تموز 2026 مجلة دراسات في الإنسانيات والعلوم التربوية العدد 14
July 2026 Journal of Studies in Humanities and Educational Sciences No. 14
Print ISSN 3006-3256 Online ISSN 3006-3264

تطبيقات قاعدة سد الذرائع في البيئة الرقمية دراسة تأصيلية تنزيلية على مستجدات الجرائم والمحتوى الإلكتروني

م. د. ياسين حمد علي
وزارة التربية -المديرية العام لتربية الانبار -قسم الفلوجة
التخصص/ أصول فقه
astathasinhamd@gmail.com

الملخص

يمثل سدّ الذرائع أحد المسالك الأصولية الدقيقة التي تكشف عن قدرة الشريعة على ضبط الوسائل قبل تحولها إلى مفاسد واقعة، إذ لا ينحصر النظر الأصولي في الفعل مجرداً عن آثاره، بل يمتد إلى مآلاته وطرائق استعماله ودرجة إفضائه إلى المحظور. وتزداد أهمية هذا المسلك في البيئة الرقمية؛ لأن الوسيلة التقنية لم تعد أداة محايدة في جميع الأحوال، بل غدت فضاءً سريع الانتشار، واسع الأثر، قابلًا للتخفي، ومهيئًا لتحويل الأفعال الفردية إلى أضرار اجتماعية متعدية. ومن هنا تنشأ الحاجة إلى دراسة أصولية تطبيقية تعيد قراءة قاعدة سدّ الذرائع في ضوء النوازل الرقمية المعاصرة، من غير توسع يفضي إلى تعطيل المنافع المشروعة، ولا تضييق يترك أبواب الفساد مفتوحة باسم الإباحة الأصلية. ويتخذ هذا البحث ثلاث صور تطبيقية كاشفة: الابتزاز الإلكتروني، بما يتضمنه من تهديد وانتهاك للخصوصية والعرض والمال؛ والمراهنات الرقمية، بما تحمله من معنى الميسر والمخاطرة وأكل المال بالباطل عبر منصات تبدو ترفيهية أو استثمارية؛ وتسويق المحتوى المحرم، بوصفه مشاركة في صناعة الرواج والتطبيع والانتشار للمحظور. وتبرز خصوصية هذه النوازل في أنها لا تقع غالباً بصورة مفردة، بل ضمن شبكات تقنية وإعلانية وخوارزمية تسرّع الوصول إلى الضحية أو المستهلك، وتضعف الرقابة الأسرية والمجتمعية. كما تكشف عن حاجة الباحث الأصولي إلى وصل الدرس التراثي بالمعرفة القانونية والتقنية والاجتماعية الحديثة، حتى تكون الأحكام أكثر واقعية وانضباطاً. ويسعى البحث إلى بناء معالجة أصولية منضبطة تميز بين الوسائل المباحة في أصلها والذرائع الممنوعة باعتبار مآلاتها، مع استحضار مقاصد حفظ الدين والنفس والعقل والعرض والمال، وبيان أثر ذلك في ترشيد الفتوى، وصناعة الوعي الرقمي، وتقويم السلوك التسويقي والتقني في المجتمعات الإسلامية المعاصرة.

الكلمات المفتاحية: سدّ الذرائع؛ البيئة الرقمية؛ الابتزاز الإلكتروني؛ المراهنات الرقمية؛ تسويق المحتوى المحرّم.

Applying the Principle of *Sadd al-Dharā'i'* (Blocking the Means) in the Digital Environment: A Foundational and Applied Study on the Developments of Crimes and Electronic Content

Lecturer Dr. Yāsīn Ḥamad ʻAlī
Ministry of Education — Al-Anbār General Directorate of Education — Al-Fallūjah Department
Specialization: Usūl al-Fiqh (Foundations of Jurisprudence)

Abstract

Blocking the means is one of the precise principles of Islamic legal theory that reveals the capacity of Sharia to regulate means before they turn into actual harms. The juristic inquiry is not limited to the act in isolation from its consequences; rather, it extends to its outcomes, modes of use, and degree of conduciveness to prohibition. This principle becomes especially significant in the digital environment, where technological tools are not always neutral, but may function as rapidly spreading, far-reaching, anonymous, and socially harmful means. This study, therefore, revisits the principle of blocking the

means in light of contemporary digital issues without excessive restriction that disables lawful benefits or excessive leniency that leaves pathways to harm open under the pretext of original permissibility. The study examines three applied cases: cyber extortion, digital betting, and the marketing of prohibited content. It seeks to construct a disciplined legal-theoretical approach that distinguishes between originally permissible means and prohibited means in view of their consequences, while considering the higher objectives of Sharia, especially the preservation of religion, life, intellect, honor, and wealth.

Keywords: *Blocking the Means; Digital Environment; Cyber Extortion; Digital Betting; Marketing Prohibited Content.*

المقدمة

الحمد لله الذي أنزل الشريعة هاديةً للناس، حافظةً لمصالحهم، دافعةً عنهم وجوه الفساد في معاشهم ومعادهم، وجعل من أصولها وقواعدها ما يكشف عن سعة بنائها، ومرونتها المنضبطة، وقدرتها على استيعاب النوازل المتجددة دون انفصال عن مقاصدها الكلية وأدلتها التفصيلية. والصلاة والسلام على سيدنا محمد، المبعوث رحمة للعالمين، وعلى آله وصحبه ومن سار على نهجه إلى يوم الدين.

لقد قامت الشريعة الإسلامية على رعاية المصالح ودرء المفاسد، ولم يكن نظرها مقصوراً على الأفعال في صورها الظاهرة، بل امتد إلى الوسائل والطرق والمآلات، إذ قد يكون الفعل مباحاً في أصله، ثم يتحول بحسب استعماله وسياقه وآثاره إلى طريق مفضٍ إلى محرم أو ضرر عام أو خاص. ومن هنا برزت قاعدة سدّ الذرائع بوصفها من القواعد الأصولية المهمة التي تكشف عن البعد الوقائي في التشريع الإسلامي، وتؤكد أن الحكم الشرعي لا ينفصل عن مآلات الأفعال، ولا عن النتائج المتوقعة من الوسائل المستعملة.

وفي العصر الرقمي اتسعت الذرائع اتساعاً غير مسبوق، إذ لم تعد الوسائل مقتصرة على الأفعال المباشرة في الواقع المادي، بل أصبحت ممتدة عبر المنصات، والتطبيقات، والحسابات، والخوارزميات، ووسائل الدفع الإلكتروني، والإعلانات الموجّهة، وأنظمة الانتشار السريع. وقد أوجدت هذه البيئة صوراً جديدة من النوازل التي تتداخل فيها التقنية بالفقه، والأخلاق بالقانون، والخصوصية بالأمن المجتمعي، ومن أبرزها: الابتزاز الإلكتروني، والمراهنات الرقمية، وتسويق المحتوى المحرّم.

وتنبع أهمية هذا البحث من كونه يعالج قضية معاصرة تتصل بحياة الأفراد والمجتمعات، وتكشف عن حاجة الدرس الأصولي إلى الحضور في المجال الرقمي، لا بوصفه خطاباً نظرياً مجرداً، بل باعتباره أداة منهجية قادرة على تقويم الوسائل الحديثة في ضوء المقاصد الشرعية. كما تبرز أهميته في أنه يدرس تطبيقات تمثل خطراً متنامياً على الدين، والنفس، والعقل، والعرض، والمال، وهي الضروريات التي جاءت الشريعة بحفظها ورعايتها.

وتتمثل إشكالية البحث في السؤال الآتي: كيف يمكن تفعيل قاعدة سدّ الذرائع في البيئة الرقمية تفعيلًا أصولياً منضبطاً، من غير توسع يؤدي إلى تعطيل المنافع التقنية المشروعة، ولا تساهل يفضي إلى فتح أبواب الفساد الرقمي؟ ويتفرع عن هذه الإشكالية عدد من الأسئلة، منها: ما الضوابط الأصولية المعتبرة في تنزيل قاعدة سدّ الذرائع على النوازل الرقمية؟ وما وجه انطباق القاعدة على الابتزاز الإلكتروني؟ وكيف يمكن النظر إلى المراهنات الرقمية في ضوء معنى الميسر وأكل المال بالباطل؟ وما حدود المسؤولية الشرعية في تسويق المحتوى المحرّم أو ترويجه أو تسهيل وصوله إلى الجمهور؟

ويهدف البحث إلى تأصيل قاعدة سدّ الذرائع تأصيلاً موجزاً يربطها بالمقاصد والمآلات، وبيان أثر البيئة الرقمية في توسيع نطاق الوسائل المفضية إلى المحظور، ثم تطبيق القاعدة على ثلاث صور معاصرة هي: الابتزاز الإلكتروني، والمراهنات الرقمية، وتسويق المحتوى المحرّم. كما يسعى إلى تقديم رؤية أصولية تطبيقية تعين على ترشيد الفتوى، وضبط الممارسة الرقمية، وبناء وعي فقهي معاصر قادر على التعامل مع النوازل التقنية بميزان علمي رصين.

أما منهجية البحث، فتقوم على المنهج الاستقرائي في تتبع المادة الأصولية المتعلقة بسدّ الذرائع والمآلات، والمنهج التحليلي في بيان دلالاتها وضوابطها، والمنهج التطبيقي في تنزيل القاعدة على النماذج الرقمية المختارة. كما يستفيد البحث من المعطيات القانونية والاجتماعية والتقنية ذات الصلة، بالقدر الذي يخدم الحكم الأصولي ولا يخرجه عن مجاله العلمي. وسيُراعى في التوثيق الرجوع إلى المصادر الأصولية والفقهية المعتمدة، مع الاستفادة من الدراسات الحديثة التي تناولت الجرائم الرقمية والمراهنات الإلكترونية وتسويق المحتوى في البيئة الرقمية.

