

تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية

هناي 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. وهدفه 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 الطرق، وقوائم الأعمال التجارية، مزودة بتعليقات العملاء، وأن هذه التعليقات أثبتت قوتها التسويقية، فهي كالمحاذيف 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 يُعد جائزًا شرعاً إذا كان ملتمًا 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 لتأني من العميل لقوة تأثيرها على النشاط التجاري، وأن للأفراد الإفادة من برنامج المرشد المحلي وما يتتيه من كسب مالي شريطة أن يكون متوافقاً مع مقاصد الشريعة. ويوصي البحث: حث أصحاب الأنشطة التجارية على الإفادة من خدمات خرائط جوجل، والحرص على إعمال مقاصد الشريعة فيها. وتوجيهه أنظار المختصين إلى مراعاة استحضار مقاصد الشريعة، وتتنزيلها على الواقع والتوازن.

الكلمات المفتاحية: خرائط جوجل، مقاصد الشريعة، مقاصد أساسية، مقاصد مكملة، أحكام تعليقات خرائط جوجل.

المقدمة

الحمد لله الذي شرع لعباده الأحكام، وجعلها مناطةً بجليل المقاصد والأسرار، والصلة والسلام على صفوته الله من خلقه وسيد الأنام، 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، سواء علمت هذه الحكمة أو لم تُعلم.

ومن الثابت والمقرر 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 وأسسه، ومن هذه الموضوعات: المعاملات التجارية، فقد عنيت الشريعة بها عناء دقيقة، سواء كانت بين التاجر والمستهلك أو بين التاجر والتاجر، ومن ذلك التسويق للمنتجات^(١).

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

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

ولما في وقتنا الحالي فقد ظهرت عدة طرق لتسويق السلع، في مقدمتها: 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 وتساهم بانتقال السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى مصادر استهلاكها.

من فوائد:

١. زيادة المبيعات: تساعد استراتيجيات التسويق الفعالة 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 لسوق والجمهور المستهدف. من خلال اتباع قواعد وأسس وضعها المختصون بالتسويق، يمكن للشركات بناء استراتيجيات تسويقية فعالة تحقق أهدافها وتعزز مكانتها في السوق، ويطلب النجاح في التسويق استمرارية في التعلم والتكييف مع التغيرات المستمرة في البيئة التسويقية.

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

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

(٣) المقاصد الحسنة، ٢٣١.

(٤) الموضوعات، ٣٠١/٢.

(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 اطلقت 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 للمستفيدين فإن محتوى التقييم العالي يزيد من رغبة المستفيدين بالشراء بنسبة ٩٢,٩%， ومحتوى التقييم المنخفض يقلل من رغبة المستفيدين من الشراء بنسبة ٨٥,٥%^(٦).

وهذه النتائج تؤكد على أهمية التعليقات على خرائط جوجل، وتسددي النظر في هذا الموضوع من خلال مقاصد الشريعة الإسلامية التي تسعى لضبط المعاملات المالية والعدل فيها، وتسعى لتناول المال، ورواجه، ووضوحيه، وحفظه وتنميته، ورأي 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 المواجهة 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 كالмагناطيس يجذب العملاء، فأكثر دول العالم تدعم خرائط جوجل، ويتجاوز عدد مستخدمي خرائط جوجل ٥ مليارات نسمة^(٨).
- لم أقف على بحث تطرق لهذا الموضوع.

(٦) 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.

(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 أثراً كبيراً على استمرار النشاط التجاري أو إضعافه وربما إغلاقه، ويمكن بكل سهولة كتابة تعليق ونشره على الملا، فإن كان التعليق يرتكب 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 ضبطت 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 يتربّع 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 ١٤٣٧هـ)، وكذلك مجموعة من البحوث التي عُرضت في الدورة الخامسة والعشرين من مؤتمر مجلس مجمع الفقه الإسلامي الدولي الذي أقيم في مدينة جده من تاريخ ٢٩ رجب إلى ٣ شعبان ١٤٤٤هـ 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 ودراستها في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية، وهي إحدى النوازل المعاصرة.

منهج البحث

اعتمد هذا البحث على **المنهج الوصفي** في التعريف بخريطة جوجل ونشأتها وتطورها والخدمات التي تقدمها لأنشطة التجارية وأهميتها وما يتعلق بها، مع اتباع ضوابط البحث العلمي عند التعريف بمقاصد الشريعة واعتبارها وأهميتها وأقسامها، ثم **المنهج الاستباطي** للوصول إلى الأحكام المترتبة على تعليلات خريطة 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 خريطة جوجل، ونشأتها وتطورها، والخدمات التجارية التي تقدمها، وأهميتها، وفيه **أربعة مطالب**:

المطلب الأول: التعريف بخريطة جوجل.

المطلب الثاني: نشأة وتطور خريطة جوجل.

المطلب الثالث: الخدمات التجارية التي تقدمها خريطة جوجل.

المطلب الرابع: أهمية خريطة جوجل.

المبحث الثاني: تعريف مقاصد الشريعة، واعتبارها، وأهميتها، 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 ترتب على ظهور تعليلات خريطة 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 (ویر ٢ تكنولوجيز) التي تتخذ من سيدني مقراً لها، وفي أكتوبر ٢٠٠٤ امتلكت جوجل شركة (ویر 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 تقنيتها الأساسية في خرائط جوجل، وفي سبتمبر ٢٠٠٤ امتلكت جوجل شركة ZipDash، وهي شركة تقدم تحليل حركة المرور في الوقت الفعلي^(١١).

