جامعة الأزهر
كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية
كلية معتمدة من الهيئة القومية لضمان جودة التعليم

الأحكام المتعلقة بالرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها القانوني

إعداد

د. محمد بن معيض آل دوّاس الشهراني

أستاذ الفقه المشارك بقسم الدراسات الإسلامية
كلية العلوم والدراسات الإنسانية بالقويعية جامعة شقراء

مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية العدد الثالث والأربعون، لعام ١٤٤٥هـ يونيو ٢٠٢٤م والمودعة بدار الكتب تحت رقم ٢٠٢٤/٦١٥٧ والترقيم الدولي الطباعي I.S.S.N 2974-4660 و The Online ISSN 2974-4679

الأحكام المتعلقة بالرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها القانوني

محمد بن معيض آل دوّاس الشهراني

قسم الدراسات الإسلامية، كلية العلوم والدراسات الإنسانية بالقويعية، جامعة شقراء، السعودية

البريد الالكتروني: dr. m. dawas@su. edu. sa

ملخص البحث:

العنوان: "الأحكام المتعلقة بالرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها القانوني"، يهدف البحث إلى بيان الأحكام الفقهية المتعلقة بالرموز التعبيرية، ومعرفة موقف القانون من القضايا المرتبطة بتلك الرموز في مسائل العقود والجرائم الجنائية.

وقد توصل الباحث إلى نتائج أبرزها: أن حكم استخدام الرموز التعبيرية الأصل فيه الإباحة، وأنها وسيلة ولها حكم المقاصد، وتعتريها الأحكام الخمسة، وأن استخدام الوجوه التعبيرية جائز إلا ما كان فيه ما يخالف الشرع، وأن كل رمز ثبت اختصاصه بعبادة في ديانة غير الإسلام وتوفرت فيه شروط التشبّه المحرم فاستخدامه حرام، وإلا فيبقى على الأصل في التصرفات والمعاملات وهو الإباحة ما لم يرد نص بتحريمها، وأن الرموز التعبيرية قد تكون وسيلة مستقلة في التعبير عن الإرادة في العقود إن شهد له العرف، ولم يتطرق الشك إلى رضى المتعاقدين،

وأما استخدام الرموز التعبيرية في إثبات الجرائم فقد تكون قرينة قوية ومقبولة عند وضوحها وانتفاء الشك في دلالتها، ولكن لا ترقى لأن تكون دليلاً مستقلاً بذاتها في إثبات الجرائم، وأما في الحدود والقصاص فهي قرينة ضعيفة؛ لما في الرموز التعبيرية من الاختلاف في المعنى، والحدود تدرأ بالشبهات.

ويوصي البحث الأنظمة والقوانين بالتنصيص على الاعتداد بالرموز التعبيرية في مسائل العقود إن أيّدها العرف، ولم يتطرق لها الشك، وإجراء مزيد من الدراسات الميدانية حول استخدامها.

الكلمات المفتاحية: الأحكام، الرموز ، التعبيرية، الإيموجي، الوسائل، التواصل، الاجتماعي، القانون.

Provisions related to emojis in social media and their legal impact

Mohammad bin Moeid Al Dawwas Al-Shahrani
Department of Islamic Studies، College of Sciences and Humanities in Al-Quwayiyah، Shaqra University، Saudi Arabia.
Email: dr. m. dawas@su. edu. sa

ABSTRACT:

Title: "Provisions related to emoji symbols in social media and their legal impact." The research aims to clarify the jurisprudential provisions related to emoji symbols، and to know the position of the law on issues related to those symbols in matters of contracts and criminal crimes.

The researcher reached results، the most notable of which are: that the ruling on using emojis is essentially permissible، that they are a means and have the ruling on objectives، and are subject to the five rulings، and that the use of emojis is permissible.

Except for what is in it that contradicts the Sharia، and that every symbol that has been proven to be specific to worship in a religion other than Islam and that fulfills the conditions for forbidden imitation، then its use is

forbidden. Otherwise، the principle remains in actions and transactions، which is permissibility unless there is a text prohibiting doubt about their significance، but they do not amount to being independent evidence in and of themselves in proving crimes، and as for the limits Retaliation is a weak evidence. Because there is a difference in meaning in emoji symbols، and borders are avoided by suspicions.

The research recommends that regulations and laws stipulate that emojis should be used in contract matters if they are supported by custom and are not subject to doubt، and to conduct further field studies on their use.

Keywords: provisions، symbols، expressive، emoji، means، communication، social، law.

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على خير الخلق أجمعين، سيد ولد آدم من الأولين والآخرين، وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

فإن الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي أصبح واقعاً ملموساً في حياتنا اليومية حتى طال شتى مجالات الحياة التربوية والاقتصادية والاجتماعية، وصاحب هذا الانتشار الكبير تطور هائل في تكنولوجيا الاتصالات إلى بروز أساليب تواصل جديدة انتشرت بشكل كبير في أوساط الناس تسمى «وسائل التواصل الاجتماعي»، حيث تشير بعض الدراسات أن هذا النشاط يحتل المرتبة الأولى على شبكة المعلومات (الإنترنت،) وأصبح الناس يمضون وقتاً أطول على مواقع التواصل الاجتماعي، أكثر من أي مواقع أخرى على الشبكة المعلوماتية، على سبيل المثال: يظهر التحليل التفصيلي الذي أجراه فريق كيبيوس أن هناك ٥.٠٤ مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حول العالم في يناير ٢٠٢٤، أي ما يعادل ٦٢.٣ % من إجمالي سكان العالم(١)، وبحسب موقع (the global statistics)، فإن عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي النشطين في المملكة العربية السعودية يصل إلى ٢٩.١٠ مليون مستخدم، ٧٩.٣٪ من

(١) انظر: إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي العالمية، على الرابط: https: //n9.cl/6oryw2.

إجمالي عدد السكان(١).

وقد اقترن هذا النشاط المتسارع بأشكال وأنواع للتواصل المكتوبة، والمرسومة، وبرزت معها أنماط لغوية مستحدثة بين المستخدمين، كان من أبرزها «الرموز التعبيرية» أو ما يطلق عليه بـ(Emoji)، حيث تعتبر هذه الرموز هي الوجه الآخر للاتصال غير اللفظي، فهي تعادل لغة الجسد من إيماءات وحركات وإيحاءات، بحيث يبدو سائغاً القول إن الرموز التعبيرية شكّلت قفزة نوعية في مجال اللغة والاتصال، غير أن استخدام تلك الرموز قد يترتب عليه الوقوع في الحرام، ولبعضها آثار ضارة وتبعات قانونية وسلوكيات إجرامية التي يمكن أن تتحقق من خلال استخدام هذه الرموز، الأمر الذي يبدو معه من الضروري التأكيد على التنبّه عند استخدام الرموز التعبيرية، واستخدام الرموز التي تتوافق مع الأحكام الشرعية ومنظومة القيم والقانون في المجتمع؛ لذلك جاء هذا البحث بعنوان: «الأحكام المتعلقة بالرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها القانوني».

أهمية الموضوع:

إضافة لما تقدم فإن أهمية الموضوع تتضح من خلال ما يلي:

١- في هذا البحث بيان لأحكام فقهية في جانب مهم من خدمات وسائل التواصل الاجتماعي، وهي الرموز التعبيرية، وذكر تفاصيل لمسائل استحوذت على معظم المستخدمين وتعريفهم بحكم الشرع فيها.

٢- أنه يسهم في شرح وتوضيح بعض مواد «نظام الجرائم الإلكترونية»،

(١) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.

وفيه تحذير للمستخدمين من التساهل في استخدام الرموز التعبيرية في مسائل المعاملات كالتعبير عن الإرادة في العقود.

٣- كما يسهم في توضيح «نظام مكافحة التحرش»، ببيان متى يعتبر استخدام الرموز التعبيرية من التحرش، وبيان العقوبة القانونية للحد من هذه الظاهرة، وتحذير المستخدمين المتساهلين في استخدامهم لتلك الرموز.

مشكلة البحث وأسئلته:

إن انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين الناس، واستخدامها بشكل أساسي في حياتهم مما جعلها تدخل في جميع شؤونهم الدينية والدنيوية والأخلاقية، وهذا بلا شك سهّل معيشة الناس واستفاد الناس منها في التواصل مع بعضهم البعض، ولكن هذا التواصل تطور كثيراً وأنتج نوعاً جديداً في التعبير والتواصل، فعرف ما يسمى بالرموز التعبيرية، التي صحب استخدامها مميزات كثيرة، وفي مقابل ذلك سلبيات عديدة، منها ما يتعلق بالحلال والحرام والأحكام التكليفية، ومنها ما يتعلق بقضايا المعاملات والعقود والإثبات وغير ذلك، ويشهد لذلك الكثير من القضايا التي كان للرموز التعبيرية أثر في ظهورها في المحاكم المحلية والعالمية، فتكلم الباحثون والمهتمون عنها وعن مدى أثرها على الأحكام والقوانين؛ لأجل ذلك كان هذا البحث للوقوف على أحكام استخدام تلك الرموز، وبيان أثرها القانوني، ويمكن صياغة مشكلته في السؤال الرئيس التالي: ما الأحكام المتعلقة بالرموز التعبيرية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي؟ ويتفرع عليه الأسئلة التالية:

١- ما المقصود بالرموز التعبيرية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي؟
٢- ما مدى انتشارها وتأثيرها في وسائل التواصل الاجتماعي؟
٣- ما حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي؟

٤- ما مدى تأثير الرموز التعبيرية على قضايا العقود والاعتداد بها في التعبير عن الإرادة؟

٥- ما مدى حجيّة الرموز التعبيرية في إثبات في الجرائم الجنائية؟

أهداف البحث:

١. التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي.

٢. بيان أهمية الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها.

٣. معرفة حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي.

٤. بيان مدى الاعتداد بالرموز التعبيرية في التعبير عن الإرادة في مسائل العقود وأثرها القانوني.

٥. بيان مدى حجية الرموز التعبيرية في إثبات في الجرائم الجنائية وأثرها القانوني.

حدود البحث:

يقتصر البحث على دراسة الرموز التعبيرية وذكر الأحكام الفقهية المتعلقة باستخدامها في وسائل التواصل الاجتماعي، وبيان أثره في القانون السعودي دون الدخول في تفاصيل النقاش القانوني والاكتفاء بما يترتب عليه استخدام تلك الرموز في قضايا التعبير عن الإرادة في العقود ومسائل الإثبات في الجرائم؛ لأنها أوضح المسائل التي تكلم عنها الباحثون والمهتمون فيما يتعلق بالرموز التعبيرية، وما يقال فيها يقاس عليه في غيرها.

منهج البحث:

استخدم الباحث المنهج الوصفي والاستنباطي، حيث يصف البحث ظاهرة انتشار استخدام الرموز التعبيرية، ثم استخراج الأحكام المتعلقة باستخدامها وبيان

أحكامها الفقهية، والاستفادة من المنهج المقارن بعرض تلك المسائل على القانون وبيان مدى أثرها.

الدراسات السابقة:

هناك بعض الدراسات تتعلق بالرموز التعبيرية، ولكنها في الجانب القانوني، ولم أجد من أفرد بحثاً لدراسته من الجانب الفقهي وجمع الأحكام المتعلقة به، وبيان أثرها القانوني، ومن أبرز تلك البحوث:

١- بحث: «التعاقد بالرموز التعبيرية - دراسة تحليلية مقارنة»، لفتحي علي فتحي، منشور في مجلة الرافدين للحقوق، المجلد ٢٤، العدد ٨٦، ٢٠٢٤م، ويلاحظ من العنوان أنه تناول جزءاً من الموضوع وهو التعاقد، ومن ناحية قانونية فقط، ولم يشر لأي مسألة أخرى متعلقة بالموضوع.

٢- بحث بعنوان: «القانون والقضاء في عالم متغير الرموز التعبيرية»، لأحمد عبد الظاهر، منشور على موقع نقابة المحامين المصرية، بتاريخ: ١٨ يوليو ٢٠٢٣م[١]، وهذا البحث أيضاً يتكلم على الرموز التعبيرية من ناحية قانونية.

٣- بحث بعنوان: «واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية»، لفيصل العنزي، منشور على الإنترنت، فهرس مكتبة الملك فهد الوطنية، رقم الإيداع: ١٥٧/ ١٤٤٢، تاريخ ٢٠٢٠م، وهذا يدرس الرموز التعبيرية من ناحية إعلامية، ويشترك مع بحثي في المقدمات والتعاريف، ولم يتطرق

(١) انظر البحث على الرابط: https: //n9. cl/v21ky.

لمسائل الأحكام.

خطة البحث:

يتكون البحث من مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة وفهرس المصادر والمراجع:

- **المبحث الأول**: **التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها.**
  - المطلب الأول: التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي
  - المطلب الثاني: مدى أهمية الرموز التعبيرية وسرعة انتشارها وتأثيرها
- **المبحث الثاني: حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي.**
  - المطلب الأول: حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
  - المطلب الثاني: حكم استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي.
    - المسألة الأولى: استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي.
    - المسألة الثاني: حكم استخدام رمز القلب في وسائل التواصل الاجتماعي.
    - المسألة الثالثة: حكم استخدام رمز اليدين المطويتين أو المضغوطتين لأعلى.
- **المبحث الثالث: التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في العقود وحجيتها في إثبات الجرائم.**
  - المطلب الأول: التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في العقود.
  - المطلب الثاني: مدى حجية الرموز التعبيرية في إثبات الجرائم الجنائية.
  - الخاتمة: وفيها أهم النتائج والتوصيات.
  - فهرس المصادر والمراجع.

المبحث الأول: التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي.

أولاً: التعريف بالرموز التعبيرية:

من الأمور الشائعة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي استخدام ما يُعرف بالرموز التعبيرية أو"الإيموجي" أو "الإنمي".

والإيموجي (Emoji]): مصطلح ياباني الأصل ويعني اصطلاحًا الصور الرمزية أو الوجوه الضاحكة المستخدم في كتابة الرسائل الإلكترونية وصفحات الويب، أصل الكلمة هو نحت من كلمتي e والتي تعني صورة، و moji التي تعني حرف أو رمز، تم إنشاء الرموز التعبيرية للمساعدة على تسهيل الاتصال الإلكتروني، والحصول على استخدام أكثر تفاعلاً بشكل رقمي، ثم وضعت في قاموس مصطلحات تعبيرية عبر الإنترنت المصنف إلى فئات، كتعبيرات مزاجية وأعلام واحتفالات والرياضة... وتم تسجيل تلك التصميمات أول مرة عام ١٩٩٧ في مكتب حقوق الطبع والنشر بالولايات المتحدة ثم نشرت هذه الرموز في عام ١٩٩٨، لتصبح الرموز الرسومية الأولى المستخدمة الأولى في التقنية على الإطلاق(١).