وقد اقتضت طبيعة البحث أن ينتظم في تمهيد وثلاثة مطالب. يتناول التمهيد التأصيل المفاهيمي لسدّ الذرائع والبيئة الرقمية، من حيث المفهوم، والخصائص، ووجه العلاقة بينهما. ويعالج المطلب الأول سدّ الذرائع في مواجهة الابتزاز الإلكتروني، من خلال بيان خطورته، ووسائله، ومآلاته، ووجه دخوله في باب الذرائع الممنوعة. أما المطلب الثاني فيتناول سدّ الذرائع في المراهنات الرقمية والألعاب القائمة على المخاطرة المالية، مع بيان صلتها بالميسر وأكل المال بالباطل. ويخصص المطلب الثالث لدراسة سدّ الذرائع في تسويق المحتوى المحرّم عبر المنصات الرقمية، من حيث الإعانة، والترويج، وتكثير الانتشار، وتطبيع المحظور في الوعي العام.

وبذلك يسعى البحث إلى الجمع بين أصالة القاعدة الأصولية وحداثة المجال التطبيقي، وإبراز قدرة أصول الفقه على المشاركة في معالجة مشكلات العصر الرقمي، وفق منهج يحفظ المصالح، ويمنع المفاسد، ويراعي المآلات، ويوازن بين الانتفاع المشروع بالتقنية والوقاية من مساراتها الضارة.

التمهيد: مفهوم سدّ الذرائع والبيئة الرقمية

تقوم قاعدة سد الذرائع على إدراك أصولي عميق مفاده أن الشريعة لا تنظر إلى الأفعال بمعزل عن طرقها ومقدماتها ونتائجها، بل تتعامل مع الفعل من حيث ذاته ومن حيث ما يفضي إليه في الغالب أو بحسب القرائن المحيطة به. فالذريعة في أصل معناها وسيلة وطريق، وحين تكون هذه الوسيلة مفضية إلى مفسدة راجحة أو محرم مقصود بالمنع، فإن إقرارها مع العلم بمآلها يفضي إلى نقض مقصد المنع نفسه. وهذا المعنى هو الذي يجعل سد الذرائع باباً من أبواب السياسة الشرعية والاجتهاد المقاصدي، لأنه يوازن بين إباحة الوسائل النافعة ومنع الوسائل التي تصبح جسراً إلى الفساد. ولا يصح النظر إلى القاعدة بوصفها مجرد تشدد احتياطي، بل هي منهج في حفظ النظام التشريعي من أن تستعمل المباحات الظاهرة لإبطال المقاصد الباطنة للأحكام، ولذلك احتاجت إلى ضوابط دقيقة حتى لا يتوسع الباحث أو المفتي في المنع بلا بينة، ولا يفتح الذريعة باسم الإباحة الأصلية مع ظهور المآلات الضارة. (القرافي، ١٩٧٣، ص. ٥٠٠؛ الزركشي، ١٩٩٤، ج. ٨، ص. ٩٠)

وقد نبّه الأصوليون إلى أن الوسائل ليست مرتبة واحدة؛ فمنها ما يقطع بإفضائه إلى الحرام، ومنها ما يغلب على الظن إفضاؤه إليه، ومنها ما يندر أو يضعف فيه ذلك. وهذا التقسيم مهم في البيئة الرقمية؛ لأن التقنية الواحدة قد تستعمل في تعليم نافع، أو تجارة مباحة، أو تواصل مشروع، وقد تستعمل في ابتزاز، أو قمار، أو ترويج محظور. ومن هنا لا يكون الحكم على اسم الوسيلة وحده، بل على تركيبها العملي: من يستعملها، وفي أي سياق، وبأي قصد ظاهر، وبأي أثر متوقع، وبأي درجة من الاحتمال. فإذا كان أصل التصوير مباحاً في حالات كثيرة، فإن جمع الصور الخاصة وتخزينها في فضاء غير آمن، أو تداولها مع مجهولين، أو ربطها بتهديد وابتزاز، ينقل النظر الأصولي من مجرد الإباحة إلى باب المنع الوقائي، لأن الذريعة هنا لم تعد بعيدة ولا نادرة، بل صارت طريقاً منظماً إلى انتهاك العرض والمال والنفس. (القرافي، د.ت.، ص. ٢٧٤؛ الطوفي، ١٩٨٧، ج. ٣، ص. ٢١٤)

وتظهر أهمية المآلات في هذا الباب من جهة أن الحكم الشرعي في النوازل لا يكتفي بسؤال: هل هذا الفعل مباح في أصله؟ بل يسأل أيضاً: ما الذي يترتب عليه في العادة؟ وما صور استعماله الغالبة؟ وهل يفتح باباً إلى محرم يكثر وقوعه أو يعظم ضرره؟ وهذه الأسئلة هي قلب التنزيل الأصولي في البيئة الرقمية، حيث لم يعد الضرر محتاجاً إلى حضور مادي مباشر، بل قد يقع عبر رابط، أو محادثة، أو صورة، أو خوارزمية اقتراح، أو إعلان موجه. فالضرر الرقمي يتسم بالسرعة، والنسخ، والتخزين، وسهولة الانتشار، وصعوبة المحو بعد الوقوع، وهي خصائص تجعل المآل أكثر خطورة من نظيره في البيئة

التقليدية. ولذلك فإن الاجتهاد في هذه النوازل يحتاج إلى الجمع بين فهم النصوص والقواعد وفهم الواقع التقني الذي تتحقق فيه العلة أو تنتفي. (الشاطبي، ١٩٩٧، د.ص.؛ ابن عاشور، ٢٠٠٤، ص. ٣٤٧)

ولا يعني سد الذرائع إلغاء أصل الإباحة في المجال الرقمي، لأن الشريعة لا تبني أحكامها على الخوف المجرد أو الاحتمال البعيد، وإنما تبنيها على قرائن معتبرة ومآلات راجحة. فالتطبيقات والمنصات ووسائل الدفع والخدمات السحابية أدوات نافعة في التعليم، والبحث، والتجارة، والدعوة، والإدارة، وتسهيل مصالح الناس. غير أن هذه المنافع لا تمنع من تقييد بعض الصور أو منعها متى أصبحت طريقاً غالباً إلى محرم. والميزان هنا أن الذريعة إن كانت مفضية إلى مقصد مشروع فتفتح وتراعى، وإن كانت مفضية إلى فساد راجح فتسد وتمنع، وإن تساوت أو غمضت احتاجت إلى اجتهاد يقدر المصلحة والمفسدة بقدرها. وهذا الضبط يمنع تحويل القاعدة إلى ذريعة جديدة للتعسف أو التحريم المرسل. (ابن قيم الجوزية، ١٩٩١، ص. ١٠٩؛ ابن تيمية، ١٩٩٨، ص. ٢٤٣)

وتتصل قاعدة سد الذرائع اتصالاً وثيقاً بالمقاصد الشرعية؛ لأن منع الوسيلة إنما يقصد به حفظ المقصد لا مجرد إغلاق الطريق. فإذا كان مقصد الشريعة حفظ الدين، والنفس، والعقل، والعرض، والمال، فإن البيئة الرقمية أوجدت صوراً جديدة من الاعتداء على هذه الضروريات: فالمحتوى المحرم قد يضعف التدين ويطبع المنكر، والابتزاز الإلكتروني قد يهدد النفس والعرض والمال، والمراهنات الرقمية قد تستنزف المال وتفسد العقل والإرادة وتدفع إلى الإدمان. وبهذا يظهر أن البحث في الذرائع الرقمية ليس ترفاً نظرياً، بل هو بحث في حماية الضروريات من صور اعتداء مستحدثة تستعمل أدوات حديثة، وقد تتخفى تحت أسماء الترفيه، أو الاستثمار، أو التسويق، أو حرية التعبير، أو صناعة المحتوى. (الريسوني، ١٩٩٥، ص. ٧٦-٧٨؛ الفاسي، ١٩٩٣، ص. ١٤٠)

ومن لوازم التحقيق في هذا الباب التمييز بين الذريعة والحيلة؛ فالذريعة قد تكون وسيلة مباحة في أصلها لكنها تفضي إلى المحرم بحسب المآل، أما الحيلة فتتضمن قصداً إلى إسقاط حكم شرعي أو الوصول إلى محظور بصورة ظاهرها الجواز. وفي البيئة الرقمية يكثر التداخل بينهما؛ فقد يصمم المسوق إعلاناً يوهم بأنه محتوى معرفي وهو في الحقيقة ترويج لمقامرة أو محتوى فاحش، وقد تصمم منصة ألعاب آلية عشوائية مدفوعة الثمن فتسميها مكافأة أو صندوقاً أو ترقية، مع أن حقيقتها قريبة من المخاطرة المالية. هذا التداخل يوجب على الباحث الأصولي ألا يقف عند الأسماء التجارية أو الصيغ التقنية، بل ينفذ إلى الحقائق والمعاني والمآلات، لأن الحكم يدور مع الحقيقة المؤثرة لا مع العنوان الدعائي. (الجنيدي، ٢٠٠٢، ص. ١٧٧؛ البرهاني، ١٩٨٥، ص. ١١٢)

وتزداد الحاجة إلى الاجتهاد في المناط عند تنزيل سد الذرائع على النوازل الرقمية؛ لأن المناط هنا مركب من عناصر متعددة: طبيعة التقنية، ونوع المحتوى، ودرجة التحكم، والفئة المستهدفة، وآلية الربح، وإمكان التحقق من العمر والرضا، ومستوى الشفافية، واحتمال الضرر. فالابتزاز الإلكتروني مثلاً لا يبدأ دائماً بتهديد صريح، بل قد يبدأ بتعارف، أو طلب صورة، أو اختراق حساب، أو حفظ محادثة خاصة؛ والمراهنة الرقمية لا تظهر دائماً باسم القمار، بل قد تأتي في هيئة لعبة أو تحد أو توقع رياضي أو صندوق عشوائي؛ وتسويق المحتوى المحرم قد يلبس لباس خدمة إعلانية محايدة. ومن هنا يكون تحرير المناط شرطاً ضرورياً قبل الحكم، إذ لا يصح تطبيق القاعدة على الصور الرقمية من غير فهم آلياتها العملية. (الزبيدي، ٢٠١٤، ص. ٤٦٤؛ الغزالي، ١٩٩٣، ج. ٢، ص. ٢٣٠)

