

تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية

هنادي رشيد رشيد الصاعدي

الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله، قسم الدراسات الإسلامية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة طيبة
المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية

hanadirasheed@hotmail.com

المستخلص:

عنوان هذا البحث: تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية. **هدفه** بيان أحكام تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية من خلال مقاصد الشريعة الإسلامية، وبيان صلاحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان. **وأهم نتائجه:** أن خرائط جوجل عبارة عن: خدمة مجانية مقدمة من شركة جوجل تساعد في معرفة الاتجاهات والعبور، وحالة الطرقات، وقوائم الأعمال التجارية، مزودة بتعليقات العملاء، وأن هذه التعليقات أثبتت قوتها التسويقية، فهي كالمغناطيس يجذب العملاء. وأن مقاصد الشريعة هي: المعاني والحكم التي لاحظها الشارع في تشريع الأحكام، وأن تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية تعتبر من مقاصد الشريعة المكملة في المعاملات المالية. وأن حرص أصحاب الأنشطة التجارية على كتابة التعليقات من العملاء والتفاعل معها يُعدّ جائزاً شرعاً إذا كان ملتزماً بمقاصد الشريعة الإسلامية، وأن استغلال استخدام خاصية تطبيق خرائط جوجل من بعض العملاء أو المنافسين بتعليقات مسيئة أمر غير جائز شرعاً، وأن لجوء بعض أصحاب الأنشطة التجارية للحصول على تعليقات وهمية من العملاء لرفع التقييم غير جائز شرعاً، وأن تدوين العملاء التعليقات الصحيحة الإيجابية على خرائط جوجل مستحب شرعاً، أما تدوين التعليقات السلبية فتحتاج لتأنٍ من العميل لقوة تأثيرها على النشاط التجاري، وأن للأفراد الاستفادة من برنامج المرشد المحلي وما يتيح من كسب مالي شريطة أن يكون متوافقاً مع مقاصد الشريعة. **ويوصي البحث:** حث أصحاب الأنشطة التجارية على الاستفادة من خدمات خرائط جوجل، والحرص على أعمال مقاصد الشريعة فيها. وتوجيه أنظار المختصين إلى مراعاة استحضار مقاصد الشريعة، وتنزيلها على الوقائع والنوازل. **الكلمات المفتاحية:** خرائط جوجل، مقاصد الشريعة، مقاصد أساسية، مقاصد مكملة، أحكام تعليقات خرائط جوجل.

المقدمة

الحمد لله الذي شرع لعباده الأحكام، وجعلها مناهجاً بجليل المقاصد والأسرار، والصلاة والسلام على صفوة الله من خلقه وسيد الأنعام، وعلى آل بيته وصحابته من المهاجرين والأنصار، والتابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، أما بعد:

فإن الله شرع الأحكام لمقاصد، فيها تحقيق مصالح الخلق في الدنيا والآخرة، وهذه المصالح تشمل جلب المنافع ودرء المفاسد؛ إذ لا يخلو حكم من أحكام الشريعة من حكمة عائدة على الخلق بالخير والنفع، سواءً علّمت هذه الحكمة أو لم تُعلّم.

ومن الثابت والمقرّر أن الدين الإسلامي دين شامل وصالح لكل زمان ومكان، وقد سعى لرسم الأطر الحياتية في كافة المجالات والأصعدة، فلم يترك موضوعاً لم يضبطه أو يحدد له حدوده وأُسسه، ومن هذه الموضوعات: المعاملات التجارية، فقد عنيت الشريعة بها عناية دقيقة، سواء كانت بين التاجر والمستهلك أو بين التاجر والتاجر، ومن ذلك التسويق للمنتجات^(١).

وقد مرّ علم وفن التسويق بتاريخ عريق، ونجاحه يعود لطريقة جذب العملاء في كل زمن بما يتناسب معهم،

فلو نظرنا لأحد أسباب الوضع في الأحاديث النبوية مثلاً نجد أن من تلك الأسباب سبباً يعود للرجبة في التسويق لسلعة ما^(٢)، ومن ذلك قول ما افتراه أحد بائعي الخضار حيث قال: "كلوا الباذنجان وأكثروا منها، فإنها أول شجرة آمنت بالله عز وجل"، قال الإمام السخاوي: هذا حديث باطل^(٣)، وقولهم: "إنما الباذنجان شفاءً من كلّ داءٍ" قال ابن الجوزي: موضوع^(٤). قال الإمام السخاوي: "ولم يرد في الباذنجان حديث واحد صحيح، بل كل ما ورد فيه من روايات فهو موضوع وكذب لا يصح منها شيء"^(٥).

وأما في وقتنا الحالي فقد ظهرت عدّة طرق لتسويق السلع، في مقدّماتها: التعليقات على تطبيق خرائط جوجل، فعليها الاعتماد الأول عند الكثير من الأشخاص للوصول إلى المنتجات والأنشطة التجارية، ويمكن

(١) التسويق هو: عبارة عن مجموعة من الوظائف التي تسهل وتُصاحب انتقال السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى مصادر استهلاكها.

من فوائده:

١. زيادة المبيعات: تساعد استراتيجيات التسويق الفعّالة في جذب العملاء وزيادة حجم المبيعات.
٢. تحسين الصورة الذهنية للعلامة التجارية: يساهم التسويق في بناء وتعزيز هوية العلامة التجارية.
٣. الاحتفاظ بالعملاء: من خلال تقديم خدمات ومنتجات عالية الجودة والاستجابة لاحتياجات العملاء، يمكن للشركات الاحتفاظ بعملائها.

فالتسويق عملية ديناميكية تتطلب فهماً عميقاً للسوق والجمهور المستهدف. من خلال اتباع قواعد وأسس وضعها المختصون بالتسويق، يمكن للشركات بناء استراتيجيات تسويقية فعّالة تحقق أهدافها وتعزز مكانتها في السوق، ويتطلب النجاح في التسويق استمرارية في التعلم والتكيف مع التغيرات المستمرة في البيئة التسويقية.

ينظر: إدارة التسويق، بازرة، ٩-٥٧، مبادئ التسويق، حلاق، ١٢، ٢٨-٣٠، مبادئ التسويق، الجاسم، ١٧-٢٥.

(٢) ينظر: الوضع في الحديث، فلاته، ١/٢٧٩-٢٨٠.

(٣) المقاصد الحسنة، ٢٣١.

(٤) الموضوعات، ٢/٣٠١.

(٥) المقاصد الحسنة، السخاوي، ٢٣١.

من خلالها معرفة تقييم الخدمات وجودة المكان في أغلب دول العالم، وللوقوف على مدى تأثير تلك التعليقات على الأنشطة التجارية اطلقتُ استبانة لدراسة مدى أهميتها فكانت خلاصة نتيجتها: أن محتوى التعليقات والتقييم العالي على خرائط جوجل بالنسبة لأصحاب الأنشطة التجارية يؤثر على النشاط التجاري ويزيد من المبيعات بنسبة ٩٥,٦%، وكذلك محتوى التقييم المنخفض يؤثر على النشاط التجاري ويقلل من المبيعات بنسبة ٨٦,٢%، وأما بالنسبة للمستخدمين فإن محتوى التقييم العالي يزيد من رغبة المستخدمين بالشراء بنسبة ٩٢,٩%، ومحتوى التقييم المنخفض يقلل من رغبة المستخدمين من الشراء بنسبة ٨٥,٥%^(٦).

وهذه النتائج تؤكد على أهمية التعليقات على خرائط جوجل، وتستدعي النظر في هذا الموضوع من خلال مقاصد الشريعة الإسلامية التي تسعى لضبط المعاملات المالية والعدل فيها، وتسعى لتداول المال، ورواجه، ووضوحه، وحفظه وتنميته، ورأيتُ أن يكون بعنوان: "تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية"، وأرجو من الله التوفيق والعون فيه.

أهمية البحث وأسباب اختياره

يكتسب هذا البحث أهميته من خلال:

- الجمع بين الأصالة والمعاصرة، أصالة مقاصد الشريعة ومبادئها، والمعاصرة متمثلة في شيء من المستحدثات من صور المعاملات، وخصوصاً في أسلوب من أساليب التسويق المعاصر، والإفادة من هذه المواءمة في الحصول على أحكام تتفق مع قصد الله في التشريع.
- ارتباط الموضوع بإحدى أهم طرق التسويق المعاصرة، وهي: التسويق عبر التعليقات في خرائط جوجل.
- أظهرت إحصائيات جوجل أهمية الخدمات التي تقدمها خرائط جوجل للأنشطة التجارية، وأن ثلاثة من بين كل أربعة أشخاص يقومون بالبحث باستخدام تطبيق خرائط جوجل لزيارة متجر في غضون يوم واحد أو يومين، وأن ٢٨% من عمليات البحث هذه تؤدي إلى عملية شراء بناء على التعليقات الموجودة في تقييم النشاط التجاري^(٧).
- أن التعليقات على خرائط جوجل أثبتت قوتها التسويقية، فوجود حساب على خرائط جوجل لأي نشاط تجاري يعتبر كالمغناطيس يجذب العملاء، فأكثر دول العالم تدعم خرائط جوجل، ويتجاوز عدد مستخدمي خرائط جوجل ٥ مليار نسمة^(٨).
- لم أقف على بحث تطرق لهذا الموضوع.

(٦) ينظر: نتائج تحليل استبانة استطلاع رأي المستخدمين من خدمات (خرائط جوجل google maps) سواء من أصحاب الأنشطة التجارية، أم مستفيدين يرغبون بالشراء في ملحق البحث.

(7) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/>

(٨) المرجع السابق.

مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث في: أن التعليقات على خرائط جوجل لها أثرها الكبير على استمرار النشاط التجاري أو إضعافه وربما إغلاقه، ويمكن بكل سهولة كتابة تعليق ونشره على الملأ، فإن كان التعليق يرغب بالشراء وما ذكر غير صحيح، فيقع على المشتري ظلم، أو غبن، أو جهالة، أو غرر، وغيرها من أسباب النهي في البيوع، والعكس كذلك إن كان التعليق فيه إساءة فإن صاحب النشاط يتضرر؛ حيث يصعب إزالة التعليق المسيء من مالك النشاط التجاري، وكذلك يصعب رفع التقييم بعد نزوله.

والشريعة الإسلامية الغراء ضببطت المعاملات المالية بضوابط، حرصت فيها على تحقيق مقاصد سامية، لو تم إعمالها لخرجنا من هذه الإشكالات، وتحتاج هذا المقاصد إلى إعمال فيما يخص تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية.

هدف البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة أحكام تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية من خلال مقاصد الشريعة الإسلامية، وبيان صلاحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان، واستيعابها لكافة المستجدات.

حدود الدراسة

اقتصرت هذه الدراسة على طريقة واحدة من طرق التسويق المعاصرة وهي: التعليقات المعلنة على خرائط جوجل والتي تخص الأنشطة التجارية فقط، ويعبر عنها في تطبيق خرائط جوجل بـ(الآراء - المراجعات) وما يترتب عليها من أحكام في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

الدراسات السابقة

لم أقف على دراسة سابقة تخص مسألة البحث، ولكن توجد دراسات متعددة عن مقاصد الشريعة في المعاملات، مثل: (مقاصد الشريعة وعلاقتها بالبيوع المحرمة للدكتور عبد الوهاب الأحمدى، وهو بحث منشور في المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، مجلد ٥ العدد الأول لعام ١٤٣٧ هـ)، وكذلك مجموعة من البحوث التي عُرضت في الدورة الخامسة والعشرين من مؤتمر مجلس مجمع الفقه الإسلامي الدولي الذي أقيم في مدينة جدة من تاريخ ٢٩ رجب إلى ٣ شعبان ١٤٤٤ هـ بعنوان: (ضوابط إعمال مقاصد الشريعة في المعاملات المالية المعاصرة بما يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية الغراء)

أما البحث محل الدراسة فهو عن: تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية ودراساتها في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، وهي إحدى النوازل المعاصرة.

منهج البحث

اعتمد هذا البحث على **المنهج الوصفي** في التعريف بخرائط جوجل ونشأتها وتطورها والخدمات التي تقدمها للأنشطة التجارية وأهميتها وما يتعلق بها، مع اتباع ضوابط البحث العلمي عند التعريف بمقاصد الشريعة واعتبارها وأقسامها، ثم **المنهج الاستنباطي** للوصول إلى الأحكام المترتبة على تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية. مع مراعاة عزو الآيات إلى سورها، وتخريج الأحاديث مع الحكم عليها، وإحالة ما ورد في البحث إلى مصادره الأصلية.

تقسيمات البحث:

يحتوي البحث على مقدمة وثلاثة مباحث، وخاتمة على النحو الآتي:

المقدمة وفيها: أهمية البحث وأسباب اختياره، ومشكلته، وهدفه، وحدوده، والدراسات السابقة، ومنهجية البحث فيه، وتقسيماته.

المبحث الأول: تعريف خرائط جوجل، ونشأتها وتطورها، والخدمات التجارية التي تقدمها، وأهميتها، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: التعريف بخرائط جوجل.

المطلب الثاني: نشأة وتطور خرائط جوجل.

المطلب الثالث: الخدمات التجارية التي تقدمها خرائط جوجل.

المطلب الرابع: أهمية خرائط جوجل.

المبحث الثاني: تعريف مقاصد الشريعة، واعتبارها، وأقسامها، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: تعريف مقاصد الشريعة.