والإنمي (anime) هو: فن ياباني مشهور يعتمد على الرسوم والصورة في

(١) انظر: الموسوعة الحرة ويكيبيديا: https: //n9. cl/ufmp9.

توصيل الفكرة والمعنى، ويخاطب جميع شرائح الجمهور بمختلف أعمارهم وفي مختلف القضايا، ويقوم أساساً على خليط من الخيال والأوهام والصراعات، ويدمج بالمعتقدات الدينية والأساطير الشعبية؛ وهو يشمل الرسوم اليدوية الثابتة ورسوم الكمبيوتر المتحركة أو الحية، اشتهر في عام ١٩٦٠م وانتشر خارج اليابان في عام ١٩٨٠م وتتطور بشكل سريع، ويدخل اليوم في مختلف أنواع المنتجات الإعلامية من الأفلام والألعاب والإعلانات التجارية، وكلمة "إنمي" تعني الرسوم المتحركة وقد تطلق أحياناً على كل شي مرسوم(١).

ويمكن تعريف الرموز التعبيرية بأنها: أيقونات رقمية شائعة أو صور تخيلية غير حقيقية، يمكن أن تكون على شخصيات مصورة أو رسوم توضيحية وتُستخدم هذه الرسومات للتعبير عن المشاعر بإدراج وَجْه ضاحك أو حزين أو غاضب أو خجول أو وَجْه يرسل القُبلات، وكل ذلك للتعبير عن الرفض أو السخرية أو التهكم أو الإعجاب بصاحب المنشور أو الحب له أو الابتسامة له أو الرضا عنه أو التقدير له ونحو ذلك من المعاني التي تحملها تلك الرسومات(٢).

ثانياً: التعريف بوسائل التواصل الاجتماعي:

المقصود بـ"وسائل التواصل الاجتماعي": مجموعة من المنصات والتطبيقات والصفحات الرقمية التي تبث عبر شبكة الإنترنت، وتهدف إلى إنشاء روابط بين أشخاص يتشاركون أنشطة أو مصالح مشتركة، وتتيح لهم العديد من الميزات لتساعدهم على بث المعارف والثقافات والأفكار وتبادلها، وتحفزهم على التفاعل

(١) انظر: الموسوعة الحرة ويكيبيديا: https: //n9. cl/syfzl.
(٢) انظر: الأحكام الفقهية للحوار والتواصل الإلكتروني، ليسين مخدوم (ص٢٤٣)، التعاقد بالرموز التعبيرية لفتحي علي فتحي (ص٤٤).

فيما بينهم(١).

مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي:

يظهر التحليل التفصـــيلي الذي أجراه فريق كيبيوس أن هناك ٥.٠٤ مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي حول العالم في يناير ٢٠٢٤، أي ما يعادل ٦٢.٣ بالمئة من إجمالي سكان العالم(٢).

كما تشير الإحصاءات إلى أن عدد المستخدمين النشطين لأكبر وأهم وسائل التواصل الاجتماعي في العالم في أكتوبر ٢٠٢٣م كما يلي(٣):

المنصة الاجتماعية	عدد المستخدمين النشطين بالمليار
فيسبوك	3.049
يوتيوب	2.491
واتساب	2.0
إنستغرام	2.0
تيك توك	1.562
وي تشات	1.036
تيليغرام	0.8
سناب شات	0.75
X	0.666

وفي أحدث البيانات والتقارير الأساسية للاستخدام الرقمي في المملكة العربية

(١) انظر: أضواء على حجية الرسائل في الإثبات في مواقع التواصل الاجتماعي، لعلي السيد (ص٩٥٨).

(٢) انظر: إحصـــائيات وســـائل التواصـــل الاجتماعي العالمية، على الرابط: https: //n9. cl/6oryw2.

(٣) انظر: إحصـــائيات مواقع التواصـــل الاجتماعي ٢٠٢٤، على الرابط: https: //www. createprofitableblog. com/tiktok-users/.

السعودية بحسب موقع (the global statistics)، فإن عدد مستخدمي الإنترنت في عام ٢٠٢٤م بلغ نحو ٣٦.٣١ مليوناً، أي أكثر من ٩٩٪ من إجمالي عدد السكان البالغ عددهم ٣٦.٦٨ مليون نسمة.

كما أشار الموقع إلى أن عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي النشطين في المملكة العربية السعودية يصل إلى ٢٩.١٠ مليون مستخدم، ٧٩.٣٪ من إجمالي عدد السكان، ونشر الموقع تقريراً لأشهر وأكثر التطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي استخدامًا في المملكة العربية السعودية لعام ٢٠٢٤م، وذلك كما يلي(١):

أعلى منصات الشبكات الاجتماعية	المستخدمون النشطون (بالمليون)
واتساب	30.39
انستغرام	27.88
سناب شات	25.01
تويتر	24.94
تيك توك	24.54
فيسبوك	24.03

وهذا تعريف موجز بتلك المواقع:

أولاً: واتساب WhatsApp:

هو تطبيق مراسلة، يسمح للمستخدمين بإرسال رسائل نصية وصوتية، وإجراء المكالمات ومشاركة الصور والمستندات ومواقع المستخدمين والوسائط الأخرى والتفاعل

(١) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.

معها، تأسس في عام ٢٠٠٩ من قبل الأمريكي بريان أكتون والأوكراني جان كوم وكلاهما من الموظفين السابقين في موقع ياهو، ثم استحوذت عليها فيسبوك في فبراير ٢٠١٤، وأصبح تطبيق المراسلة الأكثر شعبية في العالم، وهو أحد التطبيقات التي تمتلكها ميتا، ويستخدمه أكثر من ملياري شخص في أكثر من ١٨٠ دولة(١).

ويعتبر واتساب أكثر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المملكة العربية السعودية، حيث تشير الأرقام بحسب موقع (the global statistics)، أن عدد المستخدمين النشطين في واتساب في المملكة العربية السعودية لعام ٢٠٢٤م، بلغ ٣٠.٣٩ مليون مستخدم(٢).

ثانياً: إنستغرام Instagram:

هو عبارة عن تطبيق مجاني لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو، يمكن للأشخاص تحميل الصور أو مقاطع الفيديو على خدمتنا ومشاركتها مع متابعيهم أو مع مجموعة محددة من الأصدقاء، يمكنهم أيضًا عرض المنشورات التي شاركها أصدقاؤهم على Instagram والتعليق عليها والإعجاب بها، مملوكة من قبل شركة ميتا، أسسه كيفن سيستروم، ومايك كرايغر، أطلقت لأول مرة في أكتوبر ٢٠١٠م(٣).

ويُعد إنستغرام من أكثر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المملكة العربية السعودية، حيث تشير الأرقام بحسب موقع (the global

---

(١) انظر: موقع واتساب، على الرابط https: //www. whatsapp. com/stayconnected.

(٢) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.
./https: //www. theglobalstatistics. com/saudi-arabia-social-media-users

(٣) انظر موقع إنستغرام، على الرابط: https: //help. instagram. com/424737657584573/?helpref=uf_share.

statistics)، أن عدد المستخدمين النشطين في إنستغرام لعام ٢٠٢٤م، بلغ ٢٧.٨٨ مليون مستخدم(١).

ثالثاً: سناب شات Snapchat:

هو تطبيق تواصل اجتماعي، صُنع خصوصًا للأصدقاء الحقيقيين، ويعد منصة للتعبير عن النفس من خلال الواقع المعزز والاستمتاع مع الأصدقاء والعائلة ومشاركة إبداعك مع العالم، يمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديوهات، وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين، يحدد للمستخدمين مهلة زمنية معينة لعرض لقطاتهم ثم بعد ذلك تحذف تلك الرسائل من جهاز المستلم وتحذف من الخوادم الخاصة بسناب شات، أسسه إيفان شبيغل وروبرت مورفي، ثم طلبة جامعة ستانفورد وكان الإصدار الأول سنة ٢٠١١م، ويضم سناب شات حالياً أكثر من ٢٩٣ مليون مستخدم عالمي نشط يوميًا(٢).

ويعتبر سناب شات من أكثر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي استخداماً في المملكة العربية السعودية، حيث تشير الأرقام بحسب موقع (the global statistics)، أن عدد المستخدمين النشطين في سناب شات في المملكة العربية السعودية لعام ٢٠٢٤م، بلغ ٢٥.٠١ مليون مستخدم(٣).

---

(١) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.

(٢) انظر موقع سناب شات، على الرابط: https: //creators. snap. com/ar/learn-get-started-snapchat-basics، وانظر: https: //n9. cl/83eks.

(٣) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol

رابعاً: منصة x (تويترtwitter):

هو أحد وسائل التواصل الاجتماعي، تسمح للمستخدمين بتبادل الأفكار، والرّوابط، والصور، والفيديو، كما يعرض الأخبار المختلفة من أيّ مكان في العالم، حيث إنّ كلّ مشاركة في تويتر تسمّى تغريدةً (بالإنجليزيّة: Tweet)، ويمكن أن تحتوي على صورة، أو فيديو، أو كلمات(١).

وقد ظهر في عام ٢٠٠٦ كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvius الأمريكية، ثم بدأ الموقع في الانتشار بشكل سريع، ما اضطر المؤسسين لتدشين شركة جديدة تحمل اسمه لإدارته، وفي أوائل عام ٢٠٢٣، تغير اسم الشركة الأم من شركة «تويتر» -الذي عُرفت به منذ نحو ١٧ عاماً من الاكتتاب العام- إلى «إكس كورب»، بعد ذلك أعلن «إيلون ماسك» أن الوقت قد حان لإعادة تسمية المنصة إلى «إكس»(٢).

ويحتل X المرتبة الرابعة في أكثر المواقع زيارة في المملكة العربية السعودية، حيث تشير الأرقام بحسب موقع (the global statistics)، أن عدد المستخدمين النشطين في منصة X في المملكة لعام ٢٠٢٤م، بلغ ٢٤.٩٤ مليوناً مستخدم(٣).

---

(١) انظر تعريف تويتر، على الرابط: https: //n9. cl/nrmpyK وانظر: قائمة المصطلحات على موقع X، على الرابط: https: //help. twitter. com/en/resources/glossary.

(٢) انظر: موقع بي بي سي عربي، على الرابط: https: //www. bbc. com/arabic/business-61185792.

(٣) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.

خامساً: تيك توك TikTok:

هو تطبيق تواصل اجتماعي يدعم الفيديو بشكل أصلي، ويعرف في الصين باسم دوين Douyin، التي طُرحت في الأصل في السوق الصينية في سبتمبر ٢٠١٦، ثم طورته شركة "ميوزيكال إل واي" (Musical. ly) وتحول اسمه إلى تيك توك في عام ٢٠١٨ عندما استحوذت عليه شركة "بايت دانس" الصينية، واكتسب الاسم شهرة وشعبية واسعة في كل بلدان العالم وبسرعة غير متوقعة، وهو في الأساس برنامج لمشاركة مقاطع الفيديو القصيرة التي ينشئها المستخدمون بأنفسهم ولا تتجاوز مدتها حاجز الـــ٦٠ ثانية ويتيح إمكانية إنشاء الفيديو وتعديله وأيضا مشاركته والتفاعل معه، وقد شاع استخدامه على الهاتف المحمول، رغم توفر منصة خاصة به على غوغل(١).

وفي أكتوبر ٢٠٢٣، ارتقى تيك توك ليكون السادس في استخدام الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، بـــ ١.٢٢ مليار مستخدم نشط، كما يعدّ تيك توك من أكثر تطبيقات التواصل الاجتماعي استخداماً في المملكة العربية السعودية، حيث تشير الأرقام بحسب موقع (the global statistics)، أن عدد المستخدمين النشطين في تيك توك في المملكة العربية السعودية لعام ٢٠٢٤م، بلغ ٢٤.٥٤ مليون مستخدم(٢).

---

(١) انظر: الموقع على الرابط: https: //www. tiktok. com/about?lang=ar، وانظر: https: //n9. cl/k27qe.

(٢) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.

سادساً: فيسبوك (Facebook):

الفيسبوك: موقع ويب تديره شركة «ميتا» وهو أحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، أسسه مارك زوكربيرغ بتاريخ: ٤ فبراير ٢٠٠٤م، يمكن المستخدم من إنشاء حساب والانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم(١).

ويعد فيسبوك أكبر منصة تواصل اجتماعي في العالم، حيث يتم استخدامه من قبل العديد من الأشخاص للتواصل مع العالم الخارجي والاطلاع على آخر الأخبار والأحداث، وقد وصل عدد المستخدمين ٣.٠٤٩ مليار مستخدم نشط شهريًا(٢).

ويعتبر فيسبوك من أكثر المواقع زيارة في المملكة العربية السعودية، حيث تشير الأرقام بحسب موقع (the global statistics)، أن عدد المستخدمين النشطين في فيسبوك في المملكة لعام ٢٠٢٤م، بلغ ٢٤.٠٣ مليون مستخدم(٣).

---

(١) انظر: السياسات ومعايير مجتمع فيسبوك، على الرابط: https: //n9. cl/8hgcl.

(٢) انظر: إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي العالمية، على الرابط: https: //datareportal. com/social-media-users.

(٣) انظر: إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol.

المطلب الثاني: مدى أهمية الرموز التعبيرية وسرعة انتشارها وتأثيرها

الرموز التعبيرية حاضرة اليـــــوم بكثافة في ٢١٢ دولة، ويستخدمها قرابة مليـــارين وتسعمائة ألف شخص، ويمكن اعتبارها لغة عالمية، لمن أعمارهم بين ١٨ و٣٤ عاماً، ومن الشـــواهد على ذلك أنه في اليوم الواحد يتم إرســـال مليار إيموجي من منصـــة (فيسـبوك)، و٥٠ % من التعليقات على إنسـتغرام عبارة عن إيموجي، ومن بين الثلاثة مليارات ومئتي مليون مسـتخدم للإنترنت، يوجد حوالي ٩٣ % يتواصلون بها(١).

