



ملخص تحليلي لمؤسسة طابة | رقم ١٥ | ٢٠١٦

فهم عامّة الناس للعلوم الشرعية في المجتمع معالجة إدمان اختلاق الفتاوى الباطلة

تحليل: موسى فيربر

المحتويات
الموضوع
الأهميّة
الملخص التنفيذي
الخاتمة

ملخص تحليلي لمؤسسة طابة ، رقم ١٥ ، ٢٠١٦
فهم عامّة الناس للعلوم الشرعية في المجتمع: معالجة إدمان اختلاق الفتاوى الباطلة

ترجمة: محمد سامر الست
© ٢٠١٦، ستيفن (موسى) وودوارد فيربر
مؤسسة طابة
ص.ب. ١٠٧٤٤٢
أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة
www.tabahfoundation.org

جميع الحقوق محفوظة. يمنع إعادة إنتاج أو توزيع أي جزء من هذا الكتاب بأي وسيلة دون موافقة خطية صريحة من مؤسسة طابة، إلا في حالات الاقتباس المختصر مع العزو الدقيق والكامل في المقالات النقدية أو المراجعات.

الهدف من الملخصات التحليلية هو رفق الجهات التي تتعامل معها من كبار العلماء وقادة الرأي بالمعلومات التي تتعلق بالسياق السابق للأحداث والنقاشات المعاصرة والتحليلات النقدية بشأنها. ويعدّ الملخص التحليلي مدخلاً موجزاً إلى مفهوم أو موضوع ذي صلة بالثقافة والتحويلات الاجتماعية في المجتمع العالمي. كما تصبو السلسلة إلى توفير معلومات مهمة للعلماء وقادة الرأي بما يعينهم على صياغة تصور واضح حول ما يسمّى بـ «الفضاء العام المشترك» (Shared Public Space) في سبيل تكوين خطاب منبثق عن وعي وبصيرة، وبعد ذلك التوسّط من أجل التصدي للتحديات التي تواجه العالم الإسلامي اليوم.

الآراء المعبر عنها في هذا المؤلف خاصةً بكاتبها ولا تعكس بالضرورة وجهة نظر مؤسسة طابة.

صورة الغلاف © Waj: جامعة الأزهر، القاهرة



ISSN 2077-8457
ISBN 978-9948-02-636-5

فهم عامّة الناس للعلوم الشرعية في المجتمع معالجة إدمان اختلاق الفتاوى الباطلة

الموضوع: المساهمة في فهم عامّة الناس للإسلام والمسلمين والعلوم الشرعية في المجتمع بتحسين جودة الخطاب الإسلامي المنقول عبر الوسائل الرقمية للإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي.

الأهمية: إنّ أنماط المواد الشرعية الإسلامية المتجهة للانتشار عبر وسائل التواصل الرقمية العامّة (سواء كانت وسائل إعلام جماهيري أم وسائل تواصل اجتماعي) تنقل معلومات تعطي أفكاراً خاطئة تشوّه الشرع الحنيف. ويفضي هذا التشويه إلى سلبية تجاه الإسلام وعلومه. ومن مقاصد الإسلام الكلّية ومبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر التصدّي لهذا التشويه وتحسين الفهم العام للعلوم الشرعية وتعزيزه.

الملخص التنفيذي: كلتا وسائل الإعلام الجماهيري ووسائل التواصل الاجتماعي نطاق عام للخطاب الإسلامي. وإذا ما نظرنا إلى نماذج الأحكام الفقهية المنتشرة انتشاراً واسعاً عبر هذه الوسائل الرقمية فسنلاحظ سريعاً أنّ الفقهاء أنفسهم، دائماً تقريباً، لا يقرّون بشرعيتها، كما لا يقرّ بها عموم الناس. وقد أظهر ملخص تحليلي سابق لمؤسسة طابة يتعلّق بالثقة بالفتوى أنّ ثقة المسلمين بالفتاوى المنتشرة عبر هذه الوسائط الإعلامية ضئيلة جدّاً. ومع كلّ ذلك، تنتشر هذه المواد، وكثيراً ما تُطرح على أنّها من العلم المقبول عند سواد الناس، مما يؤدّي إلى سوء فهم للإسلام والمسلمين والعلوم الشرعية. وفي الوقت نفسه، المواد التي يعدّها الفقهاء شرعيةً (وإن لم تكن الأفضل) والمقبولة عند فئات كبيرة مهمة من المسلمين لا تلقى انتشاراً، ومن ثمّ لا تكاد تؤثر على إدراك عامّة الناس.

وإنني أعرض في هذه الورقة أطروحة لتفسير سبب ذلك، ثم أقترح أعمالاً لمعالجة المشكلة. والأطروحة هي أنّ تلك المواد الفقهية يصدرها أناس ليسوا فقهاء، والأهم من ذلك أنّها لم تعد ذات قيمة، لا سيما عند أولئك الذين يهتمّون بها طلباً للهدى. والمادّة الفقهية الآن ذات قيمة أيضاً عند الذين يعدّونها وسيلة لعائد إعلامي ولجذب القراء، وعند من يعدّها أداة للتأثير على الرأي العام تجاه الإسلام أو المسلمين أو شتى الجماعات في المجتمع. فعند هذه الفئة الجديدة ليست الأصالة

ولا الصّحة ذات أهمية في حدّ ذاتها ولا تزيد من قيمة الفتوى، بل إنّ المهم عند هذه الفئة أن تجذب المادةَ الفقهية القراء أو تشين (الإسلام أو المسلمين أو فئة مستهدفة منهم)، وأن تحصل مشاركتها، مع زيادة قيمتها كلما قام أناس بمشاركتها. وبالنظر إلى الطريقة التي تقوّم بها هذه الفئات الثلاث الأحكامَ بأساليب متباينة، يتوقّع المرء أنّ العلم الشرعي الحقيقي لن يتسع انتشاره في حين أنّ المواد الفقهية المصمّمة لجذب القراء أو للتشويه يتسع انتشارها.

ويشكّل الوضع، إذا تُرك على حاله، وصفة لفهم خاطئ عامّ للإسلام والمسلمين والعلم الشرعي. وهذا ينبغي أن يكون محط قلق بالغ عند طيف واسع من ذوي العلاقة ومنهم المشتغلون في مجال العلوم الشرعية أو في طلبها (أي المفتون الساعون لتقديم فتاوى صالحة لمسلمين ملتزمين)؛ والنشطاء والقادة، والسياسيون، وصناع السياسات المسؤولون عن مصالح المسلمين؛ والمنافذ الإعلامية والصحفيون المهتمون بنزاهتهم واستقامتهم؛ حتى مسوّقو المنتجات والخدمات الحلال المتطلّعون إلى وضع إعلانات في المنافذ الإعلامية عند الجمهور المستهدف المناسب.

والأعمال الثلاثة المقترحة للمساهمة في معالجة المشاكل الآنفة الذكر هي:

١. التقليل من أثر الآراء الفقهية المختلّة وهي تأخذ طريقها إلى الانتشار عبر وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي، وذلك بتقويم الأحكام الشرعية التي يجري تداولها على نطاق واسع عبر تلك الوسائل، وتوضيح الأفكار الخاطئة، والانخراط المباشر مع الذين ينشرونها، وحثّ المحرّرين على أخذ خطوات لرفع جودة المقالات المتعلقة بالشرع الحنيف بمراجعة العلماء والفقهاء لها، وتقديم تقارير دورية حول مصادر العلم الشرعي، السليم منه والسقيم.