المطلب الثاني: أدلة اعتبار المقاصد في الشريعة.

المطلب الثالث: أهمية مقاصد الشريعة.

المطلب الرابع: أقسام مقاصد الشريعة.

المبحث الثالث: الآثار التي ترتبت على ظهور تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية وأحكامها في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، وفيه خمسة مطالب:

المطلب الأول: حرص أصحاب الأنشطة التجارية على جمع التعليقات من العملاء وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

المطلب الثاني: استغلال استخدام خاصية تطبيق خرائط جوجل من بعض العملاء أو المنافسين بتعليقات مسيئة وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

المطلب الثالث: لجوء بعض أصحاب الأنشطة التجارية للحصول على تعليقات وهمية وحكمها في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

المطلب الرابع: تدوين العملاء التعليقات على خرائط جوجل وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

المطلب الخامس: برنامج المرشد المحلي وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية.

الخاتمة: وفيها أهم النتائج والتوصيات.

المبحث الأول: تعريف خرائط جوجل، ونشأتها وتطورها، والخدمات التجارية التي تقدمها، وأهميتها

المطلب الأول: التعريف بخرائط جوجل:

عبارة عن خدمة مجانية مقدمة من شركة جوجل على الشبكة العالمية، لعرض خرائط ذات مصدر جماهيري^(٩)، تساعد في معرفة الاتجاهات والعبور، والتنقل خطوة بخطوة، وحالة الطرقات، ومناظر بانورامية للشارع بزاوية ٣٦٠ درجة، وقوائم الأعمال التجارية^(١٠).

المطلب الثاني: نشأة وتطور خرائط جوجل:

أول من صمم خرائط جوجل: لارس راسموسن، وجينز إيلستروب، ونويل جوردون، وستيفن ما، في شركة (وير ٢ تكنولوجيز) التي تتخذ من سيدني مقراً لها، وفي أكتوبر ٢٠٠٤ امتلكت جوجل شركة (وير ٢ تكنولوجيز)، وحولت برنامج الخرائط إلى تطبيق ويب، وفي نفس الشهر امتلكت جوجل (شركة Keyhole) التي تصور البيانات الجغرافية المكانية (باستثمار من وكالة المخابرات المركزية)، ولها مجموعة تطبيقات بارزة مثل: (Earth Viewer) الذي اعتبر تطبيقاً ناجحاً للغاية في عام ٢٠٠٥، وقامت بدمج جوانب أخرى من تقنياتها الأساسية في خرائط جوجل، وفي سبتمبر ٢٠٠٤ امتلكت جوجل شركة ZipDash، وهي شركة تُقدّم تحليل حركة المرور في الوقت الفعلي^(١١).

وفي ٢٠١١ أضيف (مصمم الخرائط) إلى خدمات خرائط جوجل، ممّا يسمح لأي مستخدم تعديل وإضافة تغييرات إلى الخرائط، حيث يوفر ذلك لجوجل تحديث الخرائط المحلية في الوقت الفعلي تقريباً، بدلاً

(٩) هو عملية جمع واستيراد، واستعانة بالجمهور بغية الحصول على المعلومات، فيمكن إدخال البيانات والتجارب الشخصية المتصلة بالغرض الرئيسي من المعلومات، من عينة عشوائية، أو غير محددة، من المستخدمين لدعم الموقع، مما يعد مفيداً للغاية الرئيسية.

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B5%D8%AF%D8%B1_%D8%AC%D9%85%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%B1%D9%8A

(10) https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D8%B7_%D8%AC%D9%88%D8%AC%D9%84

(١١) المرجع السابق.

من انتظار شركات بيانات الخرائط الرقمية لإصدار التحديثات غير المتكررة. وكانت الفكرة من إنشائها هي تحديث وتطوير بعض الأماكن والمدن التي كانت خرائطها تحتوي على معلومات جدًا قليلة، فجاءت خدمة (مصمم الخرائط) لتفتح المجال للمستخدمين لإضافة أسماء الأماكن والطرق التي يعرفونها، ويتم نشرها في خرائط جوجل بعد أن تتم الموافقة عليها من طرف الإداريين في جوجل، ثم أوقفت هذه الخدمة في ٢٠١٢ بسبب مجانية خرائط جوجل، وأدانت الشركة بإساءة استخدام تطبيقها^(١٢).

وقد كانت خدمة خرائط جوجل عند بدايتها لعرض خرائط شوارع أربع دول هي: أمريكا، كندا، بريطانيا، وإيرلندا، ثم في السنوات التي تليها حدثت جوجل خرائطها لتشمل أغلب دول العالم^(١٣).

وقد تم تطوير رمز خرائط جوجل على مدار هذه السنوات حتى استقر على هذا (الشكل ١)^(١٤).



(الشكل ١: رمز خرائط جوجل حاليًا)

المطلب الثالث: الخدمات التجارية التي تقدمها خرائط جوجل:

تقدم خرائط جوجل لأصحاب الأنشطة التجارية خدمة: (إدارة النشاط التجاري) (الشكل ٢) بصورة مجانية، يتم فيها استخدام أداة مجانية تُمكن أصحاب الأنشطة التجارية من إدارة طريقة ظهور حسابهم التجاري على خرائط جوجل عبر المنتجات المقدمة من جوجل، والتي تضم الخرائط والبحث، فتساعد أصحاب الأنشطة التجارية على التسويق لمنتجاتهم، وذلك بتسهيل ظهورهم للعملاء من خلال بحثهم في الموقع، وإمكانية إضافة صور ومقاطع عن النشاط، وكذلك تساعد العملاء على العثور على النشاط التجاري الذي يحتاجونه، فوجود النشاط التجاري على خرائط جوجل كالمغناطيس، يجذب العملاء ناحية الموقع والخدمة. وكذلك يمكّن العملاء من التفاعل مع النشاط التجاري عن طريق إبداء آرائهم والرد عليها^(١٥)، كما في (الشكل ٢).

ولإمكانية الاستفادة من هذه الخدمة على أصحاب الأنشطة التجارية اتباع ما يلي:

١. فتح حساب للنشاط التجاري على جوجل الأعمال:

يتم فيه تعبئة بيانات النشاط التجاري، مثل: المكان الخاص به، وعنوانه الدقيق، وطرق التواصل، وساعات عمل النشاط، وإضافة نوع الخدمة المقدمة، وأنواع المنتجات وجودتها، ويمكن إضافة أي بيانات بعد ذلك^(١٦).

(12) https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D8%B7_%D8%AC%D9%88%D8%AC%D9%84

(١٣) المرجع السابق.

(14) المرجع السابق.

(15) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/>

(16) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/#c3>

٢. إضافة عنوان واضح للنشاط التجاري:

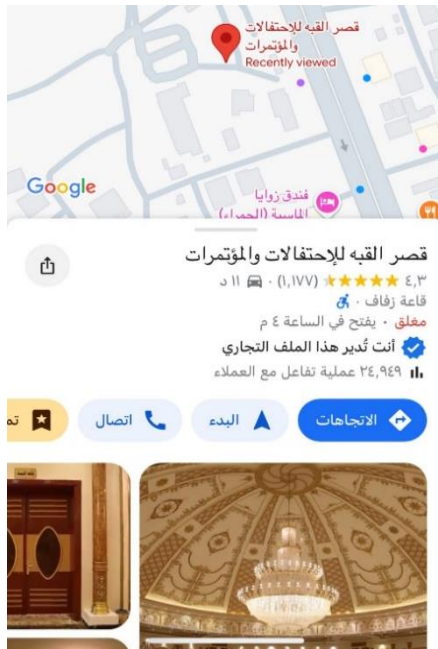
لابد من الحرص على وضع عنوان واضح ودقيق للعملاء؛ ليسهل عليهم الوصول في أسرع وقت وبأقل مجهود^(١٧).

٣. تحديد النشاط الرئيسي للمشروع:

يحسن تحديد النشاط الرئيسي للمشروع وسببه، وجوانب التميز فيه، والاستعانة بالقدرة اللغوية في جذب العملاء^(١٨).

٤. إضافة صور خاصة بالنشاط التجاري:

يحسن إضافة أفضل صور ممكنة على حساب النشاط التجاري، أو المنتج والخدمات المقدّمة؛ لجذب العملاء وإعطائهم انطباع أفضل^(١٩).



(الشكل ٢: يظهر فيه نموذج لخدمة إدارة النشاط التجاري على خرائط جوجل)

٥. إضافة تعليقات العملاء (٢٠):

أُتاحت شركة جوجل للعملاء والمستخدمين إضافة تعليقات، وتظهر تحت قائمة (المراجعات - الآراء) على تطبيق خرائط جوجل؛ لتغذية التطبيق، ووضعت سياسة لهذا المحتوى، فيمكن للمستخدمين كتابة تعليقات عن الأماكن التي يزورونها، ويمكن إضافة فيديوهات ومشاركات مصوّرة ونشر معلومات شاملة

(١٧) المرجع السابق.

(١٨) المرجع السابق.

(١٩) المرجع السابق.

(٢٠) المرجع السابق.

عن المكان تشير إلى أجوائه أو خدماته، وهذه التعليقات هي التي تحدد تقييم النشاط التجاري على خرائط جوجل^(٢١).

وظهور التقييم للنشاط التجاري على خرائط جوجل يكون بناء على تصنيف من (خمس نجوم)، فيمُثل حصول النشاط التجاري على تصنيف (خمس نجوم) أعلى جودة، وتصنيف (نجمة واحدة) أقل جودة، وكل ذلك يحدده العميل بناء على التصنيف الذي اختاره، والتعليق الذي كتبه.

ولا يمكن لصاحب النشاط التجاري التحكم بالتعليقات التي يدونها المستخدمون على التطبيق بالإزالة مثلاً إذا كان التعليق سلبياً، والذي تتيحه شركة جوجل لصاحب النشاط هو: رفع بلاغ عن التعليقات المسيئة لفريق شركة جوجل، مع ملاحظة أنه لا يمكن لصاحب النشاط الإبلاغ عن مراجعة لمجرد أنها لا تتوافق مع آرائه أو أنها لا تعجبه، ثم يأخذ البلاغ بعد ذلك وقتاً للمراجعة والتحقق، فإن ثبت خرقها لسياسات جوجل يتم إزالتها من قبل شركة جوجل، وإلا فتبقى^(٢٢)، إضافة إلى أنه لا تتوفر طريقة موثوقة لمعرفة من على صواب فيما يتعلق بتجربة عميل محدّدة، وكذلك خسارة نقطة واحدة في التقييم تعويضها يتطلب عدداً كبيراً من التعليقات في مدة زمنية طويلة، وهذه التعليقات هي محل البحث، انظر (الشكل ٣).



(الشكل ٣)

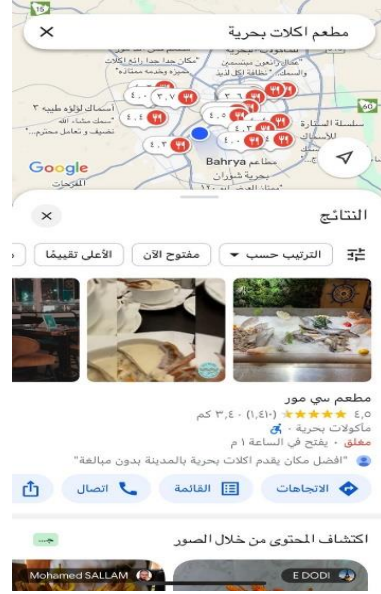
وفي المقابل تُقدّم خرائط جوجل للعميل المُستهدف خدمة مجانية وهي: سهولة الحصول على الأنشطة التجارية التي تقدّم الخدمات التي يحتاجها في محيطه أو أي مكان مدعوم بخرائط جوجل، فمثلاً: شخص يريد أن يأكل وجبة غداء بحرية، فيمكنه ذلك بالدخول على خرائط جوجل عبر الهاتف المحمول والبحث عن "مطعم أكالات بحرية" مثلاً، وستظهر له قائمة من الأنشطة التجارية تقدّم تلك الخدمة، مزودة بكافة التفاصيل من موقع، وأوقات عمل، وتعليقات عملاء^(٢٣). كما في (الشكل ٤)

(21) <https://support.google.com/maps/answer/6230175?hl=ar&co=GENIE.Platform%3DAndroid>

(22) <https://support.google.com/business/answer/4596773?hl=ar&co=GENIE.Platform%3DAndroid>

(23) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/>

تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية



(الشكل ٤)

وكذلك تقدّم خرائط جوجل خدمة برنامج (المرشدون المحليون^(٢٤)): أطلقت شركة جوجل هذا البرنامج لتمكين المستخدمين من المساهمة في خرائط جوجل، ويُعدّ البرنامج جزءاً خليفه لبرنامج (مصمم خرائط جوجل)^(٢٥)، حيث تمّ دمج ميزات من البرنامج السابق في موقع الويب والتطبيق. يُمكن عبر البرنامج إضافة المراجعات والصور والمعلومات الأساسية ومقاطع الفيديو وتصحيح المعلومات (الشكل ٥)^(٢٦).

ويعمل نظام خرائط جوجل على منح المرشدين المحليين راتباً شهرياً من خرائط جوجل، من خلال المساهمة في المحتوى وتقديم معلومات مفيدة، ويمكن للمرشدين المحليين زيادة تقييمات خرائط جوجل بالإضافة إلى الحصول على النقاط من خلال:

- تقييم المواقع والأماكن التي قاموا بزيارتها.
- كتابة تعليقات ومشاركة تجاربهم حول المواقع والخدمات، ونقاط إضافية أخرى إذا كان التعليق يحتوي على أكثر من مائتي حرف.
- مشاركة الصور والفيديوهات الملتقطة في المواقع.
- إجابة على الأسئلة والمشاركة في التعليقات الأخرى.