وتتمثل خصوصية البيئة الرقمية في أنها تغير مقدار الإفضاء إلى المفسدة؛ فالوسيلة التي كانت محدودة الأثر في الواقع المادي قد تصبح في الفضاء الرقمي ذات أثر جماعي عابر للحدود. فالصورة الخاصة إذا خرجت من جهاز صاحبها يمكن نسخها في ثوان، والمراهنة إذا أتيحت بتطبيق هاتف تصبح ملازمة للمستخدم في كل وقت، والمحتوى المحرم إذا روجته الخوارزميات قد يصل إلى جمهور لا يبحث عنه ابتداء. هذه الخصائص تجعل الذريعة أقرب وأقوى؛ لأن سرعة الانتشار وسعة الوصول وانخفاض كلفة النشر تجعل وقوع الضرر أكثر احتمالاً وأشد امتداداً. لذلك يتعين أن يراعي الاجتهاد الرقمي عنصر البنية التقنية، لا أن يقيس المسائل قياساً سطحياً على صور قديمة لا تحمل الدرجة نفسها من الأثر. (شويرمان وآخرون، ٢٠٢١، د.ص.؛ غيليسبي، ٢٠١٨، ص. ٧٤)

وإذا كان الأصل في الوسائل الإباحة، فإن ضبطها في البيئة الرقمية يقتضي اعتبار ثلاثة مستويات: مستوى الفعل الفردي، ومستوى البنية التقنية التي تسهله، ومستوى السوق الذي يحوله إلى نشاط ربحي. فالابتزاز لا يقوم على المبتز وحده، بل قد يستفيد من منصات ضعيفة الحماية، أو حسابات وهمية، أو تطبيقات تخزين وتسريب. والمراهنات لا تقوم على اللاعب وحده، بل على أنظمة دفع وإعلانات وبرامج ولاء وحوافز مستمرة. وتسويق المحرم لا يقوم على منتج المحتوى وحده، بل على خوارزميات وانتشار مدفوع وعمولات ورعاية مؤثرين. وهذا الاتساع يوجب أن يكون سد الذرائع أوسع من تحريم الفعل النهائي، فيتناول أحياناً التسهيل، والإعانة، والترويج، والتمويل، بحسب قوة الصلة بالمحظور. (ماديو وكوين، ٢٠٢٣، د.ص.؛ روبرتس، ٢٠١٩، ص. ٣٣)

ومن ثم فإن هذا البحث يتخذ من سد الذرائع إطاراً أصولياً لتقويم ثلاث نوازل رقمية: الابتزاز الإلكتروني، والمراهنات الرقمية، وتسويق المحتوى المحرم. ولا يقصد بذلك إصدار أحكام كلية مجردة على جميع صور التقنية، وإنما بيان الضوابط التي تجعل بعض الوسائل الرقمية ممنوعة باعتبار ما تفضي إليه من مفاسد راجحة، مع إبقاء المنافع المشروعة في دائرة الإباحة والانضباط. فالغاية العلمية هنا بناء معالجة تجمع بين أصول الفقه والقواعد المقاصدية والمعطيات الرقمية الحديثة، وتقدم نموذجاً صالحاً للنشر الأكاديمي في باب النوازل؛ لأن قوة البحث في هذا المجال لا تكمن في مجرد ذكر القاعدة، بل في حسن تنزيلها على الواقع بعد تحرير المناط ووزن المآلات وتوثيق الشواهد. (القرافي، ١٩٧٣، ص. ٥٠٠؛ الزبيدي، ٢٠١٤، ص. ٤٦٤؛ أبو زهرة، د.ت.، ص. ٢٦٨)

المطلب الأول

سد الذرائع في مواجهة الابتزاز الإلكتروني

الابتزاز الإلكتروني من أخطر النوازل الرقمية اتصالاً بباب سد الذرائع؛ لأنه يجمع بين الاعتداء على الخصوصية، والتهديد، والإكراه، وأكل المال بالباطل، وانتهاك العرض، وإدخال الرعب على الضحية. ولا تنحصر خطورته في الفعل النهائي المتمثل في طلب المال أو المنفعة، بل تمتد إلى مقدماته: جمع الصور، واستدراج المحادثات، واختراق الحسابات، وتخزين البيانات، وانتحال الشخصيات، ثم تحويل تلك المواد إلى أداة ضغط. وبذلك تكون الذريعة الرقمية هنا مركبة من سلسلة أفعال قد يبدو بعضها عادياً أو مباحاً في أصله، غير أنها حين تنتظم في سياق الاستغلال تصبح طريقاً إلى مفسدة محققة أو راجحة. والباحث الأصولي لا يكتفي بإدانة الابتزاز بعد وقوعه، بل ينظر في الوسائل التي تفضي إليه عادة، لأن حفظ العرض والنفس والمال لا يتحقق بالعقوبة اللاحقة وحدها، بل يحتاج إلى منع الطرق المفضية إلى العدوان قبل استفحاله. (جامعة المستقبل، ٢٠٢٤، د.ص.؛ ويتس وآخرون، ٢٠١٦، ص. ١١)

ومناط المنع في الابتزاز الإلكتروني لا يتوقف على نشر المادة فعلاً، بل يتحقق بمجرد جعلها وسيلة تهديد وإكراه؛ لأن الضرر يبدأ من لحظة إشعار الضحية بأن عرضه أو سمعته أو أسراره قابلة للنشر. وهذا المعنى ينسجم مع قاعدة سد الذرائع، إذ إن الاحتفاظ غير المشروع بالمواد الخاصة، أو طلبها على وجه مريب، أو تداولها مع تهديد ضمني، وسائل يفضي غالبها إلى محرمات متعدية. والتهديد الرقمي قد يكون أشد أثراً من التهديد التقليدي، لأن الضحية تعلم أن النشر الإلكتروني إذا وقع صعب احتواؤه، وقد ينتقل إلى دوائر اجتماعية واسعة، فيتضاعف الخوف والضغط النفسي. لذلك يكون المنع الأصولي للمقدمات هنا مبنياً على قوة الإفضاء وعظم المفسدة، لا على مجرد الاحتياط المجرد. (راي وآخرون، ٢٠٢٤، د.ص.؛ وولاك وفينكلهور، ٢٠١٦، ص. ١٨)

ومن جهة المقاصد، يمس الابتزاز الإلكتروني ضرورات متعددة في وقت واحد؛ فهو يمس العرض بنشر الصور أو الأسرار، ويمس النفس بما يحدثه من خوف وقلق واضطراب وربما دفع إلى الانتحار أو العزلة، ويمس المال بطلب الفدية أو المنفعة، ويمس العقل بإرباك الإدراك وإضعاف القدرة على التصرف، ويمس الدين حين يدفع الضحية أو المبتز إلى معاصٍ متتابعة. وهذا التعدد المقاصدي يجعل الذريعة إليه قوية الاعتبار؛ لأن الوسيلة إذا أفضت إلى مفسدة واحدة راجحة منعت، فكيف إذا اجتمعت فيها مفاسد متراكبة؟ ومن هنا فإن إجراءات الوقاية الرقمية، كحظر تداول الصور الخاصة، والتحذير من إرسال المواد الحساسة، وتقييد الحسابات الوهمية، وتعزيز الإبلاغ، ليست مجرد سياسات تقنية، بل تدخل

في فقه الوسائل إذا ثبت أنها تمنع فساداً راجحاً وتحفظ ضروريات معتبرة. (الريسوني، ١٩٩٥، ص. ٧٦-٧٨؛ زيدان، ٢٠٠٦، ص. ٢٤٥)

وتطبيق سد الذرائع في هذا الباب يقتضي التفريق بين صور متعددة. فالمحادثة المشروعة بين الناس ليست ممنوعة لذاتها، والتصوير المشروع ليس ممنوعاً بإطلاق، وحفظ الملفات الخاصة قد يكون لحاجة صحيحة، ولكن هذه الوسائل تتحول إلى محل منع عندما تتصل بقرائن استدراج أو إكراه أو تهديد أو اختراق أو استغلال ضعف الضحية. ومن الخطأ الأصولي أن يقال: إن الوسيلة مباحة في أصلها فلا تمنع بحال؛ لأن القاعدة إنما جاءت لمعالجة هذا النوع بالذات: فعل ظاهر الإباحة يفضي إلى محرم. وفي المقابل، من الخطأ أيضاً منع كل تواصل أو كل تصوير أو كل تخزين بدعوى احتمال الابتزاز؛ لأن الاحتمال البعيد لا يصلح مناطاً للمنع العام. فالميزان هو غلبة الإفضاء وظهور القرائن ودرجة المفسدة. (القرافي، د.ت.، ص. ٢٧٤؛ العز بن عبد السلام، ١٩٩١، ج. ١، ص. ١١٩)

ويظهر أثر القاعدة في منع الإعانة على الابتزاز ولو لم يكن المعين هو المبتز المباشر. فمن يبيع بيانات مسروقة، أو يدير حسابات وهمية بقصد الاستدراج، أو يتيح أدوات اختراق وتصيد، أو يشارك في نشر مواد الضحية، أو يتكسب من إعادة رفعها، يكون داخلاً في دائرة الذريعة بحسب قوة صلته بالفعل المحرم. وهذا المعنى يستند إلى أن الوسائل تأخذ حكم مقاصدها إذا كانت موصلة إليها على وجه معتبر. أما من يقدم خدمة تقنية عامة لا يعلم وجه استعمالها المحرم، ولا يغلب على خدمته الإفضاء إلى ذلك، فلا يصح إدخاله في المنع لمجرد الاحتمال. وهنا تظهر دقة البحث الأصولي؛ إذ لا يساوي بين الفاعل المباشر، والمشارك، والمسهّل، ومقدم الخدمة العامة، بل يقدر المسؤولية بقدر العلم والقصد والغلبة والقدرة على المنع. (ابن قيم الجوزية، ١٩٩١، ص. ١٠٩؛ ابن قيم الجوزية، د.ت.، ج. ١، ص. ٣٦١)

وتزداد خطورة الابتزاز الإلكتروني مع ظاهرة التخفي وانتحال الهوية؛ لأن المبتز يستفيد من ضعف التحقق الرقمي، ومن سهولة إنشاء الحسابات المؤقتة، ومن صعوبة تعقب الجاني في بعض البيئات. وهذه الخصائص تجعل سد الذرائع يشمل إجراءات احترازية مثل التحقق من الهوية في المنصات الحساسة، وتقييد إرسال الملفات إلى مجهولين، وعدم حفظ البيانات الخاصة في مواضع غير آمنة، وتفعيل المصادقة الثنائية، ومنع إعادة نشر المحتوى الخاص. وهذه الإجراءات لا تعد تشدداً خارجياً على القاعدة، بل هي تنزيل عملي لمعناها؛ لأن الوسائل التي تقلل قدرة الجاني على الاستدراج والتهديد هي من فتح الذرائع إلى حفظ العرض والنفس والمال، كما أن منع أدوات الاستغلال هو من سد الذرائع إلى الفساد. (المجلة الدولية لإعادة التأهيل النفسي والاجتماعي، ٢٠٢٠، د.ص.؛ حجازي، ٢٠٠٧، ص. ٢١٠)

