

إستعراض العمل الخيري في وسائل التواصل
الإجتماعي «دراسة شرعية على حالة
دولة الكويت»

Associate Professor in Comparative Jurisprudence & Islamic Law,
College of Sharia'a & Islamic Studies– Kuwait University

د. مزنة عدنان القادري

أستاذ مشارك بقسم الفقه المقارن

والسياسة الشرعية في كلية الشريعة بجامعة الكويت

Maznah.Alqaderi@ku.edu.kw

Posting Charity on Social Media

The Case of the State of Kuwait in the View of Sharia

Mizna Adnan Alqaderi, Ph.D.



Abstract

The purpose of the present study is to demonstrate the reality of posting charitable deeds on social media in the State of Kuwait, and how that contributes to the making of public opinion as I unveil the positive and negative aspects of the phenomenon. Also, I highlight the different approaches in Sharia about the fact of posting charity on social media, and sharing pictures of people in need when offering charity. In this regard, the study combines different research methods as follows; the descriptive method based on inductive analysis, and the comparative method. As part of the main findings, I focus on the increasing influence of social media and how it helps engage more charity contributors across the State of Kuwait. In spite of the disadvantages of posting charity on social media, the numerous advantages of this act prevail for several reasons: on one hand, it strengthens the relationship between donors and charities, and between donors and people in need on the other hand. Also, it encourages people be more engaged and get better involved in charity. However, among the major negative aspects of the phenomenon, I consider the following; violating the dignity of people in need, using them for advantageous purposes and showing them as “subhuman”. Donors may also risk unintentionally being ostentatious and proud of performing good deeds in public. In this study, I conclude that posting charity on social media has three different judgments in Sharia regarding people and conditions. In fact, taking pictures of people in need especially when being offered charity, and sharing them on social media is unlawful in Islam, and such an act is a kind of defamation and heart breaking.

Keywords: tertiary sector, charities, voluntary work, influencers.



المستخلص

يهدف البحث إلى بيان واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في استعراض العمل الخيري في دولة الكويت ودورها في تشكيل الرأي، وتوضيح آثاره الإيجابية والسلبية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على عرض الاتجاهات الفقهية في حكم استعراض فاعل الخير لعمله في وسائل التواصل، وحكم عرض الصور الشخصية للمحتاجين. ودمجت الباحثة بين عدة مناهج: وهي المنهج الوصفي القائم على الاستقراء والتحليل، والمنهج المقارن؛ وقد خلص البحث إلى عدد من النتائج تضمنت في مجملها: بروز تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في توسيع قاعدة المشاركين في الأعمال الخيرية في دولة الكويت، وأنّ لاستعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الكويت إيجابيات كثيرة تفوق سلبياته، من أبرزها: بناء علاقة وثيقة بين المتبرعين والجهة الخيرية من جهة، وبين المانحين والمتلقين من جهة أخرى، وزيادة المساهمة في أعمال الخير والتفاعل معها؛ ومن أهم السلبيات: كسر كبرياء المحتاجين وامتهانهم وإظهارهم في صورة البشر الناقص، بالإضافة إلى احتمالية الوقوع في الرياء، كما توصل البحث إلى أن حكم استعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي على ثلاثة أحوال تختلف باختلاف الحال والأشخاص، وأنّ تصوير متلقي خدمات الخير ونشرها في وسائل التواصل الاجتماعي غير جائز لكونه مظنة لكشف الحرمه وكسر القلوب.

الكلمات المفتاحية: القطاع الثالث، المؤسسات الخيرية، العمل التطوعي، المؤثر، شبكات التواصل.

المقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم والحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف النبيين والمرسلين، وعلى آله الطيبين الطاهرين، وأصحابه الغر الميامين، وبعد:

شهد العالم تحولاً هائلاً مع انتشار الإنترنت بشكل واسع مما أسفر عن إحداث ثورة تكنولوجية في نقل المعلومات والبيانات، ومن أحدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات وأكثرها شعبية: شبكات ومنصات وسائل التواصل الاجتماعي والتي كان مبدأ ظهورها في عام 1995م حيث أطلقت منصة "Classmates.com"، ثم تبعها ظهور "SixDegree.com" في عام 1997م، وتوالى بعدها المنصات، إلا أن العلامة الفارقة كانت بظهور موقع الفيس بوك "Facebook" عام 2004م^(١).

ثم أن هذه المواقع والمنصات تنوعت وتعددت وتزايد عدد مستخدميها بشكل كبير، حيث دلت نتائج الإحصائيات من "Kepios"^(٢) أن عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي حول العالم يصل إلى 4.74 مليار شخص في أكتوبر 2022م^(٣).

وقد أسهمت هذه المنصات والشبكات في تفعيل المشاركة والضغط وتحقيق المسؤولية المجتمعية، حتى امتد استخدامها ليشمل الأنشطة السياسية، ولا يخفى تأثيرها على الصغير قبل الكبير، لا سيما مع الأوقات الطويلة التي تقضى أمام الشاشات والتي أصبحت سمة من سمات هذا العصر^(٤).

ولا شك أن العائد من منصات وسائل التواصل الاجتماعي مجزي إن تم استغلالها واستثمارها بشكل مدروس وجيد، فالحاجة ماسة إلى توظيف هذه المنصات لخدمة الأمة الإسلامية وتحقيق غاياتها فيما لا يخالف شريعته، ومن هنا كانت هذه الدراسة، والله ولي التوفيق.

(١) ينظر: موسى محمد الخير، استخدام العلاقات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي، رسالة دكتوراه (السودان: جامعة أم درمان الإسلامية، ٢٠١٦) ص: ١٤٣-١٤٤.

(٢) وهي شركة استشارية متخصصة في استخدام التقنيات الرقمية، تقوم على تحليل البيانات.

(٣) <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=Analysis%20from%20Kepios%20shows%20that,since%20this%20time%20last%20year.> 12:30 م، 15/1/2023م، تم الرجوع إليه في 15/1/2023م، س

(٤) ينظر: موسى الخير، استخدام العلاقات العامة، ص: ١٤٤.



أهمية البحث:

- اكتسب هذا البحث أهميته من عدة أمور، يمكن إجمالها في التالي:
١. دور وسائل التواصل الاجتماعي الهام في التأثير على أفراد المجتمع وخاصة النشئ، وإكساب العادات والسلوكيات، وإحداث التغييرات الاجتماعية^(١).
 ٢. الحاجة إلى مواكبة العصر والإفادة من التكنولوجيا الحديثة بما تتيحه من إمكانيات ضخمة.
 ٣. تعلق البحث بالإخلاص وهي من أهم المسائل الشرعية، فمن المعلوم أن الإسلام حث على إخفاء الصدقة ونحوها من أعمال الخير ابتغاءاً للأجر والثواب، وعرض هذه الأعمال أمام الملأ في شبكات التواصل الاجتماعي يثير الجدل بشأن شرعيته.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في أمر الشارع الحكيم للمسلمين بإخلاص النية لله تعالى وتنقية القلب من كل ما يشوبه من رياء وعجب ونحوه، فصدقة السر أفضل منها علانية، لكونها أقرب إلى الإخلاص وأبعد عن الرياء، ومع الحاجة الملحة إلى مواكبة العصر والإفادة من شبكات التواصل الاجتماعي بما تشهده من تطور وانتشار وزيادة أعداد مستخدميها وما تقدمه من إسهامات وخدمات؛ فقد تباينت الآراء في استعراض هذه الأعمال الخيرية أمام جمهور وسائل التواصل الاجتماعي. ويمكن صياغة مشكلة الدراسة عبر الأسئلة التالية:

١. ما هو واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الخيري في دولة الكويت، ومدى تأثيرها على تشكيل الرأي بين أفراد المجتمع؟
٢. ما الانعكاسات الإيجابية أو السلبية المترتبة على استعمال وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للعمل الخيري في الكويت؟
٣. هل يجوز شرعاً استعراض فاعل الخير لعمله الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي؟
٤. ما حكم نشر صور الفقراء والمحتاجين في شبكات التواصل الاجتماعي؟

(١) ينظر: موسى الخير، استخدام العلاقات العامة، ص: ١٤٤.

هدف البحث:

يسعى البحث إلى تحقيق عدد من الأهداف، يمكن إجمالها في التالي:

١. بيان واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري في دولة الكويت، ودور هذه الوسائل في تشكيل الرأي.
٢. إبراز الآثار الإيجابية والسلبية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العمل الخيري في الكويت.
٣. عرض الاتجاهات الفقهية في حكم استعراض فاعل الخير لعمله في وسائل التواصل الاجتماعي.
٤. توضيح حكم عرض الصور الشخصية للمحتاجين في وسائل التواصل الاجتماعي.
الدراسات السابقة وما يضيفه البحث إليها:
في حدود اطلاعي لم أقف على دراسة شرعية متخصصة في استعراض العمل الخيري ونشره في وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنني وجدت بعض الدراسات الاسترشادية:
١. دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري: دراسة مسحية على عينة من مستخدمي الفيسبوك من ولاية المسيلة، بحث منشور في مجلة ابن خلدون للدراسات والأبحاث، د. راضية بن جاوحدو، ٩٤، الجزائر، ٢٠٢٢ م.
٢. استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الخيرية: دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الخيرية، ياسر بن علي الشهري، بحث منشور في المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٢١٤، الرياض، ٢٠١٩ م.
٣. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الكويت: دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي، يوسف محمد الفيلكاوي، بحث منشور في المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٥٤٤، القاهرة، ٢٠١٦ م.
٤. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات، سميرة عمار حركات وآخرون، بحث منشور في ملحق المجلة العلمية لكلية الآداب، أسيوط، ٢٠٢٠ م.
ويلاحظ في الدراسة الأولى والثانية أنها تناولت دور وأثر وسائل التواصل الاجتماعي على العمل التطوعي والخيري بشكل عام، في حين اختصت الدراسة الثالثة ببيان استخدامات الشباب الكويتي لوسائل التواصل الاجتماعي وأهميتها بالنسبة لهم وتأثيرها عليهم، أما الدراسة الرابعة فقد تناولت إيجابيات وسلبيات وسائل التواصل الاجتماعي عموماً دون قصرها على العمل الخيري.