(٢٤) وضعت شركة جوجل للمرشدين المحليين أحكاماً وشروطاً عليهم الالتزام بها، يمكن الاطلاع عليها من خلال: <https://support.google.com/local-guides/answer/10287202?sjid=10425141371725966346-EU>

(٢٥) تمت الإشارة إليه سابقاً في نشأة وتطور خرائط جوجل.
(26) https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%B1%D8%A7%D8%A6%D8%B7_%D8%AC%D9%88%D8%AC%D9%84

ويمكن استبدال النقاط المكتسبة^(٢٧) من خرائط جوجل لرفع مستوى المرشد المحلي، وتفعيل ميزات إضافية داخل التطبيق، وتزيد من الراتب الشهري من خرائط جوجل لقيمة تصل حتى ١٠,٠٠٠ دولار شهرياً من خلال تغذية التطبيق بالتعليقات والصور والمقاطع^(٢٨).



(الشكل ٥: يظهر من خلال الصورة كيفية ظهور المرشد المحلي، وطبيعة عمله، والمستوى)

المطلب الرابع: أهمية خرائط جوجل:

إن استخدام خرائط جوجل له أهمية كبيرة، فهي تساعد في إيجاد الأماكن التي تخدمها الخرائط عن طريق البحث عنها داخل التطبيق، وتساعد على الوصول إليها بسهولة، معتمدة على موقع المستخدم، وتوفر كافة المعلومات عن المواقع عموماً، والأنشطة التجارية خصوصاً، ومن إحصائيات جوجل التالية يظهر أهمية الخدمات التي تقدمها خرائط جوجل للأنشطة التجارية:

١. ارتفعت العمليات البحثية التي بها عبارة (أفضل مكان للشراء) باستخدام الكلمة الرئيسية للمنتج أو الخدمة الدارجة بأكثر من ٧٠٪ بين العامين ٢٠١٥ و ٢٠١٨.
٢. ثلاثة من بين كل أربعة أشخاص يقومون بالبحث باستخدام تطبيق خرائط جوجل لزيارة متجر في غضون يوم واحد أو يومين، وتؤدي ٢٨٪ من عمليات البحث هذه إلى عملية شراء.
٣. ارتفعت عمليات البحث ارتفاعاً كبيراً بعبارة (بالقرب مني) بنسبة تصل إلى ٥٠٪ في السنوات الأخيرة.
٤. يستخدم أكثر من ٥ مليار شخص خرائط جوجل، في أكثر دول العالم التي تدعم خرائط جوجل^(٢٩).

(٢٧) كسب النقاط من خرائط جوجل له نظام معين، مجرد التعليق مثلاً له ١٠ نقاط، التقييم: نقطة واحدة لكل تقييم، إضافة صور ٥ نقاط، إضافة فيديو: ٧ نقاط.

(28) <https://d3mfollow.com/blog/monthly-stipend-from-google-maps>

(29) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/>

٥. تحسّن التصنيف للنشاط التجاري على خرائط جوجل بنجمة واحدة يؤدي إلى زيادة الإيرادات الفعلية بنسبة تتراوح من ٥ إلى ٩٪^(٣٠).

وبذلك يظهر أن التعليقات على خرائط جوجل أثبتت قوتها التسويقية، فوجود حساب على خرائط جوجل لأي نشاط تجاري يعتبر كالمغناطيس يجذب العملاء^(٣١)؛ لذلك يحتاج أصحاب الأنشطة التجارية لمواكبة العصر إلى خدمة إدارة النشاط التجاري على جوجل -سبق الحديث عنها -؛ وذلك لأنها:

١. تعمل على جذب العملاء للنشاط التجاري.
٢. تشجع العملاء على التفاعل مع النشاط التجاري، وتوفر الإحصاءات لمساعدة مالِك النشاط على التطوير المستمر.
٣. تسمح بنشر صور المنتجات والعروض الخاصة.
٤. تسمح بقراءة التعليقات والرد عليها، بالإضافة إلى زيادة التواصل مع العملاء.
٥. تساعد على عرض النشاط التجاري بشكل محترف على الإنترنت.
٦. تقوم بتحسين الترتيب المحلي للنشاط التجاري، فهو يساعد في زيادة نسبة العملاء المحتملين الذين يقومون بالبحث عن خدمة تشبه خدمة النشاط التجاري^(٣٢).

واكتسبت التعليقات على خرائط جوجل أهميتها التسويقية لأنها تساعد على معرفة آراء العملاء الحقيقية، وصعوبة الإزالة لها، فتعتبر المصدر الحيادي الوحيد غالباً في معرفة آراء العملاء الحقيقيين على الملأ، إلا أنه قد يتم استغلالها مع قبل بعض ضعفاء النفوس في وضع تقييم وهمي للإضرار بالأنشطة التجارية^(٣٣).

المبحث الثاني: تعريف مقاصد الشريعة، واعتبارها، وأهميتها، وأقسامها

المطلب الأول: تعريف مقاصد الشريعة:

مقاصد الشريعة عبارة عن مركب إضافي، يتكون من كلمة (مقاصد) وكلمة (الشريعة)، ويحسن تعريف كل كلمة، للوصول إلى تعريف (مقاصد الشريعة) باعتبارها علماً على علم معين.

المقاصد: جمع مقصد، والمقصد اسم لما قُصِدَ، وهو مصدر قَصَدَ يَقْصِدُ قَصْداً ومَقْصِداً، ولها في اللغة عدة معانٍ، أقربها للمعنى الاصطلاحي هو: الاعتماد، والأُمُّ، وإتيان الشيء، والتوجه، تقول: قصده:

(30) <https://bimpos.com/ar/blog/how-to-handle-and-respond-to-social-medias-negative-reviews>

(31) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/>

(32) <https://kmtco.sa/services/google-my-business-management-services/>

(33) <https://www.alyaum.com/>

وَقَصَدَ لَهُ، وَقَصَدَ إِلَيْهِ إِذَا أَمَّه، وَمِنْهُ قَوْلُهُمْ: أَقْصَدَهُ السَّهْمُ، إِذَا أَصَابَهُ فَقَتَلَ مَكَانَهُ، وَكَأَنَّهُ قِيلَ ذَلِكَ لِأَنَّهُ لَمْ يَجِدْ عَنْهُ^(٣٤).

وأما المقاصد في الاصطلاح: ليس للمقاصد معنى مستقل عن المعنى اللغوي أو منقول عنه، وإنما هو مستعمل على دلالاته اللغوية، وهي كافية في الدلالة على الإطلاق الشرعي هنا^(٣٥).

الشرعية لغة: الدين، والملة، والمنهاج، والطريقة، والسنة، وأصلها في اللغة تطلق على مورد الماء الذي لا انقطاع له ويرده الشاربون^(٣٦). ومنه قوله تعالى: ﴿ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا﴾ ﴿١٨﴾ الجاثية [١٨]. أي: على دين وملة ومنهاج^(٣٧).

الشرعية اصطلاحاً: هي الدين^(٣٨).

وأما تعريف مقاصد الشريعة باعتبارها علماً على علم معين، فقد ذاع عند بعض الباحثين المعاصرين أن المتقدمين لم يعرفوا مقاصد الشريعة بهذا الاعتبار^(٣٩)، لكن مصطلح مقاصد الشريعة كان معروفاً عندهم، ويُطلق على مراد الشارع، أي: على تعليل الأحكام الشرعية بالغايات المقصودة من جلب المصالح أو درء المفاسد^(٤٠)، أو التنصيص على بعض أقسامها^(٤١).

ولعل سبب انعدام التعريف الجامع لمقاصد الشريعة عند السابقين إنما هو اعتبارهم أن هذا المصطلح واضح وبيّن ولا داعي لذكر تعريف له، إلا أنه عند تأمل ما ورد لدى الأصوليين يمكن اعتبار قول الإمام الرازي في تعريف مقصود الشرع بأنه: "ما دلت الدلائل الشرعية على وجوب تحصيله، والسعي في رعايته، والاعتناء بحفظه"^(٤٢)، بأنه تعريف لمقاصد الشريعة، ويؤخذ من تعريفه ارتباط المقاصد بالأدلة، وأن العلاقة بينهما تلازمية وثقى.

(٣٤) ينظر: لسان العرب، ابن منظور، ٣/٣٥٣. مادة قصد.

(٣٥) ينظر: نهاية الأحكام في بيان ما للنية من أحكام، الحسيني، ١٨.

(٣٦) ينظر: تهذيب اللغة، الأزهري، ١/٢٧٠-٢٧١، لسان العرب، ابن منظور، ٨/١٧٦. مادة شرع.

(٣٧) ينظر: معاني القرآن، الفراء، ٣/٤٦.

(٣٨) التعريفات، الجرجاني، ١٢٧.

(٣٩) ينظر: علاقة مقاصد الشريعة بأصول الفقه، ابن بيه، ١٤، علم مقاصد الشريعة، الحلبي، ٣٤.

(٤٠) ينظر: الإحكام في أصول الأحكام، الأمدي، ٣/٣٧١، الذخيرة، القرافي، ٥/٢٤٠.

(٤١) ينظر: المستصفى، الغزالي، ١٧٣، قواعد الأحكام، ابن عبد السلام، ٨/١، الموافقات، الشاطبي، ٢/٦٢.

(٤٢) الكاشف الرازي، ٥٣.

أما المعاصرون فقد اجتهدوا في تعريف مقاصد الشريعة بعبارات متقاربة^(٤٣)، لعل أدقها وأشملها تعريف مقاصد الشريعة بأنها: "المعاني والحكم التي لاحظها الشارع في تشريع الأحكام"^(٤٤).

المطلب الثاني: أدلة اعتبار المقاصد في الشريعة:

مما لا شك فيه أن أحكام الشريعة إنما هي حكمة ورحمة ومبينة على مصالح العباد في المعاش والمعاد^(٤٥)، قال الإمام القرطبي [ت: ٦٧١هـ]: "ولا خلاف بين العقلاء أن شرائع الأنبياء قصد بها مصالح الخلق الدينية والدنيوية"^(٤٦)، وقال الإمام الشاطبي [ت: ٧٩٠هـ]: "الشارع وضع الشريعة على اعتبار المصالح باتفاق"^(٤٧).

ومن هذا المنطلق جزم العلامة ابن القيم [ت: ٧٥١هـ]: بأن الشريعة "عدل كلها، ورحمة كلها، ومصالح كلها، وحكمة كلها، فكل مسألة خرجت من العدل إلى الجور، وعن الرحمة إلى ضدها، وعن المصلحة إلى المفسدة، وعن الحكمة إلى العبث، فليست من الشريعة"^(٤٨).

والأدلة الدالة على ثبوت مقاصد الشريعة: هي أكثر من أن تُحصَر، وفي بيان ذلك قال العلامة ابن القيم: "والقرآن وسنة رسول الله مملوآن من تعليل الأحكام بالحكم والمصالح، وتعليل الخلق بهما، والتنبيه على وجوه الحكم التي لأجلها شرع تلك الأحكام، ولأجلها خلق الأعيان، ولو كان هذا في القرآن والسنة في نحو مائة موضع أو مائتين لسقناها، ولكنه يزيد على ألف موضع بطرق متنوعة"^(٤٩) ومن هذه الأدلة:

• قوله تعالى مبيناً الحكمة والغاية والمقصد من الخلق:

﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦ مَا أُرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ رِزْقٍ وَمَا أُرِيدُ أَنْ يُطْعَمُوا ٥٧﴾ الذاريات [٥٦، ٥٧] (٥٠).

وقوله تعالى مبيناً المقصد من إرسال الرسل وإنزال الكتب كقوله تعالى: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ ٥٥﴾ الحديد [٢٥]

(٤٣) ينظر: مقاصد الشريعة الإسلامية، ابن عاشور، ٢٥١. مقاصد الشريعة، الشثري، ٩، علم مقاصد الشارع، بن ربيعة، ٢١.

(٤٤) علم مقاصد الشريعة، الحليبي، ٣٤.

(٤٥) ينظر: إعلام الموقعين، ابن القيم، ١١/٣.

(٤٦) الجامع لأحكام القرآن، ٦٤/٢.

(٤٧) الموافقات، ٢٢١/٣.

(٤٨) إعلام الموقعين، ١١/٣.

(٤٩) مفتاح دار السعادة، ٢٢/٢.

(٥٠) ينظر: الكشاف، الزمخشري، ٤٠٦/٤، المحصول، الرازي، ١٧٤/٥.

أن من تتبع نصوص الشريعة وجدها شاهدة بإثبات المقاصد في كل أحكامها، فلا يخلو حكم من جلب مصلحة، أو درء مفسدة^(٥١)، سواء كانت بصورة كلية، ومن ذلك قوله تعالى: ﴿هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ﴾ الحَج: ٧٨، وقوله تعالى: ﴿يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ﴾

البقرة [١٨٥]، وما رواه أبو سعيد الخدري رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم: "لا ضرر ولا ضرار"^(٥٢)، فرفع الحرج وإرادة التيسير وعدم إرادة التعسير ورفع الضرر ودفعه: مقاصد شرعية عامة تدخل تحتها جزئيات كثيرة يصعب حصرها^(٥٣).