٢. زيادة إظهار العلوم الشرعية السليمة بزيادة حضورها في وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي، ويمكن ذلك بتحديد مصادر العلوم الشرعية السليمة، وترويج المواد الفقهية لهذه المصادر، وإعداد أجزاء منها لعرضها في وسائل الإعلام الجماهيري، وحثّ المحرّرين على العناية بجودة المواد التي يقدّمونها لقرائهم المسلمين.

٣. تعزيز نشر علوم الفقه الشرعية. ويشير هذا النشر إلى جعل مجال علمي متاحًا لغير المختصين؛ ويمكن تحقيق ذلك ببيان ما هو العلم الشرعي، وما الذي يقوم به العلماء، ولماذا هو مهمّ، وبتصحيح المفاهيم الخاطئة.

ويمكن أن تُحدّث هذه الأعمال مجتمعةً تحوّلًا في الخطاب الإسلامي المنقول عبر وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي؛ ولكنّ الأهم هو أنّ هذه الأعمال تعزّز عند عامّة الناس فهمًا دقيقًا وسليماً للإسلام والمسلمين والعلوم الشرعية في المجتمع.

إدمان اختلاق الفتاوى الباطلة

خلال السنوات الأخيرة، لاقت قصص عديدة ذات صلة بآراء فقهية شرعية رواجاً واسعاً عبر وسائل إعلام جماهيري وتواصل اجتماعي رقمية ناطقة باللغة الإنكليزية. وفي حين أنّ هذه الوسائل لا تُلقِي بالألجهد علماء الشريعة الإسلامية المعترين، فإنّ أعمالاً تنتشر انتشاراً واسعاً يعدّها هؤلاء العلماء أنفسهم (بل جموع المسلمين الملتزمين) زائفة غير صحيحة شرعاً. والانتشار غير المتكافئ للعلوم الشرعية الإسلامية المعتبرة يؤدّي بعامة الناس إلى سوء فهمهم للشرع الإسلامي وعلومه. وتبحث هذه الورقة في كيفية انتشار المواد الفقهية الإسلامية بين الناس وفي نماذج ما ينتشر من هذه المواد؛ وتطرح عدة أسباب وراء الرواج الواسع لنماذج معينة منها؛ ثم تتحتم بتوصيات لمعالجة هذه المشكلة ولتعزيز الفهم السليم بين الناس للعلوم الشرعية في المجتمع.

١. انتشار المواد الفقهية الإسلامية عبر وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي

كان علماء الشريعة الإسلامية في الماضي هم المعنيين في الأصل بتأليف المواد الشرعية وتبليغها، وتشمل هذه المواد الكتب والدروس والآراء الفقهية؛ وكانوا يبلغونها باستخدام القنوات المتاحة في زمانهم: إمّا حديثاً وإمّا كتابة. فمثلاً كان يذهب الساعي لمعرفة حكم شرعي إلى فقيه يعلم الفقه أو مفتٍ يجيب عن أسئلة المستفتين أو محكمة من أجل حكم القاضي. وفي بعض الحالات، كان يرسل الشخص من يثق به نيابة عنه. أمّا اليوم، فإنّ العلماء يبتّون المواد الشرعية الإسلامية عبر سلسلة كاملة من وسائل إعلامية معاصرة؛ ويخرجون للناس على التلفاز أو الإذاعة؛ ويكتبون في الصحف والمجلات؛ ولدى كثير منهم مواقع إلكترونية شخصية ومدونات، ويشاركون في وسائل التواصل الاجتماعي.

بيد أنّه لم يعد علماء الشريعة الإسلامية وحدهم من ينشر موادّ شرعية، إذ يقوم أشخاص آخرون اليوم بنقل أحكام شرعية (إما حرفياً وإمّا بإعادة صياغتها)، مع أنهم أنفسهم ليسوا علماء في الشريعة (ولا حتى علماء قيد التدريب). ومن الأمثلة الشائعة لذلك، صحفيون ومراسلون يعملون لصالح صحيفة أو قناة تلفزيونية أو إذاعية؛ أو باحثون في معاهد أكاديمية أو مراكز فكرية، أو نشطاء؛ أو مدوّنون؛ أو أفراد مستقلون من عامة الناس.

وليس هذا وحده التغيير الذي حصل. فلئن كان محتملاً أن تكون أحكام شرعية متداولة قد أصدرها عالم فقيه مؤهّل، فكثير من الأحكام الشرعية التي تُداول اليوم عبر وسائل الإعلام العالمية صدرت عن أفراد ليسوا علماء. (بل أتت في بعض الحالات من أفراد لا يلمّون بالأعمال الدينية اليومية الأساسية).

على أنّ المواد الشرعية الصادرة عبر مختلف صور وسائل الإعلام العالمية لا تنتشر انتشاراً كبيراً في الغالب. وقد ينشر عالم مادّة شرعية أنتجها أو شخصٌ وجد فائدة فيها عبر وسائل التواصل

الاجتماعي، ولكن من النادر رواجها كثيرًا. ومن وقت لآخر تظهر مقالة إخبارية أو تدوينة أو معلومة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تزعم أن الإسلام أو الشيخ الفلاني قال كذا وكذا، فإذا بها تنتشر عبر وسائل الإعلام انتشار النار في الهشيم. وبمعينة المواد الشرعية التي أصبحت متداولة تداولًا واسعًا عبر وسائل الإعلام يظهر نموذج شائع: اتجاه نحو مواد مثيرة للفتنة^(١)، أو الشهوة^(٢)، أو تنطوي على ممارسات جنسية لمسلمات^(٣) أو مسلمين^(٤)، أو حتى أدهى من ذلك، كل ما سبق^(٥). فكأن أطرافًا معيّنة من وسائل الإعلام شغوفة بترويج أحكام شرعية قد ثبت بطلانها^(٦).

إنّ أيّ شخص عنده إلمام بأنواع الأحكام التي يستفتي فيها المسلمون سرعان ما يلاحظ أنّ أنماط الأحكام التي يجدها كثير من وكالات الأنباء ومستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي مثيرة للاهتمام بما يكفي لتداولها هي ليست أحكامًا يستفتي فيها المسلمون الملتزمون بدينهم، ولا هي من النوع الذي يقبله أو يمارسه عموم المسلمين، كما أعرب عنه مسلمون (عامّة وعلماء) برفضهم الشديد للأمثلة المعروضة آنفًا.

