذب هذه المعاملة لايكات ومتابعات حقيقية للحساب أو الصفحة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢- أن يتم مشاهدة الإعلان أو المحتوى ويطلع عليه بالفعل ويلاقي استحسانه، ومن ثم وضع الإعجاب عليه؛ لأن وضع الإعجاب يعد شهادة، فإذا تم وضعه دون مشاهدة أو اطلاع فهو بمثابة شهادة الزور المنهي عنها.

(١) شرح النووي على مسلم، لأبي زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، ١٢٦/٢، نشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت، الطبعة الثانية ١٣٩٢هـ.

(٢) موقع إسلام ويب، فتوى بعنوان: "حكم بيع إعادة التغريد (الريتويت الآلي) على المواقع الإلكترونية" تاريخ الزيارة ٢٥/٦/٢٠٢٤م، الرابط: <https://linkshortcut.com/CLpPW>، مقطع فيديو على موقع يوتيوب بعنوان "بيع اللايكات والفولورز على صفحات السوشيال ميديا.. ما حكم الشرع؟ للشيخ / خالد عمران، تاريخ الزيارة ٢٦/٦/٢٠٢٤م، الرابط: <https://linkshortcut.com/ZkYeF>

- ٣- خلو محتوى صاحب الحساب أو الإعلان المراد التفاعل معه من المحرمات،
والدعاية والترويج لها.
- ٤- ألا تكون الجهة المالكة لمنصات التواصل الاجتماعي تمنع هذه المعاملة
وتحظرها.

المبحث الثالث

بيع وشراء الزيادات الوهمية للاعجابات والمتابعين

وفيه مطلبان:

المطلب الأول

صور بيع وشراء الأعداد الوهمية للاعجابات والمتابعين

تتم عملية زيادة الأعداد الزائفة للإعجابات والمتابعين بعدة صور أهمها:

الصورة الأولى: الاعتماد على أشخاص حقيقيين بالفعل، يتفاعلون مع محتوى المستخدم، ويظهرون اهتماماً بمنشوراته، وهم أشخاص يوافقون على تواجدهم ضمن قائمة مجمعة من متابعين، في مقابل الحصول على المال، ثم يتم بيع هذه القوائم لأصحاب الحسابات الذين يرغبون في زيادة عدد متابعيهم^(١).

لكن هذه الطريقة قد لا تكون فعالة على المدى الطويل؛ وذلك للأسباب الآتية:

١- أن هؤلاء المتابعين لم يتواجدوا على حساب المشتري لرغبتهم في ذلك، بل لأنهم حصلوا على مقابل مادي، وبالتالي فهم لا يهتمون بالمحتوى الذي يقدمه صاحب الحساب، مما يعني أنهم قد لا يتفاعلون مع المحتوى بشكل حقيقي. وكذا الحال لو كان شراء هؤلاء المتابعين لأغراض تجارية، فلن يحقق صاحب الحساب من خلالها أرباح؛ لأنهم ليسوا ضمن الفئة المستهدفة، وبالتالي ليس لديهم دافع للشراء.

(١) موقع مستقل، مقال بعنوان: "لماذا لا ينبغي لك شراء متابعين أنتستقرام؟ ٦ أسباب تجيبك"

تاريخ الزيارة ٦/٧/٢٠٢٤م، الرابط: <https://linksshortcut.com/WqiLF>

٢- تملك بعض منصات التواصل الاجتماعي القدرة على فحص الحسابات، بالتالي يمكنهم معرفة إذا كان صاحب الحساب قام فعلاً بإجراء عملية شراء متابعين أو لا، واتخاذ إجراءات سريعة مثل حذف هؤلاء المتابعين وقد يصل الأمر في النهاية إلى حذف الحساب، وبالتالي تكون الأموال التي دفعت بلا فائدة تذكر.

٣- معظم منصات التواصل الاجتماعي، مثل: انستغرام ومنصة X (تويتر) لا تسمح بشراء المتابعين وتعتبر هذه الممارسة مخالفة لسياساتها^(١)، والسبب وراء ذلك هو أن شراء المتابعين غالباً ما يتضمن حسابات وهمية أو غير نشطة، مما يؤثر سلباً على جودة التفاعل والمصداقية على المنصة، بالإضافة إلى أن هذه الممارسة تعتبر غير أخلاقية لأنها تضلل الآخرين بشأن مدى شعبية الحساب^(٢)، كما سيأتي بيانه.

وبناءً على ما سبق فإن هذه الصور تعد من الصور الوهمية لزيادة عدد المتابعين.

الصورة الثانية: عن طريق الاعتماد على الروبوتات، وهي تكون مبرمجة بطريقة معينة للتفاعل مع المنشورات والحسابات.

(١) موقع X (تويتر) مركز المساعدة ، "سياسة التلاعب بالمنصة والإزعاج"، تاريخ الزيارة

٢٠٢٤/٦/٧م، الرابط، الرابط: <https://linksshortcut.com/jXWMe>، موقع

انستغرام، مركز المساعدة ، "شروط الاستخدام" تاريخ الزيارة: ٢٠٢٤/٧/٤م، الرابط:

<https://linksshortcut.com/ZvgxP>

(٢) موقع مستقل، مقال بعنوان: "لماذا لا ينبغي لك شراء متابعين انستغرام؟ ٦ أسباب تجيبك"

تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٧/٥م، الرابط: <https://linksshortcut.com/WqiLF>

وهذه التجارة تقوم على شخص أو مجموعة أشخاص ينشئون آلاف أو مئات الآلاف من الحسابات الوهمية التي تتراوح طرق التحكم بها إما يدويا، أو آليا من خلال "البوت" أو عبر برامج وتطبيقات تسمح بهذا النوع من التحكم.