أو بصورة جزئية كتعليل الأحكام التفصيلية بذكر مصالحها ودرء مفاسدها، ولعل ذلك من أقرب ما يدل على اعتبار المقاصد للأفهام، ومن ذلك قوله

تعالى: ﴿يَأَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَبِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا﴾ [الأحزاب ٥٩]، وقوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْرُبُوا الزِّنَى إِنَّهُ كَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا﴾ [الإسراء ٣٢]، ونحو ذلك.

أن أي تصرف أو نظام لابد أن يقصد منه تحقيق مصلحة أو دفع مضرة، وما لم يحقق ذلك فهو عبث وفساد وفوضى، والله تعالى منزّه عن ذلك كله سبحانه، فهو الحكيم العليم الرحيم، وشرعه ورسوله صلى الله عليه وسلم بريئان من ذلك، وهذا يدل على اعتبار المقاصد في الشريعة؛ لكمال من وضعها سبحانه. وقد عدّ الإمام الزمخشري [ت ٥٣٨هـ] أن من جحد الحكمة في خلق العالم فقد سفّه الخالق، وظهر بذلك أنه لا يعرفه ولا يقدره، فكان إقراره بكونه خالقاً كلاً إقرار^(٥٤).

المطلب الثالث: أهمية مقاصد الشريعة:

مقاصد الشريعة هي سرّ التشريع، وهي الآصرة الكبرى التي تربط بين الأحكام والحكم، وتبين خصائص ومحاسن الشريعة وتحقيق العبودية، وتظهر أهميتها من جوانب عدة، يمكن إجمالها فيما يلي:

(٥١) ينظر: قواعد الأحكام، ابن عبد السلام، ١٨٩/٢، مفتاح دار السعادة، ابن القيم، ٢٣/٢.

(٥٢) حديث مشهور عند أهل العلم، وقاعدة شرعية من جوامع كلم النبي صلى الله عليه وسلم. أخرجه الدارقطني في السنن، كتاب البيوع، برقم (٣٠٧٩)، ٥١/٤، والبيهقي في السنن الكبرى، كتاب الصلح، باب لا ضرر ولا ضرار، برقم (١١٣٨٤)، ١١٤/٦، والحاكم في المستدرک، كتاب البيوع، برقم (٢٣٤٥)، ٦٦/٢، وقال: حديث صحيح الإسناد على شرط مسلم ولم يخرجاه. وله طرق يقوي بعضها بعضاً، ينظر: نصب الراية، الزيلعي، ٣٨٤/٤-٣٨٦.

(٥٣) ينظر: المحصول، الرازي، ١٧٥/٥، الموافقات، الشاطبي، ٢٦٠/١-٢٦٤.

(٥٤) ينظر: الكشف، الزمخشري، ٩٠/٤.

- تدل دلالة قاطعة على كمال الشريعة وأحكامها، إذ إن الشريعة بُنيت على مقاصد رفيعة في كليتها وجزئياتها، ولا ريب أن الحكم إذا كان عن مقصد وعة وفائدة فإنه كمال، خلافاً لما كان عارياً من ذلك^(٥٥).
- تفيد المعرفة بمراتب المصالح والمفاسد ودرجات الأعمال في الشرع والواقع^(٥٦)، وهذا يعين على الترجيح بين الأدلة المتعارضة والتوفيق بينها.
- تزيد النفس طمأنينة بالشريعة وأحكامها، والنفس مجبولة على التسليم للحكم الذي عرفت علة.
- تعين على فهم النصوص وتفسيرها ومعرفة دلالتها.
- الاستتارة بها على معرفة الأحكام الشرعية عند فقدان النص في المسائل والوقائع الجديدة^(٥٧).

المطلب الرابع: أقسام مقاصد الشريعة:

سبق أن تمّ بيان أن الأحكام الشرعية شرعها الله لمقاصد ومصالح كاملة وتامة في الدنيا والآخرة؛ ولكن تلك المصالح ليست على درجة واحدة من حيث الأهمية والخطورة وحاجة الناس إليها، وإنما هي على مستويات مختلفة^(٥٨).

وقد ذكر العلماء تقسيمات عدة لمقاصد الشريعة باعتبار معينة^(٥٩)، والذي يعيننا في هذا البحث تقسيمها باعتبار ذاتها وبحسب ما تحفظ به^(٦٠).

فتنقسم مقاصد الشريعة باعتبار ذاتها (درجتها في القوة) إلى ثلاثة أقسام:

أولاً: الضرورات: وهي المقاصد التي لا بدّ منها من أجل قيام مصالح الدين والدنيا، فإذا فُقدت فسدت الحياة، وهي التي تثبت لكل أمة وملة^(٦١)، وهي: حفظ الدين، والنفس، والنسل، والمال، والعقل^(٦٢). فمن أجل حفظ

(٥٥) ينظر: شفاء العليل، ابن القيم، ١٩٠.

(٥٦) ينظر: جامع الرسائل، ابن تيمية، ٣٠٥/٢.

(٥٧) ينظر: مقاصد الشريعة الإسلامية، ابن عاشور، ١٨٣-١٨٤، علم مقاصد الشريعة الإسلامية، الحلبي، ٥٤-٥٥، قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم ١٦٧ (١٨/٥) بشأن المقاصد الشرعية ودورها في استنباط الأحكام. <https://iifa-aifi.org/ar/2268.html>

(٥٨) ينظر: شفاء الغليل، الغزالي، ١٦١-١٦٢، قواعد الأحكام، العزّين عبد السلام، ٢٩/١ وما بعدها.

(٥٩) فتنقسم المقاصد باعتبار محل صدورها إلى: مقاصد الشارع ومقاصد المكلفين، القطع والظن إلى: المقاصد القطعية، والظنية، والموهومة. وتنقسم من حيث شمولها إلى: المقاصد العامة، والخاصة، والجزئية.

ينظر: الموافقات: ٢٠/١، ٨/٢، مقاصد الشريعة، ابن عاشور، ٢٣١، ٢٩٩-٣٠٩، علم مقاصد الشارع، بن ربيعة، ١٢٠-١٩٧.

(٦٠) ينظر: شفاء الغليل، الغزالي، ١٦١-١٦٢، الموافقات، الشاطبي، ٢٤/٢.

(٦١) ينظر: بيان المختصر، الأصفهاني، ٣/١١٧، الموافقات، الشاطبي، ٣١/١.

(٦٢) ينظر: الإحكام، الأمدي، ٢٧٤/٣، التحبير، المرداوي، ٨/٤٢٤٩.

النفس مثلاً شرعت أحكام كثيرة منها: تشريع القصاص، فهو معال بحفظ الدماء المعصومة، والزجر عن التهجم عليها^(٦٣).

ثانيًا: الحاجيات: وهي المقاصد التي تدخل التوسعة على الناس، وترفع الضيق والحر والمشقة، فهي تقع بعد مرتبة المقاصد الضرورية، ويعتبر تركها غير مفوت لمصالح الدين والدنيا، ولكنه يوقع الإنسان في الحرج والمشقة، مثل: رخص التخفيف في المرض والسفر، وفي المعاملات الإجارة مثلاً، فيها توسعة على الناس^(٦٤).

ثالثًا: التحسينيات: وهي المقاصد التي تقع دون المقاصد الضرورية والحاجية، وهي التي تحسن حال الإنسان، وتكمل عيشه على أحسن الأحوال، وتتم سعادته في العاجل والآجل وتقيد أن الأخذ بها يعتبر من محاسن العادات، وتجنب المذنبات التي تأنفها العقول الراجحات، مثل: إزالة النجاسة، والتحلي بآداب الأكل والشرب^(٦٥).

وتنقسم مقاصد الشريعة بحسب (ما تحفظ به) باعتبار كونها أساسًا أو تكملة إلى قسمين:

الأول: مقاصد أساسية: وهي السابقة التي تم الحديث عنها (الضرورية، والحاجية، والتحسينية).

الثاني: مقاصد مكملة: اقتضت الحكمة الإلهية أن تضع أحكامًا تشريعية إضافية مكملة للأحكام التي شرعت لحفظ كافة أقسام المقاصد، وقد شرعت هذه الأحكام المكملة لتحقيق مقاصد الشريعة على أكمل وجه وأتمه وأحسنه، ولتكون أمانًا احتياطيًا، وسياجًا واقيًا للحفاظ على مصالح الناس، دون أن تتعرض لخدش أو نقص أو خطر.

ويمكن تعريف المقاصد المكملة بأنها: "الوسيلة التي يتم بها حفظ المقصود من الضروري أو الحاجي أو التحسيني على أحسن الوجوه وأكملها، ولو فرض فقدتها لم يُخلّ بالحكمة الأصلية من هذه المقاصد"^(٦٦).

وتنقسم بحسب المقاصد الأساسية إلى ثلاثة أقسام:

الأول: مكملات حفظ الضروريات: هي ما يتم به حفظ مقصد ضروري، بحيث لو فقدت لم يختل أصل المقصد الضروري، لكن وجودها يكون أشدّ إفشاء إلى حصول أصل المقصد الضروري ودوامه.

ومن أمثلة ذلك: التماثل في القصاص، فإنه لا تدعو إليه ضرورة، ولا تظهر فيه شدة حاجة^(٦٧)؛ فالمقصود هو حفظ النفس، وهو حاصل بالقصاص دون اشتراط التماثل، لكن القصاص لا يحصل على أتم

(٦٣) ينظر: البرهان، الجويني، ٧٩/٢.

(٦٤) ينظر: المرجع السابق، الموافقات، الشاطبي، ٢١/٢.

(٦٥) ينظر: البرهان، الجويني، ٧٩/٢، الموافقات، الشاطبي، ٢٣-٢٢/٢.

(٦٦) علم مقاصد الشارع، بن ربيعة، ١٤٣، وينظر: شفاء الغليل، الغزالي، ١٦١-١٦٢، الموافقات، الشاطبي، ٢٤/٢.

(٦٧) ينظر: الموافقات، الشاطبي، ٢٤/٢.

الوجوه بدون التماثل؛ إذ عدم التماثل مدعاة للأحقاد وإثارة العداوات؛ فلذا كان التماثل في القصاص مكمل للقصاص^(٦٨).

الثاني: مكملات حفظ الحاجيات: هي ما يتم به حفظ مقصد حاجي، بحيث لو فقدت لم يختل أصل المقصد الحاجي، لكن وجودها يكون أشد إفضاء إلى حصول أصل المقصد الحاجي ودوامه.

من أمثلة ذلك: الإشهاد على البيع، فإن المقصود من البيع وهو (الملك)، حاصل بدون الإشهاد، لكن الإشهاد مكمل للبيع؛ لأن ما مَلَكَ مع الإشهاد يكون ملكه أتم وأقوى، ولو لم يشرع لم يُخَلَّ بأصل البيع^(٦٩).

الثالث: مكملات حفظ التحسينيات: هي ما يتم به حفظ مقصد تحسيني، بحيث لو فقدت لم يختل أصل المقصد التحسيني، لكن وجودها يكون أشد إفضاء إلى حصول أصل المقصد التحسيني ودوامه.

من أمثلة ذلك: آداب إزالة الأحداث، ومندوبات الطهارات كالبدء باليمين قبل الشمال، فهي مكملة لما يُحفظ به أصل التحسيني؛ من إزالة الحدث، أو الطهارة^(٧٠).

ويشترط لهذه المكملات شرطان:

الأول: أنه لو فقد المكمل لا تختل الحكمة الأصلية من المقصد^(٧١).

الثاني: ألا يعود اعتبارها على الأصل بالإبطال، فكل تكملة يفضي اعتبارها إلى رفض أصلها، لا يصح اشتراطها عند ذلك، لوجهين:

أحدهما: أن في إبطال الأصل إبطال التكملة، لأن التكملة مع ما كملته كالصفة مع الموصوف، فإذا كان اعتبار الصفة يؤدي إلى ارتفاع الموصوف، لزم من ذلك ارتفاع الصفة أيضاً، فاعتبار هذه التكملة على هذا الوجه مؤدٍ إلى عدم اعتبارها.

والثاني: أنا لو قدرنا تقديراً أن المصلحة التكميلية تحصل مع فوات المصلحة الأصلية، لكان حصول الأصلية أولى؛ لما بينهما من التفاوت.

وبيان ذلك أن حفظ المهجة مهم كلي، وحفظ المروءات مستحسن، فحرمت النجاسات حفظاً للمروءات، وإجراء لأهلها على محاسن العادات، فإن دعت الضرورة إلى إحياء المهجة بتناول النجس، كان تناوله أولى.

(٦٨) ينظر: علم مقاصد الشارع، بن ربيعة، ١٤٣.

(٦٩) ينظر: الموافقات، الشاطبي، ٢/٢٥.

(٧٠) ينظر: المرجع السابق، علم مقاصد الشارع، بن ربيعة، ١٤٥.

(٧١) ينظر: الموافقات، الشاطبي، ٢/٢٤.

وقد ذكر الإمام الشاطبي مسألة مهمة من مسائل قصد الشارع في وضع الشريعة، وهي أن المقاصد الضرورية في الشريعة أصل للحاجية والتحسينية، وذلك يعني أنه عند اختلال الضروريات بإطلاق، ستختل الحاجيات والتحسينيات، ولا يلزم العكس، وكذلك عند اختلال التحسيني بإطلاق قد يختل الحاجي بوجه ما، وقد يلزم من اختلال الحاجي بإطلاق اختلال الضروري بوجه ما، فلذلك إذا أردنا المحافظة على الضروري، ينبغي المحافظة على الحاجي، وإذا أردنا المحافظة على الحاجي، ينبغي أن يحافظ على التحسيني^(٧٢).