١. 'Tunisians Raise Alarm on Possible Fatwa Encouraging Sexual Jihad' (تونسيون يحدرون من فتوى محتملة تشجّع على جهاد النكاح)، *Al-Monitor* (المراقب)، ١/١/٢٠١٣، <http://www.al-monitor.com/pulse/culture/2013/03/tunisia-girls-syria-sexual-jihad.html>
٢. Breastfeeding Fatwa Causes Stir (فتوى الإرضاع تثير ضجّة)، بي بي سي نيوز، ٢٢/٥/٢٠٠٧، <http://news.bbc.co.uk/2/hi/6681511.stm>
٣. نانسي كوالس-شحاتة، Sometimes a Cucumber Is Just a Cucumber (أحيانًا الخيارة هي مجرد خيارة)، *Patheos*، ١٥/١٢/٢٠١١، <http://www.patheos.com/blogs/muslimahinprogress/2011/12/sometimes-a-cucumber-is-just-a-cucumber.html>
٤. ريموند إبراهيم، 'Sodomy' For the Sake of Islam (الشذوذ الجنسي «في سبيل الإسلام»)، مجلة *FrontPage*، ١٢/٧/٢٠١٢، <http://www.frontpagemag.com/2012/raymond-ibrahim/sodomy-for-the-sake-of-islam/>
٥. علي أبو نعمة، How Progressive AlterNet and Salon Fell for 'Gang Rape' Fatwa Peddled by Islamophobes (كيف انخدع موقعا *AlterNet* و *Salon* الإخباريان التقدّميان بفتوى الاغتصاب الجماعي التي روجها محرّضو الرّهاب من الإسلام)، *The Electronic Intifada* (الانتفاضة الإلكترونية)، ٣/١/٢٠١٣، <http://electronicintifada.net/blogs/ali-abunimah/how-progressive-alternet-and-salon-fell-gang-rape-fatwa-peddled-islamophobes>
٦. ديني باركر، Don't Fall for the Crazy Fatwa - It's Either False or Just an Opinion (لا تتخدعوا بالفتاوى المجنونة، هي إمّا زائفة وإما مجرد رأي)، *Patheos*، ١٠/١/٢٠١٣، <http://www.patheos.com/blogs/altmuslim/2013/01/dont-fall-for-the-crazy-fatwa-its-either-false-or-just-an-opinion/>

ومن الأحكام الفقهية التي لاقت انتشاراً واسعاً عدد ضئيل جداً معتبر عند العلماء إذ من الممكن أن يصدر عنهم. وفي بعض الأحيان تأتي فتوى صحيحة معتبرة في صميم ما يُتداول، ولكن فقط بعد أن تحوّر بحيث إنّ ما يجري تناقله منها يصير عملاً أقرب إلى الخيال منه إلى الواقع^(٧). وهذه المشكلة تتفاقم حين يخوض مختص، فيما يبدو، بمجال من المجالات ذات الصلة، كتاريخ الفن الإسلامي أو سير الصالحين، خوفاً في علوم الشريعة على سبيل الهواية دون علم كافٍ بمضامينها أو محتواها ولا دراية بمناهج البحث فيها ولا بمصطلحاتها^(٨).

٢. سوق الفتاوى الباطلة والاختلاقات

تُظهر أنواع المواد المنشورة أنه يوجد طلب على سوق الفتاوى الباطلة والاختلاقات والأحكام الفقهية الساقطة. إذ يقوم أناس بتأليف مواد فقهية زائفة وترويجه؛ وبعض هذه المواد زائفة لأنّ مؤلفها ببساطة يفتقر إلى قدر كافٍ من التمكن في الفقه يعينه على البحث في الآراء الفقهية الموجودة أو إصدار رأي فقهي من عنده. وبعضها الآخر زائف بسبب محتواها نفسه. وقد يكون من أسباب هذا الزيف اتباع منهجية خاطئة في البحث أو إخراج المادّة، أو تطبيق خاطئ لأصول الفقه (أو تركها تماماً)، أو أنّ

٧. موسى فيربر، On Banning 'All You Can Eat' Buffets (حول حظر أطعمة «كل ما يمكن أن تأكله»)، *Muftic Musings* تأملات إفتائية، ٢٠١٤/٣/١٤، <http://musafurber.com/blog/2014/03/14/banning-all-you-can-eat-buffets/>.

٨. من الأمثلة الحديثة لذلك مقالات عديدة تتعلق بالرسوم الشخصية للنبي ﷺ منها: كريستيان غروبر، The Koran Does Not Forbid Images of the Prophet (القرآن لا يحرم صور النبي)، نيوزويك، ٢٠١٥/١/١٥، <http://www.newsweek.com/koran-does-not-forbid-images-prophet-298298>.

كريستيان غروبر، How the "Ban" on Images of Muhammad Came to Be (كيف حصل الحظر على صور محمّد)، نيوزويك، ٢٠١٥/١/١٩، <http://www.newsweek.com/how-ban-images-muhammad-came-be-300491>.

برنبي روجرسون، Muhammad – in Pictures (في صور)، *The Spectator*، ٢٠١٥/١/٢٤، <http://www.spectator.co.uk/arts/arts-feature/9420792/mohammed-in-pictures/>.

وللاطلاع على مقالة نقدية خفيفة للمضمون الفقهي لهذه المقالات، انظر: موسى فيربر، Comment: *Newsweek's* Articles on Figurative Depictions of the Prophet and Animate Life in Islamic Law (تعليق: مقالات نيوزويك حول الرسوم الشخصية للنبي ﷺ وذوات الروح في الفقه الإسلامي)، *Muftic Musings* تأملات إفتائية، ٢٠١٥/١/٢٠، <http://musafurber.com/blog/2015/01/20/newsweeks-articles-on-figurative-depictions-of-the-prophet/>.

موسى فيربر، Comment: The Spectator's Muhammad – in Picture (تعليق: مقالة دَ سبكتيتير «محمّد، في صور»)، *Muftic Musings* تأملات إفتائية، ٢٠١٥/١/٢٥، <http://musafurber.com/blog/2015/01/25/comment-the-spectators-muhammad-in-pictures/>.

المادّة تنبني على مزاعم خاطئة أو تصطنع هذه المزاعم. ومن المواد المزيفة نسج قصة خيالية بنية أن يدرك الناس أنّها حكم مختلق غير شرعي، ومثل هذا حين يُقحم حكم فقهي في مادة نقد أو سخرية. وفي الوقت نفسه، بعض الأحكام المزيفة عبارة عن قصص خيالية نُسجت بنية أن يتلقاها الناس بالقبول وكأنّها معتبرة، ومثل هذا حين يُلقح حكم فقهي بغرض التحريض على ردّ فعل سلبي ضد الإسلام أو المسلمين عموماً أو جماعة معيّنة من المسلمين.

ومن أسف أن يكون سهلاً جداً تلبية هذا الطلب، لأنّ إنتاج مادّة فقهية ونشرها من النوع الذي لا يصدره أبداً عالم فقيه معتبر أمرٌ سهل نسبياً. فكلّ ما يتطلّبه الأمر قليل من الابتداع وملاءمة توقّعات الجمهور المستهدف حول ما هو الإسلام وماذا يفعل المسلمون.

وفي أحوال كثيرة، تحتوي مادة إخبارية، رائجة على نطاق واسع، رأياً فقهياً شرعياً معتبراً أساء فهمه واضع المادّة، ومن ثمّ حرّفه عن معناه ومقصوده. وقصة فتوى السفر إلى المريخ التي ظهرت في الإمارات في شهر آذار/ مارس ٢٠١٤ توضح ذلك تماماً. ففي هذه الحالة، حوّلت إضافات وتعديلات حكماً صالحاً في الأصل إلى حكم مختلق غير شرعي.