وقد تم إدراجها في قامـــوس إكسفورد الإنجليزي "Oxford Dictionary" عام ٢٠١٥، واختيار الرمز الذي يطلق عليه وجه دموع الفرح كأشهر كلمة للعام ولم يجد هذا الاختيار في وقتها أي اعتراض على الرغم من الاختيار وقع على رمز وليس على كلمة، أوضح القائمون على القاموس في ذلك الوقت بأن سبب اختيارهم لهذا الرمز بدلاً من كلمة هو أن هذا الرمز التعبيري يعكس المزاج العام للناس في ذلك العام مما يبين النمو الكبير في استخدام هذه الرموز في عام ٢٠١٥م؛ لهذا يعد بعض الباحثين بأن عام ٢٠١٥ م هو عام الذروة في استخدام (الإيموجي) حيث شهد هذا العام أعلى معدلات استخدام الرموز التعبيرية، فمن الصعب إيجاد أي مراسلة في وسائل التواصل الاجتماعي دون وجود رمز تعبيري(٢).

وقد وجِدت هذه الرموز بالفعل طريقها إلى ردهات المحاكم في بعض البلدان مثل الولايات المتحدة الأمريكية وفرنســا؛ ذلك أن العديد من القضــايا الجنائية في هذه البلدان اعتمدت الرموز التعبيرية التي تم تبادلها بين الأطراف المتنازعة

(١) انظر: مقالاً بعنوان: عقول في حجم الدبوس، لبدر بن ســعود، في موقع الرياض على الرابط: https: //alriyadh. com/2062222.

(٢) انظر: التعاقد بالرموز التعبيرية دراسة تحليلية مقارنة، لفتحي علي فتحي (ص٤٥).

كوسائل إثبات، خاصة في مجالي التحرش الجنسي والتهديد بارتكاب الجنايات[١].

وقد أصبح استخدام الرموز التعبيرية في المحادثات الرقمية أمراً شائعاً لدى الكثير من الأشخاص، نظراً لما تقدمه هذه الرموز من مزايا اتصالية مختلفة، إضافة إلى توفرها بأشكال وتصاميم متنوعة في العديد من المنصات الإعلامية الرقمية، مما أسهم في جعلها «عنصراً فاعلاً» في إكمال المعنى الناقص أو الذي لا تستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنه. فاستخدام هذه الرموز يُمكِّن من اختزال الكثير من العواطف ومشاعر الحب والغضب برمز تعبيري واحد يُتيح نقل هذه المشاعر ببساطة وسرعة إلى المتلقي. مما يجعل هذه الرموز قادرة على أن تعكس المشاعر، مهما كان نوع المحادثة[٢].

وفي خريطة تفاعلية نشرتها إدارة إكس (تويتر سابقاً) في عام ٢٠١٦م تضمنت أبرز الرموز التعبيرية التي يستخدمها رواد الموقع للتعبير عن مشاعرهم على اختلاف ثقافاتهم ودولهم، جاءت المملكة العربية السعودية وإيطاليا وفرنسا من الدول التي استخدمت الرموز التعبيرية العاطفية بكثرة، وعلى النقيض تماماً في دول أخرى مثل الولايات المتحدة وبريطانيا وكندا التي استخدمت في ذلك العام رموزاً تدل على الأسى والحزن، وقد تكون هذه النتائج دليلاً على الحالة السياسية أو الثقافية أو حتى الرياضية التي كانت تمر بها أي دولة من هذه الدول في تلك الفترة، [٣] وهذا من خلال الرموز التعبيرية التي أصبحت مقياساً لكثير من القضايا.

ومن جهة أخرى، انتقلت الرموز التعبيرية من الشاشة الافتراضية إلى العالم

---

(١) انظر: انفعالات وأحاسيس رموز "الإيموجي"، على الرابط: https: //n9. cl/bo9hgi.

(٢) انظر: استخدام الرموز التعبيرية كوسيط اتصالي، على الرابط: https: //alqarar. sa/4292.

(٣) انظر: واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الإعلامية الرقمية، لفيصل العنزي (ص٢١).

الحقيقي عبر الحملات الإعلانية، فوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت سوقاً للشركات والمسوقين، تتيح مشاركة الرسائل الإعلانية وبشكل مباشر، كما أنها وفرت للشركات الاتصال بالمستهلكين بتكلفة منخفضة نسبيّاً وبكفاءة أعلى من الوسائل التقليدية، وأصبحت الرموز التعبيرية إحدى أدوات التسويق الهامة لما تتميز به من خصائص فريدة مثل شيوعها بين المستخدمين، وسهولة فهم الرسالة، مما جعلها في مقدمة أدوات التسويق الرقمي. وأظهرت دراسات إعلامية أن استخدام الرموز التعبيرية في الحملات التسويقية يُحقق عدة أهداف، منها زيادة مشاركة العملاء وكسب ولائهم(١).

وعلى الرغم من تعدد المزايا والوظائف التي تقوم بها الرموز التعبيرية في التواصل الاجتماعي، فإن بعض الدراسات أشارت إلى أن استخدام هذه الرموز قد تكون له جوانب سلبية، منها:

- صعوبة تحديد مشاعر أو انفعالات الشخص: فعلى الرغم من أن الصورة تغني عن ألف كلمة، فإن هذا يختلف عند استخدام الرموز التعبيرية، فالرمز قد يكون سبباً لاستنتاج ألف معنى! وقد يكون أيضاً عاملاً في وصول معلومة غير صحيحة، حيث يتوقف استيعاب وفهم الرسالة الرمزية على مجموعة من العوامل، منها استخدام نفس المنصة التقنية، إضافة إلى الكلمات المصاحبة التي تعزز المعنى الحقيقي لهذا الرمز.
- اختلاف معنى الرمز وتصميمه من منصة إلى منصة أخرى: تعتبر من ضمن السلبيات

(١) انظر: استخدام الرموز التعبيرية كوسيط اتصالي، مركز القرار للدراسات الإعلامية، ١٤ يونيو ٢٠٢١م، على الرابط: https: //alqarar. sa/4292

البرمجية، فكل منصة تقوم بتصميم رموز تعبيرية متقاربة في التصميم العام، لكنها مختلفة في المعنى، مما يؤدي إلى اختلاف شكل الأيقونة بين المستخدمين.

- ضياع اللغة: على الرغم من ميزة الرموز التعبيرية المتمثلة في قدرة الجميع على فهمها، فإنها أصبحت بديلاً للرسائل النصية لدى الكثيرين، مما قد يضر بالنشء ويُهدد معرفة الأطفال باللغة. وفي هذا الصدد، خلصت دراسة أجرتها شركة جوجل إلى أن الوجوه التعبيرية ستمحو محتوى اللغة الإنجليزية لدى المراهقين في بريطانيا بسبب استخدامهم الكامل لها في التعبير عن حالاتهم.
- تؤثر على الحوار وتفسد العلاقات الاجتماعية في معظم الوقت؛ حيث أصبحت وسيلة للهروب السريع من المحادثة أثناء إجرائها مع الأهل والأصدقاء.
- استخدام الرموز بمعان مغايرة: فعلى الرغم من تفضيل المستخدمين لهذه الرموز وتفاعلهم الإيجابي معها، فإنها يمكن أن تلعب دوراً سلبيّاً في حياتهم الاجتماعية، وذلك عند اختيارهم للرمز الخاطئ في التعبير عن حالة معينة خلال تواصلهم مع الآخرين(١).

(١) انظر: التعاقد بالرموز التعبيرية دراسة تحليلية مقارنة، لفتحي علي فتحي (ص٤٨)، استخدام الرموز التعبيرية كوسيط اتصالي، على الرابط، https: //alqarar. sa/4292.

المبحث الثاني: حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي

حكم استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي كحكم استخدام الوسائل نفسها، فأقول باختصار إن الأصل في المعاملات والتصرفات الإباحة ما لم يرد نص بتحريمها، وموضوع وسائل التواصل الاجتماعي من المسائل النازلة والمستجدة، ولما كانت الوسائل يتوقف حكمها على حكم المقصد منها؛ فوسائل المقاصد الواجبة واجبة، ووسائل المقاصد المحرمة محرمة، وهكذا ما بينهما من مراتب الأحكام.

وتقدم في تعريف وسائل التواصل الاجتماعي أنها مجرد وسيلة، ومن ثم فإن حكمها الشرعي بحسب ما تستعمل له وتوظف فيه، لأن القاعدة تنص على أن الأعيان لا توصف بالحل والحرمة، وإنما الموصوف بذلك أفعال المكلفين المتعلقة بها[1]، قال القرافي: «حكمها-أي الوسائل- حكم ما أفضت إليه»[2].

وبالنظر إلى طبيعة وسائل التواصل الاجتماعي فتقدم أنها لغرض التواصل مع الآخرين وتناقل الأخبار والأفكار ونحو ذلك، وقد ثبت أن استخدامها هذا

(١) انظر: المهمات في شرح الروضة والرافعي (٨/ ٥٤) تشنيف المسامع بجمع الجوامع (١/ ٢٠١).
(٢) الفروق للقرافي (٢/ ٣٣).

يشتمل على مصالح ومفاسد، والقاعدة الشرعية أن ما ترجحت فيه المفسدة فهو حرام بدليل قوله تعالى: ﴿يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا﴾ [البقرة: ٢١٩]، وما ترجحت فيه المصلحة قدمت المصلحة وفعله مباح، وما استوت فيه المفسدة والمصلحة أو شقّ التمييز بينهما فقد يتخير بينهما، وقد يتوقف فيهما، وقد يقع الاختلاف في تفاوت المفاسد(١).

وعليه يكون استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مبني على المقصد، وهذه التقنيات يمكن أن تُستَخدَم لخير البشرية كالتجارة وصلة الرحم والدعوة للإسلام وغير ذلك من الأمور المفيدة، ويمكن أن تكون مدخلاً للفتنة والمحرمات وغيرها من الضلالات بل يمكن أن يعتري استخدامها الأحكام التكليفية الخمسة: الوجوب، والندب والإباحة والتحريم والكراهة(٢).

فقد يكون الاستخدام واجبًا، وذلك في حق العالِم المتمكن القادر على استخدام الإنترنت إذا تعين في حقه بيان حكم شرعي، وقد يكون استخدام الإنترنت محرمًا، وذلك في حق من يستعين بها على فعل المحرمات، كالدخول إلى المواقع الإباحية، والتزوير والنصب والاحتيال، وهكذا في بقية الأحكام الشرعية والله أعلم.

(١) انظر: قواعد الأحكام في مصالح الأنام (١/ ٩٨)، القواعد للحصني (١/ ٣٥٤).
(٢) انظر بيان أحكام وسائل التواصل الاجتماعي، لفايد محمد سعيد (ص٥٢).

المطلب الثاني: حكم استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي

تبين مما تقدم أن حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي يتوقف على الفعل والقصد منه، وكذلك هنا في حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي إذ الرموز التعبيرية هي إحدى الخدمات المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي، فتأخذ حكمها-كما تقدم-وعليه يمكن القول إن حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي يعتريه الأحكام التكليفية الخمسة، غير أن بعض المسائل تكلم فيها الفقهاء المعاصرون بين الحرمة والإباحة ينبغي الوقف عندها وبيان أحكامها، وهي كما يلي:

المسألة الأولى: استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي:

اختلف الفقهاء المعاصرون في حكم استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي، سواء كانت هذه الرسومات لصورة مكتملة أو للوجه، وذلك على قولين:

القول الأول: لا يجوز استخدام هذه الوجوه التعبيرية مطلقاً، سواءً كانت صورة للوجه فقط، أو صورة للجسم كاملة إذا كانت من ذوات الأرواح، وبنوا هذا القول على قول من قال من أهل العلم بتحريم صور ذوات الأرواح غير المجسمة-التي لا ظل لها-مطلقاً إذا كانت مشتملة على الرأس أي الوجه سواء قطع باقي الجسد أو لا[1].

(١) وهذا هو قول عند الحنفية، وهو الراجح عند الشافعية. انظر: الأم للإمام الشافعي (٦/ ١٩٦): الحاوي الكبير (٩/ ٥٦٥) بدائع الصنائع (١/ ١١٦) حاشية ابن عابدين (١/ ٦٤٧)

واستدلوا بالأحاديث الدالة على تحريم تصوير ذوات الأرواح، ومنها: حديث عبد الله بن مسعود رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم: «إن أشد الناس عذابا عند الله يوم القيامة المصورون»[1].

وجه الدلالة أن هذه الوجوه التعبيرية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي داخلة في هذه النصوص الدالة بعمومها على تحريم تصوير ذوات أرواح؛ سواء كانت مجسمة أو مرسومة باليد على قماش أو ورق أو جدار، وهذه الوجوه التعبيرية مرسومة باليد أو بالكمبيوتر فهي محرمة.

ونوقش: بأن هذه الوجوه ليست حقيقية، بل هي صور افتراضية ومتخيلة لأشكال ليس لها وجود في حقيقة فكيف نعطيها حكم ذوات الأرواح[2].

واستدلوا بحديث ابن عباس رضي الله عنهما أنه قال: «الصورة الرأس؛ فإذا قطع الرأس فلا صورة»[3].

وجه الدلالة: أن هذا الأثر ظاهر في أن الرأس هو المعتبر في حكم الصورة؛ سواء كان متصلاً بالجسد أو منفصلاً عنه، فبقاء الرأس كاف في التحريم ولو قطع غيره من الجسد.

أسنى المطالب في شرح روض الطالب (٣/ ٢٢٦) بداية المحتاج في شرح المنهاج (٣/ ١٧٤).

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب اللباس، باب عذاب المصورين يوم القيامة (٧/ ١٦٧) رقم: (٥٩٥٠) ومسلم في صحيحه، كتاب اللباس، باب: لا تدخل الملائكة بيتا فيه كلب ولا صورة (٦/ ١٦١): (٢١٠٩).

(٢) انظر: الأحكام الفقهية للحوار والتواصل الإلكتروني، لياسين مخدوم (ص٢٤٣).

(٣) أخرجه البيهقي في السنن الكبرى (٧/ ٤٤١) رقم: (١٤٥٨٠).

ونوقش بأن الأثر فيه اضطراب[1]، ثم إن جمهور الفقهاء على قياس غير الرأس عليه؛ فإذا قطع منها ما لا تبقى الحياة بعد ذهابه، كقطع صدرها أو بطنها فهو كقطع الرأس، وكذا إن صورها صورة رأس بلا بدن أو بدن بلا رأس أو جعل له رأس وسائر بدنه صورة غير حيوان فكل ذلك لا يحرم؛ لأنه لا يدخل في النهي[2].

القول الثاني: يجوز استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي.

---

(١) اختلف فيه فروي مرفوعاً، وروي موقوفاً، وروي مقطوعاً، والأرجح أنه موقوف على ابن عباس أو هو من قول عكرمة، وانظر: سلسلة الأحاديث الصحيحة (٤/ ٥٥٤).