ولبرمجة التحكم بهذا العدد الكبير من الحسابات، يضع المسؤولون عنها رمزا معيناً لعمل متابعة لحساب معين، أو إعادة تغريد لتغريداته، أو حتى وضع تعليق على تغريدات معينة، وهو ما يوحي لمن يشتري المتابعين الوهميين أنه أمام "جيش إلكتروني" حقيقي، لكنها في واقع الأمر حسابات مصطنعة لا تمثل أفراداً حقيقيين، يتم تشغيلهم بواسطة الروبوتات أو البرامج الآلية التي تحاكي السلوك البشري إلى حد ما بهدف تضخيم عدد متابعي المستخدم، مما يعطي وهم الشعبية والتأثير .

ولا يختلف الأمر في زيادة عدد اللايكات حيث يتم شراء اللايكات من مزودي خدمات التسويق الإلكتروني، الذين يقدمون باقات مختلفة من اللايكات بأسعار متفاوتة، حسب الكمية والجودة والسرعة. وفي هذه الحالة يقوم المزود بإرسال عدد محدد من اللايكات إلى حساب صاحب الصفحة أو إلى منشوراته المحددة، سواء كانت هذه اللايكات من حسابات نشطة أو غير نشطة عن طريق استخدام برامج أو تطبيقات تولد اللايكات بشكل آلي.

ولكن الغالب في هذه الصور أنه يتم وضع "اللايكات" على الشيء المراد الإعلان عنه والترويج له بشكل وهمي، لا يعبر عن زيارة لمستخدمين حقيقيين ورؤيتهم للإعلان ومن ثمّ تسجيل الإعجاب "اللايك"^(١)

(١) موقع التسويق الإلكتروني، مقال بعنوان: " المتابعين الوهميين ... من هم وكيف تتجنبهم؟

تاريخ الزيارة ٢٩/٦/٢٠٢٤م، الرابط: <https://linksshortcut.com/vFjoi>

المطلب الثاني

الحكم الشرعي لبيع وشراء الزيادات الوهمية للاعجابات والمتابعين

بعد هذا العرض السابق للصور التي يتم بها زيادة أعداد اللايكات والمتابعين الزائفة يتضح أن هذه الصورة من التعامل محرمة شرعاً، ومثل هذا العمل الوهمي، لا يجوز العمل فيه، ولا استخدام البرامج المعينة عليه، ولا دفع الأجرة عليه، ولا يغيّر القول بالتحريم إذا كان المشتري للمتابعين أو صاحب المنتج - المعين - الذي يرغب في زيادة عدد اللايكات للترويج لحسابه أو منتجه على علم بذلك أو كان هو الذي يستخدم البرامج التي تفعل ذلك في الترويج لسلعته، بل الحرمة في هذه الحالة أشد؛ لما فيه الغش والتدليس وإرادة الظهور للمستخدمين بحال غير متحققة فيه، من خلال إيهام المشتريين، أو المتصفحين بأن "موقعه" أو "منتجه" قد حصل على عدد من "الزيارات" أو "اللايكات" أكثر مما هو عليه في واقع الأمر، فيكون كالمزور^(١)؛ والأدلة على تحريم هذه الصورة من البيع:

١ - ما روي عن أسماء - رضي الله عنها - : أَنَّ امْرَأَةً قَالَتْ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، إِنَّ لِي ضَرَّةً، فَهَلْ عَلَيَّ جُنَاحٌ إِنْ تَشَبَّعْتُ مِنْ زَوْجِي غَيْرَ الَّذِي يُعْطِينِي؟ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «الْمُنْشَبِّعُ بِمَا لَمْ يُعْطِ كَلَابِسِ ثَوْبِي زُورٍ»^(٢).

(١) موقع الإسلام وجواب، فتوى بعنوان: ما حكم بيع متابعين وهميين أو حقيقيين على تويتر أو انستجرام؟ تاريخ الزيارة: ٢٠٢٤/٦/٢٩م، الرابط: <https://linksshortcut.com/jzJrt>، موقع إسلام ويب، فتوى بعنوان: "حكم بيع إعادة التفريد (الريتويت الآلي) على المواقع الإلكترونية" تاريخ الزيارة ٢٠٢٤/٦/٢٩م، الرابط: <https://linksshortcut.com/CLpPW>

(٢) متفق عليه، أخرجه البخاري في صحيحه ٣٥/٧، كتاب النكاح، باب المتشبع بما لم ينل، وما ينهى من افتخار الضرة، حديث رقم [٥٢١٩]، ومسلم في صحيحه، ١٦٨١/٣، كتاب اللباس والزينة، باب النهي عن التزوير في اللباس وغيره والتشبع بما لم يعط، حديث رقم [٢١٣٠].

وجه الدلالة:

المتشبع بما لم يعط كما قال العلماء: معناه المتكثر بما ليس عنده بأن يظهر أن عنده ما ليس عنده يتكثر بذلك عند الناس ويتزين بالباطل فهو مذموم كما يذم من لبس ثوبي زور^(١)، ولا شك أن الذي يريد أن يكتسب مكانةً بين الناس، ووزناً وأهميةً بمتابعين وهميين داخل في هذا، فهو تزين بالزور والكذب.