٣. دراسة حالة: فتوى المريخ التي لم تكن قط

أطلقت صحيفة في الإمارات بتاريخ ١٩/٢/٢٠١٤ قصة مفادها أنّ لجنة فتوى تابعة للهيئة العامّة للشؤون الإسلامية والأوقاف أفتت بعدم جواز سفر المسلمين دون عودة إلى كوكب المريخ، وقيس عليه أنّه لا يجوز القيام بهذه الرحلة مع مشروع أعلنت عنه شركة «مارس ون». فما لبثت القصة أن انتشرت عبر بعض وسائل الإعلام انتشار النار في الهشيم، والتقطتها عدة منافذ إعلامية غربية وعربية ودُكرت أكثر من ١٠٠٠٠ مرة على تويتر. وعلى الرغم من كثرة أعداد المنافذ الإعلامية المختلفة التي أعادت نشر القصة، فإنّ محتوى كلّ هذه التقارير والتغريدات حول القصة كان مرجعه إلى المقالة الصحفية الوحيدة ذاتها تماماً، وورد فيها مصدر أساسي للفتوى، ولكنّ نصّ الفتوى لم يكن بالإمكان العثور عليه في الموقع الإلكتروني لهذا المصدر. وقد أصدرت شركة «مارس ون» ردّاً محترماً طلبت فيه من الهيئة العامّة للشؤون الإسلامية والأوقاف التراجع عن تلك الفتوى.

أصدرت الهيئة العامّة للشؤون الإسلامية والأوقاف بياناً صحفياً رسمياً، بتاريخ ٢٤/٢/٢٠١٤، قالت فيه بعبارات جليّة بيّنة إنّ الهيئة "لا علاقة لها بتحريف السؤال والفتوى حسب ما ورد في بعض وسائل الإعلام وتناقضه المواقع ونُسب إلى الهيئة عن فتوى متعلّقة بالسفر إلى المريخ دون عودة". وتقرير الهيئة عن الفتوى لا يكاد يشبه المقالة الأصليّة التي تناقلتها وسائل الإعلام حرفياً تقريباً. وهذا البيان الصحفي يشكك في صحة التقرير الأصلي وما تبعه من تقارير ما فتئت تؤكّد فتوى الهيئة العامّة للشؤون الإسلامية والأوقاف.

وقد صدر البيان الصحفي للهيئة عبر وكالة أنباء الإمارات الرسمية "وام"، إذ أوضح أنّ سؤالاً ورد إلى لجنة الفتوى الشرعية في الهيئة حول سفر الإنسان إلى المريخ بلا عودة، فكان جواب اللجنة الشرعية أنّه "بناءً على النصوص والاجتماعات، فإنّه لا يجوز السفر إلى المريخ بلا عودة، إذا كانت الحياة غير متحققة فيه، واحتمالات الموت أكثر من احتمالات الحياة، لما فيه من تعريض النفس للهلاك".

وإذا نظرنا إلى التعليل الذي قدّمته الهيئة في بيانها الصحفي وإلى التعليل الذي نُسب إليها في المقالة الإعلامية المصدر، فإنّه يصعب فهم السبب وراء مثل هذا اللغظ المثار حول ما خلصت إليه الهيئة من استنتاج. فالإسلام يحرم على الإنسان الانتحار، سواء نُفِذ على وجه الأرض أم في أعماق البحار، أم محلّقاً في السماء، وهو داخل مدارها أو خارجه في الفضاء الخارجي. ونتوقّع من المفتين أن يفتوا بتحريم أي عمل يُتوقّع أن يؤدي إلى الموت، لأنّ حفظ النفس من بين أعلى المقاصد الشرعية، فلا يجوز الانخراط في أعمال فيها مخاطرة كبيرة على النفس.

ويا للأسف لم يعلن أيّ من المنافذ الإعلامية التي هرعت إلى إعادة هذه القصة عن تراجعها بإيراد عدم ثبوتها مع أنّ بيان الهيئة أبطل قصة الفتوى برمتها. وقد رفضت عدة منافذ إعلامية أن تطبع أي شيء من شأنه أن يشكك في نزاهة عملها الإعلامي في نشر تقارير عن الأحكام الفقهية أو ينتقد هذه النزاهة. وظلّت عدّة أيام تُداول القصة التي تحكي كيف أفتى أعضاء لجنة شرعية في الهيئة العامّة للشؤون الإسلامية والأوقاف في الإمارات بعدم جواز سفر المسلمين إلى المريخ بلا عودة مع شركة «مارس وّن».

وهكذا فإنّ قراءة خاطئة لفتوى الهيئة العامّة للشؤون الإسلامية والأوقاف حولتها من رأي عادي نوعاً ما ومعقول إلى لغو مثير وسخيف^(٩).

٤. الثقة التي يضعها المسلمون من أهل السنّة والجماعة في المواد الفقهية

لا ينبغي أن يصيب المسلمين دهشة إذا ما فكروا قليلاً في أنواع الأحكام الفقهية التي تتناقلها على نطاق واسع وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي. فقد أشارت دراسة استطلاعية حديثة إلى أنّ عامّة الناس أنفسهم يضعون ثقة ضئيلة جدّاً في المواد الفقهية التي لا تأتيهم من علماء فقهاء. وكان

٩. موسى فيربر، The Mars One Fatwa that Never was (فتوى «مارس وّن» التي لم تكن قط)، *Muftic Musings* تأملات إفتائية، ٢٠١٤/٣/٤، <http://musafurber.com/blog/2014/03/04/the-mars-one-fatwa-that-never-was/>

موسى فيربر، Media Distorts Mars Fatwa Making Mons Olympus from a Molehill (الإعلام حرّف فتوى المريخ، فصنع من الحبة قبة)، *Muftic Musings* تأملات إفتائية، ٢٠١٤/٣/٥، <http://musafurber.com/blog/2014/03/04/the-mars-one-fatwa-that-never-was/>

القصد من الدراسة قياس ثقة المسلمين من أهل السنّة والجماعة بصحة الفتاوى المنشورة عبر طيف واسع من صور نقل المعلومات التي تتضمن قنوات الاتصال الشائعة (التواصل الشخصي أو عبر التلفاز أو الإذاعة أو الصحف أو المواقع الإلكترونية أو وسائل التواصل الاجتماعي)، إذ يكون المرسل هو مصدر الفتوى (المفتي) أو وسيطاً غير مفتٍ ناقلاً للفتوى (كزميل أو صحفي أو مُدوّن).

وقد أفضى تحليل تصنيف الثقة بصحة الفتاوى عند المستجيبين إلى الترتيب الآتي (من الأعلى ثقةً إلى أدناها):

١. المفتي ينقل الفتوى شخصياً.
٢. المفتي عبر موقع إلكتروني رسمي أو حساب تواصل اجتماعي.
٣. المفتي عبر التلفاز.
٤. المفتي عبر الإذاعة.
٥. المفتي عبر الصحف، أو وسيط غير مفتٍ ينقل فتوى شخصياً.
٦. غير مفتٍ عبر التلفاز.
٧. غير مفتٍ عبر الإذاعة.
٨. غير مفتٍ عبر موقع إلكتروني أو حساب تواصل اجتماعي غير مرتبط بالمفتي.
٩. غير مفتٍ عبر صحيفة.

بصورة عامة، يتفق هذا الترتيب مع تقديرات بديهية تفيد بأنّ ثقة المستفتين حين يكون مصدر الفتوى التي يتلقونها هو المفتي أكبر مما لو كان مصدرها وسيطاً غير مفتٍ ناقلاً للفتوى.