(٢) وهذا هو مذهب الجمهور القائلين بتحريم التصوير واستثنوا من هذا التحريم ما لو قطع من الصورة ما لا تبقى معه الحياة فلا تحرم كما لو قطع منها الرأس؛ فقد نص الحنابلة على هذا. انظر: المغني لابن قدامة (١٠/ ٢٠١) الفروع وتصحيح الفروع (٢/ ٧٥) الإنصاف (٣/ ٢٥٧) الإقناع (١/ ٩٢): شرح المنتهى لابن النجار (٢/ ٣٢).

وهو عند التحقيق مذهب الحنفية، وعندهم أيضاً أنه لا تحرم الصور الصغيرة؛ لأن الصغار جداً لا تُعْبَدُ فليس لها حُكْمُ الوثن والكراهة إنما كانت لاعتبار شَبَه العبادة، والمراد بالصغيرة التي لا تبدو للناظر على بُعْدٍ ولا تَتَبَيَّنُ تفاصيل أعضائها، ومع ذلك كله فقد اختلف مشايخ الحنفية في رأس الصورة بلا جثة على قولين الكراهة والإباحة. انظر: المحيط البرهاني (٥/ ٣٠٩) فتح القدير لابن الهمام (١/ ٤١٥) حاشية ابن عابدين (١/ ٦٤٩).

وهذا مذهب المالكية أيضاً: فمع قولهم بجواز الصورة المسطحة وهي التي لا ظل لها وليست مجسمة مع الكراهة؛ لكن تزول الكراهة إذا كانت الصورة مقطوعة ما لا تبقى الحياة مع فَقْدِهِ مجسمة كالرأس أو كان مخروق البطن أو الصدر. انظر: الذخيرة للقرافي (١٣/ ٢٨٥) الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني (٢/ ٣٤٥) مواهب الجليل في شرح مختصر خليل (٤/ ٢٦٦) حاشية الصاوي على الشرح الصغير (٢/ ٥٠١).

وهذا بخلاف الشافعية فقد اختلفوا إذا كانت الصورة مقطوعة غير الرأس أو بقي الرأس بلا بدن، والراجح عندهم فيها التحريم، والقول الآخر أن فَقْدَ ما لا حياة بدونه كفقد الرأس انظر: أسنى المطالب في شرح روض الطالب (٣/ ٢٢٦) تحفة المحتاج (٧/ ٤٣٤).

وقد أفتى بذلك مفتي جمهورية مصر[١]، وكثير من المعاصرين بأنه لا مانع شرعًا من استخدام هذه الوجوه أو الرموز التعبيرية، مع مراعاة ألا تكون مشتملة على ما يخالف الشرع؛ كعُرْيٍ، أو فعل غير لائق، أو تحريض على مخالفة أوامر الشرع، أو الإخلال بآداب الحوار، ونحو ذلك من الأمور المحرمة شرعًا[٢].

وهذا القول مبني على مذهب جمهور العلماء باستثناء صور ذوات الأرواح غير المجسمة التي لا ظل لها إذا قطع منها ما لا تبقى معه الحياة من التحريم[٣].

واستدلوا بأن هذه الوجوه التعبيرية ليست تصويراً لذوات الأرواح أصلاً؛ لأنها غير واضحة المعالم فليست صورة كاملة للوجه، بل هي عبارة عن دوائر للوجوه خالية من الأنف أو الأذن أو الشعر فهي أشياء خيالية لا حقيقة لها، وهي في ذلك أشبه بالرمز ولا تبدو للناظر إلا بنوع من التأمل؛ فلا تدخل في حكم صور ذوات الأرواح أصلاً.

واستدلوا بحديث أبي طلحة قال: إن رسول الله ﷺ قال: «إن الملائكة لا تدخل بيتا فيه الصورة»... ثم قال ﷺ: «إلا رقما في ثوب»[٤].

وجه الدلالة: قوله: «إلا رقماً في ثوب» أي: نَقْشًا فِيهِ، ورَقَمَ الثَّوْبَ أَي خَطَّطَه، ففي الحديث استثناء من جملة الصُّوَرِ المحرمة ما كان مرسوماً ومنقوشاً في

---

(١) انظر: دار الإفتاء المصرية، استخدام الوجوه التعبيرية في المحادثات الإلكترونية، رقم الفتوى: ٤٠١٠، على الرابط: https: //n9. cl/ubudx.

(٢) انظر الفتاوى على الرابط: https: //n9. cl/kmtax.

(٣) وهو ما نص عليه الحنابلة كما تقدم في مناقشة القول الأول. وانظر: الفروع وتصحيح الفروع (٢/ ٧٥) الإنصاف (٣/ ٢٥٧) الإقناع (١/ ٩٢).

(٤) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب اللباس، باب من كره القعود على الصورة (٧/ ١٦٨) رقم: (٥٩٥٨) ومسلم في صحيحه، كتاب اللباس، باب: لا تدخل الملائكة بيتا فيه كلب ولا صورة (٦/ ١٥٧): (٢١٠٦).

الثياب وما ماثله من الرسوم التي لا ظل لها؛ قال ابن العربي: «فتبين بهذه الأحاديث أن الصور ممنوعة على العموم، ثم جاء: إلا ما كان رقما في ثوب، فخص من جملة الصور»(١).

وقال الحافظ ابن حجر: «واستدل بهذا الحديث على جواز اتخاذ الصور إذا كانت لا ظل لها، وهي مع ذلك مما يوطأ ويداس أو يمتهن بالاستعمال كالمخاد والوسائد»(٢).

والراجح: من خلال ما تقدم القول الثاني القائل بجواز مثل هذه الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن لا بد من خلوها مما ما يخدش الحياء أو يصور العورات أو يوحي بتعبيرات سيئة، أو ما يخالف الشرع في الجملة، ووجه الترجيح، قوة ما استدلوا به، ومناقشة أدلة القول الأول.

ثم لو تأملنا في علة تحريم التصوير فإنها لا تنطبق على هذه الوجوه التعبيرية، والقاعدة "أن الأحكام تدور مع عللها وجوداً وعدماً»، وبالأخص العلل المنصوصة، وهنا نص على العلة، بأنها المضاهاة لخلق الله، وعلى هذا يكون تحريم الصورة في حق من قصد بالتصوير هذا المعنى وهو مضاهاة خَلْقِ الله كما نقله النووي(٣)، وهذه الوجوه التعبيرية ليس فيها مضاهاة لخلق الله ولا يقصد بها ذلك كما هو ظاهر حالها.

وإن كانت العلة هي سد الذريعة إلى الغلو والشرك؛ فقد قال ابن العربي: «والذي أوجب النهي عنه في شرعنا والله أعلم ما كانت العرب عليه من عبادة

(١) أحكام القرآن لابن العربي (٤/ ١١).
(٢) فتح الباري لابن حجر (١٠/ ٣٨٨).
(٣) انظر: شرح النووي على مسلم (١٤/ ٩١).

الأوثان والأصنام، فكانوا يصورون ويعبدون، فقطع الله الذريعة وحمى الباب»[1]، وهذا المعنى منتفٍ في الوجوه التعبيرية؛ ولذا قيل: إن الشارع شَدَّدَ أَوَّلاً في تحريم التصوير وأمر بِكَسْرِ الأوثان سداً للذرائع، ثُمَّ لَمَّا عُرِفَ الحكم واشتهر رخص في بعض الصور كلُعب البنات ورقماً في ثوب[2]، ومثل هذا الوجوه التعبيرية فليست مظنة للشرك ولا التعظيم ولا قصد العبادة؛ ولذلك أباح الحنفية الصور الصغار؛ لأن الصغار جداً لا تُعْبَدُ فليس لها حُكْمُ الوثن، والتحريم إِنَّمَا كانت لاعتبار شَبَهِ العبادة[3]، وإن كانت العلة أن وجود الصور يمنع دخول الملائكة، فهذا يقتضي الكراهة[4].

وعليه فاستخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي يجوز بشرطه كما تقدم، وبناءً عليه فإن التفاعل بهذه الوجوه التعبيرية جائز أيضاً-؛ لأن التفاعل جزء من الاستخدام، ويرعى ما تقدم في الضوابط عند استخدامها، والله أعلم.

المسألة الثاني: حكم استخدام رمز القلب في وسائل التواصل الاجتماعي:

توجد فتوى للجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء ظاهرها أن استعمال رمز القلب حرام، في سؤال عن استعماله في التعبير عن حب الرسول صلى الله عليه

(١) أحكام القرآن لابن العربي (٤/ ٩).
(٢) انظر: المبسوط للسرخسي (١/ ٢١٠)، البحر الرائق (٢/ ٣١) حاشية ابن عابدين (١/ ٦٤٩) الموسوعة الفقهية الكويتية (١٢/ ١٠٦).
(٣) انظر: المبسوط للسرخسي (١/ ٢١١) البحر الرائق شرح كنز الدقائق (٢/ ٣٠).
(٤) انظر: البحر الرائق شرح كنز الدقائق (٢/ ٣٠)، حاشية الطحطاوي (ص٣٥٦) حاشية ابن عابدين (١/ ٦٤٩).

وسلم؛ لأنه لم يرد عن السلف وهم أشد حباً له، ولأنه تشبّه بالفسّاق[1].

ونجد انتشار هذه الفتوى في مواقع التواصل مصحوبة بالتحذير من استخدام هذا الرمز مطلقاً بناء على هذه الفتوى، ولكن الكلام هنا عن استعمالها في وسائل التواصل الاجتماعي في تفاعلات المستخدمين كنوع من الخطاب الذي يرمز للحب؛ لأن القلب هو محله، وعليه فإن حكم استعماله الجواز إن كان للتعبير عن الحب المباح كحب الوالد لابنه أو الزوج لزوجته، وإذا استعمل في مقصد محرم فهو حرام كاستعماله للمرأة الأجنبية مثلاً، شأنه شأن كل الوسائل المباحة تتخذ وسيلة الى الحرام.

ولذلك فإن نظام مكافحة «جريمة التحرش» في المملكة العربية السعودية قد جرّم «كل قول أو فعل أو إشارة ذات مدلول جنسي، تصدر من شخص تجاه أي شخص آخر، تمس جسده أو عرضه، أو تخدش حياءه، بأي وسيلة كانت، بما في ذلك وسائل التقنية الحديثة»، ونص على معاقبة المتحرش، بالسجن لمدة تصل إلى سنتين وبغرامة قدرها ١٠٠ ألف ريال، وقد تغلظ العقوبة إلى السجن مدة خمس سنوات، وغرامة قدرها ٣٠٠ ألف ريال، في حالات محددة[2].

وهذا يشمل كل رمز أو رسوم "الإيموجي" كالقبلة والقلب أو أي رمز ذي

---

(١) ونص السؤال: «أنه وجد بعض سلاسل المفاتيح التي يتداولها بعض الناس، إحداها نحتت على شكل قلب، وهو رمز الحب، وكتب عليها: (أنا، ثم رسم قلب، الرسول) أي: أنا أحب الرسول صلى الله عليه وسلم، ومن الخلف كتب عليها: (يا حبيبي يا رسول الله)... »، وفي الجواب: «ليس من هدي سلف الأمة الذين هم أفضل القرون وأشد تعظيما وحبا للرسول صلى الله عليه وسلم ممن جاء بعدهم، كما أن فيه تشبها بأهل الفسق الذين يتخذون مثل هذه الرموز دلالة على حبهم وعشقهم المحرم لغيرهم، ويتفانون فيه من غير التفات لحكم الشريعة المطهرة فيه». انظر: فتاوى اللجنة الدائمة (٢٤/ ٩٠): الفتوى رقم (٢٠٩٥٠).

(٢) انظر نصّ المادة، على الرابط: https: //faculty. ksu. edu. sa/ar/salissa/blog/258043.

مدلول جنسي، وهذا ما أكده المتحدث الأمني بوزارة الداخلية اللواء منصور التركي أن إرسال بعض الرموز التعبيرية على برامج المراسلة الفورية أو تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي يعد جريمة تحرش، إذا كانت ذات مدلول جنسي(١).

وأما استعمال هذا الرمز في مقام التعبير عن حب الله وملائكته وأنبيائه ورسله: فلا يجوز وهو ما أفتت به اللجنة الدائمة، وأقل ما يقال فيه: إنه مما ينبغي تركه، والإعراض عنه، وليس في المعتاد من أحوال الناس: أن يستعمل مثل هذا الرمز في تعبير الشخص لكبير له، مثل رئيسه في العمل، أو عالم كبير، أو نحو ذلك فضلاً عن أن يستعمل ذلك في مقام الله جل جلاله، أو نحوه من المقامات المحترمة المعظمة، فالظاهر أن استعمالها في مثل هذا المقام: نوع امتهان له، وخروج عن مقام الأدب اللائق بخطاب الله وخطاب رسوله صلى الله عليه وسلم، الذي ينبغي أن يختلف تعظيمه وتوقيره عن كل مقام سواه والله أعلم.

المسألة الثالثة: حكم استخدام رمز اليدين المطويتين أو المضغوطتين لأعلى 🙏:

انتشر في وسائل التواصل الاجتماعي، التحذير من استخدام اليدين المطويتين 🙏، ولم أقف-بعد البحث-على فتوى لأحد أهل العلم المعاصرين في هذا الرمز، ووجدت من يحذر منه ويحرم استخدامه في بعض الصفحات على شبكة الإنترنت(٢)، وخلاصته أن استخدام هذا الرمز 🙏 في الدعاء أو إظهار الامتنان،

(١) انظر موقع وزارة الداخلية، على الرابط: https: //n9. cl/e6id1.
(٢) انظر: صفحة في الفيسبوك، باسم "اسألوا Ask"، على الرابط: https: //n9. cl/zn8wd.
وانظر موقع "اسألي الكتورة" للدكتورة هسا بنت سليمان الصباح، على الرابط: https: //n9. cl/ix839.

لا يجوز نهائياً لأسباب: أن الرمز له بعد ديني في الديانة الهندوسية وبالتالي المخالفة واجبة، وأنه مخالف لهيئة الكفين عند الدعاء في الإسلام، فلا مجال للاجتهاد لأنه مخالف للنص ومخالف للعقيدة.

وعند النظر في هذا الرمز ودلالته فإنه قد يستخدم لتوصيل عدة معاني أبرزها: الامتنان والتقدير والأمل، أو بمعنى "شكرًا لك"، أو "من فضلك"، وقد يستعمل للصلاة في بعض الثقافات، ويمكن أيضًا أن تكون هذه الأيدي شكلاً من أشكال الترحيب في بعض التبادلات الثقافية، أو بمعنى الاعتذار(١).