ويترتب على كون الضروري أصل للحاجي والتحسيني - أي: أن الحاجيات والتحسينيات مكملات للضروريات - أربعة أمور ذكرها الإمام الشاطبي:

الأول: أن اختلال الضروري يلزم منه اختلال الحاجي والتحسيني بإطلاق:

فلو فرضنا ارتفاع أصل القصاص؛ لم يمكن اعتبار المماثلة فيه، فإن ذلك من أوصاف القصاص، ومحال أن يثبت الوصف مع انتفاء الموصوف^(٧٣).

الثاني: أنه لا يلزم من اختلال الحاجي والتحسيني اختلال الضروري بإطلاق:

أن الضروري مع غيره كالموصوف مع أوصافه، ومن المعلوم أن الموصوف لا يرتفع بارتفاع بعض أوصافه، وذلك مثل: إذا ارتفع اعتبار الجهالة والغرر، لا يبطل أصل البيع، وكذا لو ارتفع اعتبار المماثلة في القصاص، لم يبطل أصل القصاص^(٧٤).

الثالث: أنه قد يلزم من اختلال التحسيني بإطلاق أو الحاجي بإطلاق اختلال الضروري بوجه ما:

الوجه الأول: أن كل واحدة من هذه المراتب لما كانت مختلفة في تأكد الاعتبار - فالضروريات أكدها، ثم تليها الحاجيات والتحسينات - وكان مرتبطا بعضها ببعض، كان في إبطال الأخف جرأة على ما هو أكد منه.

ومثال ذلك: الصلاة، فإن لها مكملات وهي ما سوى الأركان والفرائض، ومعلوم أن المخل بها متطرق للإخلال بالفرائض والأركان؛ لأن الأخف طريق إلى الأثقل. ومما يدل على ذلك ما في الحديث من قوله

(٧٢) المرجع السابق، ٣١/٢.

(٧٣) المرجع السابق، ٣٣/٢-٣٥.

(٧٤) المرجع السابق.

عليه السلام: "كَالرَّاعِي يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى، يُوشِكُ أَنْ يَوَاقِعَهُ"^(٧٥). وفي الحديث: "لَعَنَ اللَّهُ السَّارِقَ، يَسْرِقُ الْبَيْضَةَ فَتَقْطَعُ يَدُهُ، وَيَسْرِقُ الْحَبْلَ فَتَقْطَعُ يَدُهُ"^(٧٦).

ومعنى ذلك: أن يكون تاركًا للمكملات ومخلا بها بإطلاق، بحيث لا يأتي بشيء منها، وإن أتى بشيء منها كان نذرا، ولذلك لو اقتصر المصلي على ما هو فرض في الصلاة، لم يكن في صلاته ما يستحسن، وكانت إلى اللعب أقرب.

وكذلك في البيع: إذا فات فيه ما هو من المكملات كانتقاء الغرر والجهالة؛ أوشك أن لا يحصل للمتعاقدين أو لأحدهما مقصود، فكان وجود العقد كعدمه، بل قد يكون عدمه أحسن من وجوده^(٧٧).

الوجه الثاني: أن كل درجة بالنسبة إلى ما هو أكد منها كالنفل بالنسبة إلى ما هو فرض، فستر العورة واستقبال القبلة بالنسبة إلى أصل الصلاة كالمندوب إليه.

وكذلك كون المبيع معلوما، ومنقعا به شرعا، وغير ذلك من أوصافه بالنسبة إلى أصل البيع كالنفل. وقد تقرر أن المندوب إليه بالجزء ينتهض أن يصير واجبا بالكل؛ فالإخلال بالمندوب مطلقا، يشبه الإخلال بالركن من أركان الواجب؛ لأنه قد صار ذلك المندوب بمجموعه واجبا في ذلك الواجب. ويصح أن يقال: إن إبطال المكملات بإطلاق قد يبطل الضروريات بوجه ما^(٧٨).

الوجه الثالث: أن كل حاجي وتحسيني إنما هو خادم للأصل الضروري، إما مقدمة له، أو مقارنا، أو تابعا، فهو أحرى أن يتأدى به الضروري على أحسن حالاته.

ذلك أن الصلاة - مثلا - إذا تقدمتها الطهارة أشعرت بتأهب لأمر عظيم، فإذا استقبل القبلة أشعر التوجه بحضور المتوجه إليه، فإذا أحضر نية التعبد، أثمر الخضوع والسكون، وهكذا إلى آخرها، فهذه المكملات الدائرة حول حمى الضروري خادمة له ومقوية لجانبه، فلو خلت عن ذلك أو عن أكثره، لكان خلا فيها^(٧٩).

(٧٥) أخرجه البخاري، كتاب الإيمان، باب فضل من استبرأ لدينه، برقم (٥٢)، ٢٠/١، واللفظ له، وأخرجه مسلم، كتاب المساقاة، باب أخذ الحلال وترك الشبهات، برقم (١٥٩٩)، ٣/١٢١٩.

(٧٦) أخرجه البخاري، كتاب الحدود، باب لعن السارق إذا لم يسم، برقم (٦٧٨٣)، ١٥٩/٨، وأخرجه مسلم، كتاب الحدود، باب حد السرقة ونصابها، برقم (١٦٨٧)، ٣/١٣١٤.

(٧٧) الموافقات، الشاطبي، ٢/٣٨-٤٠.

(٧٨) الموافقات، الشاطبي، ٢/٤٠.

(٧٩) المرجع السابق، ٢/٤٢-٤٣.

الرابع: أنه ينبغي المحافظة على الحاجي والتحسيني للضروري:

وهذا ظاهر مما تقدم؛ لأنه إذا كان الضروري قد يختل باختلال مكملاته، كانت المحافظة عليها لأجله مطلوبة؛ ولأنه إذا كانت زينة لا يظهر حسنه إلا بها، كان من الأحق ألا يخل بها.

وبهذا كله يظهر أن المقصود الأعظم في المطالب الثلاثة المحافظة على الأول منها وهو قسم الضروريات. ومن هنالك كان مراعى في كل ملة، بحيث لم تختلف فيه الملل كما اختلفت في الفروع^(٨٠).

فوائد المقاصد المكملّة:

لحصول المكملات فوائد تتلخص فيما يلي:

- حصول المقصود المكمل في أتم صورته، وأحسن حالاته، وجريانه على ما هو مألوف.
- حماية المقصود المكمل من الإخلال بالحكمة المقصودة منه.
- تحقيق مقاصد أخرى تابعة غير المقصد الأصلي، كما في اشتراط الكفاءة في الزواج، فإنه يحقق مقاصد أخرى، من دوام النكاح وتمام الألفة بين الزوجين.
- دفع مقاصد أخرى تنشأ عن طريق الحصول على المقصد الأصلي، كما في اشتراط التماثل في القصاص، حتى لا تنشأ مفسد أخرى من الأحقاد وإثارة العداوات^(٨١).

المبحث الثالث: الآثار التي ترتبت على ظهور تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية وأحكامها في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية

من خلال القرار الذي أصدره مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم: ٢٤٧ (٢٥/٩) في دورته الخامسة والعشرين المنعقد بمدينة جدة، خلال الفترة من ٢٩ رجب - ٣ شعبان ١٤٤٤هـ، الموافق ٢٠-٢٣ فبراير ٢٠٢٣م، بشأن ضوابط أعمال مقاصد الشريعة في توجيه المعاملات المالية المعاصرة بما يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، ومنها:

١. ألا تخالف ما هو أقوى منها من الأدلة الشرعية المعتمدة.
٢. مراعاة أنواع المقاصد ومراتبها من حيث الأصالة، والتبعية، ومن حيث الكلية والجزئية، ومن حيث القطعية والظنية، بحيث لا يقدم الظني على القطعي، ولا الجزئي على الكلي، ولا التبعية على الأصلي.
٣. مراعاة مقاصد الشريعة الكلية الخمسة عند أعمال المقاصد الخاصة بالمعاملات.

(٨٠) المرجع السابق، ٤٣/٢.

(٨١) علم مقاصد الشارع، بن ربيعة ١٥٤-١٥٥. بتصرف يسير.

٤. التمييز في أحكام المعاملات بين ما هو من قبيل المقاصد، وما هو من قبيل الوسائل، بحيث لا تعود الوسيلة على المقصد بالنقض والإبطال، ولا يترك المقصد الثابت لمنع وسيلة من وسائله.

٥. يمكن توظيف المقاصد الشرعية للمعاملات المالية في صياغة وتفسير العقود والمعاملات المالية الحديثة، وحل ما ينشأ عنها من نزاع بسبب الجوائح والظروف الطارئة في ضوء مقصد العدل، وغيره من مقاصد المعاملات المالية كالرواج، والوضوح، والثبات.

٦. العمل بالمقاصد الشرعية للتحقق من واقعية المعاملات المعاصرة، وعدم صوريته.

٧. مراعاة مآلات المعاملات المالية في ضوء مقاصد الشريعة^(٨٢).

يمكن تصنيف (تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية) أنها من مقاصد الشريعة في المعاملات المالية: وهي المعاني والغايات التي تهدف الشريعة إلى تحقيقها من المعاملات المالية مثل مقصد العدل في المعاملة، وتداول المال، ورواجه، ووضوحه، وحفظه وتنميته^(٨٣).

ومن خلال ذكر أقسام مقاصد الشريعة يمكن تصنيف (تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية) أنها من المقاصد المكّلة؛ لأنها تعتبر من باب التسويق للبيع، والمقصود من البيع وهو (الملك)، وهو حاصل بدون التسويق، لكنه مكمل للبيع؛ لأن القوة التسويقية تساهم في رواج المال وحفظه وتنميته، وكل ما كانت الحملات التسويقية قوية يكون الربح المالي أعلى، وتبين أيضًا أن تعليقات خرائط جوجل لها أهميتها الكبيرة^(٨٤)؛ حيث تُعد مصدرًا حياديًا لمعرفة آراء العملاء الحقيقية، وصعوبة التزوير فيها، لكن إذا لم يستخدم أصحاب الأنشطة التجارية التسويق عبر خرائط جوجل لم يُخل بأصل المقصد من البيع، وهو: (الملك)، ويتضح ذلك أيضًا من خلال فوائد المقاصد المكّلة.

وتبين مما سبق كذلك أن تطبيق خرائط جوجل له تأثير كبير على المجتمع، فالاعتماد الأول عند الكثير من الأشخاص في معرفة الأماكن والأنشطة التجارية عليه، حيث يتيح التقييم والتعليق للعملاء، والمشاركة بالمقاطع، والصور، للمنشأة، ويكون ذلك ظاهرًا للجميع، ومدون بهوية المستخدم، وفيها استعراض تجربة أو مساعدة الآخرين على الاختيار أو اتخاذ قرار أفضل، وأن إهمال التسويق عن طريقه يعود بالنقص على أصل البيع، وترتب على ذلك ما يلي:

(82) <https://iifa-aifi.org>.

(٨٣) هذا التعريف صدر من مجمع الفقه الإسلامي بجلده القرار رقم: ٢٤٧ (٢٥/٩) بشأن ضوابط إعمال مقاصد الشريعة في توجيه

المعاملات المالية المعاصرة بما يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية. <https://iifa-aifi.org>.

(٨٤) ينظر: نتائج تحليل استبانة استطلاع رأي المستفيدين من خدمات (خرائط جوجل google maps) سواء من أصحاب الأنشطة التجارية، أم مستفيدين يرغبون بالشراء في ملحق البحث.

المطلب الأول: حرص أصحاب الأنشطة التجارية على جمع التعليقات من العملاء وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية:

حرص أصحاب الأنشطة التجارية على جمع التعليقات من العملاء باستمرار، لأن قرار الزائر يتأثر في اختيار خدمة تجارية بنوع وعدد التعليقات التي حصل عليها هذا النشاط، لذلك لجأ أصحاب الأنشطة التجارية إلى محاولة تجنب التعليقات السلبية، ودفع العملاء أيضًا لكتابة تعليقات إيجابية؛ لأن ٧٢٪ من المستهلكين يقولون إن التقييمات الإيجابية تجعلهم يتقنون في النشاط التجاري أكثر^(٨٥).

وقد أتاحت إدارة النشاط التجاري من شركة جوجل الرد على تلك التعليقات (الشكل ٦)، ويحسن إظهار الاهتمام والرد من قبل أصحاب الأنشطة التجارية؛ لأن تجاهل تعليقات العملاء يعدّ خطأً، فقد أظهرت الدراسات في جامعة هارفارد أن الاستجابة لتعليقات العملاء سواء كانت إيجابية أو سلبية تؤدي إلى تحسين التقييمات^(٨٦). فمن المستحسن تقديم الشكر لأصحاب التعليقات الإيجابية، أما السلبية فيحسن التواصل مع أصحابها وأخذ اقتراحاتهم وتقييمهم بشكل كامل^(٨٧).

ويمكن القول بأن هذا السلوك من أصحاب الأنشطة التجارية جائزاً ومتوافقاً مع مقاصد الشريعة، إذا كان ملتزماً بالصدق، فهو يُعدّ من باب العدل في المعاملة، ومما يساهم في تداول المال، ورواجه، وحفظه، وتنميته.