ويتفق هذا الترتيب أيضاً مع تقديرات بديهية تفيد بأنّ الثقة مرتبطة بما تعطيه قناة نقل الفتوى من إشارات، ولكنه لا يُبيّن لماذا يكون تصنيف الموقع الإلكتروني الرسمي وحساب التواصل الاجتماعي في ثاني أعلى الترتيب بالنسبة إلى مصدر الفتوى وفي ثاني أدنى الترتيب بالنسبة لناقل الفتوى غير المفتي؛ ولا يُبيّن لماذا يؤدي نقل المفتي للفتوى عبر الصحف إلى ثقة ضعيفة بصحة الفتوى^(١٠).

١٠. موسى فيربر، تصنيف الثقة بصحة الفتاوى المعاصرة وقنوات نشرها، ملخص تحليلي لمؤسسة طابة ١٣ (أبوظبي: مؤسسة طابة، ٢٠١٣).

وينبغي أن تكون المستويات المتدنية غير المحتملة للثقة بالفتاوى المنشورة عن طريق الصحف مبعث قلق عند المسلمين الذين يرجون الحصول على معلومات دينية موثوقة عبر الصحف، وعند المفتين الذين يبتغون نقل الفتاوى عبر مثل هذه القناة الناشرة، وعند الصحف التي تأمل في الحفاظ على قرائها المسلمين.

٥. لماذا تنتشر المواد الفقهية المخالفة للعلوم الشرعية انتشارًا واسعًا للغاية؟

عند هذه النقطة من المناسب التفكير في أسباب رواج المواد الفقهية المخالفة بقوة للعلوم الشرعية مقابل عدم رواج المادة الفقهية المعتمدة. بعض هذه الأسباب التي تساهم على الأرجح في ذلك قد ورد ذكرها آنفًا: العلوم الشرعية الإسلامية الآن ينقلها طيف واسع من قنوات التواصل أكثر من أي وقت مضى؛ ويتناقلها على الأغلب أشخاص يفتقرون إلى تدريب وافٍ في مجال العلوم الشرعية والفقه يؤهلهم للبحث في الآراء الفقهية الموجودة أو لإصدار رأيٍ من عندهم. ولكن ربما يكون السبب الأهم هو أن مواد العلوم الشرعية، تكون عادةً بصورة أحكام فقهية، لها الآن قيمة خارج نطاق المخاطبين المقصودين في الأصل وهم المسلمون الملتزمون.

يقدّر الناس الأحكام الفقهية لأسباب مختلفة ولتحقيق غايات شتى. فالسبب الذي يجعلهم يقدّرون الأحكام الفقهية والشيء الذي يقدّرونه فيها كلاهما يؤثر في أنواع الأحكام التي ستنتشر على الأرجح. ولغرض هذا البحث، تبرز ثلاث فئات: فئة ترى الأحكام ذات قيمة من حيث الهدى والفلاح، وفئة ترى قيمتها في المادة الإخبارية، وفئة ترى قيمتها باعتبارها أدوات تأثير على الرأي العام.

تعدّ الفئة الأولى الأحكام الفقهية ذات قيمة باعتبارها موردًا للهدى والفلاح؛ وتتألف هذه الفئة أساسًا من المسلمين الملتزمين، مع أنها تتضمن أيضًا باحثين مهتمين بالدين والنظام الفقهي في الإسلام. وهذه الأحكام هي مورد هدى وفلاح عندما تعطي أجوبة عن أسئلة تهتم المسلمين؛ وتجلي هذه الأسئلة في الغالب حياة المسلمين العادية اليومية. وتتعلّق الأحكام بالعبادات والمعاملات والأخلاق، ويصدرها عادةً مفتون معتبرون ومؤسسات إفتاء تحظى بثقة عامة الناس. ونادرًا ما تكون هذه الأحكام ذات أهمية إخبارية أو فاضحة أو مثيرة للأحاسيس أو الجدل. ولأنها مورد هدى وفلاح فلجودتها وصحتها أهمية قصوى؛ وإذا ما قام الناس بمشاركتها فلن يزيد ذلك من قيمتها.

أما الفئة الثانية فقيمة الأحكام الفقهية عندها إذا ناسبت أن تكون مادة إخبارية؛ وتتألف هذه الفئة من وكالات أنباء وأشخاص ينقلون أحداثًا جارية؛ إذ يجب أن تكون المواضيع ذات صلة كافية بالناس أو بجمهور خاص من أجل تسويغ نشرها. وحين يتضمن جمهور المواد الإخبارية عددًا كبيرًا من المسلمين يكون للأحكام المقومة بأنّها مواد إخبارية بعض تداخل مع الأحكام المقومة بأنّها مورد للهدى والفلاح، لا سيما فيما يخص أحكامًا جديدة تؤثر على فئة عظيمة من الجمهور أو أحكامًا مرتبطة

بالمواسم (كرمضان والعيد والحج). بيد أن معظم الأحكام التي قيمتها في أنها سبيل هدى وفلاح بسيطةً وعاديّة جدًّا ومن ثمّ فهي ليست ذات أهمية إخبارية. بينما الأحكام ذات الأهمية الإخبارية هي على الأرجح سلبية غير مألوفة يمكن تقديمها مطلقة بلا تفاصيل، أو باعتبارها شخصية، أو تعرض فتنة، أو إذا نشرها منافس.

ولكن المؤسسات الإخبارية في حاجة إلى جذب القراء. ومن الأساليب التي تتبناها بعض وكالات أنباء إلكترونية طباعة قصص ساخنة مثيرة لجذب القراء على أمل أن يستمروا بعد ذلك في مطالعة بقية المحتوى. والجنس والعنف يعملان عملهما في هذا. ونظرًا لما يجعل المادة ذات أهمية إخبارية وللحاجة إلى جذب قراء، فلا عجب أن يختار الذين ينظرون إلى الأحكام الفقهية بأنها مواد إخبارية أنواع الأحكام التي تؤدي هذا الغرض: أحكام تتعلق بالجنس والعنف وأحكام سلبية وتتناول فتنة أو نزاعًا. وهذه الأحكام المثيرة للأحاسيس ليست من النوع الذي له قيمة عند الأشخاص الذين يقدرّون الأحكام الفقهية باعتبارها موردًا للهدى والفلاح.

ثم إن المؤسسات الإخبارية تحتاج إلى أن تنتشر موادها الإخبارية ويتداولها الناس، لا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي. فحين يكون لحكم فقهي قيمة باعتباره مادة إخبارية فإن إمكانية مشاركته وحصول مشاركته بالفعل يرفعان من قيمته.

ونظرًا لأنّ كثيرًا من وكالات الأنباء تأخذ بعين الاعتبار أنّ التنافس في نشر القصص يرفع الأهمية الإخبارية للمادة الإعلامية، فليس مستغربًا أيضًا أنه حين ينقل مصدر إخباري فتوى باطلة أو خبرًا ملفقًا تتلقفها وكالات أنباء أخرى على الفور. وحين ينشرها مزيد من المصادر والأفراد فإنهم يُحدثون في نهاية المطاف حجرة صدى تتقوى وتدوم ذاتيًا.