وهذا يدل على أن هذا الرمز يختلف معناه بحسب الثقافات، وأيضاً بحسب السياق(٢)، ولأجل هذا الغموض في معناه استخدم في معانٍ مختلفة، لذا جاء في وقائع المؤتمر الثامن للشبكات المعقدة: أن «إحدى الحالات الأكثر شيوعًا هي "الشخص ذو الأيدي المطوية"، والتي يُنظر إليها في بعض الثقافات (مثل اليابان) على أنها "من فضلك" أو "شكرًا لك"، بينما يُنظر إليها على نطاق واسع في ثقافات أخرى (كما هو الحال في البرازيل) تستخدم كعلامة للصلاة أو "عام"(٣)، لذلك لا ينظر إليها مجردة بل لتحديد المقصود بها ينبغي مراعاة السياق.

---

(١) انظر موقع معاني الرموز التعبيرية: https: //whatemoji. org/folded-hands/ وانظر موقع: ويكي هاو، على الرابط: https: //www. wikihow. com/What-Does-the-Praying-Hands-Emoji-Mean

(٢) تعليم اللغة والجامعة: تعزيز الممارسات العادلة اجتماعيا في السياقات الجامعية. المجلد الأول: اللغة والثقافة والخطاب، دانييل دي ميلو فيراز، وآنا باولا مارتينيز دوبوك (ص١٠١) وانظر الرابط: https: //n9. cl/xot9vn

(٣) انظر: وقائع المؤتمر الثامن للشبكات المعقدة CompleNet 2017، برونو غونسالفيس، رونالدو مينيزيس، روبرتا سيناترا، فينكو زلاتيك (ص١٥٢) وانظر: https: //n9. cl/uxv0w

وقضية التشبّه بالكفار، قد جاء الشرع بالنهي عنه؛ لقوله تعالى: ﴿أَلَمْ يَأْنِ لِلَّذِينَ آمَنُوا أَنْ تَخْشَعَ قُلُوبُهُمْ لِذِكْرِ اللهِ وَمَا نَزَلَ مِنَ الحَقِّ وَلَا يَكُونُوا كَالَّذِينَ أُوتُوا الكِتَابَ مِنْ قَبْلُ فَطَالَ عَلَيْهِمُ الأَمَدُ فَقَسَتْ قُلُوبُهُمْ وَكَثِيرٌ مِنْهُمْ فَاسِقُونَ﴾ [الحديد: ١٦]، قال ابن كثير: «... نهى الله المؤمنين أن يتشبهوا بهم في شيء من الأمور الأصلية والفرعية»(١).

فترك هدي الكفار والتشبه بهم في أعمالهم وأقوالهم وأهوائهم؛ من المقاصد والغايات التي أسسها وجاء بها القرآن والسنة، والتشبه بالكفار على قسمين: تشبه ممنوع، وتشبه مباح: والقسم الأول: التشبه الممنوع: وهو فعل ما هو من خصائص دين الكفار مع علمه بذلك، ولم يرد في شرعنا.. فهذا محرّم، وقد يكون من الكبائر، بل إن بعضه يصير كفراً بحسب الأدلة، سواء فعله الشخص موافقة للكفار، أو لشهوة، أو شبهة تخيل إليه أنّ فعله نافع في الدنيا والآخرة، والقسم الثاني: التشبه المباح: وهو فعل عمل ليس مأخوذاً عن الكفار في الأصل، لكن الكفار يفعلونه أيضاً، فهذا ليس فيه محذور المشابهة لكن قد تفوت فيه منفعة المخالفة(٢).

لذلك فإن استخدام هذا الرمز ليس من الأول بل من القسم الثاني؛ لأنه ليس خاصاً بهم، ويستخدمه غيرهم لمعان أخرى، وهذا يجعل استعماله جائزاً في المعاملات، وإن كان الأولى تركه لما تقدم من كونه يستخدم عند بعض الثقافات للدعاء إلى الصلاة وهذا حاصل المسألة في استخدام هذا الرمز في وسائل التواصل الاجتماعي.

وأما استخدام هذا الرمز أو غيره في العبادات كالدعاء في الصلاة، فلا يجوز؛

(١) تفسير ابن كثير (٨/ ٥٣).
(٢) انظر: التدابير الواقية من التشبه بالكفار، عثمان دوكلي (ص٣٧).

لأن صفة اليدين في الدعاء وهيئتها في شريعتنا معروفة[1]، وهذه الكيفية ليست منها فلا يجوز في العبادات إلا ما ثبت في شريعتنا، لقوله ﷺ: «صَلُّوا كَمَا رَأَيْتُمُونِي أُصَلِّي»[2]، وهذا عام في جميع العبادات فلا تقبل إلا بشرطي الإخلاص والمتابعة بما أمر وشرع، لا بغير ذلك من البدع، قال ابن تيمية: "والعبادة والطاعة والاستقامة ولزوم الصراط المستقيم ونحو ذلك من الأسماء مقصودها واحد ولها أصلان: أحدهما: ألا يعبد إلا الله، والثاني: أن يعبد بما أمر وشرع، لا بغير ذلك من البدع»[3].

ومن خلال ما تقدم يمكن القول في الرموز التعبيرية أن ما ثبت اختصاصه بعبادة الكفار وأهل الفسق فاستخدامه والتفاعل به يعتبر من التشبه المحرم، وكذلك التفاعل بكل رمز له مدلول جنسي يؤدي إلى علاقة محرمة فهو حرام أيضاً، وكل رمز خادش للحياء ومخل بالآداب والقيم الاجتماعية فاستخدامه والتفاعل به ينبغي تركه، وما كان دون ذلك مما تعارف عليه الناس فيجوز استخدامه والتفاعل به في وسائل التواصل الاجتماعي والله أعلم.

(١) برفع اليدين ومدهما وبطن كفيه إلى السماء، وفي الاستسقاء يمدها حتى يرى بياض أبطيه ويجعل بطن كفيه إلى الأرض، أو يدعو ويشير بالسبابة، وكلها ثابته عن النبي ﷺ. انظر ما أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الدعوات، باب رفع الأيدي في الدعاء (٨/ ٧٤) رقم: (٦٣٤١)، ومسلم في صحيحه، كتاب الاستسقاء، باب رفع اليدين بالدعاء في الاستسقاء (٣/ ٢٤) رقم: (٨٩٦) وانظر: فتح الباري لابن حجر (٢/ ٥١٨).
(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، باب رحمة الناس والبهائم (٨/ ٩): (٦٠٠٨)
(٣) مجموع الفتاوى (١٠/ ١٧٢).

المبحث الثالث: التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في العقود ومدى حجيتها في إثبات الجرائم

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في العقود

أدّى التطور السريع للتكنولوجيا إلى بروز أساليب تواصل حديثة، اقترنت بأنواع مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي، ومن ذلك الأساليب والأنماط اللغوية المستحدثة المسمّاه: «الرموز التعبيرية» أو "الإيموجي"، إذ تعتبر من السلوكيات التي تظهر الانفعالات أو الأحاسيس أو الإرادات ذات الآثار القانونية وأظهرت أثارها في مسائل المعاملات خاصة في مسائل العقود.

حيث نجد أنه قد يتم إرسال إيجاب عقدي عن طريق رسالة واتساب مثلاً، ويتم التفاعل معها والرد عليها من خلال الواتساب برمز تعبيري (وجه مبتسم 😀 أو رمز الإبهام 👍) أو نحو ذلك مما يعبر عن الإرادة والرضا، فهل يشكل هذا التفاعل باستخدام الرموز التعبيرية قبولاً، ومن ثم ينعقد العقد ويتُفق على الشروط في هذه الحالة بسلوك جديد وهي الرموز التعبيرية.

ولأهمية الموضوع فإن السوابق القضائية الحديثة تشير إلى أن استخدام الرموز التعبيرية في المراسلات المرتبطة بالمفاوضات التعاقدية والممارسات التجارية اليومية منتشرة بشكل كبير، ويمكن أن تُثبت نية إنشاء علاقات قانونية، ويمكن أن تُشكل قبولاً لعرض أو إيجاب تعاقدي، وقبل بحث هذه المسألة، نتطرق لبيان موقف الشرع من التعبير عن الإرادة في إبرام العقود:

أولاً: الموقف الشرعي من التعبير عن الإرادة في إبرام العقود:

تعتبر صيغة العقد من أبرز مقوماته الذاتية التي لا ينشأ العقد إلا بها، ولا يتحقق إلا بوجودها، والمقصود بصيغة العقد: كل ما صدر من المتعاقدين دالاً على توجه إرادتهما الباطنة لإنشاء العقد وإبرامه، وتعرف تلك الإرادة الباطنة بواسطة اللفظ أو القول أو ما يقوم مقامه من الفعل أو الإشارة أو الكتابة، وهذه الصيغة هي الإيجاب والقبول، وهذا هو ما يعرف بصيغة العقد عند الفقهاء، ويسمى عند القانونيين (التعبير عن الإرادة)[1].

والإرادة: هي القوة المولدة للعقد، والعقد: هو توافق إرادتين على وجه ينتج أثره الشرعي، وهو الالتزام المطلوب للمتعاقدين، والكلام أو التعبير هو ترجمان الإرادة، فينبغي أن يكون معبراً تماماً عن الإرادة، والإرادة نوعان: باطنة حقيقية، وظاهرة، والإرادة الباطنة: هي النية أو القصد، والإرادة الظاهرة: هي الصيغة التي تعبر عن الإرادة الباطنة، أو ما يقوم مقامها، فإذا تطابقت الإرادتان وجد العقد.

يكاد الفقهاء يجمعون على ضرورة إظهار الإرادة كشرط لإنتاجها لحكمها الشرعي ولا يكفي القصد[2]، ومستندهم في اشتراطهم لإظهار الإرادة قوله ﷺ:

---

(١) انظر: الفقه الإسلامي وأدلته للزحيلي (٤/ ٢٩٣٢).

(٢) انظر: ما يدل عليه من أقوالهم في المبسوط للسرخسي (١٣/ ٤٦) حاشية ابن عابدين (٤/ ٥١٦) عند الحنفية، وفي الفروق للقرافي (٢/ ١٦٦) مواهب الجليل في شرح مختصر خليل (٤/ ٢٣٩) عند المالكية، وفي الأم للإمام الشافعي (٤/ ١٢١) روضة الطالبين وعمدة المفتين (٨/ ٥٨) عند الشافعية، وفي مجموع الفتاوى (٣٣/ ١١٣) إعلام الموقعين (٣/ ٨٦) عند الحنابلة.

«إن الله تجاوز لي عن أمتي ما وسوست به صدورها، ما لم تعمل أو تكلم»[١]، وهذا يدل على أن التصرفات تقبل عند إظهارها بالقول أو العمل ويترتب عليها الأثر، وأما ما كان من حديث النفس فلا يعتبر به حتى تظهر الإرادة بطريق القول أو العمل الذي يدل على الرضا.

وطرق التعبير عن الإرادة إما أن تكون باللفظ، أو بشيء آخر غير اللفظ، ومظاهر التعبير غير اللفظية هي: الكتابة، أو الإشارة، أو اتخاذ أي موقف آخر يدل على الرضا[٢].

والتعبير عن الإرادة بالكتابة، ينقسم إلى قسمين: التعبير عن الإرادة بالكتابة بين متعاقدين حاضرين، والثاني بين متعاقدين غائبين، وهذا الأخير هو ما يمكن أن يقاس عليه التعبير عن الإرادة بين المتعاقدين باستخدام الرموز التعبيرية؛ لأنه هو المتصور عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وقد اختلف الفقهاء في صحة التعبير عن الإرادة بالكتابة بين الغائبين على قولين:

القول الأول: منع التعاقد بين الغائبين بالكتابة، وهو القول الأصح عند الشافعية، ويستند في منعه هذا إلى أن لا ضرورة تبيح العدول عن اللفظ كأداة مفضلة للتعبير عن الإرادة ما دام الوكيل يستطيع أن يقوم بإبرام العقد لفظاً بالنيابة عن الموجب الأصيل الغائب[٣].

يقول الشيرازي: «وإن كتب رجل إلى رجل ببيع سلعة ففيه وجهان: أحدهما: ينعقد البيع لأنه موضع ضرورة، والثاني: لا ينعقد وهو الصحيح فانه قادر على

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب العتق، باب الخطأ والنسيان في العتاقة والطلاق (٣/ ١٤٥) رقم: (٢٥٢٨).
(٢) انظر: التعبير عن الإرادة في الفقه الإسلامي، لوحيد الدين سوار (ص٢٠٦).
(٣) انظر: البيان في مذهب الإمام الشافعي (٥/ ١٦) المجموع شرح المهذب (٩/ ١٦٢).

النطق فلا ينعقد البيع بغيره وقول القائل الأول أنه موضع ضرورة لا يصح لأنه يمكنه أن يوكل من يبيعه بالقول»[1].

القول الثاني: يعتد بالكتابة للتعبير عن الإرادة بين غائبين، وهو قول الجمهور[2]، ورجحه السبكي من الشافعية[3]، وأشار البجيرمي إلى هذا الرأي بقوله: «ولو كتب إلى غائب- أي: عن مجلس العقد-... والكتابة لا على ماء، أو هواء كناية، فينعقد بها مع النية، ولو لحاضر كما رجحه السبكي، وغيره فليقبل فورا عند علمه»[4].

واحتجوا بعمل الرسول صلى الله عليه وسلم في تبليغه الرسالة، فقد كان صلى الله عليه وسلم مأموراً بتبليغ الرسالة بقوله تعالى: ﴿يَاأَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ﴾ [المائدة: ٦٧] وقد بلغ تارة بالكتاب وتارة باللسان فإنه كتب إلى ملوك الآفاق يدعوهم إلى الدين، وكان ذلك تبليغاً تاماً فكذلك في العقود[5].

والراجح هو قول الجمهور؛ لما تقدم؛ ولأن خطاب الغائب كتابه فكأنه حضر بنفسه، فإن الكتاب له حروف ومفهوم يؤدي عن معنى معلوم فهو بمنزلة الخطاب

(١) المهذب للشيرازي (٢/ ٣).
(٢) واستثنى الجمهور عقد النكاح، فلا ينعقد بالكتابة. انظر: المحيط البرهاني (٣/ ٦١) البحر الرائق شرح كنز الدقائق (٤/ ٣٧٢)، النوادر والزيادات (٩/ ١٩٣) الشرح الكبير للشيخ الدردير وحاشية الدسوقي (٣/ ٣) كشاف القناع (٦/ ٢٧٤) الفروع وتصحيح الفروع (٩/ ٣٦).
(٣) انظر: نهاية المحتاج (٣/ ٣٨٠) تحفة المحتاج (٤/ ٢٢٢) حاشية الجمل على شرح المنهج (٣/ ١٠).
(٤) حاشية البجيرمي على شرح المنهج (٢/ ١٦٩).
(٥) انظر: انظر: المبسوط للسرخسي (٥/ ١٦).