(الشكل ٦: يظهر من خلال خدمة إدارة النشاط التجاري إمكانية الرد على التعليقات)

(85) <https://bimpos.com/ar/blog/how-to-handle-and-respond-to-social-medias-negative-reviews>

(86) <https://bimpos.com/ar/blog/how-to-handle-and-respond-to-social-medias-negative-reviews>

(87) <https://kmtco.sa/s>

وقد ذكر المختصين بالتعامل مع تعليقات خرائط جوجل عدداً من التوجيهات والنصائح في التعامل مع التعليقات الإيجابية، وكيفية الرد على التعليقات السلبية.

<https://bimpos.com/ar/blog/how-to-handle-and-respond-to-social-medias-negative-reviews>,

<https://www.alyaum.com>

المطلب الثاني: استغلال استخدام خاصية تطبيق خرائط جوجل من بعض العملاء أو المنافسين بتعليقات مسيئة وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية:

انتشرت ظاهرة أرقت أصحاب الأنشطة التجارية وهي: سوء استخدام خاصية تطبيق خرائط جوجل من بعض العملاء أو المنافسين بإنشاء حسابات وهمية من أهدافها إغلاق المنشأة المنافسة لها، واستغلال قوة تأثيرها بالإضرار بالنشاط بذكر تعليقات سلبية على خرائط جوجل قد تكون سبباً في انخفاض المبيعات وربما إغلاق المكان^(٨٨).

فالجواب هنا يعود لتكييف واقعة التعليق، فإذا ثبت أن فيه إساءة من سبّ وشتم أو تشهير وإلحاق الضرر أو نشر وقائع من شأنها ومقصدها الضرر بصاحب المنشأة، فهذا لا بد من إعمال قاعدة: "الأموال بمقاصدها"^(٨٩) لإثبات قصد الضرر، وهو غير جائز، ولا يتوافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية، وليس عدلاً، ولا يسهم في تداول المال، ورواجه، وحفظه، وتنميته، ولا بد أن يُزال، إعمالاً لقاعدة: "الضرر يزال"^(٩٠)، فيكون صاحب المنشأة مضطراً لدفع الضرر وحماية النشاط: (التبليغ) سواء لشركة جوجل -التي لها سياسة معينة للحكم على التعليق بأنه مسيء^(٩١)- أو للجهات الأمنية مباشرة، أو عبر تطبيق (كلنا أمن)^(٩٢)، أو توكيل محام مختص لمتابعة مثل هذه القضايا، ويدرك طرق الإثبات للواقعة. وتطبيق العقوبة على هذا الفعل يحتاج إلى نظر قضائي، وقد حفظ النظام السعودي حق أصحاب الأنشطة التجارية في الفقرة (٥) من المادة (٣) من نظام مكافحة الجرائم المعلوماتية^(٩٣)، فإن عقوبته السجن لمدة لا تزيد على سنة والغرامة بما لا تزيد على (٥٠٠ ألف ريال) أو بإحدى هاتين العقوبتين^(٩٤).

وإذا كان التعليق بهدف النصيحة أو التطوير أو إصلاح ملحوظة، وكانت العبارات المستعملة في الإطار الأخلاقي، وما جرت به العادة، فهو فعل مشروع، ولا يؤخذ عليه الشرع ولا القانون.

(88) <https://www.alyaum.com>

(٨٩) الأشباه والنظائر، السبكي، ١٢/١، الأشباه والنظائر، السيوطي، ٨.

(٩٠) المرجع السابق، ٨٣، الأشباه والنظائر، ابن نجيم، ٧٢.

(91) <https://support.google.com/maps/answer/6230175?hl=ar&co=GENIE.Platform%3DAndroid>

(٩٢) تطبيق كلنا أمن هو: خدمة تتيح للمواطن والمقيم تقديم البلاغات الأمنية والجنائية والبلاغات المتعلقة بالمساس بالحياة الشخصية، والتهديد، وانتحال الشخصية، والابتزاز، واختراق حسابات التواصل الاجتماعي، والتشهير، والنصب والاحتيال، وغيرها من الجرائم الجنائية والبلاغات الأمنية دون الحاجة لمراجعة الجهة، وذلك إلكترونياً من خلال التطبيق. ينظر:

<https://www.my.gov.sa>

(. هي: أي فعل يرتكب متعمداً استخدام الحاسب الآلي أو الشبكة المعلوماتية بالمخالفة لأحكام هذا النظام (93)

<https://laws.boe.gov.sa>.

(٩٤) المرجع السابق.

المطلب الثالث: لجوء بعض أصحاب الأنشطة التجارية للحصول على تعليقات وهمية وحكمها في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية:

ترتب على ثانياً من صعوبة مقاضاة الأشخاص الذين يقومون بالتقييم بشكل سيئ عبر تطبيق خرائط جوجل، لأن الأمر يتوقف على مدى القدرة على إثبات الواقعة السلبية والمقصد السيئ من ورائها، فليس الأمر سهلاً، ويتطلب رصدًا وتوثيقًا وتوفير ما يقنع الجهات المختصة بوقوع جريمة إساءة إلكترونية^(٩٥)، وكذلك صعوبة الاستجابة من قبل شركة جوجل حيث سبق بيان أن لها سياسة معينة للحكم على التعليق بالإساءة، والإجراء يأخذ وقتًا إلى حين الاستجابة له، وبذلك يظهر أن سلوك هذه الطرق فيه نوع صعوبة، ولا شك أن التبعات على المنشأة كبيرة، ظهور سلوك آخر من أصحاب الأنشطة التجارية وهو:

اللجوء إلى أخذ تعليقات وهمية من العملاء، أو إنشاء عدة حسابات والتقييم من خلالها، أو التعامل مع المنصات التي تقدّم خدمة زيادة التقييمات والتعليقات بمقابل مالي، مثل موقع (دعم فولو) لزيادة المساهمات الحقيقية، والتفاعل النشط مع المستخدمين لرفع مستوى النشاط التجاري^(٩٦).

وهذا السلوك من أصحاب الأنشطة التجارية غير جائز، ويدخل في الغش المنهي عنه شرعاً، والمال المكتسب من هذا السلوك مال باطل، أخذ بغير وجه حق، وكل هذا لا يتوافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية.

ويمكن لهم اتباع طرق وأساليب صحيحة تتوافق مع مقاصد الشريعة وتخفف من وطأة الضرر، مثل:

• تقديم خدمة ذات جودة عالية، والتفاعل الإيجابي مع العملاء، مما يدفعهم للتقييم الإيجابي على خرائط جوجل.

• طلب التقييمات من العملاء الذين قاموا بالفعل بتجربة الخدمات.

• إصدار بيان متى اقتضت الحاجة لتنفيذ التعليقات المسيئة، والرد عليها، والمراعاة على وعي الجمهور.

• تعيين موظف مختص لرصد الإساءات بالتطبيق، ومناصحة من يقدمون الإساءة، ثم الترافع القضائي.

المطلب الرابع: تدوين العملاء التعليقات على خرائط جوجل وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية:

مما سبق ذكره عن أهمية التعليقات على خرائط جوجل وأثرها على النشاط التجاري، وحاجة أصحاب الأنشطة التجارية إلى إثراء حساباتهم عليها، والغاية التي تهدف إليها مقاصد الشريعة الإسلامية من حفظ المال وتداوله وتنميته ورواجه، فإن تفاعل العملاء مع إخوتهم أصحاب الأنشطة التجارية وكتابة التعليقات الجيدة الصادقة يعدّ سلوكاً مستحباً شرعاً، وممتثالاً لقول النبي صلى الله عليه وسلم: "من استطاع منكم أن

(95) <https://www.alyaum.com>

(96) <https://d3mfollow.com>

ينفع أخاه فليفعَل^(٩٧)، والعكس كذلك. فإن كان لدى العميل تعليقاً غير جيد وقد يسئ للنشاط التجاري ويسهم في خفض تقييمه، فيحسن التآني في ذلك واتباع الهدى النبوي بالبء بالنصح سراً قبل كتابته على خرائط جوجل؛ لأن تبعات ذلك وأثره كبير، امتثالاً لقول النبي صلى الله عليه وسلم: "الدين النصيحة"^(٩٨).

المطلب الخامس: برنامج المرشد المحلي وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية:

سبق توضيح برنامج المرشد المحلي وأنه من خلال التعليقات يمكن للمستخدم لخرائط جوجل أن يكون مرشداً محلياً لدى شركة جوجل، بحيث يقوم بإثراء التطبيق بالتعليقات والصور ومقاطع الفيديو ويتقاضى على ذلك أجر قد يصل إلى ١٠,٠٠٠ دولاراً شهرياً.

والذي يظهر أن العمل بهذه الوظيفة إن كان التعليق صحيحاً وعادلاً فهو جائز ويتوافق مع مقاصد الشريعة، ويسهم في تحقيق مقاصدها في المعاملات المالية من رواج المال، وتنميته، ووضوحه، وإن كان فقط لكسب المال دون تثبت فهو غير جائز ولا يتوافق مع مقاصد الشريعة، ولا شك بأن الحصول على المال لا بد أن يكون ملتزماً بالضوابط الشرعية. وفي الحديث: "لَا تَزُولُ قَدَمَا عَبْدٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسْأَلَ: عَنْ عُمْرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَعَنْ عِلْمِهِ فِيمَا عَمِلَ، وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ، وَعَنْ جِسْمِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ"^(٩٩)

خاتمة

الحمد لله على التمام، وأسأله القبول التام، والصلاة والسلام على المرسل بأفضل الرسالات نبينا محمد بن عبد الله وآله ومن اهتدى بهداه، أما بعد:

فقد خلص البحث إلى نتائج عديدة، يمكن إيجاز أهمها فيما يلي:

١. تقدّم خرائط جوجل العديد من الخدمات التجارية سواء لأصحاب الأنشطة التجارية أو للعميل المستهدف.
٢. أن التعليقات على خرائط جوجل بالنسبة للأنشطة التجارية أثبتت قوتها التسويقية، فوجود حساب على خرائط جوجل لأي نشاط تجاري يعتبر كالمغناطيس يجذب العملاء في الكثير من دول العالم.
٣. أن تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية تعتبر من مقاصد الشريعة في المعاملات المالية وهي: المعاني والغايات التي تهدف الشريعة إلى تحقيقها من المعاملات المالية مثل مقصد العدل في المعاملة، وتداول المال، ورواجه، ووضوحه، وحفظه وتنميته.
٤. أن تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية تعتبر من المقاصد الشرعية المكّمة؛ حيث تعتبر من باب التسويق للبيع، والمقصود منه (الملك)، وهو حاصل بدون التسويق، لكن تلك التعليقات من باب التسويق الذي يساهم في تنمية وحصول البيع على أتمّ صورته.

(٩٧) أخرجه مسلم، كتاب السلام، باب استحباب الرقية من العين والنملة والحمة والنظرة، برقم (٢١٩٩)، ٤/١٧٢٦.

(٩٨) أخرجه مسلم، كتاب الإيمان، باب بيان أن الدين النصيحة، برقم (٥٥)، ١/٧٤.

(٩٩) أخرجه الترمذي، أبواب صفة القيامة والرفائق والورع عن رسول الله صلى الله عليه وسلم، باب في القيامة، برقم (٢٤١٧)، ٤/٦١٢. وقال: هذا حديث حسن صحيح.

٥. أن حرص أصحاب الأنشطة التجارية على جمع التعليقات من العملاء والتفاعل معها يعدّ جائزاً شرعاً، ولا يدخل في طلب شهادة الزور، إذا كان ملتزماً بمقاصد الشريعة الإسلامية.
٦. أن استغلال استخدام خاصية تطبيق خرائط جوجل من بعض العملاء أو المنافسين بتعليقات مسيئة أمر غير جائز شرعاً، ولا يتوافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية في المعاملات، ويحق لصاحب النشاط التجاري التقاضي بشأن ذلك. وقد حفظ نظام الجرائم المعلوماتية السعودي حق أصحاب الأنشطة التجارية الذين تضرّروا من ذلك.
٧. أن لجوء بعض أصحاب الأنشطة التجارية للحصول على تعليقات وهمية من العملاء لرفع التقييم غير جائز شرعاً، ولا يتوافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية.
٨. أن تدوين العملاء التعليقات الصادقة الواقعية الإيجابية على خرائط جوجل يعدّ مستحباً شرعاً ومتوافقاً مع مقاصد الشريعة، أما تدوين التعليقات السلبية فتحتاج لتأنٍ وتثبت لقوة تأثيرها على النشاط التجاري.
٩. أن للأفراد الاستفادة من برنامج المرشد المحلي وما يتيح من كسب مالي شريطة أن يكون متوافقاً مع مقاصد الشريعة الإسلامية، وإلا فلا.

ويوصي البحث بما يلي:

١. حث أصحاب الأنشطة التجارية على الاستفادة من خدمات خرائط جوجل التجارية، والحرص على إعمال مقاصد الشريعة فيها.
٢. توجيه أنظار الباحثين والدارسين المتخصصين في الفقه، وأصول الفقه، والمقاصد إلى أهمية إتقان علوم الاقتصاد والمالية المعاصرة، ومراعاة استحضار مقاصد الشريعة في المعاملات، وضوابطها، وتنزيلها على الوقائع والنوازل.