ما يضيفه البحث:

يختلف هذا البحث عن الدراسات السابقة في إبرازه واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري -تحديداً- في دولة الكويت، ودورها في تشكيل الرأي عند الأفراد، كما تبين إيجابيات وسلبيات استخدامها على العمل الخيري، وكذلك توضيح الحكم الشرعي لعرض فاعلي الخير أعمالهم بالصوت والصورة في هذه الشبكات، بالإضافة إلى حكم إظهار الصور الشخصية للمحتاجين.

حدود البحث:

الحدود الموضوعية: اقتصر البحث تحديداً على بيان واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحث على العمل الخيري والتسويق له، وأثار هذه الشبكات السلبية والإيجابية، ومن ثم توضيح الحكم الشرعي في استعراض الأعمال التطوعية بالصوت أو الصورة، من حيث دخولها في باب الرياء أو عدمه، وكذلك في عرض الصور الشخصية للمحتاجين بما قد يترتب عليه من إهانة وصغار؛ بعيداً عن غيره من المسائل المتعلقة بهذا التسويق كمسألة أخذ عمولة من الصدقات للمسوّق أو المؤثر The Influencer باعتبار دخوله في قوله تعالى (وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا)^(١).

الحدود الجغرافية: يقتصر البحث على الأفراد والفرق والمنظمات الخيرية في دولة الكويت.

منهج البحث:

جمعت الباحثة بين عدة مناهج في هذا البحث، فقد انتهجت المنهج الوصفي القائم على الاستقراء والتحليل، وذلك لاستقراء نصوص الشريعة وأقوال الفقهاء والتوصل للحكم الشرعي، والمنهج المقارن في المقارنة بين الإيجابيات والسلبيات، وبين الاتجاهات الفقهية في المسائل الشرعية.

تبويب البحث:

اقتضت طبيعة البحث أن يقسم إلى مقدمة وثلاثة مباحث، على النحو التالي:

• المبحث الأول: التعريف بموضوع البحث. وفيه مطلبان:

- المطلب الأول: التعريف بالمصطلحات الواردة في عنوان البحث.

(١) التوبة: ٦٠.



- المطلب الثاني: تصوير المسألة.

• المبحث الثاني: استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التسويق الخيري في دولة الكويت: واقع الاستخدام والأثر الإيجابيات والسلبيات. وفيه مطلبان:

- المطلب الأول: واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري في دولة الكويت، وأثرها في تشكيل الرأي بين أفراد المجتمع.

- المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري في دولة الكويت.

• المبحث الثالث: الحكم الشرعي لاستعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي. وفيه مطلبان:

- المطلب الأول: الحكم الشرعي لعرض المحسن عمله الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي.

- المطلب الثاني: الحكم الشرعي لعرض صور المحتاجين في وسائل التواصل الاجتماعي.

الخاتمة: وتحتوي على النتائج والتوصيات.

والله ولي التوفيق ...



المبحث الأول

التعريف بموضوع البحث

حتى يتم دراسة موضوع البحث بشكل واضح فإنه لابد من تسليط الضوء على معاني مفردات عنوان البحث، بالإضافة إلى تصوير المسألة المراد بحثها بشكل دقيق. وذلك في مطلبين.

المطلب الأول: التعريف بالمصطلحات الواردة في عنوان البحث:

اشتمل عنوان البحث على ثلاثة مصطلحات يجدر بيان معناها، وهي: الاستعراض، والعمل الخيري، ووسائل التواصل الاجتماعي، وذلك في ثلاثة مسائل.

- المسألة الأولى: تعريف (الاستعراض):

الاستعراض في اللغة استفعال من (عرض)، والعين والراء والضاد بناء تكثر فروعه كما ذكر ابن فارس، فهي ترجع إلى أصل واحد رغم كثرتها، وهو العرض الذي يخالف الطول. يقال: عَرَضَ الشيء يعرضه عَرَضاً فهو عريض؛ وعَرَضَ المتاع يعرضه عرضاً، أي كأنه قد أراه عَرَضَهُ، وعرض الشيء تعريضاً: جعله عريضاً^(١).

ومن فروع العرض: الفعل الجميل؛ واستعرضه: أي قال له: اعرض عليّ ما عندك^(٢).

وهذا هو المعنى المراد بالاستعراض في هذا السياق، وهو أن يعرض فاعل الخير ما عنده من الأفعال الجميلة الخيرة على غيره من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

- المسألة الثانية: تعريف (العمل الخيري) والمصطلحات ذات الصلة:

أولاً: تعريف (العمل) لغة:

العمل معروف وهو: المهنة والفعل، ف(عمل) أصل واحد صحيح وعام في كل فعل يفعل؛ يقال: عمل

(١) ينظر: أحمد بن فارس الرازي، مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام هارون، (دمشق: دار الفكر، ط١، ١٩٧٩م)، مادة (عرض)، ج: ٤، ص: ٢٦٩-٢٧٠.

(٢) ينظر: محمد ابن منظور، لسان العرب، (بيروت: دار صادر، ط٣، ١٤١٤هـ)، فصل (العين المهملة)، ج: ٧، ص: ١٧٠؛ ومرتضى الزبيدي، تاج العروس، (الكويت: دار الهداية، ط١، ١٩٦٥م)، مادة (عرض)، ج: ١٨، ص: ٤٢٥.



يعمل عملاً، وجمعه أعمال^(١).

ثانياً: تعريف (الخير) لغة:

الخيرى نسبة إلى (خير)، وأصله الميل والعطف، ثم يحمل عليه، فالخير ضد الشر؛ لأن كل أحد يميل إليه ويعطف على صاحبه^(٢).

ومنه: أنت بالخيار، أي اختر ما شئت مما تميل إليه.

ومن معاني الخير: الكرم، والشرف، والهيئة^(٣).

لهذا فإن إطلاق (الخير) يراد به كل ما يبعث على الرضا والاستحسان، لكماله أو لفائدته أو لموافقته الأوامر الإلهية^(٤).

ثالثاً: مفهوم (العمل الخيري):

مصطلح (العمل الخيري) حديث المعنى قديم المبنى، فهو وإن كان مدلوله معروفاً عند الفقهاء المتقدمين بفعل ما فيه مصلحة للغير، إلا أنهم لم يتداولوه تحت هذا المصطلح.

في حين نجد أن المعاصرين استخدموا مصطلح (العمل الخيري) وعرفوه بتعريفات عدة، منها أنه: "النفع المادي أو المعنوي الذي يقدمه الإنسان لغيره، من دون أن يأخذ عليه مقابل مادياً، ولكن ليحقق هدفاً خاصاً له أكبر من المقابل المادي"، وهذا الهدف قد يتمثل في الأغراض الأخروية كالثواب والنعيم من الله تعالى، أو أغراض دنيوية كالحصول على الثناء والشهرة ونحوه^(٥).

وقد عرّف المشروع الخيري بأنه: "ما يقوم به شخص أو جمعية أو مؤسسة أو منظمة من أعمال تحقق المنفعة الحقيقية لجهة ما، سواء أكانت هذه الجهة منتفعة ومالكة لما عساه أن يصرف لها، أو لها حق الانتفاع فقط"^(٦).

(١) ينظر: ابن فارس، مقاييس اللغة، مادة (عمل)، ج: ٤، ص: ١٤٥؛ وابن منظور، لسان العرب، فصل (العين المهملة)، ج: ١١، ص: ٤٧٥.

(٢) ينظر: ابن فارس، مقاييس اللغة، مادة (خير)، ج: ٢، ص: ٢٣٢؛ والزبيدي، تاج العروس، مادة (خير)، ج: ١١، ص: ٢٣٨.

(٣) ينظر: علي بن سيده، المحكم والمحيط الأعظم، تحقيق: عبد الحميد هندراوي، بيروت: دار الكتب العلمية، ط: ١، ٢٠٠٠م، مادة (خير)، ج: ٥، ص: ٢٥٦.

(٤) ينظر: نذير حمدان، الخير ومرادفاته: مفهومه - وسائله - عموميته وشموليته - قيمه الجوهرية - عواطفه - مسؤولياته - مواقفه - بدائله وعائده - آياته الجامعات - مفرداته - صياغته الحضارية، (دمشق: دار المأمون للتراث، ط: ١)، ص: ١٨.

(٥) ينظر: يوسف القرضاوي، أصول العمل الخيري في الإسلام في ضوء: النصوص والمقاصد الشرعية، (القاهرة: دار الشروق، ط: ٢، ٢٠٠٨م)، ص: ٢١.

(٦) حسن البادنجكي، الزكاة وإنفاقها في المشروعات الخيرية والمصالح العامة، رسالة ماجستير، (دمشق: جامعة دمشق، ٢٠٠١م)، ص: ٣٣٨.



من هذا يتبين أن مصطلح (العمل الخيري) يراد به كل عمل صالح فيه تحقيق لمصلحة الغير مما لا مخالفة فيه لمقصود الشارع، بلا مقابل مادي.