ومن التطبيقات الأصولية المهمة أن رضا الضحية بإرسال مادة خاصة لا يبيح للمستلم استعمالها في غير مقصدها، ولا يحول دون منع مقدمات الابتزاز بعد ظهور الخطر. فالرضا في البيئة الرقمية قد يكون محدوداً بسياق خاص، ولا يتضمن الإذن بالنشر أو التخزين أو التهديد. بل إن استعمال الرضا الأولي ذريعة لإكراه لاحق يعد قلباً للوسيلة إلى فساد، وهو ما يدخل في معنى الحيل والذرائع معاً. ولهذا ينبغي أن يقرر البحث أن الخصوصية في الفقه المعاصر ليست مجرد قيمة قانونية وافدة، بل هي متصلة بحفظ الستر، وصيانة العرض، ومنع التجسس، وتحريم الأذى والفضيحة، وكلها معان تقوي منع الوسائل المؤدية إلى الابتزاز الإلكتروني. (الجنيدي، ٢٠٠٢، ص. ١٧٧؛ البرهاني، ١٩٨٥، ص. ٢٣٣)

ولا يكتمل التنزيل الأصولي إلا بالنظر إلى أثر الابتزاز في المجتمع، لا في الضحية وحدها. فانتشار هذه الجريمة يضعف الثقة بين الناس، ويجعل الفضاء الرقمي موضع خوف، ويدفع الأسر إلى التوتر والرقابة القاسية، وقد يستعمل في إسكات الناشطين أو الموظفين أو الطلاب أو النساء أو الأحداث. ومن هنا يكون سد الذرائع متعلقاً بالمصلحة العامة أيضاً، لأن السكوت عن المقدمات المفضية إلى الابتزاز يفتح باباً للعدوان المنظم. وبقدر ما تكون المفسدة عامة أو متعدية يزداد اعتبار المنع، شريطة أن يكون المنع محدداً ومتناسباً، لا أن يتحول إلى تعطيل للانتفاع المشروع بالتقنية. فالأصولي الرصين يطلب الوقاية الذكية لا المنع الأعمى. (شويرمان وآخرون، ٢٠٢١، د.ص.؛ غيليسبي، ٢٠١٨، ص. ١٤١)

ويترتب على ذلك أن الحكم على الوسائل المتصلة بالابتزاز الإلكتروني ينبغي أن يبنى على مراتب: فالأدوات المصممة للاختراق أو سرقة الصور أو إخفاء الجاني في سياق ابتزازي تمنع منعاً شديداً؛

والمنصات أو الحسابات التي يغلب استعمالها في الاستدراج تحتاج إلى تقييد ورقابة وإزالة محتوى؛ والممارسات الفردية المباحة التي يخشى منها الضرر توجه فيها النصيحة والتحذير والسياسة الوقائية. وهذا التفصيل يمنع الخلط بين التحريم، والكراهة، والسياسة التنظيمية، والإرشاد الأخلاقي. كما يحفظ للقاعدة مكانتها الأصولية؛ لأنها لا تستعمل لإطلاق أحكام حادة على كل جديد، بل لتنظيم علاقة الوسيلة بالمآل وفق قرائن ومراتب. (الزبيدي، ٢٠١٤، ص. ٤٦٤؛ الغزالي، ١٩٧١، ص. ٤١٤)

وعليه، فإن سد الذرائع في مواجهة الابتزاز الإلكتروني يقوم على منع الطريق إلى الجريمة قبل تحققها، وتضييق فرص الاستدراج والتخزين غير المشروع، وتجريم التهديد ولو لم يقع النشر، وتحميل المسوقين والمروجين والناشرين مسؤولية بقدر إسهامهم في توسيع الضرر. وهذا التطبيق يبرز مرونة أصول الفقه في معالجة النوازل؛ فالقاعدة لا تعالج الابتزاز بوصفه واقعة تقنية فحسب، بل بوصفه اعتداءً مقاصدياً على الضروريات. وإذا كان الفقه القديم قد منع وسائل تؤدي إلى فساد محدود في بيئة محدودة، فإن البيئة الرقمية أولى بالعناية حين تتضاعف فيها سرعة الإفضاء وسعة الانتشار وشدة الأثر. وبذلك يكون المنع هنا مؤسساً على المقاصد والمآلات، لا على الخوف من التقنية ذاتها. (القرافي، ١٩٧٣، ص. ٥٠٠؛ جامعة المستقبل، ٢٠٢٤، د.ص.؛ الشوكاني، ١٩٩٩، ج. ٢، ص. ١٩٣)

المطلب الثاني

سد الذرائع في المراهنات الرقمية والألعاب القائمة على المخاطرة المالية

المراهنات الرقمية تمثل مجالاً واضحاً لتفعيل سد الذرائع؛ لأنها تنقل معنى الميسر من صورته التقليدية إلى فضاء سريع الوصول، دائم الحضور، شديد الجاذبية، مرتبط بالدفع الإلكتروني والإعلانات والحوافز. وليس مدار الحكم على الاسم الذي تختاره المنصة: رهان، توقع، لعبة، صندوق، تحد، استثمار، أو جائزة؛ بل على حقيقة المعاملة: هل يدفع المستخدم مالاً أو ما يقوم مقامه في مقابل احتمال ربح قائم على المخاطرة والغرر؟ وهل ينتقل المال من خاسر إلى رابح بلا عوض معتبر؟ فإذا تحقق هذا المعنى اقتربت الصورة من الميسر أو دخلت فيه، وكان سد الذرائع متجهاً إلى منع ما يمهد له من تسويق وتطبيع وتسهيل، خاصة حين تستهدف المنصات الشباب أو الأحداث أو أصحاب القابلية للإدمان المالي والسلوكي. (زندل وآخرون، ٢٠١٩، د.ص.؛ دروموند وساور، ٢٠١٨، ص. ٥٣٠)

وتختلف البيئة الرقمية عن مجالس المقامرة التقليدية في أن الرهان أصبح محمولاً في الهاتف، يفتح في كل وقت، ويرتبط ببطاقات الدفع والمحافظ الإلكترونية، ويستعمل الإشعارات والجوائز الترحيبية والنقاط التراكمية والحملات الموسمية. هذه العناصر لا تغير حقيقة الميسر إذا بقيت المخاطرة المالية قائمة، لكنها تزيد قوة الذريعة إليه؛ لأن الوصول السهل والتكرار السريع والحوافز النفسية تجعل الانزلاق إلى الخسارة والإدمان أقرب. ومن هنا فإن منع المراهنة الرقمية لا يقتصر على ذات عقد الرهان، بل يشمل في صور كثيرة وسائل الاستقطاب التي تجعل المستخدم يبدأ بمبالغ صغيرة ثم يتدرج إلى إنفاق أكبر، وهو ما تؤكده دراسات الألعاب والصناديق العشوائية التي تربط بعض آليات الشراء العشوائي بسلوك المقامرة المشكلة. (زندل وآخرون، ٢٠١٩، د.ص.؛ كينغ وديلفابرو، ٢٠١٨، ص. ١٩٦٧)

ومن منظور أصولي، يقوم سد الذرائع في المراهنات الرقمية على ثلاثة معان: حفظ المال من الأكل بالباطل، وحفظ العقل والإرادة من الإدمان والتعلق بالاحتمال، وحفظ المجتمع من تحويل الربح السريع إلى قيمة سلوكية تطغى على الكسب المشروع. فالمال في الشريعة لا يكتسب بمجرد المخاطرة المجردة، ولا يجوز أن تصبح حاجة الناس أو رغبتهم في الفوز مادة لاستنزافهم. وإذا كانت بعض الألعاب الرقمية تبدأ بصورة ترفيهية، فإن إدخال المال الحقيقي أو العملات القابلة للشراء أو الجوائز ذات القيمة المالية يغير المناط. ولذلك يجب على الباحث أن يميز بين المنافسة المباحة القائمة على مهارة وعوض مشروع، وبين المراهنة التي تقوم على دفع مال لاحتمال ربح غير مضمون، مع مصلحة ربحية للمنصة. (ابن قيم الجوزية، ١٩٩١، ص. ١٠٩؛ المصري، ١٩٩٣، ص. ٢٧)

وتبرز الذريعة في الألعاب القائمة على الصناديق العشوائية أو المشتريات الاحتمالية؛ إذ قد لا تسمى قماراً في النظام الداخلي للعبة، لكنها تدرب المستخدم على دفع مقابل للحصول على نتيجة مجهولة القيمة. فإذا

كانت النتيجة قابلة للبيع أو التحويل أو تمنح ميزة معتبرة، ازدادت مشابهتها للمقامرة من جهة الغرر والمخاطرة. وقد لا يكفي في الحكم الشرعي القول بأن المستخدم لا يقصد القمار، لأن سد الذرائع يعتد بالمآل وبالبنية التي تصنع السلوك. فالمنصة حين تصمم آلية تثير التوقع وتكافئ الإنفاق المتكرر وتربط الفوز بإثارة نفسية، فإنها تفتح طريقاً إلى سلوك ميسر ولو غلفته باسم ترفيهي. وهذا لا يعني تحريم كل لعبة رقمية، بل يعني منع البنية المالية الاحتمالية التي تفضي إلى معنى محرم. (زندل وآخرون، ٢٠١٩، د.ص.؛ زندل وكيرنز، ٢٠١٨، ص. ٦)