من الحاضر[١].

وعلى هذا يعتد بالكتابة في التعبير عن الإرادة بين المتعاقدين، والرموز التعبيرية تدخل في معنى الكتابة، بل يعتدّ بكل وسيلة تدل على رضا المتعاقدين، وهذا ما اختاره نظام المعاملات المدنية في المملكة العربية السعودية-كما سيأتي-[٢].

ثانياً: الموقف القانوني من التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في إبرام العقود:

في سابقة قضائية انتشرت قضية تم رفعها أمام القضاء الكندي في الثامن من شهر يونيو ٢٠٢٣م، أصدرت إحدى المحاكم الكندية حكمها بإلزام إحدى الشركات ذات المسئولية المحدودة بغرامة مالية لإحدى الشركات، بناء على ردها على الموجب بإيموجي 👍، واعتبرته قبولاً ودال على الموافقة، بما يمثل انعقاداً للإرادتين المعول عليه في انعقاد العقد وتمامه[٣].

ولم أقف على حادثة لمثل هذه في المحاكم العربية في قضايا العقود، ولا شك أن المسألة مهمة ولا بد أن تصل إلى المحاكم، وقد أشرت فيما سبق إلى تصريح للمتحدث الأمني بوزارة الداخلية السعودية، بأنه يمكن اعتبار الرموز التعبيرية ذات المدلول الجنسي دليلاً لجريمة التحرش، وسيأتي في المسألة التالية.

---

(١) انظر: المبسوط للسرخسي (٥/ ١٦) بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع (٥/ ١٣٨).

(٢) انظر: نظام المعاملات المدنية في المملكة العربية السعودية، على الرابط: https: //n9. cl/muvkt.

(٣) انظر: القانون والقضاء في عالم متغير الرموز التعبيرية، لأحمد عبد الظاهر، على الرابط: https: //n9. cl/v21ky.

وهذه القضية يمكن أن تشملها القوانين، فلو تأملنا التشريعات العربية لوجدنا أن تشريعات المعاملات المدنية تعتد بما اصطلح على تسميته «الإشارة المعهودة عرفاً» في التعبير عن الإرادة، فعلى سبيل المثال، وفي جمهورية مصر العربية، وطبقاً للمادة التسعين من القانون المدني، الصادر بالقانون رقم ١٣١ لسنة ١٩٤٨م، «التعبير عن الإرادة يكون باللفظ وبالكتابة وبالإشارة المتداولة عرفاً، كما يكون باتخاذ موقف لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالته على حقيقة المقصود»(١).

فنلاحظ أن المشرع تناول حالة التعبير عن الإيجاب والقبول فقرر بأن كل تعبير عن الإرادة يستعمل لإنشاء العقد يعتبر كذلك، سواء أكان بلغة عربية أم بلغة أخرى يفهمها المتعاقدان، لا يشترط في ذلك لفظ معين ولا تركيب خاص وعليه فيكمن أن تكون الرموز التعبيرية وسيلة للتعبير عن الإرادة؛ لأنه المشرع أجاز التعبير بأي طريقة لا تدع مجالاً للشك.

وفي قانون المعاملات الإلكترونية الكويتي نصت المادة الرابعة على أنه: «لا يلتزم أي شخص بقبول التعامل بالوسائل الإلكترونية بدون موافقته، وتستنتج موافقة الشخص من سلوكه الإيجابي الذي لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالته على موافقته... »، وفي المادة الخامسة: «يجوز التعبير كلياً أو جزئياً عن الإيجاب والقبول وجميع الأمور المتعلقة بالتعاقد، بما في ذلك أي تعديل أو رجوع في الإيجاب أو القبول عن طريق المعاملات الإلكترونية، ولا يفقد التعبير صحته أو أثره أو قابليته للتنفيذ لمجرد أنه تم بواسطة مراسلة إلكترونية واحدة أو

(١) انظر القانون المدني لجمهورية مصر العربية، على الرابط: https: //n9. cl/01sm4.

أكثر»[١].

وفي المملكة العربية السعودية، ووفقاً للمادة الثالثة والثلاثين من نظام المعاملات المدنية، الذي تمت الموافقة عليه بموجب المرسوم الملكي رقم (م/ ١٩١) وتاريخ ٢٩ ذو القِعدة ١٤٤٤ه، «١- يكون الإيجاب والقبول بكل ما يدل على الإرادة. ٢- يجوز أن يكون التعبير عن الإرادة باللفظ أو بالكتابة أو بالإشارة المفهومة أو بالمعاطاة، وأن يكون صريحاً أو ضمنيّاً، وذلك ما لم تقتض النصوص النظامية أو الاتفاق أو طبيعة المعاملة خلاف ذلك»[٢].

وهنا صرح النظام بأن التعبير عن الإرادة يكون بكل ما يدل على الإرادة، ويكون صريحاً أو ضمنيّاً ما لم تقتض النصوص النظامية أو الاتفاق أو طبيعة المعاملة خلاف ذلك، وهذه الفقرة تفتح المجال لأساليب التعاقد بالرموز التعبيرية، حيث إن تعبير أي فرد عن إرادته بالرموز التعبيرية يعني أنه قصد اتخاذ مسلك وطريق يشير ويعلن فيه عن نية التعاقد والتعبير عن إرادته بهذه الوسيلة[٣].

ولكن لا بد من مراعاة الظروف المحيطة بالتعاقد وطبيعة التعاملات السابقة بين المتعاقدين؛ لأن الأعراف التجارية لها دورها في تفسير طرائق التعبير عن الإرادة مادام أنه لم يكن هناك تعبيراً صريحًا على النحو التقليدي المتعارف عليه؛

(١) انظر قانون المعاملات الإلكترونية، على الرابط: https: //www. e. gov. kw/sites/kgoArabic/Forms/MagazineA. pdf.

(٢) انظر: نظام المعاملات المدنية في المملكة العربية السعودية، على الرابط: https: //n9. cl/muvkt.

(٣) انظر: التعاقد بالرموز التعبيرية الإيموجي، فتحي علي فتحي (ص٥٧)

وهذا ما لحظه القاضي في المحكمة الكندية في القضية الآنفة الذكر؛ حيث وجد أن الطرف الذي أرسل موافقته على العرض بالتعبير بـ (👍) قد أعتاد الموافقة على العقد بكلمات بسيطة مثل (Ok) وبالتالي هناك تماثل بين التعبير بالرمز والتعبير بالكلمات البسيطة التي اعتاد المشترى إرسالها للبائع، مما يدل على أن العرف قد أستقر بينهما على إبرام العقود التجارية عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي بدون صيغ معقدة.

ولذلك المرجو من المشرع النص في نظام المعاملات المدنية، على أنه يصح التعبير عن الإرادة بالرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي التي لا تدع ظروف الحال شكّاً في دلالتها على التراضي إن اشتهر العرف باستخدام الرموز التعبيرية بين المتعاقدين، ويستثنى من ذلك عقود الأحوال الشخصية وغيرها من العقود التي يشترط النظام فيها إجراءات معينة للتعاقد.

المطلب الثاني: مدى حجية الرموز التعبيرية في إثبات الجرائم الجنائية

لقد اهتم الفقه الإسلامي بالإثبات في قضايا المعاملات والجنايات، وذلك لصيانة الحقوق والمحافظة على الدماء من أن تسفك والأموال من أن تنهب، وتتضح أهمية الإثبات بأسمى معانيه في قوله تعالى: {يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُسَمًّى فَاكْتُبُوهُ} [البقرة: ٢٨٢]، وقال ﷺ: «لو يعطى الناس بدعواهم، لادعى ناس دماء رجال وأموالهم، ولكن اليمين على المدعى عليه»(١).

وهذا الحديث يعد قاعدة عظيمة من قواعد الشرع، ففيه أنه لا يقبل قول الإنسان فيما يدعيه بمجرد دعواه بل يحتاج إلى بينه أو حجة تثبت تصديق المدعى عليه(٢).

ولكن في ضوء التقدم المذهل في وسائل التواصل الاجتماعي في مجتمع المعلوماتية الذي نعيشه الآن، أدى إلى سرعة ومرونة طرق ارتكاب الجرائم عبر تلك الوسائل، وفرضت الكثير من المعوقات أمام جهات الضبط التقليدية، فيما يتعلق بإجراءات التحقيقات، والكشف عن مرتكبيها، والعثور على الأدلة الرقمية والتأكد من صحة الدليل المتحصل عليه، ومن أهم هذه المعوقات شكل أدلة الإثبات المستخلصة من وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك برزت عدة أسئلة حول النوازل المستجدة المتعلقة بالإثبات، ومن ذلك: ما مدي حجية الرموز التعبيرية المستخدمة في وسائل التواصل الاجتماعي كدليل إثبات في الجرائم الجنائية؟

---

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب تفسير القرآن، باب {إن الذين يشترون بعهد الله وأيمانهم ثمنا قليلا أولئك لا خلاق لهم} (٦/ ٣٥) برقم: (٤٥٥٢) ومسلم في صحيحه، كتاب الأقضية، باب اليمين على المدعى عليه (٣/ ١٣٣٦) برقم: (١٧١١).
(٢) انظر: شرح النووي على مسلم (١٢/ ٣).

وقبل التطرق لهذه المسألة، نعرج على معنى الإثبات وطرق معرفته ووسائله في الفقه الإسلامي:

فالإثبات هو: إقامة الدليل أمام القضـــاء بالطرق المقررة على واقعة قانونية محل نزاع بين الخصوم(١).

ووسائل الإثبات وطرقه في الفقه الإسلامي:

الإقرار: وهو إخبار عن ثبوت حق للغير على نفسه.

الشهادة: وهي: إخبار صادق لإثبات حق بلفظ الشهادة في مجلس القضاء.

اليمين: وهو تأكيد ثبوت الحق أو نفيه أمام القاضـــي بذكر اســـم الله تعالى أو بصفة من صفاته.

القرائن: جمع قرينة: وهي كل أمارة ظاهرة تقارن شيئًا خفيًّا، فتدل عليه.

الكتابة: أن يخط بالقلم في صحيفة يعترف بحق أو بينة أو التزام أو جريمة.

الخبرة والمعاينة: الخبرة هي الاختبار، والخبير: العالم بالشـــيء المختص به، وهو يسأل فيما أشكل على القاضي(٢).

واتفق الفقهاء على أن الإقرار والشـهادة واليمين والنكول حجج شـرعية يعتمد عليها القاضـي في قضـائه، ويعول عليها في حكمه(٣)، واختلفوا فيما وراء ذلك من

(١) انظر: موسوعة الفقه الإسلامي (٢/ ١٣٦).

(٢) نظرية الإثبات في الفقه الجنائي الإسلامي، لأحمد فتحي بهنسي (ص١٤)، والإثبات الجنائي بالوسائل العلمية الحديثة، للحسن الحضيري (ص٤٦).

(٣) انظر: مراتب الإجماع (ص٥٠) الإقناع في مسـائل الإجماع (٢/ ١٤٧) أحكام القرآن لابن العربي (١/ ٤٥٤)، المغني لابن قدامة (١٤/ ١٢٣) بداية المجتهد ونهاية المقتصـــد (٤/ ٢٥٤) روضـة الطالبين وعمدة المفتين (٨/ ١٥٦) شرح الزركشي على مختصر الخرقي (٤/ ١٥٢).

طرق الإثبات، وكانوا في ذلك على قسمين:

الأول: يرى أن طرق الإثبات محصورة في وسائل محددة نص عليها الشرع صراحة أو استنباطاً كالإقرار والشهادة واليمين، وبه قال جمهور الفقهاء[1]، واستدلوا بقوله تعالى: ﴿وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَى أَجَلِهِ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَى أَلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ﴾ [البقرة: ٢٨٢].

والثاني: يرى أن طرق الإثبات ليست محصورة، بل يكون بكل ما يبين الحق ويظهره، وهذا ما قاله ابن القيم، وتبعه في ذلك بعض الفقهاء كابن فرحون من المالكية[2]، واستدلوا بقوله ﷺ: «البينة على المدعي»[3]، ووجه الدلالة أن البينة

---

(١) انظر: الأشباه والنظائر - ابن نجيم (ص ٢١٧)، بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد (٤/ ٢٤٥)، العزيز شرح الوجيز للرافعي (١٢/ ٤٨٦)، إعلام الموقعين عن رب العالمين (٢/ ٧١)، طرق الإثبات الشرعية، أحمد إبراهيم بك، (ص ٢٧). ومع أن الجمهور يرون أن أدلة إثبات الدعوى محصورة فإنهم مختلفون في العدد الذي تنحصر فيه هذه الأدلة. انظر تفاصيل الخلاف في النظام القضائي في الفقه الإسلامي (ص٢٧٠).

(٢) انظر: تبصرة الحكام في أصول الأقضية ومناهج الأحكام (١/ ٢٤٠).

(٣) أخرجه الترمذي في سننه، أبواب الأحكام، باب ما جاء أن البينة على المدعي واليمين على المدعى عليه (٣/ ١٧٦) رقم: (١٣٩٠) قال: «هذا حديث في إسناده مقال، ومحمد بن عبيد الله العرزمي يضعف في الحديث من قبل حفظه، ضعفه ابن المبارك وغيره»، والحديث في الصحيحين بلفظ: "لكن اليمين على المدعى عليه» أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الرهن، باب: إذا اختلف الراهن والمرتهن (٣/ ١٤٣) رقم: (٢٥١٤) ومسلم في صحيحه، كتاب الأقضية، باب اليمين على المدعى عليه (٥/ ١٢٨): (١٧١١).

في اســـم لما يبين الحق ويظهره، ومعنى الحديث: «البينة على المدعي» أي عليه أن يظهر ما يبين صحة دعواه فإذا ظهر صدقه بطريق من الطرق حكم له(١).

وهذا هو الراجح أن البينة اســم لكل ما بيّن الحق، وأن طرق الإثبات غير منحصــرة؛ لأنها ليست تعبدية، فهي وسائل قابلة للتعليل والقياس، والعلة فيها هي إظهار الحق وإثباته بأي وسيلة تظهر الحق وتكشف الواقع، سواء كان ذلك إقرارا، أم كتابة، أم غيرهما فهي من طرق الحكم والإثبات التي تبين الحق وتظهره، مما تقرر بالكتاب والســـنة، أم مما استنبط العلماء مشروعيته منهما، أم مما استجد من طرق ووسائل الإثبات والحكم مما شهد الشرع لأصله كتحليل الدم، وبعض وسائل كشف الجريمة وغيرها، فإن طرق الحكم هي من أدلة وقوع معرفات الأحكام والتي لا تنحصر(٢).