رابعاً: مصطلحات ذات صلة بـ(العمل الخيري):

قد يعبر عن العمل الخيري بمسميات أخرى لأنشطة متقاربة، فقد يسمى بالعمل التطوعي، أو العمل الأهلي^(١).

وقد يطلق عليه كذلك مصطلح العمل الإغائي، والعمل التنموي أيضاً^(٢).

- المسألة الثالثة: تعريف (وسائل التواصل الاجتماعي) وأمثلة عليها:

أولاً: تعريف (وسائل) لغة:

وسائل جمع (وسيلة)، ”وهي في الأصل ما يتوصل به إلى الشيء ويتقرب به“^(٣).

والوسيلة المنزلة عند الملك، والدرجة، والقربة^(٤).

والمراد بها الشبكات والبرامج والمنصات الإلكترونية التي يتوصل بها إلى تحقيق التواصل مع الغير.

ثانياً: تعريف (التواصل) لغة:

التواصل تفاعل من (وصل)، وهي ”أصل واحد يدل على ضم شيء إلى شيء حتى يعلقه“^(٥)، وهو

خلاف للفصل^(٦).

ومقصوده هو ربط الأفراد بعضهم ببعض من خلال برامج ومنصات إلكترونية معينة.

ثالثاً: تعريف (الاجتماعي) لغة:

الاجتماعي نسبة إلى اجتماع، وهي افتعال من (جمع)، والجمع: ضم شيء بتقريب بعضه من بعض،

وتأليف المتفرق، جمعه يجمعه جمعاً فاجتمع.

(١) ينظر: محسن خضر، مستقبل العمل التطوعي في المجتمع المدني من منظور تنموي، (القاهرة: جامعة الدول العربية،

٢٠٠٤م)، ع: ١١٧، ص: ١٢٣.

(٢) ينظر: محمد صقر، العمل الخيري وآثاره الاقتصادية: حالة فلسطين الداخل عام ١٩٤٨م، محمد صقر، رسالة ماجستير،

(الأردن: جامعة اليرموك، ٢٠٠٨م)، ص: ٥.

(٣) الزبيدي، تاج العروس، مادة (وسل)، ج: ٣١، ص: ٧٥.

(٤) ينظر: محمد الهروي، «تهذيب اللغة»، تحقيق: محمد مرعب، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، ط ١، ٢٠٠١م)، مادة (وسل)،

ج: ١٣، ص: ٤٨؛ وابن سيده، المحكم والمحيط الأعظم، مادة (وسل)، ج: ٨، ص: ٦١٢.

(٥) ابن فارس، مقاييس اللغة، مادة (خير)، ج: ٦، ص: ١١٥.

(٦) ينظر: ابن سيده، المحكم والمحيط الأعظم، مادة (وصل)، ج: ٨، ص: ٣٤٧.

والجمع جماعة الناس^(١)، واجتمع ضد تفرق^(٢).

والمقصود به ضم الأفراد مع أقرانهم في المجتمع ممن يستخدم هذه الوسائل.

رابعاً: مفهوم (وسائل التواصل الاجتماعي):

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي بأنها: "مواقع على الإنترنت تقدم للأفراد خدمة التواصل المستمر بكل أشكال التفاعل من تبادل الملفات، ودردشة، ورسائل، ومحادثات، وذلك بهدف استمرار الاتصال الاجتماعي، وتبادل المصالح المشتركة، وهؤلاء الأفراد قد يكونون متجانسين، أو غير متجانسين لكن تجمعهم علاقات اجتماعية، أو تعليمية مشتركة وقوية"^(٣).

فهي مواقع على شبكة الويب تتيح التواصل بين أفراد يجمعهم انتماء أو اهتمام مشترك.

خامساً: أمثلة على أشهر شبكات (وسائل التواصل الاجتماعي):

وسائل التواصل الاجتماعي عديدة ومتنوعة، إلا أن أكثرها رواجاً وشعبية في المنطقة:

١. واتس أب WhatsApp.

٢. انستغرام Instagram.

٣. تويتر Twitter.

٤. سناب شات Snapchat.

٥. تيك توك TikTok.

٦. فيسك بوك Facebook.

٧. يوتيوب YouTube.

المطلب الثاني: تصوير المسألة :

انتشرت في السنوات الأخيرة ظاهرة إعلان وتوثيق الناشطين على شبكات التواصل الاجتماعي من المؤثرين The Influencers وغيرهم لأعمالهم الخيرية وصدقاتهم، من خلال صور أو مقاطع فيديو بما تتضمنه من تقديم المساعدات المادية والعينية للمحتاجين الخيرية، كالتصريح بالتبرع بمبلغ معين دعماً لجهة أو فئة معينة، أو عرض صور هؤلاء المعوزين وهم يتلقون هذه التبرعات، أو تعريف فاعل

(١) ينظر: الزبيدي، تاج العروس، مادة (جمع)، ج: ٢٠، ص: ٤٥١.

(٢) ينظر: المرجع السابق، ج: ٢٠، ص: ٤٦٦.

(٣) خديجة إبراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعة صعيد مصر: دراسة ميدانية، (مصر: مجلة العلوم التربوية، ٢٠١٤م) مج: ٢٢، ع: ٣، ج: ٢، ص: ٤٢٥.



الخير بنفسه في وسائل التواصل الاجتماعي بأنه ناشط في العمل الخيري؛ وقد احتدم النقاش وارتفعت أصوات الاعتراض والامتناع تجاه هذه الظاهرة لما قد تنطوي عليه من حب ظهور وشهرة، في حين أنها على الصعيد الآخر لاقت قبولاً لما فيها من تسليط الضوء على الجانب الإنساني والتكاتف بين أفراد المجتمع المسلم، وعليه فإن ظاهرة استعراض العمل الخيري وإظهاره في وسائل التواصل الاجتماعي ستكون محل هذا البحث.

المبحث الثاني

استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الخيري في دولة الكويت: واقع الاستخدام والأثر والإيجابيات والسلبيات

نظراً لأن الحكم على الشيء فرع عن تصوره، فإنه من المناسب وصف واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في المجتمع الكويتي وتحديدًا فيما يتعلق بالعمل الخيري، وأثر هذه الوسائل على المنظومة الخيرية، بالإضافة إلى الإيجابيات والسلبيات. وهذا في مطلبين.

المطلب الأول: واقع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري في دولة الكويت، وأثرها في تشكيل الرأي بين أفراد المجتمع

ساهمت التكنولوجيا المعاصرة في رسم خطوط جديدة لمعالم العمل الخيري في دولة الكويت، حيث أنتج الإنترنت شكلاً جديداً من أشكال الإعلام يسمى بالإعلام البديل، وكان قد بدأ الارتباط الوثيق بين العمل الخيري والتكنولوجيا في الكويت مع بداية استقبال التبرع الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت^(١). وقد تزامن هذا مع ظهور منصات التواصل الاجتماعي تدريجياً، والتي لوحظ أنها ساعدت في توسيع قاعدة المشاركين في الأعمال الخيرية في دولة الكويت بعد أن كانت مقتصرة في السابق -غالباً- على المتدينين أو العاملين في الجمعيات والمنظمات الخيرية، مما أثبت دور هذه المنصات في مسألة تشكيل الوعي المجتمعي^(٢).

وفي إطار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من باب التسويق الإلكتروني للحملات الخيرية و توثيقها؛ ظهر للعيان أنها أسهمت في ترويج الأفكار والقيم والسلوكيات عبر أنشطتها الخيرية، بل ووضعت

(١) ينظر: وليد رشاد زكي، تطبيقات الإنترنت كفاعل جديدة للإرهاب، (مصر: مجلة الديموقراطية، ٢٠١٧)، مج: ١٧، ع: ٦٦، ص: ٣٤؛ Suha M. Alterkait. (2022). Islamic Charity in the State of Kuwait: Between Regulation, Local Under-

standing, and Practice.[Doctoral dissertation]. P.27

(٢) ينظر: سميرة عمار حركات، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات، (أسبوط: المجلة العلمية لكلية الآداب، ٢٠٢٠)، ملحق ع: ٧٦، ص: ٢٨٩.



بصمة واضحة في تشكيل الرأي بين أفراد المجتمع الكويتي وتوجيههم نحو أهداف خيرية محددة، وزيادة تعاطفهم مع الحدث الخيري واستحضار مشاعرهم تجاه معاناة الآخرين والسعي لإيجاد حلول لها، كما تعدى أيضاً إلى اختيار نوع العمل الخيري حسب ما تخطط له الجهات الخيرية في دولة الكويت^(١). والخلاصة في ذلك، أن مشاركة عموم الناس في الأعمال الخيرية قد زادت أكثر من أي وقت مضى، وهذا بسبب تأثير وسائل التواصل الاجتماعي التي خلقت علاقة تواصل افتراضية بين المانحين - من متطوعين و متبرعين - وبين المتلقين - المحتاجين - مما نتج عنه زيادة المشاركة في الأعمال الخيرية وارتفاع قيمة التبرعات المقدمة، وأُطلق على هؤلاء المانحين اسم (ناشطين في العمل الخيري)، أو (عاملين في المجال الإنساني اليومي)^(٢).

وبالرغم من كون العلاقة بين المانح والمتلقي افتراضية إلا أن وسائل التواصل الاجتماعي أعطتها طابعاً وُبعداً عاطفياً من خلال ما تقدمه من خدمات التمثيل السردي والمرئي، وتمكين مستخدميها من إقامة روابط شخصية تجمع سكان شمال الكرة الأرضية مع أقرانهم في جنوبها، وهو ما يطلق عليه اسم المجتمع الافتراضي Virtual Community، والذي يعد شكلاً جديداً من أشكال التفاعل الإنساني^(٣).