ومن أهم ضوابط هذا الباب ألا يكون المنع مبنياً على مجرد وجود جائزة أو مسابقة، لأن الجوائز قد تكون مشروعة إذا انتفى أكل المال بالباطل، وكان العوض من طرف خارجي مباح، أو كانت المسابقة في باب معتبر بضوابطه، أو كانت الجائزة لا تقوم على شراء فرص متكررة. أما إذا كان المستخدم يدفع ليشتري احتمال الربح، وكانت المنصة تربح من مجموع الخاسرين أو من تكرار الشراء، فإن مناط الميسر يقترب أو يتحقق. وبذلك يظهر الفرق بين الترفيه المباح والتربح من المخاطرة. وهذا التفصيل ضروري لبحث ترقية؛ لأنه يمنع التعميم، ويظهر قدرة القاعدة الأصولية على بناء أحكام دقيقة تراعي الفروق بين الصور المتشابهة في ظاهرها المختلفة في حقيقتها. (القرافي، د.ت.، ص. ٢٧٤؛ الزركشي، ١٩٩٤، ج. ٨، ص. ٩١)

وتسويق المراهنات الرقمية ذريعة مستقلة إلى الفساد، حتى قبل دخول المستخدم في الرهان؛ لأن الإعلان لا يقتصر على التعريف، بل يصنع الرغبة، ويطبع الفعل، ويربطه بالنجاح والذكاء والرياضة والمتعة والانتماء. وقد أظهرت تقارير حديثة أن نسبة واسعة من الشباب تتذكر إعلانات أو ترويجاً للمقامرة عبر مصادر متعددة، ومنها التطبيقات ووسائل التواصل. هذه المعطيات تجعل الترويج نفسه محل نظر أصولي، لأن الإعلان إذا كان موجهاً إلى فئة قابلة للتأثر أو كان يخفف صورة المحرم أو يقدمه على أنه مهارة واستثمار، فإنه لا يكون عملاً محايداً، بل وسيلة مقصودة إلى فعل ممنوع. ومن ثم يمكن إدراج الإعلان عن المراهنات ضمن ذرائع الميسر، بحسب نوع الإعلان وجمهوره ودرجة صلته بالفعل. (هيئة المقامرة البريطانية، ٢٠٢٤، د.ص.؛ ديريفينسكي وغوبتا، ٢٠٠٤، ص. ٤٧)

كما أن المراهنات الرقمية تستعمل غالباً لغة الاحتمال العلمي أو التوقع الرياضي أو التحليل المالي لإخفاء حقيقتها، فتبدو في ظاهرها مهارة أو قراءة بيانات. والقاعدة الأصولية هنا تقتضي النظر إلى غالب النتيجة لا إلى بعض المهارات الجزئية؛ فقد يوجد في الرهان عنصر معرفة أو توقع، لكنه لا يخرجه عن الميسر إذا بقي المال دائراً على نتيجة مجهولة يربح فيها طرف بخسارة آخر. وهذا شبيه بما يذكره الأصوليون في أن العبرة بالمعاني والحقائق لا بمجرد الصور. ومن هنا ينبغي عدم الانخداع بمصطلحات: توقع، تحد، مسابقة، نقاط، مضاعفة، أو استثمار فوري، بل يجب تحرير حقيقة المقابل المالي، ومصدر الجائزة، واحتمال الخسارة، وقابلية تكرار الدفع، ومصلحة المنصة. (الزبيدي، ٢٠١٤، ص. ٤٦٤؛ الآمدي، د.ت.، ج. ٣، ص. ٣٠٤)

ويزداد اعتبار سد الذرائع حين يكون جمهور المراهنات من الشباب أو صغار السن، لأن ضعف الخبرة المالية، وقوة الانجذاب للإثارة، وقلة تقدير العواقب، تجعل المفسدة أقوى. وفي هذه الحالة لا يكفي أن تضع المنصة عبارة تحذيرية صغيرة، ثم تفتح آليات الدفع والإعلانات والمؤثرين والتحديات. فالتحذير اللفظي لا يعادل البنية التسويقية التي تدفع إلى الفعل. ومن منظور أصولي، كلما اجتمعت قابلية المتلقي للتأثر مع قوة وسيلة الاستدراج ومع عظم الضرر، قويت الذريعة واشتد المنع. ولهذا يكون تقييد الإعلانات، والتحقق من العمر، ومنع العروض الترحيبية، وحجب وسائل الدفع عن المراهنات غير المشروعة، من صور سد الذرائع العملية في المجال الرقمي. (هيئة المقامرة البريطانية، ٢٠٢٤، د.ص.؛ غريفيثس، ١٩٩٥، ص. ٦٣)

ومن جهة المسؤولية، لا يقتصر الحكم على اللاعب أو المراهن، بل يتناول بحسب مراتب المشاركة: مالك المنصة، ومبرمج نظام الرهان، ومصمم حملات الاستقطاب، والمسوق بالعمولة، والمؤثر الذي يروج الكود أو رابط التسجيل، ومقدم خدمة الدفع إذا علم أو كان نشاطه منصباً على هذا الباب. ولا يصح التسوية بين الجميع في الإثم أو الحكم، لكن لا يصح أيضاً إبراء الوسائط المؤثرة بحجة أنها أدوات تقنية

محايدة. فالذريعة في الاقتصاد الرقمي غالباً لا تتحقق بفعل واحد، بل بشبكة من التسهيلات. ومن ثم يكون البحث الأصولي مطالباً بتحديد درجة الإعانة: مباشرة أو غير مباشرة، مقصودة أو تابعة، غالبة أو نادرة، ربحية أو عارضة، حتى يكون الحكم منضبطاً. (ماثور ونارايانان وتشيتي، ٢٠١٨، د.ص.؛ إيفانز وآخرون، ٢٠١٧، ص. ١٣٨)

ويترتب على هذا أن سد الذرائع في المراهنات الرقمية لا يعني رفض كل نشاط مالي أو ترفيهي في التطبيقات، وإنما يعني منع الآليات التي تجمع بين العوض المالي والمخاطرة والغرر واستنزاف المستخدم. كما يعني منع ما يؤدي إليها من إعلانات خادعة، ومؤثرين مروجين، وروابط عمولة، ومكافآت تسجيل، وخوارزميات دفع متكرر. وهذه المعالجة تحفظ باب التقنية النافعة ولا تسمح بتحويلها إلى سوق ميسر متنقل. وبذلك يظهر أن أصول الفقه قادر على التعامل مع الظواهر الرقمية لا بمجرد إسقاط مصطلحات قديمة على صور جديدة، بل بتحرير المناط، وتمييز الحقيقة من الاسم، وتقدير المآلات، وربط الوسائل بالمقاصد، وإعطاء كل صورة حكمها بحسب قوة إفضائها إلى المحرم. (القرافي، ١٩٧٣، ص. ٥٠٠؛ زندل وآخرون، ٢٠١٩، د.ص.؛ هيئة المقامرة البريطانية، ٢٠٢٤، د.ص.؛ البرهاني، ١٩٨٥، ص. ٤١٢)

المطلب الثالث

سد الذرائع في تسويق المحتوى المحرم عبر المنصات الرقمية

تسويق المحتوى المحرم في البيئة الرقمية باب واسع تتداخل فيه صناعة المحتوى، والإعلان، والخوارزميات، والتوصية، والرعاية، والتسويق بالعمولة، وتحسين الظهور، وإدارة الحسابات. وليس التسويق هنا مجرد عمل فني أو إداري محايد في كل صورة؛ لأنه قد يكون سبباً مباشراً في تكثير جمهور المحرم، وتطبيع قبوله، وتحويله إلى سلعة رابحة. ومن منظور سد الذرائع، لا ينظر إلى المحتوى وحده، بل إلى سلسلة الوسائل التي تجعله مرئياً ومؤثراً ومربحاً. فإذا كان المحتوى محرماً في ذاته، وكان التسويق يرفع انتشاره أو يوسع جمهوره أو يجذب إليه فئات جديدة، فإن الوسيلة التسويقية تأخذ حكماً تابعاً بحسب قوة اتصالها بالمحظور. وهذا يقتضي تفريقاً بين خدمة عامة لا تعلم بالمحرم ولا تقصده، وبين حملة مقصودة للترويج له. (ماديو وكوين، ٢٠٢٣، د.ص.؛ كلونيك، ٢٠١٨، ص. ١٦٣٠)

وتكمن خطورة التسويق الرقمي في أنه لا يعرض المحتوى عرضاً خاملاً، بل يدرسه ويجزئ جمهوره ويستعمل بياناته ويختبر عناوينه وصوره ومواعيد نشره، ثم يدفعه إلى من يرجح تفاعله معه. وبهذه الطريقة يتحول المحرم من فعل محدود إلى منتج قابل للانتشار المنظم. وهذا المعنى يقوي مناط الذريعة؛ لأن التسويق ليس مجرد وجود المحتوى، بل صناعة طريق إليه. فالترويج لمحتوى إباحي، أو مقامرة، أو مخدرات، أو غش، أو خطاب كراهية، أو سخرية من المقدسات، لا يساوي من حيث الحكم مجرد المرور العرضي عليه؛ لأنه يتضمن قصداً إلى تكثيره وجلب الجمهور إليه. ومن ثم يكون المسوق، بحسب علمه وقصده ونوع عمله، داخلاً في معنى الإعانة أو الذريعة الممنوعة. (بادوار وآخرون، ٢٠٢٥، د.ص.؛ غريملمان، ٢٠١٥، ص. ٥٦)

ومن أهم صور الذرائع في هذا الباب الإعلانات المتخفية أو التسويق بالعمولة غير المصرح به؛ إذ يظهر المحتوى في صورة تجربة شخصية أو نصيحة أو مراجعة محايدة، بينما هو في الحقيقة إعلان مدفوع أو رابط ربحي. وقد بينت دراسات التسويق الرقمي أن جزءاً كبيراً من محتوى الإحالة لا يتضمن إفصاحاً واضحاً، وأن المستخدمين قد لا يدركون الطبيعة الإعلانية للمنشور. وهذا الخفاء يزيد الإشكال الشرعي إذا كان المنتج أو المحتوى محرماً؛ لأن الذريعة هنا تجمع بين الترويج للمحظور والتلبيس على المتلقي. ولا يقتصر الحكم على أصل الإعلان، بل يتصل أيضاً بطريقة عرضه، ودرجة وضوحه، والفئة المستهدفة، ومدى قدرته على استدراج غير الباحث عن المحرم إلى متابعته أو شرائه. (ماثور ونارايانان وتشيتي، ٢٠١٨، د.ص.؛ لجنة التجارة الفيدرالية، ٢٠٠٩، القسم ٢٥٥-٥)