٢- قول النبي ﷺ: (الخدِعةُ في النَّارِ)^(٢).

وجه الدلالة:

أن هذا العمل ينطوي على التدليس والخداع، لظن الناس أنه لولا أهمية ما ينشره صاحب الحساب على صفحته، ويفيد به؛ ما كان لديه كل هذا العدد من المتابعين.

٣- ما روي عن أبي هريرة أن النبي ﷺ قال: «مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي»^(٣).

وجه الدلالة:

أن البعض يتخذ من حسابه في مواقع التواصل الاجتماعي مجالاً للدعاية والإعلان، فيستزيد من هؤلاء الوهميين، لكسب المُعلنين الذين يظنون أن الإعلان سيراه كل هذا العدد، بينما الحقيقة خلاف ذلك، وفي هذا إضراراً بالمُعلنين، وبذلك يفوت المقصد من الإعلان؛ سواء في حق صاحب المنتج بعدم الوصول إلى العدد

(١) شرح النووي على مسلم ١١٠/١٤.

(٢) أخرجه الطبراني في المعجم الصغير ٣٧/٢، حديث رقم ٧٣٨، من طريق عاصم، عن زر بن حبيش، عن عبد الله بن مسعود، قال الهيثمي في مجمع الزوائد ٧٩/٤: "رجاله ثقات، وفي عاصم بن بهدلة نزاع كلام لسوء حفظه".

(٣) أخرجه مسلم في صحيحه، كتاب الإيمان، باب قول النبي ﷺ "من عشنا فليس منا" ٩٩/١، حديث رقم ١٠٢.

المطلوب لرؤية الإعلان عنه، أو في حق المستخدم المستهدف منه بعدم وصول الإعلان إليه، فهو ينطوي على الغش للمعلن أو صاحب المنتج وإيهامه أن عدداً كبيراً من المستخدمين قد رأوا الإعلان أو المحتوى واطلعوا عليه، وسجلوا إعجابهم به، في حين أن ذلك لم يحدث حقيقة، وهذا من الغش المنهي عنه^(١).
ومن ناحية أخرى فإن هذه المعاملة لم تستوف الشروط الواجب توافرها لصحة البيع؛ ذلك من شروط المبيع المتفق عليها عند الفقهاء أن يكون المبيع مالاً متقوماً منتفعاً به شرعاً^(٢)، وهذا الشرط ليس بمتحقق في هذه المعاملة، فالمتابعون المزيفون لا يتفاعلون مع المحتوى، وكذا اللايكات الزائفة لا تعبر عن رؤية حقيقية للمحتوى أو العلامة التجارية، ومن ثم فهي لا تقدم أو تضيف للحساب أو المنتج، فهي من جنس المعدوم، ولا يمكن تعليق آثار البيع على شيء معدوم.

(١) موقع دار الإفتاء المصرية، فتوى للدكتور شوقي علام، بعنوان: " حكم بيع اللايكات "

تاريخ الزيارة ٢٩/٦/٢٠٢٤م الرابط: <https://linksshortcut.com/EFICG>

(٢) حاشية ابن عابدين ٥/٥٠، حاشية الصاوي على الشرح الصغير = بلغة السالك لأقرب المسالك، لأبي العباس أحمد بن محمد الخلوتي، ٢٢/٣، الشهير بالصاوي، نشر: دار المعارف (من دون طبعة ومن دون تاريخ)، المهذب في فقه الإمام الشافعي، للشيرازي ١٢/٢، المبدع في شرح المقنع ٩/٤.

الخاتمة

في ختام هذا البحث أحمد الله تعالى حمداً كثيراً على نعمه التي لا تعد ولا تحصى، وأحمده على إبعائه وتوفيقه في إتمام هذا البحث، وفيما يلي عرض لأهم النتائج والتوصيات:

النتائج:

- ١- موضوع التصرف بالبيع والشراء لحسابات وسائل التواصل الاجتماعي وما يتعلق به من أحكام له أهمية كبيرة، كونه من القضايا التي انتشر التعامل بها والتي ظهرت نتيجة تطور الوسائط الإلكترونية وانتشار مواقع التواصل في جميع أرجاء العالم.
- ٢- الأصل في إنشاء واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحل والإباحة، لكن قد تعثره الأحكام التكاليفية الخمسة: الوجوب، والندب، والإباحة، والحرمة، والكرهية بالنظر إلى قصد الشخص ونيته في استخدام هذه التقنية.
- ٣- حسابات مواقع التواصل الاجتماعي تعد من الحقوق المعنوية لأصحابها، إذا كانت تحتوي على محتوى خاص بصاحب الحساب، ومن ثم تعد قيمة مالية لأصحابها يجوز بيعها وشراؤها، والتصرف فيها بجميع أنواع نقل الملكية.
- ٤- لا يجوز التصرف بالبيع أو الشراء لحسابات مواقع التواصل الاجتماعي إذا كانت الجهة المالكة للموقع تحظر على المستخدمين نقل ملكية هذه الحسابات لأي شخص آخر.
- ٥- لا يجوز بيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي لمن قصد بشرائها بها أمراً لا يحل وكذا بيعها لمن يغلب على ظنه أنه يستعملها في ذلك.

٦- شراء المتابعين الحقيقيين واللايكات الحقيقية جائز إذا كان لغرض مقصود معتبر، أما بيع وشراء المتابعين الوهميين وكذا اللايكات الوهمية لا يجوز مطلقاً لانطوائه على التدليس والخداع وتكثر صاحب الحساب وتشيعه بما لم يعط.