وفي هذا الصدد يجدر التنبيه إلى أمر هام، وهو أننا في الغالب نفترض أن المصورين الفوتوغرافيين يتصفون دائماً بالموضوعية وإظهار الحقيقة في صورهم دون أي تحيز؛ لكن الواقع يشهد بعكس ذلك، فالتصوير الفوتوغرافي يخضع لمجموعة من الأطر الثقافية التي عادة ما تتأثر "بالصور النمطية" للأماكن والأشخاص، كما أن مقيد بحدود الصورة الملتقطة مما لا يكشف عن السياق الكامل للواقع، وقد يتأثر معنى الصور بالعديد من العوامل، مثل سمعة المصور، أو ناقل الصورة، أو المنصة، أو الحساب الذي يعرضها، وأيضاً السياق الذي استعملت فيه الصورة واختيار الكلمات المستخدمة للحديث عن الفقراء^(٤).

وعلى الرغم من أن لاستعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي أثر كبير في التشجيع على المساهمة في أعمال الخير لدوره في إيصال المشهد وتجسيد الواقع الذي يعيشه المحتاجين،

(1) Alterkait. Islamic Charity in the State of Kuwait. P.27

(٢) ينظر: ياسر الشهري، استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الخيرية: دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الخيرية، (السعودية: المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٢٠١٩)، ع: ٢١، ص: ١٤٥؛

Alterkait. Islamic Charity in the State of Kuwait.P.27

(٣) ينظر: وليد رشاد زكي، المجتمع الافتراضي.. نحو مقارنة للمفهوم، (مصر: مجلة الديمقراطية، ٢٠٠٩)، مج: ٩، ع: ٣٤، ص: ٩٧؛

و Alterkait. Islamic Charity in the State of Kuwait.p.28

(4) Anke Schwittay. (2014). New Media and International Development: Representation and affect in microfinance.

P.82,87. Alterkait. Islamic Charity in the State of Kuwait.P.28



وربط المتبرع بالمتلقي، ومتابعة ما يجري في الموقع الخيري خاصة إذا كان بعيداً عن الكويت، إلا أنه في الوقت نفسه يحول المحتاجين إلى مشهد سينمائي لاستدراار العطف والتدليل على حاجتهم؛ ومع هذا فهناك دلائل على بدأ انتشار الوعي لدى أفراد المجتمع الكويتي بشأن خصوصية متلقي الخدمات والمحتاجين، فعلى سبيل المثال أصبح من الشائع طلب الإذن قبل التقاط الصور أو الالتزام بعدم إظهار وجه المحتاج^(١).

المطلب الثاني: إيجابيات وسلبيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في استعراض العمل الخيري في دولة الكويت:

من أهم الآثار الإيجابية المترتبة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري:

١. خلق روابط وثيقة بين المتبرعين وبين الجهة الخيرية من أفراد ومؤسسات، والحرص على متابعة أخبارها ومعرفة تفاصيل إنجازاتها، بل وتيسير مشاهدة نتائج هذا العمل الخيري صوتاً وصورة؛ وتبرز أهمية هذا الجانب تحديداً في خلقه نوعاً من الثقة والشعور بالمصداقية تجاه الجهة الخيرية، بالإضافة إلى ما يبعثه مشاهدة الإنجاز الخيري من السعادة في قلوب المتبرعين والمتابعين، مما يولد الولاء لها.
٢. ربط وسائل التواصل الاجتماعي المتبرع بالمتلقي، وتوليد الإحساس بالمسؤولية تجاه المحتاجين والمنتفعين بالعمل الخيري، وهذا بسبب المشاركة العاطفية التي نجمت عن عرض الأعمال الخيرية أمامهم، وقد ترتب على هذا الشعور بالالتزام المالي والاجتماعي تجاههم.
٣. تحوّل المتبرع إلي مسوّق للعمل الخيري بإعادة نشر الإعلانات وروابط التبرعات ومنشورات العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي، من غير أن يُطلب منه ذلك وبلا مقابل مادي، كمبادرة منه بسبب ثقته واقتناعه وتأثره بما يشاهد؛ وبالتالي يصبح ناشطاً في العمل الخيري من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وقد شهدت الساحة الخيرية في الكويت أمثلة كثيرة على هذا.
٤. أسهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تحويل مسار العمل الخيري من عمل إغاثي إلى عمل تنموي وتوعوي، حيث تضاعف التركيز على التنمية الاجتماعية، وصار الاهتمام بالتعليم من أولويات العمل الخيري، كالمساهمة في تعليم أطفال ضحايا الحروب كما حصل مع لاجئي سوريا وغيرهم.
٥. كشفت وسائل التواصل الاجتماعي عن روح التنافس في بذل الخير من جهة، والابتكار والتفنن في الأعمال الخيرية من جهة أخرى، والتي كانت في السابق منخفضة - غالباً - التزاماً بمبدأ إسرار الصدقة؛

(1) Alterkait. Islamic Charity in the State of Kuwait.P.28



وكانت بدايات التفنن بالأعمال الخيرية فردية وبسيطة، إلا أنها شجعت الآخرين على إطلاق العنان لإبداعاتهم في إيجاد أفكار جديدة على ساحة العمل الخيري؛ فمن الممارسات المميزة التي تولدت بعد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في العمل الخيري الكويتي فكرة الرحلات الخيرية أو القوافل الاغاثية، وتقوم على تمكين الأفراد الراغبين بالتطوع للسفر مع الجهة الخيرية وتقديم الإغاثة، وقد ولدت هذه الرحلات شغفاً لدى هؤلاء المتطوعين للمشاركة في هذه الرحلات مجدداً، كما أثارت الحماس في متابعيهم لخوض التجربة تأسياً بهم.

أما على صعيد الأفكار الخيرية البسيطة، فالأمثلة على ذلك كثيرة، منها ظهور فتاة كويتية في وسائل التواصل الاجتماعي بفيديو لا يبين هويتها، تجمع فيه أثواب الصلاة من مصليات النساء في المساجد في شهر رمضان، وتخيظ ما تلف منها ثم تغسلها وترجعها إلى المسجد.

٦. أتاحت وسائل التواصل الاجتماعي للمتبرعين التفاعل مع المنشورات المتعلقة بالعمل الخيري، وقد اتخذ هذا التفاعل أشكالاً عدة، منها:

- التفاعل من خلال التعليق على المنشورات، فحين تكون التعليقات إيجابية فإنها تحث الآخرين على المشاركة، كما تشجع أصحاب العمل الخيري من أفراد ومؤسسات على الاستمرار وتقديم المزيد، وحين تكون التعليقات سلبية إما بمعارضة الحملة الخيرية أو الفئة المستهدفة من المشروع الخيري وغيره فإن هذا يفتح المجال لبيان وجهة نظر الجهة الخيرية وإيصال رأيهم بالموضوع، كما في حملات التبرع لخارج الكويت والتي غالباً ما نرى تعليقات ناقدة بأن المحتاجين داخل الكويت أولى بهذا التبرع. وفي الواقع فإن هذا التفاعل يتيح معرفة رأي الجمهور ورد فعلهم تجاه العمل الخيري، سواء بالتأييد أو الرفض.

- التفاعل بإعادة النشر، وبالتالي تسهّل انخراط المتبرعين في العمل الخيري عن طريق تحويلهم إلى مسوقين للعمل الخيري كما سبق ذكره، بل وتشجيع الآخرين على التبرع بعبارات حماسية، كما قام البعض بجمع التبرعات البسيطة من أهله وأقرانه والتبرع بها عبر شبكة الإنترنت فتحول من كونه متبرعاً إلى جامع للتبرعات.

٧. سهولة تحريك أفراد المجتمع نحو العمل الخيري وتشجيعهم عليه، خاصة في شهر رمضان، فالغالب يتأثر بالموجة السائدة، حيث تصبح أعمال الخير والحملات الخيرية حديث الساحة؛ ويجدر بالذكر أن شعبية بعض الناشطين المسوقين لها الأثر الأكبر، خاصة في الحملات الخيرية، حيث يعمل الناشط في وسائل التواصل الاجتماعي مع جمهوره المتابع باهتمام مشترك في تحقيق الهدف المراد الوصول إليه من الحملة، وبالذات مع فئة الشباب سريع التآثر والحماس، ناهيك عن فرحة الوصول



للهدف ومشاركتها مع الجمهور والذي يتولد منه شعور بالانتماء والمسؤولية بأن الكل مشارك وله يد في هذا العمل.

٨. خفض تكلفة الإعلان عن المشاريع والحملات الخيرية، وذلك باستبدال الإعلانات المطبوع بالإعلانات الإلكترونية.

وعلى الرغم مما تقدم من إيجابيات استعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنه من منظور شرعي وإنساني أوسع تظهر بعض السلبيات، أبرزها:

١. الخوف من وقوع المستعرض للعمل الخيري في فخ العجب بالنفس، أو دخوله في الرياء المحبط للعمل.

٢. انتهاك خصوصية المحتاجين وامتھانهم بإظهار صورهم الشخصية وخذش حرمة منازلهم بعرضها على الجمهور، مما يترتب عنه ألم نفسي جسيم وكسر لكراماتهم.

٣. استغلال حال الفقراء والمحتاجين وإظهارهم دائماً في صورة الضحايا العاجزين المكسورين بدلاً من إظهارهم كبشر لهم كرامتهم واحترامهم مثل غيرهم من أفراد المجتمع، وذلك بسبب رغبة الناشط في وسائل التواصل الاجتماعي بتجسيد المشاعر تجاههم وإيصال صورة الاحتياج.