وعليه فإن كل ما يستخرج من وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون وسيلة إثبات أو قرينة يستدل بها إذا انتفت شبهات التزوير والتضليل وفق ما يقرره أهل الاختصاص في إثبات الجرائم؛ لأن أي وسيلة تثبت الحق فهي وسيلة معتبرة شـــرعًا في الإثبات وإلا أدى إهمالها من تضـــييع للحقوق؛ لذلك يقول ابن القيم: «... إن الشارع في جميع المواضع يقصد ظهور الحق بما يمكن ظهوره به من البينات التي هي أدلة عليه وشواهد له، ولا يرد حقا قد ظهر بدليله أبدا فيضيع حقوق الله وعباده ويعطلها، ولا يقف ظهور الحق على أمر معين، لا فائدة في تخصيصه به مع مساواة غيره في ظهور الحق أو رجحانه عليه ترجيحا لا يمكن جحده ودفعه... لما ظن هذا من ظنه ضـــيعوا طريق الحكم، فضـــاع كثير من الحقوق لتوقف ثبوتها عندهم على طريق معين وصـــار الظالم الفاجر ممكناً من ظلمه وفجوره، فضـــاعت حقوق كثيرة لله ولعباده، وحينئذ أخرج الله أمر حكم

(١) الطرق الحكمية في السياسة الشرعية (ص٢٤).
(٢) انظر: تنزيل الأحكام على الوقائع القضائية والفتوية في الفقه الإسلامي، لعبد الله بن محمد بن خنين، مجلة البحوث الإسلامية (٧٨/ ٢٨٤).

العالمين عن أيديهم... »[1].

وهذا ما اعتمده نظام الإثبات السعودي، فقد اعتبر مجموعة من الأدلة، ومنها الأدلة الرقمية، كما جاء في المادة الثالثة والخمسون على أنه «يُعد كل دليل مستمد من أي بيانات تنشأ أو تصدر أو تسلم أو تحفظ أو تبلغ بوسيلة رقمية وتكون قابلة للاسترجاع أو الحصول عليها بصورة يمكن فهمها»[2]، ثم في المادة الرابعة والخمسين قال: «يشمل الدليل الرقمي:

١. السجل الرقمي.
٢. المحرَّر الرقمي.
٣. التوقيع الرقمي.
٤. المراسلات الرقمية بما فيها البريد الرقمي.
٥. وسائل الاتصال.
٦. الوسائط الرقمية.
٧. أي دليل رقمي آخر».

وهذا الأخير يشمل كل دليل رقمي يتحصل عليه من وسائل التواصل الاجتماعي أو غيرها، فالدليل الرقمي أصبح دليلاً أصيلاً في نظام الإثبات السعودي، وليس في جانب القرائن، حيث جاءت المادة الخامسة والخمسون من ذات النظام بما نصه: «يكون للإثبات بالدليل الرقمي حكم الإثبات بالكتابة الوارد في هذا النظام»[3].

(١) إعلام الموقعين عن رب العالمين (١/ ٧١).
(٢) انظر نظام الإثبات السعودي، على الرابط: https: //n9. cl/5a0kto
(٣) انظر نظام الإثبات السعودي، على الرابط: https: //n9. cl/5a0kto

وبما أن للدليل الرقمي حجة في الإثبات كالدليل بالكتابة[1]، فهل يمكن التعويل على الرموز التعبيرية المستخرجة من وسائل التواصل الاجتماعي دليلاً على إثبات الجريمة؟.

وهذا يتصور في قيام أحد المستخدمين بنشر أحد الرموز التعبيرية التي تدل على الترويج للإرهاب، أو قام بإرسال رمز تعبيري فيه إيحاءات جنسية لامرأة أجنبية، أو أرسل رمزاً يدل على التهديد بالقتل لشخص آخر بينهما عداوة، ونحو ذلك من الرموز التعبيرية ذات الدلالة على الجريمة أو الشروع فيها، فهل يعتبر استخدام الرموز التعبيرية دليل إثبات على الجرائم الجنائية؟

مدى اعتبار حجية الرموز التعبيرية في إثبات الجرائم:

لمعرفة أهمية تبعات استخدام الرموز التعبيرية في الجرائم الجنائية حيث كانت طرفاً في القضايا والمحاكم، فبحسب إحصاءات جامعة سانتا كلارا الأميركية، ارتفع من قضية واحدة عام ٢٠٠٤ إلى مئة قضية عام ٢٠١٩، وفي ٢٠١٦ حكمت محكمة فرنسية على شخص بالسجن لمدة ثلاثة أشهر؛ لأنه هدد بواسطة رسالة تحتوي إيموجي مسدس، بعدما نظر إليه كدليل على وجود القصد الجنائي، ولدرجة قيام شركة أبل بتغييره لمسدس ماء، والضغط بالمشاركة مع شركة مايكروسوفت ضد إضافة إيموجي البندقية، وفي قضية أخرى بولاية ماساتشوستس الأميركية، تحول الحكم من قتل شبه عمد إلى قتل عمد؛ لأن القاتل أضاف في رسالته للضحية، إيموجي وجه مفجوع وعيناه عليهما علامتا إكس،

(١) كما جاء في المادة السابعة والخمسون: «يكون الدليل الرقمي غير الرسمي حجةً على أطراف التعامل-ما لم يثبت خلاف ذلك- في الحالات الآتية: إذا كان صادراً وفقاً لنظام التعاملات الإلكترونية أو نظام التجارة الإلكترونية. إذا كان مستفاداً من وسيلة رقمية منصوص عليها في العقد محل النزاع. إذا كان مستفاداً من وسيلة رقمية موثقة أو مشاعة للعموم». انظر نظام الإثبات السعودي، على الرابط: https: //n9. cl/5a0kto

بخلاف وجود قضايا تستحـــق العقاب، استعـــان فيها الدفاع بإيموجي الوجه المبتسم، الموجود في المحادثات الإلكترونية، للدلالة على أن المكتوب كان مجرد مزحة ولم يكن حقيقياً، إلا أن هذه الرموز وجدت طريقها إلى المحاكم، ولا بد من التعاطي معها وتنظيم القوانين والأنظمة مواكبة لهذا التطور المتسارع(١).

ولم أقف على من تلكم في الموضـــوع بشـــكل خاص من ناحية فقهية، ولكن تطرق له بعض الباحثين من ناحية قانونية، والنظر فيه مبني على ما ذكره الفقهاء كما تقدم في وسائل الإثبات، وتقدم أن الرموز التعبيرية تدخل في الكتابة، والراجح أن الكتابة تعتبر من وســـائل الإثبات، ولكن ينبغي أن أشـــير إلى أن من ســـمات الرموز التعبيرية إن اعتبرناها وسيلة إثبات كالكتابة، أنها لا بد أن تكون مستبينة وواضـــحة حتى تكون بينة مقبولة كما في الكتابة، ومن المعلوم أن معاني الرموز التعبيرية متعددة وتختلف من ثقافة إلى أخرى، ومن تطبيق إلى آخر.

نعم، قد تكون بعض الرموز دلالتها أوضح من العبارات، ولكن تبقى قاصرة عن استقلالها بمعنى محدد، وخاصة في مسائل الجرائم والجنايات؛ كون الشك يدرأ الحد، ولكن هذا لا يعني تجاهل تلك الرموز التعبيرية التي قد تشـــير إلى ارتكاب الجرائم، وخاصة الرموز التي لها معنى واضحاً واحتفت بقرائن تدل على أن المقصود بها ارتكاب الجريمة، فحينئذ يمكن القول بأنها تعتبر قرينة قوية يؤخذ بها في الإثبات، ولكن لا تســـتقل وحدها لتكون وســـيلة إثبات كالكتابة التي أقرها نظام الإثبات السعودي.

والأصل في الرموز التعبيرية أنها ليست معدة أصلاً كوسيلة إثبات مستقلة

(١) انظر: مقالاً بعنوان: عقول في حجم الدبوس، لبدر بن ســـعود، في موقع الرياض على الرابط: https: //alriyadh. com/2062222.

وصـــريحة على ارتكاب الجرائم، ولم تنص عليها القوانين، ولكن يجوز للمعتدى عليه التمسـك بها كدليل إثبات يدعم به موقفه في الخصـومة القضـائية التي بينه وبين من تفاعل بها، كما لو اقترنت برســائل وخصــام ســابق يؤيد أن الرموز التعبيرية الدالة على التهديد بارتكاب الجريمة؛ لأن الأساس في تحديد الجريمة هو القصــد، ولا يمكن تأكيده بناء على الرمز التعبيري المرسـل وحده، وأيضـاً لأن الرموز التعبيريـة تحتمـل أكثر من معنى؛ لـذلـك تعتبر الرموز التعبيريـة مكملاً للجريمة في حال وجودها مع نص أو تســجيل معين يوضــح القصــد الحقيقي للمرسل.

ونقف هنا على بعض النماذج الشــائعة، تبين لنا أهمية دراســة تأثير الرموز التعبيرية على الإثبات في الجرائم:

أولاً: التحرش باستخدام الرموز التعبيرية:

ينص نظام مكافحة «جريمة التحرش» في المملكة العربية السعودية على أن «كل قول أو فعل أو إشارة ذات مدلول جنسي، تصدر من شخص تجاه أي شخص آخر، تمس جسده أو عرضـه، أو تخدش حياءه، بأي وسيلة كانت، بما في ذلك وسائل التقنية الحديثة»، ونص على معاقبة المتحرش، بالسجن لمدة تصل إلى سنتين وبغرامة قدرها ١٠٠ ألف ريال، وقد تغلظ العقوبة إلى الســجن مدة خمس ســنوات، وغرامة قدرها ٣٠٠ ألف ريال، في حالات محددة(١).

وهذا يدل على إمكانية اعتبار الرموز التعبيرية من وســائل التحرش، ولكنها غير مسـتقلة بذاتها، فيرى بعض المهتمين أن الرموز التعبيرية حتى تكون جريمة تحرش ضمن القانون لا بد أن تتوفر ثلاثة أركان أساسية وهي: الركن الشرعي:

(١) انـظـر نـصّ الـمـادة، عـلـى الـرابـط: https: //faculty. ksu. edu. sa/ar/salissa/blog/258043

إذ لا بد أن يكون هناك نص قانوني على تجريم الفعل، والركن المادي المتضمن «فعل ونتيجة وعلاقة سببية»، والركن المعنوي المتضمن «القصد الجنائي»؛ ولذلك لا تعتبر الرموز التعبيرية تحرشاً إلا بتوفر الثلاثة الأركان(١).

وهذا صحيح، ولكن الركن المادي لجريمة التحرش حسب المادة يتمثل في توجيه أي قول فعل أو إشارة ذات مدلول جنسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو بأي وسيلة، وأما النص القانوني فإنه وإن لم ينص عليه لكن قوله: «كل قول أو فعل أو إشارة» يشمل كل رمز أو رسوم "الإيموجي"، والشرط أن يحمل الرمز دلالة جنسية، مع وجود القصد وهو الركن المعنوي، وهذا يتبين من خلال ملابسات الجناية، والقرائن المؤكدة على القصد ولأجل ذلك قلنا تعتبر قرينة قوية يؤخذ بها.

وعليه فإن قام شخص بإرسال إيموجي كالقبلة والقلب أو أي رمز يعكس سلوكاً ذا مدلول جنسي عبر وسائل التواصل الاجتماعي لامرأة لا تربطهما علاقة شرعية فهذا يعتبر تحرشاً، لا سيما وقد وجدت قرائن تؤكد قصد التحرش غير الرموز التعبيرية، وهذا ما أكده المتحدث الأمني بوزارة الداخلية اللواء منصور التركي أن إرسال بعض الرموز التعبيرية على برامج المراسلة الفورية أو تطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي يعد جريمة تحرش، إذا كانت ذات مدلول جنسي(٢).

(١) انظر دفع المحامي فيصل القفاري، والمحامي تركي القحطاني على الرابط، https: //www. bbc. com/arabic/trending-44291969

(٢) انظر موقع وزارة الداخلية، على الرابط: https: //n9. cl/e6id1

ثانياً: التهديد بالقتل باستخدام الرموز التعبيرية:

ينص نظام مكافحة جرائم المعلوماتية، نصـــت المادة الثالثة على معاقبة من اسـتخدم تقنية المعلومات أو إحدى وسـائل الاتصـالات في تهديد أي شـخص أو ابتزازه، بالسـجن مدة لا تزيد عن سـنة، وبغرامة لا تزيد عن خمسـمائة ألف ريال، أو بهما معاً.

فعلى سبيل المثال في حال جاء الرمز التعبيري على شكل سكين، بعد نص أو تسـجيل صـوتي فيه ما يتوعد بالقتل، يكون رمز السـكين دليلاً على قصـد المرسل، وهو التوعد بقتل المتهم، وليس ضربه مثلاً، بينما لا يمكن تأكيد القصد في حال إرسال الإيموجي وحده من دون أية دلالة تعبيرية أخرى، وهذا من ضمن الأمور التي يقدرها القاضي.

في هذا الصـدد، حكمت محكمة فرنسـية على شـخص بالحبس سـتة أشـهر، منها ثلاثة حبساً نافذا، لإرساله إلى صديقته السابقة رسالة نصية قصيرة (SMS) مرفوقة برمز تعبيري (Emojis) للمســـدس اعتبرته المحكمة تهديدًا حقيقياً بالقتل بالنظر إلى الظروف التي تحيط بالقضية[١].

ومن خلال هذه الدراسة يتضح مدى الأهمية التي يحظى بها هذا البحث في

(١) انظر: انفعالات وأحاســيس رموز "الإيموجي" تقود إلى المســاءلة القانونية، على موقع هسبريس، على الرابط: https: //n9. cl/bo9hgi.

هذا الموضـوع، وذلك بالنظر لندرة الدراسـات الشـرعية، والقضـائية، ومن ناحية أخرى تظهر أهميته في الدور الذي تلعبه الرموز التعبيرية في وسـائل التواصـل الاجتماعي، بحيث يبدو سـائغاً القول إن الرموز التعبيرية شـكّلت قفزة نوعية في مجال اللغة والاتصـال، حيث تعتبر تلك الرموز هي الوجه الآخر للاتصـال غير اللفظي، أي أنها تعادل لغة الجسـد من إيماءات وحركات وايحاءات، وفي المقابل ينبغي التنبيه إلى أن بعض التفاعلات باسـتخدام تلك الرموز قد يترتب عليه الوقوع في الحرام، ولبعضـها آثار ضـارة وتبعات قانونية وسـلوكيات إجرامية التي يمكن أن تتحقق من خلال اسـتخدام هذه الرموز، الأمر الذي يبدو معه من الضـروري التأكيد على التنبّه عند اسـتخدام الرموز التعبيرية، واسـتخدام الرموز التي تتوافق مع الأحكام الشـرعية ومنظومة القيم والقانون في المجتمع، وفي سياقات تلائم استخدامها.