فحين يُنظر إلى الأحكام بأنها مواد إخبارية، تكون أهميتها الإخبارية وتوقعات مشاركتها هي الأعلى في الاعتبار، ومشاركتها بين الناس تزيد من قيمتها. وتعدّ جودة الحكم وصحته في أحسن الأحوال من الاعتبارات الثانوية.

أمّا الفئة الثالثة فإنّ قيمة الأحكام الفقهية عندها أنّها أداة للتأثير على الرأي العام، سواء تعلقت بالإسلام أم بالمسلمين عمومًا أم بجماعة معيّنة من المسلمين. ومن الأصناف البارزة في هذه الفئة معادون للإسلام والمسلمين كالعلمانيين ومحرضي الرّهاب من الإسلام؛ بيد أنّ منها أيضًا مسلمين وغيرهم من الذين يطمحون إلى التأثير على عامّة الناس ضد جماعة أخرى من المسلمين. وكما هو الحال عندما تُعدّ أحكام فقهية مواد إخبارية، فكذلك الأحكام التي قيمتها هنا من حيث تأثيرها على الناس هي أحكام تنزع إلى كشف جوانب سلبية أو سيئة للإسلام أو المجتمع المسلم (بزعم ناشريها)، وهي تفعل ذلك بأساليب لا غموض فيها ولا تفصيل. وعند هذه الفئة قيمة الأحكام متوقفة على قابليتها لشين الإسلام أو المسلمين

عمومًا أو جماعة معيّنة من المسلمين؛ وتأتي قيمتها عندهم من قوة تأثيرها البلاغي، ولا تهمهم نوعيتها أو صحتها إذ بالفعل قد يُحوّلان دون تأثيرها. ثم إنَّ قيام الناس بمشاركتها أمر حاسم لتحقيق هدف التأثير على الرأي العام. فإنَّ التوقعات بمشاركتها ذات أهمية كبيرة ومشاركتها الفعلية تزيد من قيمتها.

كما سبق بيانه، تستمد الأحكام الفقهية قيمتها عند أفراد وجماعات شتى من كونها وسيلة لتحقيق أشياء مختلفة. ولجودة الأحكام وصحتها أهمية قصوى عند من يرى قيمتها في أنها وسيلة للهدى والفلاح. بينما هي ذات أهمية ثانوية (في أحسن الأحوال) عندما تعدّ موادَّ إخبارية أو أدوات تأثير على الرأي العام، وعندئذ من الأهمية بمكان أن تكون سلبية ومثيرة للنزاع وخالية من اللبس والتفصيل؛ بينما كل ذلك لا فائدة منه حين تعدّ الأحكام وسيلة هدى وفلاح. والتوقعات بمشاركة الأحكام حاسمة أو مهمة حين ينظر إلى قيمتها باعتبارها موادَّ إخبارية أو أدوات تأثير على الرأي العام (وتزيد من قيمتها)، وليس الأمر كذلك حين تعدّ قيمة الأحكام أنها وسيلة هدى وفلاح.

والذين يحملون التقدير للأحكام الشرعية باعتبارها مورد هدى وفلاح يتوخَّونها عند مراجع العلوم الشرعية المعتمدة، ويتفادون الأحكام التي ليس لها هذا التقدير والقيمة. والذين يرون قيمتها في أنها مواد إخبارية يمكن أن يقبلوا أي نوع من الأحكام، وربما أمكن بوجود بواعث مناسبة أن تقنعهم بتفصيل الأحكام التي لها قيمة من حيث الهدى والفلاح. أمّا الذين يعدّون قيمة الأحكام أنها أدوات تأثير على الرأي العام فلسوف يميلون تلقائيًا إلى النظر في مكان آخر حين لا يمكنهم بسهولة أن يعثروا عليها ضمن العلوم الشرعية الصحيحة المعتمدة، أو يميلون إلى تحريف الأحكام التي يمكنهم أن يجدوها ضمنها.

٦. وصفة لسوء فهم الإسلام عند العامة

يفيد الوضع الراهن بأنَّ وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي ستعطي في الغالب الأفضلية للمواد الفقهية التي لا يقرّ العلماء والفقهاء بأنها نماذج للعلوم الشرعية السليمة المتقيدة بأصول الفقه، والتي لا يجد عامة الناس لها قيمة إذ لا تمنحهم توجيهًا شرعيًا من أجل هدايتهم وفلاحهم. (وإنَّ قبول الفقهاء لحكم باعتباره نموذجًا للعلم الشرعي الصحيح وللتقيد بأصول الفقه هو الأساس، لأنهما ركنان أساسيان لما يجعل الرأي الفقهي صحيحًا معتبرًا). وفي الوقت نفسه، فإن مسائل العلوم الفقهية المقبولة عند الفقهاء وعامة الناس لا يُلتفت إليها فعليًا. ولذلك فإنَّ وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي تميل إلى عدم الوثوقية وهي خطيرة وغير مأمونة إذا ما عدت موردًا للبحث عن الأحكام الفقهية أو تداولها وتناقيلها. وينبغي أن يكون هذا محط اهتمام كبير لأي شخص مهتم بتقديم العلم الشرعي الصحيح المعتمد ونشره. ويريد الذين يقدمون الأحكام الفقهية، أفرادًا كانوا أم مؤسسات، أن يجد الناس أحكامهم ويسهل وصولهم إليها؛ ويريد الذين يبحثون عن هذه الأحكام أن يتمكنوا من العثور عليها وهم يجدون الحد الأدنى من المواد الباطلة أو الزائفة. فحين تهيمن هذه المواد

الباطلة على إحدى وسائل التواصل الإعلامي أو الاجتماعي يتضاءل استخدام المزودين والباحثين لها؛ وتؤدي هيمنة هذه المواد أيضًا إلى انخفاض كبير في الثقة، عند الذين يبحثون عن مسائل العلوم الإسلامية، بهذه المواد حين يجدونها.

ولما كانت المواد الفقهية المخالفة للعلوم الشرعية هي السائدة حاليًا في وسائل الإعلام، فلا ينبغي أيضًا أن يُتعبَّج من أن ثقة المسلمين هي الأقل بصحة الأحكام الفقهية المتناقلة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والصحف^(١١). فالمسلمون لا يضعون ثقتهم بأنواع المواد الفقهية التي يؤول تداولها إلى الانتشار الواسع.

وينبغي أن يكون هذا الجزء الأخير محلَّ اهتمام مزودي وسائل الإعلام الذين لديهم عدد كبير من الجماهير المسلمة، لا سيما المقيمين في البلدان التي دينها الرسمي هو الإسلام. إذ يضم سوق الاستهلاك الإسلامي ٨, ١ مليار مسلم، ومن المتوقع أن يشهد بحلول عام ٢٠٣٠ نموًا قدره ٣٥٪^(١٢). وتحتاج المنتجات الاستهلاكية الإسلامية إلى الإعلان عنها، ولكن في إقصاء هذا السوق مخاطرة بحرمان الوسيلة الإعلامية من رافد ممكن من العائدات؛ فربما على هذه الوسائل الإعلامية أن تأخذ حذرًا بأن يتأكد لها أن المواد الفقهية التي تنقلها تعكس العلوم الشرعية الصحيحة وتتجنب ما سواها.