٤. التركيز على تصوير مشهد الفقر وطلب المساعدة المادية من الآخرين، مع التحفظ على الأسباب السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي تقف وراء محنتهم، تجنباً للانتقادات أو التصادم مع الجهات الحكومية، كما في مشكلة البدون على سبيل المثال^(١).

(١) ينظر: الشهري، استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الخيرية، ص: ١٧٠-١٧١؛ و

Alterkait. Islamic Charity in the State of Kuwait.P.28, 68 and 192.



المبحث الثالث

الحكم الشرعي لإستعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الإجتماعي

على الرغم من الجانب الإيجابي لاستعراض العمل الخيري التطوعي الذي تشهد به التجارب الحديثة؛ إلا أن له جانب سلبي على الصعيد الآخر كما تقدم بيانه في المبحث السابق، ومن أبرز هذه السلبيات ما يعتريه من إشكال شرعي يتمثل في أمرين، الأول: ما قد يشوب هذا التوثيق والاستعراض من شوائب تخدش في نية وثواب صاحبه، والثاني: ما قد يصاحب عرض صور المحتاجين الشخصية من تشهير أو إهانة لهم؛ مما ناسب إلقاء الضوء على الحكم الشرعي وبيانه لهاتين المسألتين من خلال المطلبين التاليين.

المطلب الأول: الحكم الشرعي لعرض المحسن عمله الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي.

تموج وسائل التواصل الاجتماعي بصور ومقاطع فيديو للمحسنين والمتطوعين يتفننون في أعمال الخير، خاصة في شهر رمضان أو عند حلول الكوارث كما في الزلازل التي ضربت تركيا والشمال السوري في فبراير ٢٠٢٣م؛ وارتفع اللغط تجاه هذه الظاهرة بما تطرحه من إشكالية على المستوى الديني والأخلاقي، فما بين مستنكر ناعت بالرياء وحب الشهرة وبين مستحسن ومؤيد.

فمن جهة المانعين أن استعراض المؤثر الاجتماعي والمحسن لعمله التطوعي في وسائل التواصل الاجتماعي أمر منافٍ لإخلاص النية، وأنه من باب الرياء والسعي للظهور، واستدلوا على هذا بأدلة منها:
١. من القرآن الكريم في قول الله تبارك وتعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ)^(١)، وجه الدلالة من الآية أن مراعاة الناس بالعمل الصالح إنما هو من الأذى الذي يحبط العمل ويبطل الأجر^(٢)، كما أن في استعراض المحسن - لصدقته خصوصاً أو عمله الخيري عموماً - قد يعتريه من المنة ما يبطل ثوابه كذلك.

(١) البقرة: ٢٦٤.

(٢) ينظر: محمد الطبري، جامع البيان في تأويل القرآن، تحقيق: أحمد شاكر، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط١، ٢٠٠٠م)، ج: ٥،

ص: ٥٢١.



٢. من السنة الأحاديث الواردة في ذم الرياء عموماً، منها قول النبي صلى الله عليه وسلم: "من سمع سمع الله به، ومن يراني يراني الله به" متفق عليه^(١)، أي أن من قصد بعمله أن يسمعه الناس ليكرموه ويعتقدوا خيره فضحه الله يوم القيامة وسمع به الناس واستحق سخطه سبحانه، وقيل معناه أن من أراد بعمله الناس أسمع الله الناس وكان ذلك حظه منه^(٢).

وقول النبي صلى الله عليه وسلم: "إن أخوف ما أخاف عليكم الشرك الأصغر"، قالوا: وما الشرك الأصغر يا رسول الله؟ قال: "الرياء، يقول الله عز وجل لهم يوم القيامة: إذا جزى الناس بأعمالهم: اذهبوا إلى الذين كنتم تراءون في الدنيا فانظروا هل تجدون عندهم جزاء؟!"^(٣)، فالرياء مذموم في الشريعة الإسلامية ومحبط لعمل صاحبه.

٣. من السنة كذلك الأحاديث الواردة في بيان أن الفضل إنما هو لصدقة السر، ويقاس عليها الإسرار في غيرها من أعمال الخير والتطوع، فمنها قول النبي صلى الله عليه وسلم: "سبعة يظلهم الله في ظله، يوم لا ظل إلا ظله.." ثم قال: "ورجل تصدق، أخفى حتى لا تعلم شماله ما تنفق يمينه" متفق عليه^(٤)، ووجه الدلالة أن الحديث في بيان فضائل الأعمال وأعمها وأصحها، فمن كان في ظل الله يوم القيامة لم ينله هول الموقف^(٥)، ومن هذه الأعمال رجل تصدق بصدقة أخفاها، فمن شدة استتاره أن من عن شماله من الناس لا يعلمون بما تصدق به يمينه^(٦)، مما يدل على أن شرف الصدقة إنما هو لمن أخفاها، ويقاس عليها بقية أعمال الخير والتطوع.

(١) أخرجه البخاري في "صحيحه"، كتاب (الرقاق)، باب (الرياء والسمعة)، حديث رقم (٦٤٩٩)، عن جندب رضي الله عنه، ١٠٤/٨، واللفظ له؛ ومسلم في «صحيحه»، كتاب (الزهد والرقائق)، باب (من أشرك في عمله غير الله)، رقم الحديث (٢٩٨٦)، عن ابن عباس رضي الله عنهما، ج: ٤، ص: ٢٢٨٩.

(٢) ينظر: تعليق محمد فؤاد عبد الباقي على صحيح البخاري، تحقيق: محمد الناصر، (بيروت: دار طوق النجاة، ط ١، ١٤٢٢هـ) ج: ٨، ص: ١٠٤.

(٣) أخرجه أحمد في "مسنده"، مسند (أحاديث رجال من أصحاب النبي صلى الله عليه وسلم)، من حديث (محمود بن لبيد)، حديث رقم (٢٣٦٣٠)، ٣٩/٣٩. وقال الألباني: صحيح. صحيح الجامع الصغير وزيادته، ج: ١، ص: ٣٢٣.

(٤) أخرجه البخاري في "صحيحه"، كتاب (الأذان)، باب (من جلس في المسجد ينتظر الصلاة وفضل المساجد)، حديث رقم (٦٦٠)، عن أبي هريرة رضي الله عنه، ١٣٣/١، واللفظ له؛ ومسلم في «صحيحه»، كتاب (الزكاة)، باب (فضل إخفاء الصدقة)، رقم الحديث (١٠٣١)، عن أبي هريرة رضي الله عنه، ج: ٣، ص: ١٤٥٩.

(٥) ينظر: يوسف ابن عبد البر، التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد، تحقيق: مصطفى العلوي ومحمد البكري، (المغرب: وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٣٨٧ هـ)، ج: ٢، ص: ٢٨٢.

(٦) ينظر: علي ابن بطلال، شرح صحيح البخاري، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، (الرياض: مكتبة الرشد، ط ٢، ٢٠٠٣ م)، ج: ٣، ص: ٤٢٥.



ومنها قول الرسول صلى الله عليه وسلم: "صدقة السر تطفئ غضب الرب"^(١)، ووجه الدلالة أن النبي صلى الله عليه وسلم صرّح في الحديث بأن الفضل حاصل لمن أسر وأخفى لا لمن أعلن وأظهر. ٤. من المعقول: أنّ الإسرار أسلم للقلوب والألسنة، حتى لا يُظنّ به سوءاً أو يُنكر عليه أو يُنسب إلى الرياء والسمعة، وسوء الظن والغيبة من كبائر الذنوب؛ فصيانة الناس عن هذه الجرائم أولى^(٢).

وأما من جانب المؤيدين فإنهم يرون أن استعراض المحسن أو المتطوع لعمله الخيري في وسائل التواصل جائز، وإن كان الإخفاء أفضل، مستندين على الأدلة والحجج التالية:

١. من القرآن قول الله تبارك وتعالى: (الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ)^(٣)، ووجه الدلالة من الآية أن الله عز وجل بين جزاء وفضل المتصدقين، سواء في السر أو العلن، مما يدل على جواز إظهار صدقة التطوع خصوصاً، وغيرها من أعمال الخير عموماً. ٢. ومن السنة النبوية ما رواه جرير، قال: جاء ناس من الأعراب إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، عليهم الصوف، فرأى سوء حالهم، قد أصابتهم حاجة، فحث الناس على الصدقة، فأبطئوا عنه، حتى رئي ذلك في وجهه. قال: ثم إن رجلاً من الأنصار جاء بصرة من ورق، ثم جاء آخر، ثم تتابعوا حتى عُرف السرور في وجهه، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من سنّ في الإسلام سنة حسنة، فعمل بها بعده، كتب له مثل أجر من عمل بها، ولا ينقص من أجورهم شيء، ومن سنّ في الإسلام سنة سيئة، فعمل بها بعده، كتب عليه مثل وزر من عمل بها، ولا ينقص من أوزارهم شيء"^(٤)، وجه الدلالة أن الرجل من الأنصار تصدق علناً أمام الصحابة، فكان قدوة يقتدي به الصحابة فتتالوا بعده، ولم ينكر عليه النبي صلى الله عليه وسلم بل سُرّ بصدقته ويّين ثوابه.

والأمثلة على هذا كثيرة، منها شراء عثمان بن عفان رضي الله عنه لبشر رومة وتسبيلها للمسلمين وتجهيزه لجيش العسرة^(٥)، وتصدّق أبي بكر الصديق رضي الله عنه بماله كله وعمر بن الخطاب رضي الله عنه بنصف ماله في غزوة تبوك^(٦).