٧- الاتفاق مع المؤثرين أو مع إحدى الشركات أو الأشخاص لزيادة المتابعين الحقيقيين، أو لترويج إعلان، أو صفحة أو منشور بحيث يتمكن أكبر عددٍ من المستخدمين من مشاهدة الإعلان ووضع الإعجاب "اللايك" عليه مقابل مبلغ معلوم يخرج على أنه جعالة وهي جائزة ومشروعة على الراجح من أقوال العلماء.

٨- صلاحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان، لاشتمالها على أصول وقواعد حاكمة لكل ما يستجد.

التوصيات:

- ١- توجيه عناية الباحثين لإجراء المزيد من البحوث المتعلقة بالعقود والمعاملات المالية التي تتم عبر المنصات الإلكترونية.
- ٢- نشر التوعية الدينية بين أفراد المجتمع بأهمية تحري الحل والمشروعية والتقيد بأحكام الشريعة الإسلامية في التكسب والاسترباح.
- ٣- توجيه شباب الأمة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً صحيحاً والتحلي بتعاليم ديننا الحنيف، والاستفادة من هذه الوسائل بما يحقق لهم النفع في دينهم ودنياهم، والبعد عما يجلب لهم الضرر فيهما.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم

ثانياً: علوم القرآن والتفسير:

- ١ - أحكام القرآن للقاضي محمد بن عبد الله أبو بكر بن العربي، تحقيق: محمد عبد القادر عطا نشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الثالثة، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.
- ٢ - أحكام القرآن، علي بن محمد بن علي، أبو الحسن الطبري، الملقب بعماد الدين، المعروف بالكنيا الهراسي، المحقق: موسى محمد علي وعزة عبد عطية، نشر: دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة: الثانية، ١٤٠٥ هـ
- ٣ - تفسير الطبري = جامع البيان عن تأويل آي القرآن، لأبي جعفر، محمد بن جرير الطبري، توزيع: دار التربية والتراث - مكة المكرمة (من دون طبعة ومن دون تاريخ)
- ٤ - التفسير القرآني للقرآن، لعبد الكريم يونس الخطيب، دار الفكر العربي - القاهرة.

ثالثاً: كتب الحديث:

- ١ - الإحسان في تقريب صحيح ابن حبان: لمحمد بن حبان بن أحمد بن حبان ابن معاذ بن معبد، أبو حاتم، الدارمي، البُستي، ترتيب: الأمير علاء الدين علي بن بلبان الفارسي، حققه وخرج أحاديثه وعلق عليه: شعيب الأرنؤوط، نشر: مؤسسة الرسالة، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م.
- ٢ - البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير، لابن الملقن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي، تحقيق: مصطفى أبو

- الغيث وعبد الله بن سليمان وياسر بن كمال، نشر: دار الهجرة للنشر والتوزيع - الرياض-السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤٢٥هـ - ٢٠٠٤م.
- ٣- الروض الداني (المعجم الصغير): لسليمان بن أحمد بن أيوب بن مطير اللخمي الشامي، أبو القاسم الطبراني، تحقيق: محمد شكور محمود الحاج أمير، نشر: المكتب الإسلامي، دار عمار - بيروت، عمان، الطبعة الأولى، ١٤٠٥ - ١٩٨٥م.
- ٤- سنن أبي داود: أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السجستاني، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، نشر: المكتبة العصرية، صيدا - بيروت (من دون طبعة ومن دون تاريخ).
- ٥- سنن ابن ماجه، لأبي عبد الله محمد بن يزيد بن ماجه القزويني، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، وآخرون، نشر: دار الرسالة العالمية، الطبعة: الأولى، ١٤٣٠ هـ - ٢٠٠٩ م.
- ٦- سنن الترمذي، لمحمد بن عيسى بن سؤرة بن موسى بن الضحاك، الترمذي، تحقيق، أحمد محمد شاكر، ومحمد فؤاد عبد الباقي، وآخرون، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي - مصر، الطبعة: الثانية، ١٣٩٥ هـ - ١٩٧٥م.
- ٧- سنن الدارقطني: أبو الحسن علي بن عمر بن أحمد بن مهدي بن مسعود بن النعمان، الدارقطني حققه وضبط نصه وعلق عليه: شعيب الارنؤوط، حسن عبد المنعم شلبي، عبد اللطيف حرز الله، أحمد برهوم، نشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٤م

- ٨- سنن النسائي المجتبى، لأبي عبد الرحمن أحمد بن شعيب النسائي، تحقيق: محمد رضوان عرقسوسي، محمد أنس مصطفى الخن، نشر: دار الرسالة العالمية، الطبعة: الأولى، ١٤٣٩ هـ - ٢٠١٨ م.
- ٩- شرح النووي على مسلم، لأبي زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، نشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت، الطبعة الثانية ١٣٩٢ هـ.
- ١٠- شرح صحيح البخاري لابن بطلال أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، نشر: دار النشر: مكتبة الرشد - السعودية، الرياض، الطبعة: الثانية، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م.
- ١١- صحيح البخاري، لأبي عبد الله، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم البخاري الجعفي، الطبعة: السلطانية، بالمطبعة الكبرى الأميرية، ببولاق مصر، ١٣١١ هـ، بأمر السلطان عبد الحميد الثاني ثم صوّرها بعنايته: د. محمد زهير الناصر، وطبعها الطبعة الأولى ١٤٢٢ هـ لدى دار طوق النجاة - بيروت.
- ١٢- فتح الغفار الجامع لأحكام سنة نبينا المختار: الحسن بن أحمد بن يوسف بن محمد بن أحمد الرباعي الصنعاني، تحقيق: مجموعة بإشراف الشيخ علي العمران، نشر: دار عالم الفوائد، الطبعة الأولى، ١٤٢٧ هـ .
- ١٣- الكتاب المصنف في الأحاديث والآثار، لأبي بكر عبد الله بن محمد بن أبي شيبة، تحقيق، عبد المعطي أمين قلججي، نشر: جامعة الدراسات الإسلامية، كراتشي - باكستان، الطبعة: الأولى، ١٤١٠ هـ - ١٩٨٩ م.