إن هيمنة الأحكام التي تستمد قيمتها من كونها أدوات تأثير على الرأي العام تترك انطباعات سلبية عن الفقه الإسلامي والفقهاء، وكذلك عن المجتمعات المسلمة والأعراف والأخلاق والمصالح الإسلامية. ومن شأن هذه الانطباعات السلبية أن تعزز الصور النمطية السلبية. وإذا لم يُتصدَّ لها فلا يكاد يوجد أمل في إمكانية قلب هذه الانطباعات السلبية والعواقب المترتبة عليها.

وإن كان أثر العواقب السلبية لهذه الأنواع من الآراء الفقهية المعروضة على أنها علوم شرعية خفيًا بعض الشيء على المسلمين الذين يسهل وصولهم إلى المفتين أو إلى انتقاد هذه المواد المريبة، ففي الغالب يغيب هذان الخياران عن غير المسلمين وعن المسلمين في مجتمعات أقلية. ثم إن هذه العواقب السلبية تزيد وتتوسع حين ينقل تلك الآراء صحفيون ومدوّنون أجنب إلى نطاق الجماهير الدولية ومحط نظرهما. فهذا التدويل للمواد الفقهية المخزية والمثيرة هو سلبي، لا سيما حين يكون التحقق متعذرًا بسبب الفوارق والحدود اللغوية أو الدينية. وفي الحالات القصوى، تُعرض الآراء الفقهية التي لا وزن لها بالكلية والخاطئة خطأً بيّنًا على الجماهير غير المسلمة باعتبارها نماذج شرعية إسلامية مقبولة عمومًا.

١١. المرجع السابق.

١٢. Consuming Passions (استهلاك المشتبهات)، *The Economist*، ٢٥/٥/٢٠١٣،

[http://www.economist.com/news/international/21578380-muslim-consumers-are-looking-](http://www.economist.com/news/international/21578380-muslim-consumers-are-looking-beyond-traditional-religious-stipulations-meat-and)

[beyond-traditional-religious-stipulations-meat-and](http://www.economist.com/news/international/21578380-muslim-consumers-are-looking-beyond-traditional-religious-stipulations-meat-and)

ولعلّ الأهم من كلّ ما ذكر أنّ فوضى الآراء الفقهية الحالية تترك انطباعاً زائفاً بأنّ أي شخص يستطيع أن يصدر أي رأي يرغب فيه ثم يدفع به ليُقبل حكماً فقهياً شرعياً، وأنّ أي شخص يمكنه أن ينتحل لغواً باطلاً ثم ينسبه إلى العلوم الشرعية. ويتناقض هذا تناقضاً جلياً مع تاريخ العلوم الشرعية إذ تشير كلّ الدلائل إلى أنّ عموم الناس بعد وفاة النبي ﷺ كان اهتمامهم منصرفاً إلى ثلة قليلة جداً من الناس يأخذون عنهم الرأي الفقهي المعتمد.

ويفيد الوضع الراهن أنّه لو ترك على حاله فلن يعرف الناس من الأحكام إلا التي تأخذ قيمتها من كونها موادّ إخبارية أو أدوات تأثير على الرأي العام، أي سيميلون تلقائياً نحو أحكام فقهية مختلقة غير شرعية. وإذا ما تُرك الناس على هذا الحال فسيعتقدون أنّ هذه الآراء شرعية تماماً كالتي تصدر عن علماء الفقه الشرعي.

وهذا ينبغي أن يكون محل اهتمام المشتغلين في مجال العلوم الشرعية أو في طلبها (أي المفتين الساعين لتقديم فتاوى صالحة لمسلمين ملتزمين)، واهتمام النشطاء والقادة، والسياسيين، وصناع السياسات المسؤولين عن مصالح المسلمين؛ والمنافذ الإعلامية والصحفيين المهتمين بنزاهتهم؛ حتى مسوّقي المنتجات والخدمات الحلال المتطلّعين إلى وضع إعلانات في المنافذ الإعلامية عند الجمهور المستهدف المناسب.

٧. توصيات

ينبغي تصحيح الوضع الموصوف فيما مر ذكره، وذلك أنّ الدعوة إلى دين الإسلام ونشر علوم الدين السليمة وتصويب التضليل كلّ ذلك من المقاصد العامّة للشريعة الإسلامية^(١٣). ثمّ إنّ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجب شرعي. فعن أبي سعيد الخدري قال: سمعت رسول الله ﷺ يقول: «مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ، وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ»^(١٤).

وهذه ثلاثة أعمال يمكنها المساهمة في معالجة ما مرّ من مشكلات:

١. تقليل تأثير الآراء الفقهية المختلّة وهي تأخذ طريقها إلى الانتشار عبر وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي.

١٣. موسى فيربر، الواجبات تجاه الأجيال القادمة: من منظور شرعي، سلسلة ورقات طابة ٦ (أبوظبي: مؤسسة طابة، ٢٠١٢)، ٣٢-٣٥.

١٤. مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي (بيروت: دار إحياء التراث العربي، بلا تاريخ)، ٧٨.

٢. زيادة إظهار العلوم الشرعية السليمة بزيادة حضورها في وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي.

٣. تعزيز نشر علوم الفقه الشرعية.

على أن أول عمليين من الثلاثة متشابكان.

وإن غياب المورد العام المعترف للآراء الفقهية السليمة (أي آراء يقبلها الفقهاء بوصفها نماذج للعلم الشرعي الصحيح وتقييداً بأصول الفقه، وهما ركنان لما يجعل الرأي الفقهي صحيحاً ومعتبراً) يفسح المجال لأيّ امرئ أن يقول ما يجلو له ويخضع به آخريين. وتدعو حاجة إلى رفع مستوى الوعي العام بخصوص ما هو سليم من الأحكام الفقهية (أي شرعي صحيح ومعتبر موثوق وفقاً لمعايير العلوم الشرعية)، وما هو غير سليم.

ويمكن القيام بتقليل أثر الآراء الفقهية السقيمة بتقويم الأحكام الفقهية التي يجرى تداولها على نطاق واسع عبر وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي، وتوضيح الأفكار الخاطئة، والانخراط المباشر مع الذين ينشرونها، وحث المحررين على أخذ خطوات لرفع جودة المقالات المتعلقة بالشرع الحنيف بمراجعة العلماء والفقهاء لها، وتقديم تقارير دورية حول مصادر العلم الشرعي، السليم منه والسقيم.

ويشترط في تقويم سلامة الرأي الفقهي حيازة درجة معينة من الدربة والخبرة في علوم الفقه، مصادرها وأصولها وأحكامها وتطبيقها على سياقات معاصرة. فعلم الفقه واسع جداً وعميق الغور وفيه كثير من التفاصيل والدقائق. ويمكن أن تعتمد الأحكام الفقهية الشرعية على كل هذه السمات، بما يجعل تقويم موثوقيتها وصحتها أمراً صعباً جداً على غير المتخصصين؛ كما قد يعسر عليهم جداً تقديم حجة دامغة على أن الفتوى معتبرة أو صحيحة أو موثوقة، أو توجيهها نحو مرجع أو مصدر معلومات معترف به للأحكام الفقهية المعتبرة التي يعول عليها.