الخاتمة

أولاً: أهم النتائج:

١. أن الرموز التعبيرية عبارة عن أيقونات رقمية شائعة أو صور تخيلية غير حقيقية، تُستخدم للتعبير عن المشاعر والأفعال والأقوال في وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.

٢. سرعة انتشار استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى استخدامها للتعبير عن كثير من الأفعال والأقوال والمشاعر بين المستخدمين، فاستغلت للتسويق التجاري، وطالت ردهات المحاكم، وأصبحت تشكل أثراً على الأحكام القضائية.

٣- أن استخدام الرموز التعبيرية يعتبر من المعاملات والتصرفات، والأصل فيها الإباحة ما لم يرد نص بتحريمها، وأنها وسيلة ولها حكم المقصد منها، فوسائل المقاصد الواجبة واجبة، ووسائل المقاصد المحرمة محرمة، وهكذا ما بينهما من مراتب الأحكام الأخمسة.

٤- أن استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي جائز إلا ما كان فيه ما يخدش الحياء أو يصور العورات أو يوحي بتعبيرات سيئة، وفي الجملة ما يخالف الشرع.

٥- أن استخدام رمز القلب في وسائل التواصل الاجتماعي جائز للتعبير عن الحب والإعجاب بين المستخدمين الذي يمكن التعبير بالحب لهم بدونها كالزوجة لزوجها والوالد لولده وغيرهم، وأما استعماله من رجل لامرأة أجنبية لا تربطهما علاقة فشأنه شأن كل الوسائل المباحة تتخذ وسيلة الى الحرام.

٦- أن استخدام رمز اليدين المضغوطتين يكون لعدة معان؛ وليس مختصاً بديانة معينة؛ ولذلك لا يكون من التشبّه المحرم، وإن كان الأولى ترك استعماله.

٧- أن التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في مسائل العقود كالتعبير عنها

بالكتابة بين متعاقدين غائبين، وترجح جوازه، وعليه فيعتد بالرموز التعبيرية في التعبير عن الإرادة وبكل وسيلة تدل على رضا المتعاقدين بشرط أن لا تدع ظروف الحال شكّاً في دلالتها على التراضي، وأن يكون العرف قد جرى بين المتعاقدين على اعتمادها، ويستثنى من ذلك عقود الأحوال الشخصية وغيرها من العقود التي يشترط النظام فيها إجراءات معينة للتعاقد.

٨- أن حجية الرموز التعبيرية في إثبات الجرائم قد تكون قوية ومقبولة كقرينة عند وضوحها وانتفاء الشك في دلالتها على الجريمة، ولكن لا ترقى لأن تكون دليلاً مستقلاً بذاتها كالإقرار والكتابة وغيرهما في إثبات الجرائم، وأما الحدود والقصاص فهي قرينة ضعيفة؛ لأنها تدرأ بالشبهات، والرموز التعبيرية في معظمها محلّ اختلاف في تفسير معناها.

ثانياً: **التوصيات**:

١- نوصي المنظم في المملكة العربية السعودية بالتنصيص على الاعتداد بالرموز التعبيرية في مسائل العقود إن لم يتطرق لها الشك، وأيدها العرف.

٢- نحث الباحثين تركيز البحوث الفقهية على مثل هذه المسائل المستجدة ومقارنتها بالقوانين؛ لكثرة انتشارها ودخولها في مسائل قضائية كثيرة.

٣- كما نحث على تكثيف الدراسات الميدانية التي تعكس اهتمام المستخدمين للرموز التعبيرية في شتى المجالات.

فهرس المصادر والمراجع

الإثبات الجنائي بالوسائل العلمية الحديثة، للحسن الطيب الحضيري، رسالة ماجستير، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، ٢٠١٦م
أحكام القرآن لابن العربي، راجع أصوله وخرج أحاديثه وعلَّق عليه: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، الطبعة: الثالثة، ١٤٢٤ هـ-٢٠٠٣ م
الأشباه والنظائر لابن نجيم الحنفي، وضع حواشيه: زكريا عميرات، دار الكتب العلمية، بيروت – لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م
أضواء على حجية الرسائل في الإثبات في مواقع التواصل الاجتماعي، لعلي السيد حسين، مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا، العدد ٣٢، الجزء ٣، ٢٠١٧م.
الإقناع في مسائل الإجماع، لابن القطان، المحقق: حسن الصعيدي، الفاروق الحديثة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٤ هـ
الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، لعلاء الدين المَرْداوي تحقيق: عبد الله التركي وعبد الفتاح الحلو، هجر للطباعة والنشر والتوزيع والإعلان، القاهرة - الطبعة: الأولى، ١٤١٥ هـ - ١٩٩٥ م.
البحر الرائق شرح كنز الدقائق ومنحة الخالق، لابن نجيم، وبالحاشية: منحة الخالق لابن عابدين، دار الكتاب الإسلامي، الطبعة: الثانية - بدون تاريخ.
بداية المجتهد ونهاية المقتصد لابن رشد، دار الحديث-القاهرة، الطبعة: بدون طبعة، ١٤٢٥هـ-٢٠٠٤م.
بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، لعلاء الدين، الكاساني الحنفي، دار الكتب العلمية، الطبعة: الثانية، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م.
تبصرة الحكام في أصول الأقضية ومناهج الأحكام لابن فرحون، مكتبة الكليات الأزهرية، الطبعة: الأولى، ١٤٠٦هـ - ١٩٨٦م.

تحفة المحتاج في شرح المنهاج وحواشي الشرواني والعبادي، لابن حجر الهيتمي، روجعت على عدة نسخ بمعرفة لجنة من العلماء، المكتبة التجارية الكبرى بمصر، ١٣٥٧ هـ - ١٩٨٣ م.

التعاقد بالرموز التعبيرية - دراسة تحليلية مقارنة، لفتحي علي فتحي، منشور في مجلة الرافدين للحقوق، المجلد ٢٤، العدد ٨٦، ٢٠٢٤م.

تنزيل الأحكام على الوقائع القضائية والفتوية في الفقه الإسلامي، لمعالي الشيخ عبد الله بن محمد بن خنين، مجلة البحوث الإسلامية، العدد ٧٨.

حاشية البجيرمي على الخطيب (تحفة الحبيب على شرح الخطيب)، للبُجَيْرَمِيّ، دار الفكر، بدون طبعة، ١٤١٥هـ - ١٩٩٥م.

حاشية الصاوي على الشرح الصغير لأبي العباس الخلوتي، الشهير بالصاوي المالكي، دار المعارف، الطبعة: بدون طبعة وبدون تاريخ.

حاشية الطحطاوي على مراقي الفلاح، المحقق: محمد الخالدي، دار الكتب العلمية بيروت – لبنان، الطبعة الأولى، ١٩٩٧م.

الذخيرة للقرافي، المحقق: محمد حجي، وغيره، دار الغرب الإسلامي-بيروت، الطبعة: الأولى، ١٩٩٤ م

سلسلة الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها للألباني، مكتبة المعارف للنشر والتوزيع، الرياض، الطبعة: الأولى

سنن الترمذي، المحقق: بشار عواد معروف، دار الغرب الإسلامي-بيروت، سنة النشر: ١٩٩٨م

السنن الكبرى للبيهقي، المحقق: محمد عبد القادر عطا، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنات، الطبعة: الثالثة، ١٤٢٤ هـ-٢٠٠٣ م

شرح الزركشي على مختصر الخرقي، دار العبيكان، الطبعة: الأولى، ١٤١٣ هـ - ١٩٩٣ م.

شرح النووي على مسلم، دار إحياء التراث العربي-بيروت، الطبعة: الثانية، ١٣٩٢

طرق الإثبات الشرعية، وأحمد إبراهيم بك، إعداد المستشار واصل علاء الدين أحمد إبراهيم، ط الرابعة ٢٠٠٣م.

الطرق الحكمية في السياسة الشرعية لابن القيم، المحقق: نايف بن أحمد الحمد، دار عالم الفوائد - مكة المكرمة، الطبعة: الأولى، ١٤٢٨ هـ.

العزيز شرح الوجيز المعروف بالشرح الكبير للرافعي، تحقيق: علي محمد عوض وعادل أحمد عبد الموجود، دار الكتب العلمية، بيروت – لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م

فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء في الملكة العربية السعودية، جمع وترتيب: أحمد بن عبد الرزاق الدويش، رئاسة إدارة البحوث العلمية والإفتاء - الإدارة العامة للطبع – الرياض.

فتح الباري لابن حجر، عناية: محمد فؤاد عبد الباقي، قام بإخراجه وصححه: محب الدين الخطيب، دار المعرفة - بيروت، ١٣٧٩م.

الفروع وتصحيح الفروع لابن مفلح، المحقق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، الطبعة: الأولى ١٤٢٤ هـ-٢٠٠٣م.

الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، لشهاب الدين النفراوي المالكي، دار الفكر، تاريخ النشر: ١٤١٥هـ.

المبسوط للسرخسي، دار المعرفة-بيروت، تاريخ النشر: ١٤١٤هـ

مراتب الإجماع، لابن حزم، دار الكتب العلمية – بيروت.

معونة أولي النُهَى شرح المنتهى لابن النجار الفتوحي، دراسة وتحقيق: عبد الملك بن عبد الله دهيش، توزيع: مكتبة الأسدي، مكة المكرمة، الطبعة: الخامسة، ١٤٢٩ هـ - ٢٠٠٨ م.

المغني لابن قدامة المقدسي، مكتبة القاهرة، ١٣٨٨هـ

مواهب الجليل في شرح مختصر خليل للحطاب، دار الفكر، الطبعة: الثالثة، ١٤١٢هـ - ١٩٩٢م.
موسوعة الفقه الإسلامي، إصدار: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، مصر.
الموسوعة الفقهية الكويتية، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية – الكويت، الطبعة الثانية، دار السلاسل – الكويت، الطبعة الأولى، مطابع دار الصفوة – مصر، الطبعة الثانية، طبع الوزارة.
نظرية الإثبات في الفقه الجنائي الإسلامي، لأحمد فتحي بهنسي، دار الشروق، ط٥، ١٩٨٩م
إحصاءات وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية ٢٠٢٤، على الرابط: https: //n9. cl/jttol
إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي العالمية، على الرابط: https: //n9. cl/6oryw2
استخدام الوجوه التعبيرية في المحادثات الإلكترونية، رقم الفتوى: ٤٠١٠، على الرابط: https: //n9. cl/ubudx
انفعالات وأحاسيس رموز "الإيموجي"، على موقع هسبريس، على الرابط: https: //n9. cl/bo9hgi
دفع المحامي فيصل القفاري، والمحامي تركي القحطاني على الرابط، https: //www. bbc. com/arabic/trending-44291969
السياسات ومعايير مجتمع فيسبوك، على الرابط: https: //n9. cl/8hgcl
القانون المدني لجمهورية مصر العربية، على الرابط: https: //n9. cl/01sm4
قانون المعاملات الإلكترونية، على الرابط: https: //www. e. gov. kw/sites/kgoArabic/Forms/MagazineA. pdf
القانون والقضاء في عالم متغير الرموز التعبيرية، لأحمد عبد الظاهر، على الرابط: https: //n9. cl/v21ky

قائمة المصطلحات على موقع X، على الرابط: https: //help. twitter. com/en/resources/glossary
عقول في حجم الدبوس، لبدر بن سعود، في موقع الرياض على الرابط: https: //alriyadh. com/2062222
الموسوعة الحرة ويكيبيديا: https: //n9. cl/ufmp9
موقع إنستغرام، على الرابط: https: //help. instagram. com/424737657584573/?helpref=uf_share.
موقع بي بي سي عربي، على الرابط: https: //www. bbc. com/arabic/business-61185792
موقع دار الإفتاء المصرية، استخدام الوجوه التعبيرية في المحادثات الإلكترونية، على الرابط: https: //n9. cl/ubudx.
موقع سناب شات، على الرابط: https: //creators. snap. com/ar/learn-get-started-snapchat-basics
موقع واتساب، على الرابط https: //www. whatsapp. com/stayconnected
موقع وزارة الداخلية، على الرابط: https: //n9. cl/e6id1
نظام الإثبات السعودي، على الرابط: https: //n9. cl/5a0kto
نظام المعاملات المدنية في المملكة العربية السعودية، على الرابط: https: //n9. cl/muvkt

فهرس محتويات البحث

ملخص البحث: ٢٥٦٦
المقدمة ٢٥٧٠
أهمية الموضوع: ٢٥٧١
مشكلة البحث وأسئلته: ٢٥٧٢
أهداف البحث: ٢٥٧٣
حدود البحث: ٢٥٧٣
منهج البحث: ٢٥٧٣
الدراسات السابقة: ٢٥٧٤
خطة البحث: ٢٥٧٥
المبحث الأول: التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها ٢٥٧٦
المطلب الأول: التعريف بالرموز التعبيرية ووسائل التواصل الاجتماعي. . ٢٥٧٦
ثانياً: التعريف بوسائل التواصل الاجتماعي: ٢٥٧٧
المطلب الثاني: مدى أهمية الرموز التعبيرية وسرعة انتشارها وتأثيرها ... ٢٥٨٥
المبحث الثاني: حكم استخدام الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي ٢٥٨٩
المطلب الأول: حكم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ٢٥٨٩
المطلب الثاني: حكم استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي ٢٥٩١
المسألة الأولى: استخدام الوجوه التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعي: ٢٥٩١

المسألة الثاني: حكم استخدام رمز القلب في وسائل التواصل الاجتماعي: ٢٥٩٦
المسألة الثالثة: حكم استخدام رمز اليدين المطويتين أو المضغوطتين لأعلى 🙏: ٢٥٩٨
المبحث الثالث: التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في العقود ومدى حجيتها في إثبات الجرائم..... ٢٦٠٢
المطلب الأول: التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في العقود... ٢٦٠٢
أولاً: الموقف الشرعي من التعبير عن الإرادة في إبرام العقود: ٢٦٠٣
ثانياً: الموقف القانوني من التعبير عن الإرادة باستخدام الرموز التعبيرية في إبرام العقود: ٢٦٠٦
المطلب الثاني: مدى حجية الرموز التعبيرية في إثبات الجرائم الجنائية..... ٢٦١٠
الخاتمة..... ٢٦٢١
فهرس المصادر والمراجع ٢٦٢٣
فهرس محتويات البحث..... ٢٦٢٨