وإذا كانت قاعدة سد الذرائع تمنع الوسائل المفضية إلى الفساد، فإنها في مجال التسويق الرقمي تحتاج إلى تقدير دقيق لقوة الصلة بين العمل التسويقي والمحتوى المحرم. فمن يصمم هوية بصرية لمنصة محرمة مع علمه بحقيقتها يختلف عن موظف يقدم خدمة عامة في شركة متعددة الأنشطة لا يباشر المحرم ولا يعلم

وجه استعمال عمله. ومن يشتري إعلانات ممولة للمحتوى المحرم يختلف عن مزود خدمة استضافة لا يتدخل في المحتوى إلا بعد البلاغ. ومن يدير حملة مؤثرين للترويج للمقامرة أو الفاحشة يختلف عن من يبيع أداة تقنية عامة. هذا التفصيل يحفظ عدالة الحكم ويمنع الغلو، لكنه لا يلغي المسؤولية حين تكون الصلة مباشرة أو غالبة أو مقصودة. (الزبيدي، ٢٠١٤، ص. ٤٦٤؛ الآمدي، د.ت.، ج. ٣، ص. ٣٠٥)

وتبرز المفسدة في تسويق المحتوى المحرم من جهة التطبيع الاجتماعي؛ إذ لا يكتفي التسويق بإيصال المحتوى، بل يعيد صياغة صورته في الوعي العام، فيظهر المنكر ترفيهاً أو حرية أو ذكاءً أو استثماراً أو جرأة. ومع التكرار والخوارزميات يصبح التعرض المستمر سبباً في ضعف النفرة من المحرم، خصوصاً عند الناشئة أو أصحاب القابلية للتأثر. وهذا المعنى يدخل في باب المآلات؛ لأن الفعل التسويقي قد لا يجبر أحداً على ارتكاب المحرم، لكنه يفتح له الطريق، ويخفف موانعه النفسية والاجتماعية، ويجعله مألوفاً. ومن ثم فإن سد الذرائع هنا لا يعالج محتوى منفرداً، بل يعالج منظومة تأثير تتدرج من الرؤية إلى الألفة، ومن الألفة إلى التجربة، ومن التجربة إلى الاعتياد. (شويرمان وآخرون، ٢٠٢١، د.ص.؛ كلونيك، ٢٠١٨، ص. ١٦٣٥)

ومن التطبيقات المعاصرة لذلك تسويق المقامرة أو المراهنات عبر مؤثرين ومقاطع قصيرة وروابط خصم وأكواد تسجيل. فالمؤثر لا يقدم معلومة محايدة، بل يستثمر ثقة المتابعين وقربه النفسي منهم ليقودهم إلى فعل محرم أو ضار. وإذا كان الجمهور من الشباب، اشتدت الذريعة، لأن تأثير القدوة الرقمية أقوى من الإعلان التقليدي في حالات كثيرة. ولذلك يكون أخذ المال مقابل الترويج لمحتوى محرم داخلاً في باب الإعانة على المحظور، كما يكون تصميم الرسائل التي تخفي حقيقة الرهان أو تضخم احتمالات الربح من الوسائل الممنوعة. وهذا الحكم لا يتوقف على كون المسوق قد راهن بنفسه، لأن الوسيلة المفضية إلى المحرم تمنع إذا كانت مؤثرة ومقصودة. (هيئة المقامرة البريطانية، ٢٠٢٤، د.ص.؛ دروموند وساور، ٢٠١٨، ص. ٥٣١)

وكذلك تسويق المحتوى الفاحش أو المخل بالآداب العامة لا يقتصر ضرره على مشاهدة فردية، بل قد يصنع سوقاً مربحاً قائماً على استثارة الغرائز، واستغلال الضعف، وجذب القاصرين أو غير المحصنين. وفي هذا الموضع تظهر صلة سد الذرائع بحفظ العرض والعقل والدين. فإذا كان نشر الفاحشة محرماً، فإن تحسين ظهورها، وتوسيع جمهورها، وشراء الإعلانات لها، وتقديم خدمات إدارة الحسابات المتخصصة فيها، كلها وسائل ذات صلة قوية بالمحرم. ولا يغير الحكم أن المسوق يصف عمله بأنه تقني أو إعلاني؛ لأن الأوصاف المهنية لا تلغي حقيقة الإعانة إذا كان محل العمل محرماً ظاهراً. وهنا تكون القاعدة أداة لضبط الاقتصاد الرقمي ومنع تحويل المعصية إلى صناعة تسويقية منظمة. (الريسوني، ١٩٩٥، ص. ٧٦-٧٨؛ ابن عاشور، ٢٠٠٤، ص. ٣٦٥)

وتدخل في الباب أيضاً صور تسويق الغش، وبيع الحسابات الوهمية، وتضخيم المتابعين، وصناعة المراجعات المزيفة، والترويج لمواد مسروقة أو مقرصنة، أو دورات احتيالية، أو محتوى يثير الكراهية والعدوان. هذه الصور وإن اختلفت في درجة التحريم والضرر، يجمعها أن التسويق يزيد أثرها ويخدع المتلقي أو يوقعه في ضرر مالي أو معرفي أو أخلاقي. ومن ثم ينبغي بناء سلم أصولي للمسؤولية: ما كان ترويجاً مباشراً لمحرم قطعي منع قطعاً، وما كان ترويجاً لمشتبه أو مختلط نظر فيه بحسب الغلبة، وما كان خدمة عامة بعيدة اكتفي فيها بالسياسات التنظيمية والإزالة عند العلم. وهذا التدرج هو الذي يجعل سد الذرائع منضبطاً لا مرسلاً. (بادوار وآخرون، ٢٠٢٥، د.ص.؛ روبرتس، ٢٠١٩، ص. ٢٠١)

ومن جهة العمل المؤسسي، يمكن ترجمة سد الذرائع إلى سياسات شرعية ومهنية في شركات التسويق وصناعة المحتوى: التحقق من مشروعية المنتج قبل الترويج، رفض حملات المقامرة والفاحشة والخداع، الإفصاح عن الإعلانات والروابط الربحية، عدم استهداف القاصرين بالمحتوى الضار، وضع ضوابط للمؤثرين، وتدقيق الكلمات المفتاحية والصور والروابط. هذه السياسات ليست بديلاً عن الحكم الشرعي، لكنها من وسائل تنفيذه في الواقع الرقمي. وبذلك ينتقل البحث من تقرير نظري إلى اقتراح قابل للتطبيق، وهو ما تحتاجه البحوث القابلة للنشر؛ لأن قوة الدراسة في النوازل تقاس بقدرتها على تحويل القاعدة إلى

ضوابط عملية قابلة للمراجعة والتقويم. (ماثور ونارايانان وتشيتي، ٢٠١٨، د.ص.؛ ماديو وكوين، ٢٠٢٣، د.ص.؛ إيفانز وآخرون، ٢٠١٧، ص. ١٤٦)

وخلاصة هذا المطلب أن تسويق المحتوى المحرم ذريعة مؤثرة حين يكون التسويق مقصوداً إلى تكثير الحرام أو تيسير الوصول إليه أو تحسين صورته أو تحقيق الربح منه. أما الأعمال التقنية العامة فلا تمنع بإطلاق إلا بقدر العلم والقصد والغلبة والقدرة على التمييز والمنع. ومن ثم يكون الحكم الأصولي قائماً على أربعة عناصر: حقيقة المحتوى، وطبيعة العمل التسويقي، وجمهور الاستهداف، ومآل الانتشار. فإذا اجتمعت هذه العناصر على إفضاء راجح إلى المحرم، وجب سد الذريعة حماية للمقاصد، وإن ضعفت الصلة أو غلبت المصلحة المشروعة بقي الأصل في الوسائل على الإباحة مع الضبط. وبهذا يتوازن البحث بين حفظ الدين والأخلاق والمجتمع، وبين عدم تعطيل أدوات التسويق الرقمي النافعة في التعليم والعمل والدعوة والخدمات المشروعة. (القرافي، ١٩٧٣، ص. ٥٠٠؛ بادوار وآخرون، ٢٠٢٥، د.ص.؛ أبو زهرة، د.ت.، ص. ٢٧٠)

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتمّ الصالحات، والصلاة والسلام على رسوله الأمين، وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد: فقد سعى هذا البحث إلى إعادة قراءة قاعدة سدّ الذرائع في ضوء النوازل الرقمية المعاصرة، من خلال تأصيل مفهوم الذريعة وبيان ضوابط إعمالها وصلتها بالمقاصد والمآلات، ثم تنزيلها على ثلاث صور تطبيقية كاشفة هي: الابتزاز الإلكتروني، والمراهنات الرقمية، وتسويق المحتوى المحرّم. وقد تبيّن من خلال مباحث الدراسة أن البيئة الرقمية لم تغيّر حقيقة القاعدة الأصولية ولا أصل اعتبارها، غير أنها ضاعفت قوة الإفضاء إلى المفاسد بفعل سرعة الانتشار، وسعة الوصول، وسهولة التخفي، وصعوبة المحو بعد الوقوع؛ مما يجعل تفعيل القاعدة في هذا الفضاء ضرورة منهجية لحفظ الضروريات الخمس: الدين، والنفس، والعقل، والعرض، والمال.

كما أظهر البحث أن الإعمال الرشيد للقاعدة يقوم على الموازنة الدقيقة بين أصل الإباحة في الوسائل التقنية وبين منع ما غلب إفضاؤه إلى المحرّم؛ بعيدًا عن التوسّع الذي يفضي إلى تعطيل المنافع المشروعة، والتساهل الذي يفتح أبواب الفساد باسم الإباحة الأصلية. وتأكّد أن تحرير المناط في النوازل الرقمية شرط لازم قبل الحكم؛ لأن المناط فيها مركّب من عناصر متعددة: طبيعة التقنية، ونوع المحتوى، وآلية الربح، والفئة المستهدفة، ودرجة الاحتمال، وعِظم الضرر؛ وأن الحكم يدور مع الحقائق والمعاني المؤثرة لا مع الأسماء التجارية والعناوين الدعائية.

وقد خلص البحث إلى جملة من النتائج، تتبعها جملة من التوصيات، على النحو الآتي:

أولًا: النتائج

١. سدّ الذرائع قاعدة أصولية راسخة تستند إلى اعتبار المآلات، وتجسّد البعد الوقائي في التشريع الإسلامي؛ إذ تمنع الوسيلة المباحة في أصلها متى غلب إفضاؤها إلى مفسدة راجحة.