المصادر والمراجع

الكتب:

- الأزهري، محمد، (٢٠٠١م)، تهذيب اللغة، تحقيق: محمد عوض مرعب، بيروت، دار إحياء التراث العربي.
- الأصفهاني، محمود، (١٤٠٦هـ)، بيان المختصر شرح مختصر ابن الحاجب، تحقيق: محمد مظهر بقا، ط١، السعودية، دار المدني.
- الأمدي، علي، الإحكام في أصول الأحكام، تحقيق: عبد الرزاق عفيفي، ط١، بيروت، المكتب الإسلامي.
- بازرعة، محمود، (٢٠٠١م)، إدارة التسويق، ط١، القاهرة، المكتبة الأكاديمية.
- البخاري، محمد، (١٤٢٢هـ)، الجامع المسند، تحقيق: محمد الناصر، ط١، دار طوق النجاة.
- ابن بيه، عبد الله، (٢٠٠٦م)، علاقة مقاصد الشريعة بأصول الفقه، ط١، القاهرة، مطابع المدني.
- البيهقي، أحمد، (١٤٢٤هـ)، السنن الكبرى، تحقيق: محمد عطا، ط٣، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الترمذي، محمد، (١٣٩٥هـ)، سنن الترمذي، تحقيق: أحمد شاكر، محمد عبد الباقي، إبراهيم عوض، ط٢، مصر، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي.

تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية

- ابن تيمية، أحمد، (١٤٢٢هـ)، جامع الرسائل، تحقيق: محمد رشاد سالم، ط١، الرياض، دار العطاء.
- الجاسم، خالد، مبادئ التسويق ١٤٣٤هـ-٢٠١٢م)، ط١، منشورات جامعة البعث.
- الجرجاني، علي، (١٤٠٣هـ)، التعريفات، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الجوزي، عبد الرحمن، (١٣٨٦هـ - ١٩٦٦م)، الموضوعات، ط١، المدينة المنورة، المكتبة السلفية.
- الجويني، عبد الملك، (١٤١٨هـ)، البرهان في أصول الفقه، تحقيق: صلاح عويضة، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الحاكم، محمد، (١٤١١هـ)، المستدرک على الصحيحين، تحقيق: مصطفى عطا، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الحسيني، أحمد الحسيني، (١٤١٣هـ)، نهاية الأحكام في بيان ما للنية من أحكام، راجعه وصححه وعلق عليه: محمود محمد نصار، ط١، بيروت، دار الجيل.
- حلاق، بطرس، (٢٠٢٠م)، مبادئ التسويق، ط١، سوريا، الجامعة الافتراضية السورية.
- الحليبي، فيصل، (١٤٤٣هـ)، علم مقاصد الشريعة، ط٦، الرياض، شركة إثراء المتون.
- الدارقطني، علي، (١٤٢٤هـ)، سنن الدارقطني، تحقيق: شعيب الارنؤوط، حسن عبد المنعم شلبي، عبد اللطيف حرز الله، أحمد برهوم، ط١، بيروت، مؤسسة الرسالة.
- الرازي، محمد، (١٤١٣هـ)، الكاشف عن أصول الدلائل وفصول العلل، تحقيق: أحمد حجازي السقا، ط١، بيروت، دار الجيل.
- الرازي، محمد، (١٤١٨هـ)، المحصول، تحقيق: طه العلواني، ط٣، بيروت، مؤسسة الرسالة.
- بن ربيعة، عبد العزيز، (١٤٢٣هـ)، علم مقاصد الشارع، ط١، الرياض.
- الزركشي، محمد، (١٤١٤هـ)، البحر المحيط في أصول الفقه، ط١، دار الكتبي
- الزمخشري، محمود، (١٤٠٧هـ)، الكشف عن حقائق غوامض التنزيل، ط٣، بيروت، دار الكتاب العربي.
- الزيلعي، عبد الله، (١٤١٨هـ)، نصب الراية لأحاديث الهداية، تحقيق: محمد عوامة، ط١، جده، دار القبله للثقافة الإسلامية.
- السبكي، عبد الوهاب، (١٤١١هـ)، الأشباه والنظائر، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الساوي، محمد، (١٤٠٥هـ)، المقاصد الحسنة في بيان كثير من الأحاديث المشتهرة على الألسنة، تحقيق: محمد الخشت، ط١، بيروت، دار الكتاب العربي.
- السيوطي، عبد الرحمن، (١٤١١هـ)، الأشباه والنظائر، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الشاطبي، إبراهيم، (١٤١٧هـ)، الموافقات، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، ط١، القاهرة، دار ابن عفان.
- الشثري، سعد، (١٤٣٩هـ)، مقاصد الشريعة، ط١، الرياض، دار كنوز إشبيليا.
- ابن عاشور، محمد الطاهر، (١٤٢١هـ)، مقاصد الشريعة الإسلامية، تحقيق: محمد الطاهر الميساوي، ط٢، الأردن، دار النفائس.
- عبد السلام، عبد العزيز، (١٤١٤هـ)، قواعد الأحكام في مصالح الأنعام، راجعه وعلق عليه: طه عبد الرؤوف سعد، ط جديدة مضبوطة منقحة، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الغزالي، محمد، (١٣٩٠هـ)، شفاء الغليل في بيان الشبه والمخيل ومسالك التعليل، تحقيق: حمد الكبيسي، بغداد، مطبعة الإرشاد.
- الغزالي، محمد، (١٤١٣هـ)، المستصفى، تحقيق: محمد عبد السلام عبد الشافي، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الفراء، يحيى، معاني القرآن، تحقيق: أحمد يوسف النجاتي ومحمد علي النجار وعبد الفتاح إسماعيل الشلبي، ط١، مصر، دار المصرية.
- فلانة، عمر، (١٤٠١هـ - ١٩٨١م)، الوضع في الحديث، ط١، دمشق، مكتبة الغزالي، بيروت، مناهل العرفان.

القرافي، أحمد، (١٩٩٤م)، الذخيرة، محمد بو خبزة، ط١، بيروت، دار الغرب الإسلامي.
القرطبي، محمد، (١٣٨٤هـ)، الجامع لأحكام القرآن، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، ط٢، القاهرة، دار الكتب المصرية.

القشيري، مسلم، المسند الصحيح، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، ط١، بيروت، دار إحياء التراث العربي.
ابن القيم، محمد، (١٤١١هـ)، إعلام الموقعين عن رب العالمين، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.

ابن القيم، محمد، (١٣٩٨هـ-١٩٧٨م)، شفاء العليل في مسائل القضاء والقدر والحكمة والتعليل، ط١، بيروت، دار المعرفة.
ابن القيم، محمد، مفتاح دار السعادة ومنشور ولاية العلم والإرادة، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
المرداوي، علي، (١٤٢١هـ)، التجميع شرح التحرير في أصول الفقه، تحقيق: عبد الرحمن الجبرين، وعوض القرني، وأحمد السراح، ط١، الرياض، الرشد.

ابن منظور، محمد، (١٤١٤هـ)، لسان العرب، ط٣، بيروت، دار صادر.
ابن نجيم، زين الدين، (١٤١٩هـ)، الأشباه والنظائر، وضع حواشيه وخرج أحاديثه: زكريا عميرات، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.

المواقع الالكترونية:

<https://ar.wikipedia.org>

<https://www.alyaum.com>

<https://bimpos.com>

<https://d3mfollow.com>

<https://iifa-aifi.org>.

<https://kmtco.sa>

<https://laws.boe.gov.sa>.

<https://www.my.gov.sa>

<https://support.google.com>

قائمة المراجع العربية بالحروف اللاتينية

al-Kutub;

al-Azhārī, Muḥammad, (2001M), Tahdhīb al-lughah, taḥqīq: Muḥammad ‘Awaḍ Mur‘ib, Bayrūt, Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī.

al-Aṣḥāhānī, Maḥmūd, (1406h), bayān al-Mukhtaṣar sharḥ Mukhtaṣar Ibn al-Ḥājjib, taḥqīq: Muḥammad Maḥzar Baqqā, Ṭ1, al-Sa‘ūdīyah, Dār al-madanī.

al-Āmidī, ‘Alī, al-Iḥkām fī uṣūl al-aḥkām, taḥqīq: ‘Abd al-Razzāq ‘Afīfī, Ṭ1, Bayrūt, al-Maktab al-Islāmī..

al-Bukhārī, Muḥammad, (1422h), al-Jāmi‘ al-Musnad, taḥqīq: Muḥammad al-Nāṣir, Ṭ1, Dār Ṭawq al-najāh..

al-Bazzār, Aḥmad, (2009M), al-Baḥr al-zakḥkhār, taḥqīq: Maḥfūḏ al-Raḥmān Zayn Allāh, ‘Ādil ibn Sa‘d, Ṣabīr al-Shāfi‘ī, Ṭ1, al-Madīnah al-Munawwarah, Maktabat al-‘Ulūm wa-al-Ḥikam.

Ibn Bih, ‘Abd Allāh, (2006m), ‘alāqat Maqāṣid al-sharī‘ah bi-uṣūl al-fiqh, Ṭ1, al-Qāhirah, Maṭābi‘ al-madanī..

- al-Bayhaqī, Aḥmad, (1424h), al-sunan al-Kubrā, taḥqīq: Muḥammad ‘Aṭā, ʔ3, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- al-Tirmidhī, Muḥammad, (1395h), Sunan al-Tirmidhī, taḥqīq: Aḥmad Shākir, Muḥammad ‘Abd al-Bāqī, Ibrāhīm ‘Awaḍ, ʔ2, Miṣr, Sharikat Maktabat wa-Maṭba‘at Muṣṭafā al-Bābī al-Ḥalabī..
- Ibn Taymiyyah, Aḥmad, (1422h), Jāmi‘ al-rasā’il, taḥqīq: Muḥammad Rashād Sālim, ʔ1, al-Riyāḍ, Dār al-‘aṭā’..
- al-Jāsim, Khālīd, Mabādī’ al-Taswīq 1434ht-2012m), ʔ1, Manshūrāt Jāmi‘at al-Ba‘th.
- al-Jurjānī, ‘Alī, (1403h), al-ṭayfāt, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah. al-Jawzī, ‘Abd al-Raḥmān, (1386h-1966m), al-mawḍū‘āt, ʔ1, al-Madīnah al-Munawwarah, al-Maktabah al-Salafiyyah.
- al-Juwaynī, ‘Abd al-Malik, (1418h), al-burhān fī uṣūl al-fiqh, taḥqīq: Ṣalāḥ ‘Uwayḍah, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah..
- al-Ḥākim, Muḥammad, (1411h), al-Mustadrak ‘alā al-ṣaḥīḥayn, taḥqīq: Muṣṭafā ‘Aṭā, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- al-Ḥusaynī, Aḥmad al-Ḥusaynī, (1413h), nihāyat al-aḥkām fī bayān mā llnyḥ min Aḥkām, rāja‘ahu wa-ṣaḥḥaḥahu wa-‘allaqa ‘alayhi: Maḥmūd Muḥammad Naṣṣār, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Jīl..
- Ḥallāq, Buṭrus, (2020m), Mabādī’ al-Taswīq, ʔ1, Sūriyā, al-Jāmi‘ah al-iftirāḍiyyah al-Sūriyyah.
- al-Hulaybī, Fayṣal, (1443h), ‘ilm Maqāṣid al-sharī‘ah, ʔ6, al-Riyāḍ, Sharikat Ithra’ al-mutūn.
- al-Dāraquṭnī, ‘Alī, (1424h), Sunan al-Dāraquṭnī, taḥqīq: Shu‘ayb alārn’wṭ, Ḥasan ‘Abd al-Mun‘im Shalabī, ‘Abd al-Laṭīf Ḥirz Allāh, Aḥmad Barhūm, ʔ1, Bayrūt, Mu‘assasat al-Risālah.
- al-Rāzī, Muḥammad, (1413h), al-Kāshif ‘an uṣūl al-Dalā’il wa-fuṣūl al-‘ilal, taḥqīq: Aḥmad Ḥijāzī al-Saqqā, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Jīl.
- al-Rāzī, Muḥammad, (1418h), al-Maḥṣūl, taḥqīq: Ṭāḥā al-‘Alwānī, ʔ3, Bayrūt, Mu‘assasat al-Risālah.
- Ibn Rabī‘ah, ‘Abd al-‘Azīz, (1423h), ‘ilm Maqāṣid al-sharī‘ah, ʔ1, al-Riyāḍ.
- al-Zarkashī, Muḥammad, (1414h), al-Baḥr al-muḥīṭ fī uṣūl al-fiqh, ʔ1, Dār al-Kutubī.
- al-Zamakhsharī, Maḥmūd, (1407h), al-Kashshāf ‘an ḥaqā’iq ghawāmiḍ al-tanzīl, ʔ3, Bayrūt, Dār al-Kitāb al-‘Arabī.
- al-Zayla‘ī, ‘Abd Allāh, (1418ht), Naṣb al-Rāyah li-aḥādīth al-Hidāyah, taḥqīq: Muḥammad ‘Awwāmah, ʔ1, jaddih, Dār al-Qiblah lil-Thaqāfah al-Islāmiyyah.
- al-Subkī, ‘Abd al-Wahhāb, (1411h), al-Ashbāh wa-al-naẓā’ir, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- al-Sakhāwī, Muḥammad, (1405h), al-maqāṣid al-ḥasanah fī bayān Kathīr min al-aḥādīth al-mushtahirah ‘alā al-alsinah, taḥqīq: Muḥammad al-Khisht, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Kitāb al-‘Arabī.
- al-Suyūṭī, ‘Abd al-Raḥmān, (1411h), al-Ashbāh wa-al-naẓā’ir, ʔ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- al-Shāṭibī, Ibrāhīm, (1417h), al-Muwāfaqāt, taḥqīq: Mashhūr ibn Ḥasan Āl Salmān, ʔ1, al-Qāhirah, Dār Ibn ‘Affān.
- al-Shithrī, Sa‘d, (1439h), Maqāṣid al-sharī‘ah, ʔ1, al-Riyāḍ, Dār Kunūz Ishbīliyyā.
- Ibn ‘Āshūr, Muḥammad al-Ṭāhir, (1421h), Maqāṣid al-sharī‘ah al-Islāmiyyah, taḥqīq: Muḥammad al-Ṭāhir al-Maysāwī, ʔ2, al-Urdun, Dār al-Nafā’is.
- ‘Abd al-Salām, ‘Abd al-‘Azīz, (1414h), Qawā‘id al-aḥkām fī maṣāliḥ al-anām, rāja‘ahu wa-‘allaqa ‘alayhi: Ṭāḥā ‘Abd al-Ra‘ūf Sa‘d, ʔ jadīdah maḍbūṭah munaqqahah, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- al-Ghazālī, Muḥammad, (1390h), Shifā’ al-ghalīl fī bayān al-shubah wālmkhyal wa-masālik al-Ta‘līl, taḥqīq: Ḥamad al-Kubaysī, Baghdād, Maṭba‘at al-Irshād.