ويمكن تحقيق زيادة إظهار العلوم الشرعية السليمة بزيادة حضورها في وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي، وذلك بتحديد مصادر العلوم الشرعية السليمة، وترويج المواد الفقهية لهذه المصادر، وإعداد أجزاء منها لعرضها في وسائل الإعلام الجماهيري، وحث المحررين على العناية بجودة المواد التي يقدمونها لقراءتهم المسلمين. وهذا من الأهمية بمكان لا سيما من أجل زيادة وضوح رؤية الأحكام الشرعية التي لها قيمة عند المسلمين أنفسهم فلا تطفئ تماماً على اهتمامهم الأحكام المنشورة فقط لجذب الانتباه أو للتأثير على الرأي العام.

والعمل الثالث تعزيز نشر علوم الفقه الشرعية؛ إذ يشير هذا النشر إلى جعل اختصاص علمي متاحًا لغير المختصين؛ ويمكن تحقيق ذلك ببيان ما هو العلم الشرعي وما الذي يقوم به العلماء ولماذا هو مهم، وبتصحيح التصوّرات الخاطئة. وينبغي أن تُقدّم مناهج العلوم الشرعية وأقوال العلماء بلغة وعبارات يفهمها بسهولة الأفراد غير المتخصصين في الفقه الإسلامي، ولكن عندهم درجة عالية من الدراية والتعليم في مجالات أخرى. وينبغي القيام بهذا التقديم بطريقة تحافظ على عمق الأحكام المعتمدة والفروق الدقيقة بينها بلا إفراط في تبسيطها أو ابتدائها، فلا بدّ من تجنّب ابتدال العلوم الشرعية: باختزاله إلى ما هو جاذب وعصري.

ينبغي أن يُعتمد في الحوارات حول الأحكام الفقهية قبول إمكانية أن يكون لكل إنسان رأيه في المسائل الفقهية، وإن لم يكن رأياً معتبراً، ثم يوجّه بعد ذلك نحو مناهج العلوم الشرعية واستنباطاتها؛ ويمكن فعل ذلك ببيان أنّ رأيه أقلّ جزماً ووضوحاً بكثير مما يظن، ثم بتقديم الأفكار والحجج العلمية بطريقة يمكن أن يصل إليها عامّة الناس بسهولة. وينبغي القيام بذلك باللطف والاحترام المناسبين لظروف الحوار.

ومع أنّ تركيز الورقة على القضايا الفقهية وعلم الفقه، فمن الممكن إجراء حالات مشابهة تتعلّق بفنون أخرى من العلوم الشرعية. ولم يُعتمد إلى ذلك لأنّ التحريف في مكوّن واحد من مكوّنات علم من العلوم الشرعية يفضي إلى تحريف فيها كلّها. إذن فالمشكلة هنا ليست سوء فهم عامّة الناس لفقه فحسب، إنّما هي سوء فهمهم للعلوم الشرعية في المجتمع.

خاتمة: تُعدّ الوسائل الرقمية للإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي مجالات عامّة شائعة للخطاب الإسلامي، وهي تؤثر في فهم عامّة الناس للإسلام والمسلمين والعلوم الإسلامية. وكثير من مواد الخطاب التي تنتشر في هذه الوسائل توهم بأنّها ناقلة لعلوم الشرع الإسلامي؛ ومن أسف أنّ المواد التي تلقى انتشاراً واسعاً تتضمّن، دائماً تقريباً، «علمًا» من أشخاص ليسوا معدودين من أهل الاختصاص بهذا العلم، والأهم من ذلك، أنّهم لا يتقيّدون بمناهج البحث المقرّرة لهذا المجال العلمي. ثم إنّ هذه المواد قد عابها واستخف بها كلّها تقريباً عموم المسلمين. بينما لا انتشار البتة للمواد المعترف بها اعترافاً واسعاً عند أهل الاختصاص وعموم المسلمين بأنّها نماذج لعلوم شرعية معتبرة صحيحة. وهذا الانتشار غير المتكافئ مفض إلى سوء فهم العامّة للإسلام والمسلمين والعلوم الشرعية. ويفرض علينا مبدأ الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والمقاصد المناطة بنشر الشريعة الغراء أو الرؤية الإسلامية للعالم وتنفيذها معالجة هذا الوضع المشكل. وتدعو الحاجة، على وجه الخصوص، إلى تقليل أثر الآراء الفقهية الفاسدة وهي تتكاثر وتنتشر عبر وسائل الإعلام الجماهيري والتواصل الاجتماعي، وإلى زيادة إظهار العلوم الشرعية السليمة بزيادة حضورها في هذه الوسائل الرقمية، وإلى تعزيز نشر علوم الفقه الشرعية الأصيلة. وبوسع هذه الأعمال مجتمعة

أن تُحدث تحوُّلاً في الخطاب الإسلامي الذي يُنقل ويُداول عبر وسائل التواصل الرقمية؛ ولكن الأهم من ذلك أنّ هذه الأعمال تعزّز إدراكاً دقيقاً وسليماً عند عامّة الناس للإسلام والمسلمين وعلوم الشرع الحنيف في المجتمع.

المصادر والمراجع

إبراهيم، ريموند، 'Sodomy' For the Sake of Islam (الشدوذ الجنسي «في سبيل الإسلام»)، مجلة *FrontPage* 2012/7/12، <http://www.frontpagemag.com/2012/7/12/2012/7/12/raymond-ibrahim/sodomy-for-the-sake-of-islam>

أبو نعمة، علي، How Progressive *AlterNet* and *Salon* Fell for 'Gang Rape' Fatwa Peddled by Islamophobes (كيف انخدع موقعا *AlterNet* و *Salon* الإخباريان التقدّميان بفتوى الاغتصاب الجماعي التي روجّها محرّضو الرّهّاب من الإسلام)، *The Electronic Intifada* (الانتفاضة الإلكترونية)، 2013/1/3، <http://electronicintifada.net/blogs/ali-abunimah/how-progressive-alternet-and-salon-fell-gang-rape-fatwa-peddled-islamophobes>

باركر، ديفي، Don't Fall for the Crazy Fatwa – It's Either False or Just an Opinion (لا تنخدعوا بالفتاوى المجنونة، هي إمّا زائفة وإما مجرد رأي)، *Patheos*، 2013/1/10، <http://www.patheos.com/blogs/altmuslim/2013/01/dont-fall-for-the-crazy-fatwa-its-either-false-or-just-an-opinion>

روجرسون، برنبي، Muhammad – in Pictures (محمّد، في صور)، *The Spectator*، 2015/1/24، <http://www.spectator.co.uk/arts/arts-feature/9420792/mohammed-in-pictures>

غروبر، كريستيان، The Koran Does Not Forbid Images of the Prophet (القرآن لا يحرم صور النبي)، *نيوزويك*، 2015/1/15، <http://www.newsweek.com/koran-does-not-forbid-images-prophet-298298>

_____، How the "Ban" on Images of Muhammad Came to Be (كيف حصل الحظر على صور محمّد)، *نيوزويك*، 2015/1/19، <http://www.newsweek.com/how-ban-images-muhammad-came-be-300491>

فيربر، موسى، تصنيف الثقة بصحة الفتاوى المعاصرة وقنوات نشرها، ملخص تحليلي لمؤسسة طابة ١٣ (أبو ظبي: مؤسسة طابة، ٢٠١٣).

_____، الواجبات تجاه الأجيال القادمة: من منظور شرعي، سلسلة ورقات طابة ٦ (أبو ظبي: مؤسسة طابة، ٢٠١٢)، ٣٥-٣٢.