(١) أخرجه الطبراني في «المعجم الصغير»، باب (الميم)، مسند (من اسمه محمد)، من حديث (محمد بن علي بن الحسين)، حديث رقم (١٠٣٤)، ٢/٢٠٥. وقال الألباني: صحيح. صحيح الجامع الصغير وزيادته، ج: ٢، ص: ٧٠٢.

(٢) ينظر: محمد الغزالي، إحياء علوم الدين (بيروت: دار المعرفة)، ج: ١، ص: ٢٢٧.

(٣) البقرة: ٢٧٤.

(٤) أخرجه مسلم في «صحيحه»، كتاب (العلم)، باب (من سن سنة حسنة أو سيئة ومن دعا إلى هدى أو ضلالة)، حديث رقم (١٠١٧)، عن جرير بن عبد الله رضي الله عنه، ج: ٤، ص: ٢٠٩.

(٥) رواه البخاري معلقاً في «صحيحه»، كتاب (الوصايا)، باب (إذا وقف أرضاً أو بئراً، واشترط لنفسه مثل دلاء المسلمين)، حديث رقم (٢٧٧٨)، عن عثمان رضي الله عنه، ج: ٤، ص: ١٣.

(٦) أخرجه الترمذي في «سننه»، كتاب (أبواب المناقب)، حديث رقم (٣٦٧٥)، عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه، ج: ٦، ص: ٥٦، وقال: هذا حديث حسن صحيح؛ وأبو داود في «سننه»، كتاب (الزكاة)، باب (الرخصة في ذلك)، حديث رقم



٣. من السنة أيضاً ما رواه أبو مسعود رضي الله عنه، قال: "لما نزلت آية الصدقة، كنا نحامل^(١)، فجاء رجل فتصدق بشيء كثير، فقالوا: مرائي، وجاء رجل فتصدق بصاع، فقالوا: إن الله لغني عن صاع هذا، فنزلت: (الَّذِينَ يَلْمِزُونَ الْمُطَّوِّعِينَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ فِي الصَّدَقَاتِ وَالَّذِينَ لَا يَجِدُونَ إِلَّا جُهْدَهُمْ)^(٢)، ووجه الدلالة من الحديث أن نعت المعلن لصدقته بالرياء إنما هو من اللمز المنهي عنه، وبالتالي فإن إعلان الصدقة جائز، ويقاس عليها غيرها من أعمال الخير.

أما الدليل على أن إخفاء صدقة التطوع خصوصاً - وأعمال الخير عموماً - أفضل من الإظهار: قول الله جل في علاه: (إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَبِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ)^(٣)، فالله تبارك وتعالى بيّن في الآية أن الإخفاء أفضل من الإظهار، وذلك لكي يأمن على نفسه من العجب، «الأن الذي يسر العمل لا يخاف عليه العجب ما يخاف عليه من علانيته» كما ذكر الترمذي^(٤).

ونوقشت أدلة المانعين:

١. الاستدلال بقول الله تبارك وتعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ)^(٥)، والأحاديث الواردة في ذم الرياء عموماً يجاب عليه: بأن نعت المتطوع والمحسن بالرياء إنما هو من اللمز المنهي عنه، وفيه نزل قول الله تعالى: (الَّذِينَ يَلْمِزُونَ الْمُطَّوِّعِينَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ فِي الصَّدَقَاتِ وَالَّذِينَ لَا يَجِدُونَ إِلَّا جُهْدَهُمْ)^(٦)، كما تقدم في حديث أبي مسعود^(٧).

٢. الاستدلال بحديث: "سبعة يظلمهم الله في ظلهم.." وحديث "صدقة السر تطفئ غضب الرب" إنما هو في بيان وتأکید أفضلية إخفاء الصدقة، لكن لا دلالة فيه على عدم جواز استعراضها إن صلحت نية صاحبها.

(١٦٧٨)، عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه، ج: ٢، ص: ١٢٩. وقال الألباني: حسن.

(١) أي نحمل على ظهورنا ونكري أنفسنا في الحمل، ونتصدق بالأجرة. ينظر: إكمال المعلم بفوائد مسلم، ج: ٣، ص: ٥٤٢.

(٢) التوبة: ٧٩.

أخرجه البخاري في "صحيحه"، كتاب (الزكاة)، باب (اتقوا النار ولو بشق تمرة والقليل من الصدقة)، حديث رقم (١٤١٥)، عن أبي مسعود رضي الله عنه، ج: ٢، ص: ١٠٩، واللفظ له؛ ومسلم في "صحيحه"، كتاب (الزكاة)، باب (الحمل أجرة يتصدق بها، والنهي الشديد عن تنقيص المتصدق بقليل)، حديث رقم (١٠١٨)، عن أبي مسعود رضي الله عنه، ج: ٢، ص: ٧٠٦.

(٣) البقرة: ٢٧١.

(٤) سنن الترمذي، ج: ٥، ص: ١٨٠.

(٥) البقرة: ٢٦٤.

(٦) التوبة: ٧٩.

(٧) تقدم تخريجه.



٣. الاستدلال بأن الإسرار أسلم للقلوب والألسنة، يناقش بأن هذا هو الأصل، لكن قد تقتضي مصلحة الإسلام والمسلمين إظهار العمل الخيري والتطوعي في وسائل التواصل الاجتماعي لما يعود به من نفع، والمسلم مأمور بحسن الظن وكف لسانه عن المسلمين، يقول الله تبارك وتعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ)^(١).

ونوقش المجيزين بأن الاستعراض في وسائل التواصل الاجتماعي جائز لكن الإخفاء أفضل بالآتي:
الاستدلال بقول الله جل في علاه: (إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهِيَ خَيْرٌ لَّكُمْ)^(٢) يجب عليه: أن المقصود بالآية أن الإسرار خير لمن خاف على نفسه الرياء والعجب ولم تكن هناك مصلحة راجحة لإظهار الصدقة، أما من أمن على نفسه من الرياء ووجدت المصلحة كالاقتداء وترغيب الناس في الخير فإن الإظهار أفضل، ويدل على هذا قول النبي صلى الله عليه وسلم في حديث جرير الذي استدلت به: «من سنَّ في الإسلام سنة حسنة، فعمل بها بعده، كتب له مثل أجر من عمل بها، ولا ينقص من أجورهم شيء»، وذلك أن الحال اقتضت إظهار الصدقة للمصلحة.

والراجح هو التوفيق والجمع بين الأدلة، وذلك أن الحكم يختلف باختلاف الحال والأشخاص، ومن المتفق عليه أن نية المتبرع والناشط في العمل الخيري هي الفيصل، فلا يحكم حكماً باتاً بأن الاستعراض من الرياء أو أنه جائز لكن الإخفاء أفضل؛ بل هو على ثلاثة أحوال: فإن نظر إلى قلبه فوجد فيه من العجب أو الرياء امتنع عن الإظهار حتى لا يحبط عمله، ولو وجد أن الإسرار أصلح وأنفع لقلبه وأخشع وأشد إنابة إلى الله، ولم يكن في الإظهار مصلحة فإن الإخفاء أفضل من الإظهار، أما لو سلم قلبه من الرياء وكان في الاستعراض والإعلان مصلحة للإسلام بظهور شرائعه، وللمسلمين بالاقتداء به وترغيب الناس بفعله وتنشيط الغافلين وجمع همة المتكاسلين فالإظهار أفضل من الإخفاء^(٣).

والخلاصة، أن إسرار العمل الخيري والتطوعي أفضل من إعلانه واستعراضه في وسائل التواصل الاجتماعي من حيث الأصل، إلا لو دعت المصلحة لذلك فإن الاستعراض أفضل.

وفي الحقيقة فإن الحاجة فعلية لتصدر الناشطين في العمل الخيري في هذا الزمن الذي زاحم فيه الطالح الصالح في الظهور والتصدر في وسائل التواصل الاجتماعي، وانقلبت الموازين وانعكست

(١) الحجرات: ١٢.

(٢) البقرة: ٢٧١.

(٣) ينظر: محمد بن العثيمين، مجموع فتاوى ورسائل ابن عثيمين، جمع وترتيب: فهد السليمان (الرياض: دار الوطن، ١٤١٣هـ)، ج: ٣، ص: ٢١٩؛ ومحمد الخطيب الشربيني، مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج (بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٤م)، ج: ٤، ص: ١٩٥؛ والغزالي، إحياء علوم الدين، ج: ١، ص: ٢٢٨، ٢٧٩؛ والموسوعة الفقهية (الكويت: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٩٨٣م)، ط: ١، ج: ٢٤، ص: ٢٨٨.



الأحوال، فإن في الاستعراض تشجيع على عمل الخير، وإظهار تراحم المسلمين فيما بينهم، وتبادل الأفكار والخبرات في أعمال التطوع، وتعريف الناس بالخير وأهله، وإتاحة فرصة الوصول المفتوح لهم، ولقد جسدت التجارب الحديثة هذه المنافع كلها، لكن بشرط أن يخلو من الرياء أو الإيذاء، وهذا يتطلب من المحسن والمتطوع أن يكون مخلصاً في نيته، مراقباً لنفسه، يمحص ويراجع نفسه بين الفينة والأخرى حتى لا يتدلى بحبل الغرور^(١).

ويجدر التنبيه أن الحديث في المسألة إنما هو عن المحسنين والمتطوعين غير المنتسبين للجمعيات واللجان الخيرية سواء أكانوا من المتطوعين أو الموظفين، وذلك أن المنتسبين لهذه الجهات يتحتم عليهم - بحكم عملهم - توثيق وإعلان الأعمال والمشاريع التي قاموا بها باسم الجهة التي ينتسبون إليها.