- ١٤ - مجمع الزوائد ومنبع الفوائد: لأبي الحسن نور الدين علي بن أبي بكر بن سليمان الهيثمي، تحقيق: حسام الدين القدسي، نشر: مكتبة القدسي، القاهرة ١٤١٤هـ، ١٩٩٤ م)
- ١٥ - مسند الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وآخرون، نشر: مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠١ م.
- ١٦ - المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله ﷺ: لمسلم ابن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، تحقيق: محمد فؤاد عبدالباقي، نشر: دار إحياء التراث العربي - بيروت (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

رابعاً: أصول الفقه:

- ١ - الموافقات: لإبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي تحقيق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، نشر: دار ابن عفان، الطبعة الأولى ١٤١٧هـ / ١٩٩٧م.

خامساً: كتب الفقه:

الفقه الحنفي:

- ١ - الاختيار لتعليل المختار، لعبد الله بن محمود بن مودود الموصلي، نشر: مطبعة الحلبي - القاهرة ١٣٥٦ هـ - ١٩٣٧ م وصورتها دار الكتب العلمية - بيروت، وغيرها.
- ٢ - بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، لعلاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني، نشر: دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م

- ٣- لبحر الرائق شرح كنز الدقائق: نزين الدين بن إبراهيم بن محمد، المعروف بابن نجيم المصري، نشر: دار الكتاب الإسلامي، الطبعة الثانية (من دون تاريخ).
- ٤- البناية شرح الهداية، لمحمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن الحسين المعروف بـ «بدر الدين العيني»، تحقيق: أيمن صالح شعبان، نشر: دار الكتب العلمية - بيروت، لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٠ هـ - ٢٠٠٠ م.
- ٥- تبين الحقائق شرح كنز الدقائق، لعثمان بن علي الزيلعي الحنفي، نشر: المطبعة الكبرى الأميرية - بولاق، القاهرة، الطبعة: الأولى، ١٣١٤ هـ - (ثم صورتها دار الكتاب الإسلامي الطبعة الثانية)
- ٦- حاشية رد المحتار، على الدر المختار، لمحمد أمين، الشهير بابن عابدين، نشر: شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر الطبعة: الثانية ١٣٨٦ هـ / ١٩٦٦ م وصورتها: دار الفكر - بيروت.
- ٧- درر الحكام شرح غرر الأحكام، لمحمد بن فرامرز بن علي الشهير بملا - أو منلا أو المولى - خسرو، نشر: دار إحياء الكتب العربية، (من دون طبعة ومن دون تاريخ)
- ٨- رد المحتار على الدر المختار: لابن عابدين، محمد أمين بن عمر بن عبدالعزيز عابدين، نشر: دار الفكر-بيروت - الطبعة الثانية، ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م.
- ٩- المبسوط: لمحمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي، نشر: دار المعرفة - بيروت (من دون طبعة) ١٤١٤ هـ - ١٩٩٣ م.

- ١٠- النتف في الفتاوى، لأبي الحسن علي بن الحسين بن محمد الشُّغْفِي، تحقيق: د. صلاح الدين الناهي، نشر: (مؤسسة الرسالة - بيروت)، (دار الفرقان - عمان) الطبعة: الثانية، ١٤٠٤ - ١٩٨٤م.
- ١١- الهداية شرح بداية المبتدي، لعلي بن أبي بكر بن عبد الجليل الفرغاني المرغيناني، تحقيق: طلال يوسف، نشر: دار احياء التراث العربي - بيروت - لبنان .

الفقه المالكي:

- ١- التاج والإكليل لمختصر خليل، لمحمد بن يوسف بن أبي القاسم بن يوسف العبدري الغرناطي، أبو عبد الله المواق، نشر: دار الكتب العلمية الطبعة: الأولى، ١٤١٦هـ-١٩٩٤م
- ٢- حاشية الصاوي على الشرح الصغير = بلغة السالك لأقرب المسالك، لأبي العباس أحمد بن محمد الخلوتي، الشهير بالصاوي، نشر: دار المعارف
- ٣- عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة، لجلال الدين عبد الله بن نجم ابن شاس بن نزار الجذامي السعدي، تحقيق: د. حميد بن محمد لحمر، نشر: دار الغرب الإسلامي، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣م
- ٤- الفواكه الدواني على رسالة أبي يزيد القيرواني، لأحمد بن غانم (أو غنيم) ابن سالم ابن مهنا، شهاب الدين النفراوي، نشر: دار الفكر (من دون طبعة) ١٤١٥هـ/١٩٩٥م.