٢. البيئة الرقمية غيّرت مقدار الإفضاء إلى المفسدة لا أصل القاعدة؛ فسرعة الانتشار، وسعة الوصول، وانخفاض كلفة النشر، وصعوبة المحو، تجعل الذريعة الرقمية أسرع إفضاءً وأعظم أثرًا من نظيرتها التقليدية.

٣. الحكم على الوسيلة الرقمية لا يُبنى على اسمها التجاري أو وصفها التقني، بل على حقيقتها المؤثرة وتركيبها العملي: مَن يستعملها، وفي أي سياق، وبأي قصد، وبأي أثر متوقَّع.

٤. الابتزاز الإلكتروني عدوان مركّب يمسّ الضروريات الخمس مجتمعة، ومناط المنع فيه يتحقق بمجرد اتخاذ المادة الخاصة وسيلةَ تهديد وإكراه ولو لم يقع النشر، ويمتد المنع إلى مقدماته من استدراج واختراق وتخزين غير مشروع؛ سدًّا للذريعة قبل استحكامها.

٥. المسؤولية الشرعية في النوازل الرقمية مراتب؛ فلا يستوي الفاعل المباشر والمشارك والمسهّل ومقدِّم الخدمة العامة، بل تُقدَّر بقدر العلم والقصد وغلبة الإفضاء والقدرة على المنع.

٦. المراهنات الرقمية تتحقق فيها حقيقة الميسر متى دفع المستخدم مالًا مقابل احتمال ربحٍ قائم على المخاطرة والغرر، ولا عبرة بالمسميات الدعائية كالتوقّع أو التحدي أو الاستثمار.

٧. الصناديق العشوائية والمشتريات الاحتمالية في الألعاب الإلكترونية ذريعة قوية إلى سلوك الميسر، ولا سيما عند صغار السن؛ وهو ما تؤكده الدراسات الميدانية الحديثة الرابطة بينها وبين المقامرة المشكلة.
٨. الإعلان والترويج للمحرّم ذريعة مستقلة إلى الفساد؛ لأنه يصنع الرغبة، ويطبّع المحظور، ويوسّع جمهوره؛ فيأخذ حكم الإعانة الممنوعة بحسب نوع المحتوى وجمهوره ودرجة صلة العمل التسويقي بالفعل المحرّم.
٩. تسويق المحتوى المحرّم يدور حكمه على أربعة عناصر: حقيقة المحتوى، وطبيعة العمل التسويقي، وجمهور الاستهداف، ومآل الانتشار؛ فإذا اجتمعت على إفضاء راجح إلى المحرّم وجب سدّ الذريعة.
١٠. الإجراءات التقنية الوقائية - كالتحقق من الهوية والعمر، وتقييد الحسابات الوهمية، وحجب وسائل الدفع عن المنصات المحرّمة - ليست مجرد سياسات تنظيمية، بل هي تنزيل عملي معاصر لقاعدة سدّ الذرائع.

ثانيًا: التوصيات

١. دعوة المجامع الفقهية ودور الإفتاء إلى إصدار مدوّنات إرشادية محرَّرة في النوازل الرقمية، تقوم على تحرير المناط ووزن المآلات، بعيدًا عن التعميم في المنع أو الإباحة.
٢. تضمين مقررات أصول الفقه في الجامعات وحدات تطبيقية تعالج النوازل الرقمية؛ بما يصل الدرس الأصولي بالواقع التقني المعاصر ويخرّج باحثين قادرين على تنزيل القواعد على المستجدات.
٣. حثّ المشرّعين في الدول الإسلامية على سنّ تشريعات صريحة تجرّم الابتزاز الإلكتروني ومقدّماته، وتعاقب على التهديد ولو لم يقع النشر، وتكفل حماية الضحايا وتيسير قنوات الإبلاغ الآمن.
٤. مطالبة الجهات الرقابية بتقييد إعلانات المراهنات الرقمية والصناديق العشوائية، وفرض التحقق الفعلي من العمر، وحجب وسائل الدفع عن منصات القمار الإلكتروني؛ إعمالًا لمبدأ الوقاية قبل العلاج.
٥. وضع مواثيق مهنية وشرعية لشركات التسويق وصنّاع المحتوى والمؤثرين، تتضمن التحقق من مشروعية المنتج، والإفصاح عن الإعلانات والروابط الربحية، وعدم استهداف القاصرين.
٦. تعزيز برامج التوعية الرقمية في الأسرة والمدرسة ووسائل الإعلام بمخاطر الابتزاز الإلكتروني والمقامرة الرقمية، وبناء مناعة وقائية لدى الناشئة في التعامل مع الفضاء الرقمي.
٧. تشجيع الدراسات البينية التي تجمع بين الدرس الأصولي والمعرفة القانونية والتقنية والاجتماعية في معالجة النوازل الرقمية؛ لما تقتضيه هذه النوازل من تحرير مركّب للمناط.
٨. توجيه الباحثين إلى استكمال دراسة تطبيقات سدّ الذرائع في مجالات رقمية أخرى، كالذكاء الاصطناعي التوليدي، والعملات المشفرة، والتجارة الإلكترونية، ومنصات التمويل الجماعي.

المصادر والمراجع

بعد القرآن الكريم
1. ابن تيمية، أحمد بن عبد الحليم. (١٩٩٨). بيان الدليل على بطلان التحليل (حمدي عبد المجيد السلفي، تحقيق؛ ط. ١). المكتب الإسلامي.
2. ابن عاشور، محمد الطاهر. (٢٠٠٤). مقاصد الشريعة الإسلامية (محمد الحبيب ابن الخوجة، تحقيق). وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية.
3. ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر بن أيوب. (١٩٩١). إعلام الموقعين عن رب العالمين (محمد عبد السلام إبراهيم، تحقيق؛ ط. ١). دار الكتب العلمية.
4. ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر بن أيوب. (د.ت.). إغاثة اللهفان من مصايد الشيطان (محمد حامد الفقي، تحقيق). مكتبة المعارف.
5. أبو زهرة، محمد. (د.ت.). أصول الفقه. دار الفكر العربي.
6. الآمدي، علي بن أبي علي بن محمد. (د.ت.). الإحكام في أصول الأحكام (عبد الرزاق عفيفي، تحقيق). المكتب الإسلامي.
7. إيفانز، وآخرون. (٢٠١٧). الإفصاح عن إعلانات المؤثرين. مجلة الإعلان التفاعلي.

8. بادوار، وآخرون. (٢٠٢٥). مقدمة العدد الخاص بضبط المحتوى في المنصات الرقمية. مجلة مراجعة سياسات الإنترنت.
9. البرهاني، محمد هشام. (١٩٨٥). سد الذرائع في الشريعة الإسلامية (ط. ١). مطبعة الريحاني.
10. جامعة المستقبل. (٢٠٢٤). الابتزاز الإلكتروني. مقالة علمية منشورة.
11. الجنيدي، عبد الله بن شاكر. (٢٠٠٢). سد الذرائع في مسائل العقيدة على ضوء الكتاب والسنة الصحيحة. مجلة الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، ٣٤(١١٤).
12. حجازي، عبد الفتاح بيومي. (٢٠٠٧). جرائم الكمبيوتر والإنترنت. دار الكتب القانونية.
13. دروموند، وساور. (٢٠١٨). صناديق الغنائم في ألعاب الفيديو شبيهة نفسيًا بالمقامرة. مجلة نيتشر للسلوك البشري.
14. ديريفينسكي، وغوبتا. (٢٠٠٤). مشكلات المقامرة لدى الشباب: منظورات نظرية وتطبيقية. دار كلوير الأكاديمية.
15. راي، وآخرون. (٢٠٢٤). الابتزاز الجنسي الإلكتروني: مراجعة استكشافية. دراسة محكمة.
16. روبرتس، سارة. (٢٠١٩). خلف الشاشة: ضبط المحتوى في ظلال وسائل التواصل الاجتماعي. مطبعة جامعة ييل.
17. الريسوني، أحمد. (١٩٩٥). نظرية المقاصد عند الإمام الشاطبي (ط. ٤). المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
18. الزبيدي، بلقاسم بن ذاكر بن محمد. (٢٠١٤). الاجتهاد في مناط الحكم الشرعي: دراسة تأصيلية تطبيقية (ط. ١). مركز تكوين للدراسات والأبحاث.
19. الزركشي، محمد بن عبد الله بن بهادر. (١٩٩٤). البحر المحيط في أصول الفقه (ط. ١). دار الكتبي.
20. زِندل، وآخرون. (٢٠١٩). المراهقون وصناديق الغنائم: الصلة بالمقامرة المشكلة ودوافع الشراء. مجلة الجمعية الملكية للعلوم المفتوحة.
21. زِندل، وكيرنز. (٢٠١٨). صناديق الغنائم في ألعاب الفيديو مرتبطة بمشكلات المقامرة. مجلة بلوس ون.
22. زيدان، عبد الكريم. (٢٠٠٦). الوجيز في أصول الفقه. مؤسسة الرسالة.
23. الشاطبي، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي. (١٩٩٧). الموافقات (مشهور بن حسن آل سلمان، تحقيق؛ ط. ١). دار ابن عفان.
24. الشوكاني، محمد بن علي بن محمد. (١٩٩٩). إرشاد الفحول إلى تحقيق الحق من علم الأصول (أحمد عزو عناية، تحقيق؛ ط. ١). دار الكتاب العربي.
25. شويرمان، موريسا، وآخرون. (٢٠٢١). إطار لتصنيف شدة المحتوى الضار عبر الإنترنت. وقائع جمعية الحوسبة في التفاعل بين الإنسان والحاسوب.
26. الطوفي، سليمان بن عبد القوي بن الكريم. (١٩٨٧). شرح مختصر الروضة (عبد الله بن عبد المحسن التركي، تحقيق؛ ط. ١). مؤسسة الرسالة.
27. العز بن عبد السلام، عبد العزيز بن عبد السلام السلمي. (١٩٩١). قواعد الأحكام في مصالح الأنام. مكتبة الكليات الأزهرية.
28. غريفيثس، مارك. (١٩٩٥). المقامرة لدى المراهقين. دار روتليدج.
29. غريملمان، جيمس. (٢٠١٥). فضائل الإشراف على المحتوى. مجلة ييل للقانون والتقنية.
30. الغزالي، محمد بن محمد. (١٩٧١). شفاء الغليل في بيان الشبه والمخيل ومسالك التعليل (حمد الكبيسي، تحقيق؛ ط. ١). مطبعة الإرشاد.
31. الغزالي، محمد بن محمد. (١٩٩٣). المستصفى من علم الأصول (محمد عبد السلام عبد الشافي، تحقيق؛ ط. ١). دار الكتب العلمية.
32. غيليسبي، تارلتون. (٢٠١٨). أوصياء الإنترنت: المنصات وضبط المحتوى وقرارات تشكيل وسائل التواصل الاجتماعي. مطبعة جامعة ييل.