- al-Ghazālī, Muḥammad, (1413ht), al-Mustaṣfá, taḥqīq: Muḥammad ‘Abd al-Salām ‘Abd al-Shāfi, Ṭ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- al-Farrā’, Yaḥyá, ma‘ānī al-Qur‘ān, taḥqīq: Aḥmad Yūsuf alnjāty wa-Muḥammad ‘Alī al-Najjār wa-‘Abd al-Fattāḥ Ismā‘īl al-Shalabī, Ṭ1, Miṣr, Dār al-Miṣriyah.
- Falātah, ‘Umar, (1401h-1981m), al-waḍ‘ fi al-ḥadīth, Ṭ1, Dimashq, Maktabat al-Ghazālī, Bayrūt, Manāhil al-‘Irfān.
- al-Qarāfi, Aḥmad, (1994m), al-Dhakhīrah, Muḥammad Bū Khabzah, Ṭ1, Bayrūt, Dār al-Gharb al-Islāmī.
- al-Qurṭubī, Muḥammad, (1384h), al-Jāmi‘ li-aḥkām al-Qur‘ān, taḥqīq: Aḥmad al-Baraddūnī wa-Ibrāhīm Aṭṭafayyish, ṭ2, al-Qāhirah, Dār al-Kutub al-Miṣriyah.
- al-Qushayrī, Muslim, al-Musnad al-ṣaḥīḥ, taḥqīq: Muḥammad Fu‘ād ‘Abd al-Bāqī, Ṭ1, Bayrūt, Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī.
- Ibn Qayyim, Muḥammad, (1411h), I‘lām al-muwaqqi‘īn ‘an Rabb al-‘ālamīn, taḥqīq: Muḥammad ‘Abd al-Salām Ibrāhīm, Ṭ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- Ibn Qayyim, Muḥammad, (1398h-1978m), Shifā’ al-‘alīl fi masā’il al-qaḍā’ wa-al-qadar wa-al-ḥikmah wa-al-ta‘līl, Ṭ1, Bayrūt, Dār al-Ma‘rifah.
- Ibn Qayyim, Muḥammad, Miftāḥ Dār al-Sa‘ādah wa-manshūr Wilāyat al-‘Ilm wa-al-irādah, Ṭ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.
- Mardāwī, ‘Alī, (1421h), al-Taḥbīr sharḥ al-Taḥrīr fi uṣūl al-fiqh, taḥqīq: ‘Abd al-Raḥmān al-Jibrīn, w‘wḍ al-Quranī, wa-Aḥmad al-Sirāj, Ṭ1, al-Riyāḍ, al-Rushd.
- Ibn manẓūr, Muḥammad, (1414h), Lisān al-‘Arab, ṭ3, Bayrūt, Dār Ṣādir.
- Ibn Nujaym, Zayn al-Dīn, (1419H), al-Ashbāḥ wa-al-naẓā’ir, waḍ‘ ḥawāshīhi wa-kharraja aḥādīthahu: Zakarīyā ‘Umayrāt, Ṭ1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

ملحق البحث

استطلاع رأي المستخدمين من خدمات (خرائط جوجل google maps) سواء من أصحاب الأنشطة التجارية، أم مستفيدين يرغبون بالشراء :

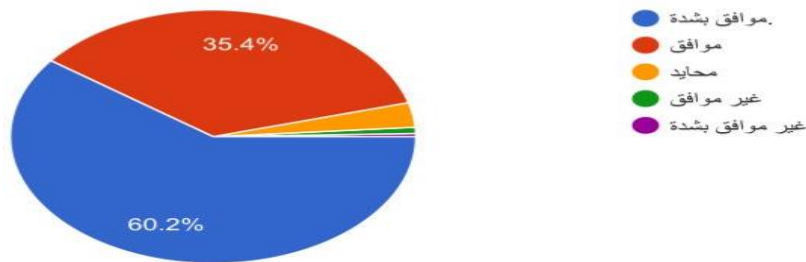
وقد تم استفتاح الاستبيان بـ(لكل زمن طريقة لعرض المبيعات ليسهل على أصحاب السلع تسويقها، وكذلك المستفيدين يمكنهم الوصول لما يرغبون، وفي ظل الثورة التقنية في عصرنا الحالي سعت شركة (جوجل google) عبر خدمة (خرائط جوجل google maps) لسهولة الوصول إلى التقييمات للأنشطة التجارية؛ لتستفيد جميع الأطراف من هذه الخدمة سواء كانوا أصحاب نشاط تجاري، أم مستفيدين، وتسعى هذه الدراسة لقياس أهمية الاستفادة من هذه التقييمات عبر (خرائط جوجل google maps).

لقد تفاعلت الفئات المستهدفة سواء من أصحاب الأنشطة التجارية، أم مستفيدين يرغبون بالشراء مع الاستبانة المقدّمة لقياس مدى أهمية الاستفادة من التقييمات والتعليقات عبر (خرائط جوجل google maps)، وبلغ عدد الردود (٢٥٤ ردًا)، وفيما يأتي تحليل اتجاهاتها، والنسبة التي حازها كل بند طُلب قياسه:

أولاً: النسبة المئوية للتصويت على سؤال: محتوى التقييم العالي للنشاط التجاري عبر (خرائط جوجل) يزيد من نسبة المبيعات:

بلغت نسبة المصوتين بـ(موافق بشدة) ٦٠,٢%، ونسبة المصوتين بـ(موافق) ٣٥,٤%، ونسبة المصوتين بـ (محايد) ٣,١%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق) ٠,٨%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠,٤%.

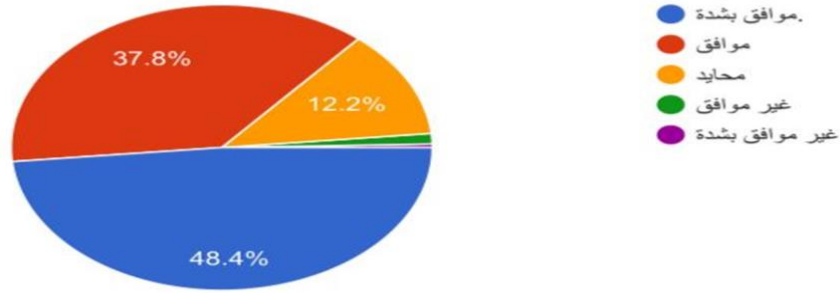
ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم العالي للنشاط التجاري عبر خرائط جوجل يزيد من نسبة المبيعات حيث بلغ مجموع تصويتهم ٩٥,٦%، وإليك رسمًا بيانيًا يوضح حقيقة ما تم ذكره:



ثانيًا: النسبة المئوية للتصويت على سؤال: محتوى التقييم المنخفض للمتجر عبر (خرائط جوجل) يقلل من نسبة المبيعات:

بلغت نسبة المصوتين بـ(موافق بشدة) ٤٨,٤%، ونسبة المصوتين بـ(موافق) ٣٧,٨%، ونسبة المصوتين بـ (محايد) ١٢,٢%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق) ١,٢%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠,٤%.

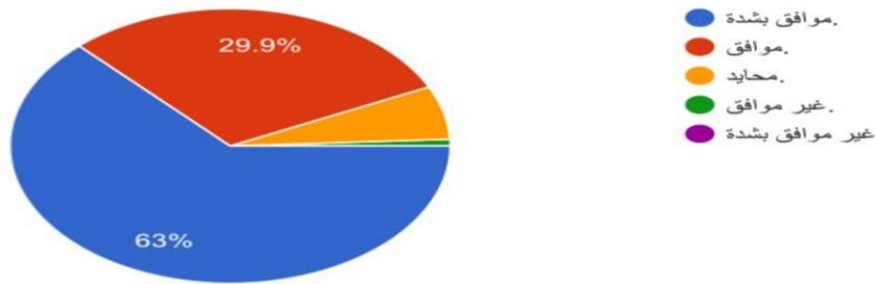
ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم المنخفض للمتجر عبر خرائط جوجل يقلل من نسبة المبيعات حيث بلغ مجموع تصويتهم ٨٦,٢%، وإليك رسمًا بيانيًا يوضح حقيقة ما تم ذكره:



ثالثاً: النسبة المئوية للتصويت على سؤال: محتوى التقييم العالي للمتجر عبر (خرائط جوجل) يزيد من رغبتني واطمئناني للشراء :

بلغت نسبة المصوتين بـ(موافق بشدة) ٦٣%، ونسبة المصوتين بـ(موافق) ٢٩,٩%، ونسبة المصوتين بـ (محايد) ١١%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق) ٣,١%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠,٤%.

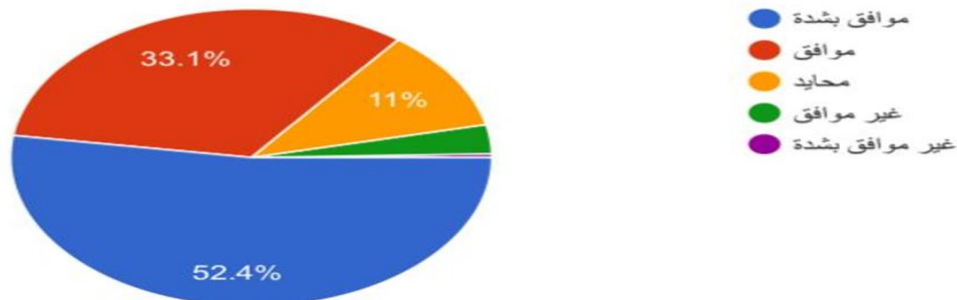
ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم العالي للمتجر عبر خرائط جوجل يزيد من الرغبة في الشراء حيث بلغ مجموع تصويتهم ٩٢,٩%، وإليك رسماً بيانياً يوضح حقيقة ما تم ذكره:



رابعاً: النسبة المئوية للتصويت على سؤال: محتوى التقييم المنخفض للمتجر عبر (خرائط جوجل) يقلل من رغبتني واطمئناني للشراء :

بلغت نسبة المصوتين بـ(موافق بشدة) ٥٢,٤%، ونسبة المصوتين بـ(موافق) ٣٣,١%، ونسبة المصوتين بـ (محايد) ١١%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق) ٣,١%، ونسبة المصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠,٤%.

ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم المنخفض للمتجر عبر خرائط جوجل يقلل من رغبة المستفيدين للشراء عالية، حيث بلغ مجموع تصويتهم ٨٥,٥%، وإليك رسماً بيانياً يوضح حقيقة ما تم ذكره:



Google Maps comments on business activities in light of the purposes of Islamic law

Dr. Hanadi Rasheed Rasheed AL:SAADI

*Associate Professor - Islamic Jurisprudence and its Principals - Islamic Studies Department -
Faculty of Arts and Human Sciences - Taiba University*

hanadirasheed@hotmail.com

Abstract:

Title: Google Maps comments on business activities in light of the purposes of Islamic law. **Objective:** To clarify the provisions of Google Maps' comments on commercial activities through the purposes of Islamic law, and the validity of Islamic law for all times and places. **Findings:** Google Maps, a free service provided by Google that helps in knowing directions, crossing roads, road conditions, and business lists, provide customer comments. These comments/reviews have proven their marketing power, acting like a magnet that attracts customers. Given that the purposes of Sharia equal the meanings and wisdom that the lawmakers implement in the legislation of rulings, these Google Maps comments are now considered part of the legal purposes of Sharia in financial transactions. The keenness of business owners to consider those comments from customers and interact with them is a good behavior, if it is committed to the purposes of Islamic law. Exploiting the use of Google Maps by some customers or competitors through offensive comments does not correspond to Sharia. Some business owners try to generate fake reviews from customers to boost their business ratings, which is not compatible with Sharia. Customers' positive comments on Google Maps are a compatible behavior with the purposes of Sharia, while negative reviews must be re-considered carefully, for they affect the targeted businesses. Individuals should also benefit from the Google Local Guide feature, and how it facilitates financial earnings, provided that it is compatible with the purposes of Sharia. **Recommendations:** Urging business owners to take advantage of Google Maps services, and make sure to implement the purposes of Sharia. The research also directs specialists' attention to take into account the utilization of Sharia with the most recent updates.

Keywords: Google Maps, Sharia purposes, basic purposes, complementary purposes, the provisions of Google Maps Comments.