- ٥- المختصر الفقهي لابن عرفة، لمحمد بن محمد بن عرفة الورغمي التونسي، تحقيق: د. حافظ عبد الرحمن محمد خير، نشر: مؤسسة خلف أحمد الخبتور للأعمال الخيرية، الطبعة: الأولى، ١٤٣٥ هـ - ٢٠١٤ م.
- ٦- المعونة على مذهب عالم المدينة، للقاضي عبد الوهاب البغدادي، تحقيق: حميش عبد الحق، أصل الكتاب: رسالة دكتوراة بجامعة أم القرى بمكة المكرمة، نشر: المكتبة التجارية، مصطفى أحمد الباز - مكة المكرمة.
- ٧- منح الجليل شرح مختصر خليل، لمحمد عيش، نشر: دار الفكر - بيروت، الطبعة الأولى ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م.
- ٨- مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، لشمس الدين أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن الطرابلسي المغربي، المعروف بالحطاب الرعيني، نشر: دار الفكر، الطبعة: الثالثة، ١٤١٢ هـ - ١٩٩٢ م.

الفقه الشافعي:

- ١- الأم، لأبي عبد الله محمد بن إدريس الشافعي، نشر: دار الفكر - بيروت، الطبعة: الثانية ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م (وأعادوا تصويرها ١٤١٠ هـ - ١٩٩٠ م)
- ٢- البيان في مذهب الإمام الشافعي أبو الحسين يحيى بن أبي الخير بن سالم العمراني، تحقيق: قاسم محمد النوري، دار المنهاج - جدة، الطبعة: الأولى، ١٤٢١ هـ - ٢٠٠٠ م
- ٣- حاشية الجمل على شرح المنهج = فتوحات الوهاب بتوضيح شرح منهج الطلاب، لسليمان بن عمر بن منصور العجيلي الأزهرى، المعروف بالجمل، نشر: دار الفكر

- ٤- حاشيتنا قليوبي وعميرة، لأحمد سلامة القليوبي وأحمد البرلسي عميرة، نشر: دار الفكر - بيروت (من دون طبعة) ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م.
- ٥- كفاية الأخيار في حل غاية الإختصار، لتقي الدين محمد بن عبد المؤمن بن حريز بن معلى الحسيني الحصني، تحقيق: علي عبد الحميد بلطجي ومحمد وهبي سليمان، نشر: دار الخير - دمشق، الطبعة: الأولى ١٩٩٤.
- ٦- مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، لشمس الدين، محمد بن محمد، الخطيب الشربيني، حققه وعلّق عليه: علي محمد معوض - عادل أحمد عبد الموجود، نشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٤م.
- ٧- نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج، لشمس الدين محمد بن أبي العباس شهاب الدين الرملي، نشر: دار الفكر، بيروت، الطبعة: ط أخيرة - ١٤٠٤هـ/١٩٨٤م، الشرح الكبير للدردير، لمحمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي، نشر: دار الفكر
- ٨- المهذب في فقه الإمام الشافعي، لأبي اسحاق إبراهيم بن علي بن يوسف الشيرازي، نشر: دار الكتب العلمية.

الفقه الحنبلي:

- ١- الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل، لموسى بن أحمد بن موسى بن سالم ابن عيسى بن سالم الحجاوي المقدسي، تحقيق: عبد اللطيف محمد موسى السبكي، نشر دار المعرفة بيروت - لبنان (من دون تاريخ).

- ٢- دقائق أولي النهى لشرح المنتهى المعروف بشرح منتهى الإيرادات: لمنصور ابن يونس بن صلاح الدين ابن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي، نشر: عالم الكتب، الطبعة الأولى، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.
- ٣- الروض المربع بشرح زاد المستقنع مختصر المقنع، لمنصور بن يونس البهوتي، تحقيق: خالد بن علي المشيقح، د. عبد العزيز بن عدنان العيدان، د. أنس بن عادل اليتامي، دار ركائز للنشر والتوزيع - الكويت، الطبعة: الأولى، ١٤٣٨هـ.
- ٤- شرح الزركشي على مختصر الخرقى، لشمس الدين محمد بن عبد الله الزركشي، نشر: دار العبيكان، الطبعة: الأولى، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.
- ٥- الشرح الكبير على متن المقنع، لعبد الرحمن بن محمد بن أحمد بن قدامة المقدسي الجماعيلي، نشر: دار الكتاب العربي للنشر والتوزيع، أشرف على طباعته: محمد رشيد رضا صاحب المنار (من دون طبعة ومن دون تاريخ).
- ٦- شرح عمدة الفقه، لتقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم ابن تيمية الحراني، تحقيق: خالد بن علي بن محمد المشيقح، نشر: دار العاصمة، الرياض، المملكة العربية السعودية، الطبعة: الأولى، ١٤١٨هـ - ١٩٩٧م.
- ٧- شرح منتهى الإيرادات، لمنصور بن يونس بن إدريس البهوتي، نشر: عالم الكتب، بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤١٤هـ - ١٩٩٣م.
- ٨- وكشاف القناع عن متن الإقناع، منصور بن يونس بن إدريس البهوتي، ٣ / ١٦٠، ١٦١، راجعه وعلق عليه: هلال مصيلحي مصطفى هلال، نشر:

- مكتبة النصر الحديثة بالرياض، لصاحبها/ عبدالله ومحمد الصالح الراشد، (وصورتها: دار الفكر ببيروت، ودار عالم الكتب ببيروت).
- ٩- العدة شرح العدة، لبهاء الدين عبد الرحمن بن إبراهيم المقدسي، تحقيق: تحقيق: أحمد بن علي، نشر: دار الحديث، القاهرة ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.
- ١٠- المطع على ألفاظ المقنع، لمحمد بن أبي الفتح بن أبي الفضل البعلبي، ص ٣٤٠، تحقيق: محمود الأرنؤوط - ياسين محمود الخطيب، نشر: مكتبة السوادي للتوزيع، الطبعة: الطبعة الأولى ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م
- ١١- المبدع في شرح المقنع، إبراهيم بن محمد بن عبد الله بن محمد ابن مفلح، نشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٨ هـ - ١٩٩٧ م.
- ١٢- المغني، لأبي محمد موفق الدين عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة المقدسي، نشر: مكتبة القاهرة (من دون طبعة) ١٣٨٨ هـ - ١٩٦٨ م.
- سادساً: القواعد الفقهية:**
- ١- الأشباه والنظائر: لعبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي، نشر: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١١ هـ - ١٩٩٠ م.
- ٢- إعلام الموقعين عن رب العالمين، لمحمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، نشر: دار الكتب العلمية - بيروت، الطبعة: الأولى، ١٤١١ هـ - ١٩٩١ م.
- ٣- الفروق (أنوار البروق في أنواع الفروق): لأبي العباس شهاب الدين أحمد ابن إدريس بن عبد الرحمن المالكي الشهير بالقرافي، نشر: عالم الكتب (من دون طبعة ومن دون تاريخ).

- ٤- قواعد الأحكام في مصالح الأنام، لأبي محمد عز الدين عبد العزيز بن عبدالسلام، راجعه وعلق عليه: طه عبد الرؤوف سعد، نشر: مكتبة الكليات الأزهرية - القاهرة (وصورتها دور عدة مثل: دار الكتب العلمية - بيروت، ودار أم القرى - القاهرة) طبعة: جديدة مضبوطة منقحة، ١٤١٤ هـ - ١٩٩١ م.
- ٥- القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد مصطفى الزحيلي، نشر: دار الفكر - دمشق، الطبعة الأولى ١٤٢٧ هـ - ٢٠٠٦ م.
- ٦- الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية، للشيخ الدكتور محمد صدقي بن أحمد ابن محمد آل بورنو أبو الحارث الغزي، نشر: مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان - الطبعة الرابعة، ١٤١٦ هـ - ١٩٩٦ م.

سابعاً: كتب الفتاوى:

- ١- فتاوى اللجنة الدائمة، جمع وترتيب: أحمد بن عبد الرزاق الدويش، نشر: رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء - الإدارة العامة للطبع - الرياض.
- ٢- مجموع الفتاوى لتقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم ابن تيمية الحراني، جمع وترتيب: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم، نشر: مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف - المدينة المنورة - السعودية ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.

ثامناً: كتب البلدان والأماكن:

- ١- معجم البلدان، لشهاب الدين أبو عبد الله ياقوت بن عبد الله الرومي الحموي، نشر: دار صادر، بيروت، الطبعة: الثانية، ١٩٩٥ م.

تاسعاً: كتب اللغة:

- ١- تاج العروس من جواهر القاموس، لمحمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الملقب -بمرتضى، الزبّيدي، تحقيق: مجموعة من المحققين، نشر: دار الهداية (من دون طبعة ومن دون تاريخ).
- ٢- التعريفات، علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني، نشر: دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى ١٤٠٣هـ / ١٩٨٣م.
- ٣- تهذيب اللغة، لمحمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، تحقيق: محمد عوض مرعب، نشر: دار إحياء التراث العربي، بيروت، الطبعة الأولى ٢٠٠١م.
- ٤- الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية لإسماعيل بن حماد الجوهري: تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين - بيروت، الطبعة الرابعة، ١٤٠٧هـ / ١٩٨٧م.
- ٥- العين، للخليل بن أحمد الفرهيدي، تحقيق: د مهدي المخزومي، د إبراهيم السامرائي، نشر: دار ومكتبة الهلال.
- ٦- القاموس المحيط، لمجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة بإشراف: محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان - الطبعة: الثامنة، ١٤٢٦ هـ - ٢٠٠٥ م.
- ٧- لسان العرب، لمحمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور، نشر: دار صادر - بيروت - الطبعة الثالثة ١٤١٤هـ.

- ٨- مختار الصحاح، لزين الدين أبو عبد الله بن أبي بكر الرازي، تحقيق: يوسف الشيخ محمد، المكتبة العصرية، بيروت - صيدا، الطبعة: الخامسة، ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م.
- ٩- المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، لأحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، نشر: المكتبة العلمية - بيروت، (من دون طبعة ومن دون تاريخ)
- ١٠- المغرب في ترتيب المغرب، لناصر بن عبد السيد أبي المكارم ابن علي، أبو الفتح، برهان الدين الخوارزمي المُطَرِّزِيّ، نشر: دار الكتاب العربي (من دون طبعة ومن دون تاريخ).
- ١١- النهاية في غريب الحديث والأثر، لمجد الدين أبو السعادات المبارك بن محمد بن محمد بن محمد بن عبد الكريم الشيباني الجزري ابن الأثير، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي نشر: المكتبة العلمية - بيروت، ١٣٩٩هـ - ١٩٧٩م.