33. الفاسي، علال. (١٩٩٣). مقاصد الشريعة الإسلامية ومكارمها (ط. ٥). دار الغرب الإسلامي.
34. القرافي، أحمد بن إدريس الصنهاجي. (١٩٧٣). تنقيح الفصول في علم الأصول (طه عبد الرؤوف سعد، تحقيق؛ ط. ١). شركة الطباعة الفنية المتحدة.
35. القرافي، أحمد بن إدريس الصنهاجي. (د.ت.). الفروق: أنوار البروق في أنواء الفروق. عالم الكتب.
36. كلونيك، كيت. (٢٠١٨). الحكام الجدد: الأشخاص والقواعد والعمليات التي تحكم الخطاب عبر الإنترنت. مجلة هارفارد لو ريفيو.
37. كينغ، وديلفابرو. (٢٠١٨). مخططات تحقيق الدخل الافتراسية في ألعاب الفيديو. مجلة الإدمان.
38. لجنة التجارة الفيدرالية. (٢٠٠٩). إرشادات استخدام التزكيات والشهادات في الإعلان.
39. ماثور، ونارايانان، وتشيتي. (٢٠١٨). التزكيات في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في إفصاحات التسويق بالعمولة.
40. ماديو، وكوين. (٢٠٢٣). الإشراف على المحتوى والإعلان في منصات التواصل الاجتماعي. دراسة محكمة.
41. المجلة الدولية لإعادة التأهيل النفسي والاجتماعي. (٢٠٢٠). الأبعاد الاجتماعية للابتزاز الإلكتروني في وسائل التواصل الاجتماعي.
42. المصري، رفيق يونس. (١٩٩٣). الميسر والقمار: المسابقات والجوائز (ط. ١). دار القلم.
43. هيئة المقامرة البريطانية. (٢٠٢٤). الشباب والمقامرة: التقرير الإحصائي الرسمي.
44. وولاك، جانيس، وفينكلهور، ديفيد. (٢٠١٦). الابتزاز الجنسي: نتائج مسح شمل ١٦٣١ ضحية. مركز أبحاث الجرائم ضد الأطفال.
45. ويتس، بنجامين، وآخرون. (٢٠١٦). الابتزاز الجنسي: الأمن السيبراني والمراهقون والاعتداء الجنسي عن بُعد. معهد بروكينغز.

References

1. Abu Zahrah, Muhammad. (n.d.). *Principles of Islamic jurisprudence*. Dar al-Fikr al-Arabi.
2. Al-Amidi, Ali ibn Abi Ali ibn Muhammad. (n.d.). *Al-Ihkam fi usul al-ahkam* [Precision in the principles of legal rulings] (Abd al-Razzaq Afifi, Ed.). Al-Maktab al-Islami.
3. Al-Burhani, Muhammad Hisham. (1985). *Blocking the means in Islamic law* (1st ed.). Al-Rayhani Press.
4. Al-Fasi, Allal. (1993). *The objectives and noble values of Islamic law* (5th ed.). Dar al-Gharb al-Islami.
5. Al-Ghazali, Muhammad ibn Muhammad. (1971). *Healing the doubtful in explaining analogical indications and methods of reasoning* (Hamad al-Kubaisi, Ed.; 1st ed.). Al-Irshad Press.
6. Al-Ghazali, Muhammad ibn Muhammad. (1993). *Al-Mustasfa min ilm al-usul* [The essentials of the science of legal theory] (Muhammad Abd al-Salam Abd al-Shafi, Ed.; 1st ed.). Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
7. Al-Junaidi, Abdullah ibn Shakir. (2002). Blocking the means in matters of creed in light of the Qur'an and the authentic Sunnah. *Journal of the Islamic University of Madinah, 34*(114).
8. Al-Masri, Rafiq Yunus. (1993). *Games of chance and gambling: Competitions and prizes* (1st ed.). Dar al-Qalam.

9. Al-Mustaqbal University. (2024). Cyber extortion. Published scientific article.
10. Al-Qarafi, Ahmad ibn Idris al-Sanhaji. (1973). *Refining the chapters in the science of legal theory* (Taha Abd al-Raouf Saad, Ed.; 1st ed.). United Technical Printing Company.
11. Al-Qarafi, Ahmad ibn Idris al-Sanhaji. (n.d.). *Al-Furuq: The shining lights in the varieties of legal distinctions*. Alam al-Kutub.
12. Al-Raysuni, Ahmad. (1995). *The theory of objectives according to Imam al-Shatibi* (4th ed.). International Institute of Islamic Thought.
13. Al-Shatibi, Ibrahim ibn Musa ibn Muhammad al-Lakhmi. (1997). *Al-Muwafaqat* [The correspondences] (Mashhur ibn Hasan Al Salman, Ed.; 1st ed.). Dar Ibn Affan.
14. Al-Shawkani, Muhammad ibn Ali ibn Muhammad. (1999). *Guiding the scholars to the realization of truth in the science of legal theory* (Ahmad Azzu Inayah, Ed.; 1st ed.). Dar al-Kitab al-Arabi.
15. Al-Tufi, Sulayman ibn Abd al-Qawi ibn al-Karim. (1987). *Commentary on Mukhtasar al-Rawdah* (Abdullah ibn Abd al-Muhsin al-Turki, Ed.; 1st ed.). Al-Resalah Foundation.
16. Al-Zarkashi, Muhammad ibn Abdullah ibn Bahadur. (1994). *Al-Bahr al-muhit fi usul al-fiqh* [The encompassing sea in the principles of Islamic jurisprudence] (1st ed.). Dar al-Kutubi.
17. Al-Zubaidi, Belqasim ibn Dhakir ibn Muhammad. (2014). *Ijtihad in identifying the effective cause of legal rulings: A foundational and applied study* (1st ed.). Takween Center for Studies and Research.
18. Badwar et al. (2025). Introduction to the special issue on content moderation on digital platforms. *Internet Policy Review*.
19. Derevensky, J., & Gupta, R. (2004). *Youth gambling problems: Theoretical and applied perspectives*. Kluwer Academic Publishers.
20. Drummond, A., & Sauer, J. D. (2018). Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. *Nature Human Behaviour*.
21. Evans et al. (2017). Disclosing influencer advertisements. *Journal of Interactive Advertising*.
22. Federal Trade Commission. (2009). *Guides concerning the use of endorsements and testimonials in advertising*.
23. Gambling Commission. (2024). *Young people and gambling: Official statistics report*.
24. Gillespie, Tarleton. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
25. Griffiths, Mark. (1995). *Adolescent gambling*. Routledge.
26. Grimmelmann, James. (2015). The virtues of moderation. *Yale Journal of Law and Technology*.

27. Hijazi, Abd al-Fattah Bayoumi. (2007). *Computer and Internet crimes*. Dar al-Kutub al-Qanuniyyah.
28. Ibn Ashur, Muhammad al-Tahir. (2004). *Objectives of Islamic law* (Muhammad al-Habib Ibn al-Khoja, Ed.). Ministry of Awqaf and Islamic Affairs.
29. Ibn Qayyim al-Jawziyyah, Muhammad ibn Abi Bakr ibn Ayyub. (1991). *Informing the signatories on behalf of the Lord of the Worlds* (Muhammad Abd al-Salam Ibrahim, Ed.; 1st ed.). Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
30. Ibn Qayyim al-Jawziyyah, Muhammad ibn Abi Bakr ibn Ayyub. (n.d.). *Relief for the distressed from the traps of Satan* (Muhammad Hamid al-Fiqi, Ed.). Maktabat al-Maarif.
31. Ibn Taymiyyah, Ahmad ibn Abd al-Halim. (1998). *Clarifying the evidence for the invalidity of tahlil* (Hamdi Abd al-Majid al-Salafi, Ed.; 1st ed.). Al-Maktab al-Islami.
32. International Journal of Psychosocial Rehabilitation. (2020). The social dimensions of cyber extortion on social media.
33. Izz al-Din ibn Abd al-Salam, Abd al-Aziz ibn Abd al-Salam al-Sulami. (1991). *Legal maxims concerning the interests of humankind*. Maktabat al-Kulliyyat al-Azhariyyah.
34. King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Predatory monetization schemes in video games. *Addiction*.
35. Klonick, Kate. (2018). The new governors: The people, rules, and processes governing online speech. *Harvard Law Review*.
36. Madio, and Quinn. (2023). Content moderation and advertising on social media platforms. Peer-reviewed study.
37. Mathur, Narayanan, and Chetty. (2018). Endorsements on social media: A study of affiliate marketing disclosures.
38. Ray et al. (2024). Cyber sextortion: A scoping review. Peer-reviewed study.
39. Roberts, Sarah T. (2019). *Behind the screen: Content moderation in the shadows of social media*. Yale University Press.
40. Scheuerman, Marisa, et al. (2021). A framework for classifying the severity of harmful online content. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*.
41. Wittes, Benjamin, et al. (2016). *Sextortion: Cybersecurity, teenagers, and remote sexual assault*. Brookings Institution.
42. Wolak, Janis, & Finkelhor, David. (2016). *Sextortion: Findings from a survey of 1,631 victims*. Crimes Against Children Research Center.
43. Zaydan, Abd al-Karim. (2006). *A concise introduction to the principles of Islamic jurisprudence*. Al-Resalah Foundation.
44. Zendle et al. (2019). Adolescents and loot boxes: Links with problem gambling and motivations for purchase. *Royal Society Open Science*.

45. Zendle, D., & Cairns, P. (2018). Video game loot boxes are linked to problem gambling. *PLOS ONE*.