المطلب الثاني: الحكم الشرعي لعرض صور المحتاجين في وسائل التواصل الاجتماعي:

من المسائل المتفرعة على استعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي هو تصوير متلقي المساعدات والتبرعات ونشر صورهم في هذه المنصات، ويحدث أن أهل العلم اختلفوا في حكم هذه الممارسة على قولين، بيانها كالتالي:

القول الأول: أن تصوير المحتاجين ومتلقي المساعدات الخيرية لا يجوز لأنه من الإيذاء المنهي عنه. وقد استدل هذا الاتجاه الرافض بالأدلة التالية:

١. قول الله تبارك وتعالى: (الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذَى لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ)^(٢)، وجه الدلالة من الآية أن الله تعالى نهى عن المنّ، وهو: أن يعدد نعمة على المحتاج، ونهى عن الأذى، وهو: أن يعييره، أو يذكر إنفاقه عليه عند من لا يريد أن يعرف^(٣)؛ فتصويره ونشر هذه الصور في مواقع التواصل الاجتماعي فيه تعديد للنعم التي أنعمها عليه، وذكر لإنفاقه عليه عند من يريد أن يعرف ومن لا يريد.

(١) ينظر: الغزالي، إحياء علوم الدين، ج: ١، ص: ٢٢٨.

(٢) البقرة: ٢٦٢.

(٣) ينظر: منصور السمعاني، تفسير القرآن. تحقيق: ياسر بن غنيم (الرياض: دار الوطن، ط ١، ١٩٩٧م)، ص: ٢٦٨.



٢. قول الحق جل في علاه: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِثَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ)^(١)، ووجه الدلالة من النص أن مثل الذي يؤدي المتصدق عليه ويمن عليه كممثل الذي ينفق ماله رثاء الناس، ولا يؤمن بالله واليوم الآخر^(٢)، وتصوير المحتاج فيه من وأذى.
٣. قول الله عز وجل: (قَوْلٌ مَعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِنْ صَدَقَةٍ يَتْبَعُهَا أَذَى)^(٣)، ووجه الدلالة من الآية أن الله تعالى بيّن أن القول الجميل، والدعاء بالغيب، والستر على المسلم لما علم من خلّته وسوء حالته خير عند الله من صدقة يتصدقها ويؤذيه أذى بليغاً بسببها^(٤).
٤. أن تصوير المحتاج ونشر صورته في وسائل التواصل الاجتماعي خرق للخصوصية، وهتك لستر المروءة، وكشف عن الحاجة، وخروج عن هيئة التعفف^(٥).
٥. أن الغرض من تقديم المساعدات للمحتاجين هو سد الحاجة وتحقيق الدعم النفسي، ونشر صورهم على الملأ يعتبر انتهاكاً لكرامتهم وأشعارهم بالإهانة، وبالتالي تحويلهم إلى أشخاص سلبيين ناقمين بسبب التشهير بهم كأشخاص محتاجين، كما ذكرت المستشارة النفسية والأسرية د. دلال العلمي في مقابلة تلفزيونية لها^(٦).
- القول الثاني:** أن تصوير المحتاجين وملتقي المساعدات الخيرية يجوز في حال الرضا والموافقة من غير إكراه.

وقد استدلل هذا الاتجاه بأدلة منها:

١. حديث جرير السابق في الأعراب الذين جاؤا إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، وقد أصابتهم حاجة، فحث الصحابة على التصديق عليهم^(٧)، فوجه الدلالة أن النبي صلى الله عليه وسلم دعا الصحابة إلى التصديق عليهم علناً، فيقاس عليه تصوير المحتاجين في وسائل التواصل الاجتماعي للتحفيز على التصديق وفعل الخير.

(١) البقرة: ٢٦٤.

(٢) ينظر: أبو جعفر الطبري، جامع البيان في تأويل القرآن، تحقيق: أحمد محمد شاكر (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط ١، ٢٠٠٠م)، ج: ٥، ص: ٥٢٣.

(٣) البقرة: ٢٦٣.

(٤) ينظر: الطبري، جامع البيان، ج: ٤، ص: ٦٥٧.

(٥) ينظر: الغزالي، إحياء علوم الدين، ج: ١، ص: ٢٢٧.

(٦) رابط المقابلة، [https://soundcloud.com/user-802211363/1ikgrgxgmodc?utm_source=clipboard&utm_cam-paign=wtshare&utm_medium=widget&utm_content=https%253A%252F%252Fsoundcloud.com%252Fus-](https://soundcloud.com/user-802211363/1ikgrgxgmodc?utm_source=clipboard&utm_cam-paign=wtshare&utm_medium=widget&utm_content=https%253A%252F%252Fsoundcloud.com%252Fus-er-802211363%252F1ikgrgxgmodc)

er-802211363%252F1ikgrgxgmodc . تم الرجوع إليه في ٢٣/٥/٢٠٢٣م، س ١٥:٠٠.

(٧) سبق تخريجه.



٢. الحاجة الفعلية إلى تصوير متلقي المساعدات والخدمات الخيرية، لما فيه من زوال الشكوك التي قد تساور المتبرعين وتخالج نفوسهم، كما أنّ فيه دعوة لعمل الخير والمساعدة فيه، والتحفيز على التبرع.
٣. أن تصويرهم إنما تم بكامل موافقتهم ورضاهم، والقاعدة الفقهية أن الرضا معتبر، كما أنه برضاه بتصويره قد أسقط حق نفسه في الخصوصية^(١).

وقد ناقش أصحاب القول الثاني أدلة أصحاب القول الأول بالتالي:

١. الاستدلال بالآيات القرآنية إنما هو في حال تصويرهم بالإكراه بغير رضاهم، أما في حال الرضا فلا أذى يلحقهم.

أجيب عليه: لا نسلم بعدم وجود الأذى، فهو واقع مشاهد، وقد يتعدى الأذى والإهانة ذويهم كذلك.
٢. القول بأن تصويرهم هتك لمروءتهم وإهانتهم، يجاب عليه: أن شعور الناس بالمهانة يتفاوت، فمن طلب المعونة علناً ورضياً تماماً بتصويره على وجه لا إكراه فيه بأي شكل من الأشكال فلا انتهاك لكرامته، بخلاف من رفض أن يتم تصويره.

أجيب عليه: أن طلب تصوير متلقي المساعدات هو نوع من أنواع الضغط والابتزاز المعنوي، وقد يدخل فيه إكراه خفي، كما أن فيه شيء من الاستخفاف بمشاعر المحتاجين.

أما أصحاب القول الأول فقد ناقشوا أدلة أصحاب القول الثاني بما يلي:

١. الاستدلال بحديث جرير رضي الله عنه والقياس عليه إنما هو قياس مع الفارق، فالنبي صلى الله عليه وسلم لم يؤذن في الآفاق وينشر خبرهم في القبائل، إنما طلب من الصحابة رضوان الله عليهم التبرع لهم لسد حاجتهم، في حين أن التصوير والنشر في وسائل التواصل الاجتماعي تشهير أمام الملاء وغالباً ما يكون بعد حصول المقصود من سد الحاجة ونحوه.

٢. الاحتجاج بالحاجة الفعلية للتصوير يجاب عليه أن درء المفسد مقدم على جلب المصالح^(٢)، كما أن هذا المقصود قد يتحقق بتغطية وجوه متلقي المساعدات وإخفاء ما يدل على هويتهم حفاظاً على خصوصيتهم وحرمتهم.

٣. الاستناد على رضا متلقي المساعدات والتبرعات إنما هو في حقيقته استسلام تحت وطأة الحاجة ومرارة الفقر.

(١) ينظر: أسعد الكرابيسي، الفروق، تحقيق: د. محمد طوموم (الكويت: وزارة الأوقاف الكويتية، ط١، ١٩٨٢م)، ص:

(٢) ينظر: جلال الدين السيوطي، الأشباه والنظائر (بيروت: دار الكتب العلمية، ط١، ١٩٩٠م)، ص: ٨٧.



والراجع هو القول الأول الذي ينص على عدم جواز تصوير الأشخاص من متلقي خدمات الخير وإظهارهم أثناء أخذهم الصدقات أو المساعدات، لقوة أدلتهم ومناقشتهم أدلة القول الثاني، كما أن تصويرهم - وإن كان برضاهم - مظنة لكشف حرمتهم وكسر لخاطرهم، والتسبب بإحراجهم وذويهم أمام المجتمع. والله تعالى أعلى وأعلم.

الخاتمة

وفي نهاية هذا البحث ومن خلال ما تم عرضه خلصت الباحثة إلى عدد من النتائج والتوصيات، بيانها على النحو التالي:

أولاً: النتائج:

١. بروز تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في توسيع قاعدة المشاركين في الأعمال الخيرية في دولة الكويت.
٢. ظهر أن لاستعراض العمل الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الكويت إيجابيات كثيرة تفوق سلبياته، فمن أبرز الإيجابيات: بناء علاقة وثيقة بين المتبرعين والجهة الخيرية من جهة، وبين المانحين والمتلقين من جهة أخرى، وزيادة المساهمة في أعمال الخير والتفاعل معها؛ وعلى الرغم من قلة السلبيات إلا أنها معتبرة من المنظور الشرعي والإنساني، ومنها: مظنة الوقوع في الرياء، بالإضافة إلى كسر كبرياء المحتاجين وامتھان كرامتهم وإظهارهم في صورة البشر الناقص.
٣. تبين أن حكم استعراض العمل التطوعي الخيري في وسائل التواصل الاجتماعي يختلف باختلاف الحال والأشخاص، على التفصيل التالي:
 - أ. إن اعتري العجب والرياء قلب فاعل الخير المتطوع فلا يجوز الاستعراض.
 - ب. إن لم يكن في الإظهار مصلحة راجحة فالإخفاء أفضل من الاستعراض.
 - ت. إن سلم قلب فاعل الخير المتطوع من الرياء وكان في الاستعراض مصلحة راجحة للإسلام والمسلمين فالإظهار أفضل من الإخفاء.
٤. اتضح أن تصوير متلقي خدمات الخير ونشرها في وسائل التواصل الاجتماعي غير جائز لكونه مظنة لكشف الحرمة وكسر القلوب.