عاشراً: الكتب الحديثة:

- ١- الجعالة وأحكامها في الشريعة الإسلامية، لخالد رشيد الجميلي ، نشر: عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى ١٩٨٦م.
- ٢- قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية، د/ مصطفى بن كرامة الله مخدوم - دراسة أصولية في ضوء المقاصد الشرعية- دار إشبيليا، الرياض، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م
- ٣- الملكية ونظرية العقد في الشريعة الإسلامية، لمحمد أبو زهرة، نشر: دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٩٦م.

٤- الموسوعة الفقهية الكويتية: صادرة عن: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت، نشر: دار السلاسل - الكويت الطبعة الثانية (من ١٤٠٤ - ١٤٢٧ هـ).

٥- نظرية العقد في الفقه الإسلامي، عز الدين محمد خواجه، مراجعة: عبدالستار أبو غدة، نشر: مجموعة دله البركة إدارة التطوير والبحوث، الطبعة الثانية ١٤١٤ هـ / ١٩٩٣ م.

حادي عشر: البحوث والمجلات:

١- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلم العربي، لزاھر راضي مجلة التربية، عدد (١٥) عمان: جامعة عمان الأهلية (٢٠٠٣ م).

٢- الحقوق المعنوية، ماليتها، ووجوب الزكاة فيها دراسة فقهية مقارنة، د/زاھر فؤاد محمد أبو السباع، المجلد الخامس من العدد الخامس والثلاثين لحولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية.

٣- الشبكات الاجتماعية وأحكامها الفقهية، خليل إبراهيم الحمادي، حولية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، المجلد الخامس، العدد الثاني والثلاثون.

٤- الفقه الإسلامي والحقوق المعنوية: د/ عبد السلام العبادي، بحث بمجلة مجمع الفقه الإسلامي الدولي، العدد الخامس.

٥- وسائل التواصل الإلكتروني ودورها في إحداث الاغتراب، فيصل بن سعد محمد لمنيع، أطروحة دكتوراه غير منشورة، الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاجتماعية قسم علم الاجتماع، (٢٠١٧ م).

ثاني عشر: المواقع الإلكترونية:

- ١- موقع عالم التقنية الإلكتروني، الرابط: www.Tech-wd.com
- ٢- موقع أكاديمية اعمل بيزنس، الرابط: <https://linksshortcut.com/zVipl>
- ٣- موقع دار الإفشاء -المملكة الأردنية الهاشمية- الرابط: <https://linksshortcut.com/DFpiH>
- ٤- موقع ويكيديا، الرابط: <https://linksshortcut.com/uSKie>
- ٥- موقع مركز مساعدة فيسبوك، الرابط: <https://linksshortcut.com/zUHDF>
- ٦- موقع دار الإفشاء المصرية، الرابط: <https://linksshortcut.com/EFICG>
- ٧- موقع فانزيس، الرابط: <https://linksshortcut.com/ViHgb>
- ٨- موقع وكالة سواد، الرابط: <https://linksshortcut.com/EUvBA>
- ٩- موقع مستقل، الرابط: <https://linksshortcut.com/WqiLF>
- ١٠- موقع إسلام ويب، الرابط: <https://linksshortcut.com/CLpPW>
- ١١- موقع التسويق الإلكتروني، الرابط: <https://linksshortcut.com/vFjoi>
- ١٢- موقع X(تويتر) مركز المساعدة ، الرابط: <https://linksshortcut.com/jXWMe>
- ١٢- موقع انستغرام، مركز المساعدة، الرابط: <https://linksshortcut.com/ZvgxP>

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
٨٦	المقدمة
٩٠	المبحث التمهيدي: التعريف بمفردات عنوان البحث. وفيه ثلاثة مطالب :
٩٠	المطلب الأول: التعريف بالتصرف .
٩٢	المطلب الثاني: التعريف بحسابات وسائل التواصل الاجتماعي.
٩٦	المطلب الثالث: أشهر منصات وسائل التواصل الاجتماعي.
١٠٠	المبحث الأول: الحكم الفقهي لبيع وشراء حسابات وسائل التواصل الاجتماعي ، وفيه أربعة مطالب :
١٠٠	المطلب الأول: حكم انشاء حساب على منصات وسائل التواصل الاجتماعي.
١٠٣	المطلب الثاني: التكييف الفقهي لبيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.
١١٥	المطلب الثالث: بيع مواقع التواصل إذا كانت الجهة المالكة للموقع تمنع من بيعها.
١١٨	المطلب الرابع: بيع حسابات وسائل التواصل الاجتماعي لمن يقصد استخدامها في أمور محرمة.
١٢٣	المبحث الثاني: تجارة زيادة عدد الاعجابات (اللايكات) والمتابعين فيه مطلبان:

الصفحة	الموضوع
١٢٣	المطلب الأول: التعريف بالإعجابات والمتابعين، والباعث على شرائهما.
١٢٦	المطلب الثاني: التكيف الفقهي لتجارة زيادة أعداد اللايكات والمتابعين الحقيقية .
١٣٨	المبحث الثالث: بيع وشراء الزيادات الوهمية للإعجابات والمتابعين، وفيه مطلبان:
١٣٨	المطلب الأول: صور بيع وشراء الأعداد الوهمية للإعجابات والمتابعين.
١٤١	المطلب الثاني: الحكم الشرعي لبيع وشراء الزيادات الوهمية للإعجابات والمتابعين .
١٤٤	الخاتمة: واشتملت على أهم النتائج والتوصيات.
١٤٦	المصادر والمراجع.
١٦١	فهرس الموضوعات.