ثانياً: التوصيات:

توصي الباحثة الناشطين في العمل الخيري ومنتسبي الجمعيات الخيرية بالقيام بحملات توعوية مجتمعية، موجهة للشرائح والفئات العمرية المختلفة، تهدف إلى التثقيف بأهمية مراعاة الجانب النفسي والمعنوي للمحتاجين ومتلقي خدمات الخير، وذلك من خلال المحاضرات المرئية والمسموعة



وورش العمل والدورات التدريبية.

كما توصي بمزيد من مواكبة التطور التكنولوجي في تحقيق أهداف العمل الخيري بما يتماشى
وأحكام الشريعة الإسلامية.



المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

١. الكتب والمؤلفات:

- ”إجراء البحث الإثنوغرافي“. جيامبيترو جوبو، ترجمة لمحمد رشدي ومراجعة أحمد زايد، (ط١، مصر: المركز القومي للترجمة، ٢٠١٤م).
- ”الخير ومرادفاته: مفهومه - وسائله - عموميته وشموليته - قيمه الجوهرية - عواطفه - مسؤولياته - مواقعه - بدائله وعائداته - آياته الجامعات - مفرداته - صياغته الحضارية“. نذير حمدان، (ط١، دمشق: دار المأمون للتراث).
- ”أصول العمل الخيري في الإسلام في ضوء: النصوص والمقاصد الشرعية“. يوسف القرضاوي، (ط٢، القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٨م).
- ”معجم مقاييس اللغة“. أحمد بن فارس الرازي، المحقق: عبد السلام محمد هارون، (ط١، دمشق: دار الفكر، ١٩٧٩م).
- ”تاج العروس من جواهر القاموس“، محمد بن محمد الملقّب بمرتضى الزبيدي، تحقيق مجموعة من المحققين، (ط١، الكويت: دار الهداية، ١٩٦٥م).
- ”لسان العرب“، محمد بن مكرم ابن منظور، (ط٣، بيروت: دار صادر، ١٤١٤هـ).
- ”المحكم والمحيط الأعظم“، علي بن إسماعيل بن سيده، تحقيق: عبد الحميد هندراوي، (ط١، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠٠٠م).
- ”جامع البيان في تأويل القرآن“، محمد بن جرير الطبري، تحقيق: أحمد شاکر، (ط١، بيروت: مؤسسة الرسالة، ٢٠٠٠م).
- ”شرح صحيح البخاري“، علي بن خلف ابن بطلال، تحقيق: أبو تميم ياسر بن إبراهيم، (ط٢، الرياض: مكتبة الرشد، ٢٠٠٣م).
- ”التمهيد لما في الموطأ من المعاني والأسانيد“، يوسف بن عبد الله بن عبد البر، تحقيق: مصطفى العلوي ومحمد البكري، (المغرب: وزارة عموم الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٣٨٧هـ).
- ”إحياء علوم الدين“، أبو حامد محمد الغزالي، (بيروت: دار المعرفة، بدون بيانات الطبع).



”الجامع الكبير، محمد بن عيسى الترمذي، تحقيق: بشار معروف، (بيروت: دار الغرب الإسلامي، ١٩٩٨م).

”سنن أبي داود“، سليمان بن الأشعث السجستاني، تحقيق: محمد عبد الحميد، (بيروت: المكتبة العصرية، بدون بيانات الطبع).

”الموسوعة الفقهية الكويتية“ (ط١، الكويت: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٩٨٣م).

”مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج“، محمد الخطيب الشربيني، (ط١، بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٤م).

”مجموع فتاوى ورسائل فضيلة الشيخ محمد بن صالح العثيمين“، محمد بن صالح العثيمين، جمع وترتيب: فهد السليمان، (ط الأخيرة، الرياض: دار الوطن، ١٤١٣هـ).

”مسند الإمام أحمد بن حنبل“، أحمد بن محمد بن حنبل، تحقيق: شعيب الأرنؤوط وعادل مرشد وآخرون، (بيروت: مؤسسة الرسالة، ط١، ٢٠٠١م).

”صحيح الجامع الصغير وزياداته“، محمد ناصر الدين الألباني، (بيروت: المكتب الإسلامي، ١٩٨٨م).

”الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه“، محمد بن إسماعيل البخاري، تحقيق: محمد زهير الناصر، (ط١، بيروت: دار طوق النجاة، ١٤٢٢هـ).

”المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم“، مسلم بن الحجاج النيسابوري، تحقيق: محمد عبد الباقي، (بيروت: دار إحياء التراث العربي، بدون بيانات الطبع).

”إكمال المُعَلِّمِ بفوائد مسلم“، عياض بن موسى بن عياض، تحقيق: يحيى إسماعيل، (ط١، مصر: دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، ١٩٩٨م).

”تهذيب اللغة“، محمد الهروي، تحقيق: محمد مرعب، (ط١، بيروت: دار إحياء التراث العربي، ٢٠٠١م).

”سنن الترمذي“، محمد بن عيسى الترمذي، تحقيق: أحمد شاکر ومحمد عبد الباقي وإبراهيم عوض، (ط٢، مصر: مطبعة مصطفى البابي الحلبي، ١٩٧٥م).

”الفروق“، أسعد الكرابيسي، تحقيق: د. محمد طموم (ط١، الكويت: وزارة الأوقاف الكويتية، ١٩٨٢م).

”الأشباه والنظائر“، جلال الدين السيوطي، (ط١، بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠١٩م).

”تفسير القرآن“، منصور السمعاني، تحقيق: ياسر بن غنيم (ط١، الرياض: دار الوطن، ١٩٩٧م).



٢. الرسائل العلمية:

”استخدام العلاقات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على الصندوق القومي لرعاية الطلاب السودانيين في الفترة من ٢٠١٤م - ٢٠١٥م“. موسى محمد الخير موسى، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة أم درمان الإسلامية (٢٠١٦م).

”الزكاة وإنفاقها في المشروعات الخيرية والمصالح العامة“. حسن بن عبدالرحمن البادنيجي، رسالة ماجستير، كلية الشريعة، جامعة دمشق (٢٠٠١م).

”العمل الخيري وأثاره الاقتصادية: حالة فلسطين الداخل عام ١٩٤٨م“. محمد أحمد صقر، رسالة ماجستير، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة اليرموك (٢٠٠٨م).

٣. الدوريات والمقالات:

”استخدام الإعلان الإلكتروني كآلية جديدة وسبيل لتطوير مداخل وموارد الجمعيات الخيرية بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي: موقع فيسبوك - دراسة أنثوغرافية وتحليلية حول جمعية السراج بولاية قسنطينة كنموذج“. حمزة طلحي ومراد ميلود، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، ١٦٤، (٢٠١٨م): ٣٧١-٤٠٩.

”استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الإيجابيات والسلبيات“، سميرة عمار حركات، المجلة العلمية لكلية الآداب، ملحق ٧٦٤، (٢٠٢٠م): ص ٢٨٣-٣١٦.

»استخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في المؤسسات الخيرية: دراسة وصفية على عينة من المؤسسات الخيرية«، ياسر الشهري، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٢١٤، (٢٠١٩م): ص ١٤٣-١٨٤.

»المجتمع الافتراضي: نحو مقاربة للمفهوم«، وليد رشاد زكي، مجلة الديمقراطية، مؤسسة الأهرام، مج ٩، ٣٤٤، (٢٠٠٩م): ٩٧-١٠٤.

»تطبيقات الإنترنت كقواعد جديدة للإرهاب«، وليد رشاد زكي، مجلة الديمقراطية، مؤسسة الأهرام، مج ١٧، ٦٦٤، (٢٠١٧م): ٣١-٣٦.

»مستقبل العمل التطوعي في المجتمع المدني من منظور تنموي«، محسن محمود خضر، جامعة الدول العربية - الأمانة العامة، ١١٧٤، (٢٠٠٤م): ١٢٣-١٣٢.

»واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية بجامعات صعيد مصر: دراسة ميدانية«، خديجة عبد العزيز إبراهيم، مجلة العلوم التربوية، مج ٢٢، ٣٤، ٢، (٢٠١٤م): ٤١٣-٤٧٦.



ثانياً: المراجع الأجنبية:

Suha M. Alterkait. (2022). Islamic Charity in the State of Kuwait: Between Regulation, Local Understanding, and Practice. (Doctoral dissertation).

Anke Schwittay. (2014). New Media and International Development: Representation and affect in microfinance. Routledge, London

ثالثاً: مواقع الانترنت:

Datareportal:

<https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=Analysis%20from%20Kepios%20shows%20that,since%20this%20time%20last%20year>

SoundCloud:

https://soundcloud.com/user-802211363/1ikgrgxgmodc?utm_source=clipboard&utm_campaign=wtshare&utm_medium=widget&utm_content=https%253A%252F%252Fsoundcloud.com%252Fuser-802211363%252F1ikgrgxgmodc