وفي ٢٠١١ أضيف (مصمم الخرائط) إلى خدمات خرائط جوجل، مما 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، واستعanaة بالجماهير بغية الحصول على المعلومات، فيمكن إدخال البيانات والتجارب الشخصية المتعلقة بالغرض الرئيسي من المعلومات، من عينة عشوائية، أو غير محددة، من المستخدمين لدعم الموقع، مما يعد مفيدة 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

(11) 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) لنفتح 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، وأدینت 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 حالياً)

المطلب الثالث: الخدمات التجارية التي تقدمها خرائط جوجل:

تُقدم خرائط جوجل لأصحاب الأنشطة التجارية خدمة: (إدارة النشاط التجاري) (الشكل ٢) بصورة مجانية، يتم فيها استخدام أداة مجانية تُمكّن 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 يمكن 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

(13) 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 المقدمة؛ لجذب العملاء وإعطائهم انطباعٍ أفضل^(١٩).



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

٥. إضافة تعليقات العملاء^(٢٠):

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

(١٧) المرجع السابق.

(١٨) المرجع السابق.

(١٩) المرجع السابق.

(٢٠) المرجع السابق.

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

وظهور التقييم للنشاط التجاري على خرائط جوجل يكون بناء على تصنیف من (خمس نجوم)، فيمیثّل حصول النشاط التجاري على تصنیف (خمس نجوم) أعلى جودة، وتصنیف (نجمة واحدة) أقل جودة، وكل ذلك يحدده العميل بناء على التصنیف 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 محددة، وكذلك خسارة نقطة واحدة في التقييم تعويضها يتطلب عدداً كبيراً من التعليقات في مدة زمنية طويلة، وهذه التعليقات هي محل البحث، انظر (الشكل ٣).



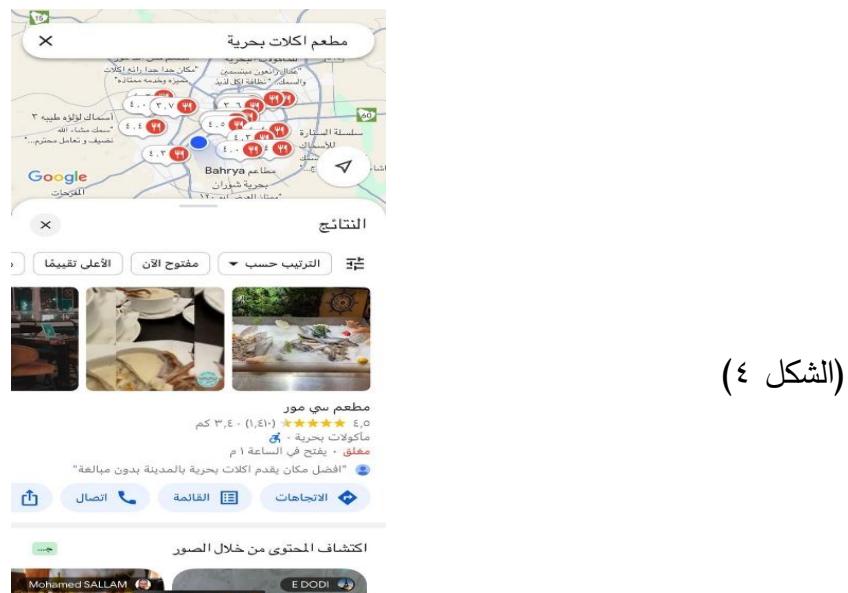
(الشكل ٣)

وفي المقابل تقدّم خرائط جوجل للعميل المستهدف 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 أكلات 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/>



(الشكل ٤)

وكذلك تقدم خرائط جوجل خدمة برنامِج (المرشدون المحليون^(٢٤)): أطلقت شركة جوجل هذا البرنامج لتمكين المستخدمين من المُساهِمة في خرائط جوجل، ويعُد البرنامج جزئياً خليفة لبرنامِج (مصمم خرائط جوجل)^(٢٥)، حيث تم دمج ميزات من البرنامج السابق في موقع الويب والتطبيق. يمكن عبر البرنامج إضافة المُراجعات 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 المُساهِمة في المحتوى وتقديم معلومات مفيدة، ويمكن للمرشدين المحليين زيادة تقييمات خرائط جوجل بالإضافة إلى الحصول على النقاط من خلال:

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

(٢٤) وضعت شركة جوجل للمرشدين المحليين أحكاماً وشروطًا 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، وتعطيل 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، وتتوفر 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 كثيراً بعبارة (بالقرب مني) بنسبة تصل إلى ٥٠٠٪ في السنوات الأخيرة.
٤. يستخدم أكثر من ٥ مليارات 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.
<https://d3mfollow.com/blog/monthly-stipend-from-google-maps>

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

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

٥. تحسن 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 كالمحنطيس 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، وتتوفر الإحصاءات لمساعدة مالك 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 الملا، 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.

المقصود: جمع مقصد، والمقصود اسم لما قصد، وهو مصدر قصد يقصد قصداً ومقصداً، ولها في اللغة عدة معانٍ، أقربها للمعنى الاصطلاحي هو: الاعتماد، والأم، 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/>

وَقَصْدُ لَهُ، وَقَصْدٌ إِلَيْهِ إِذَا أَمَّهُ، وَمِنْهُ قَوْلُهُمْ: أَقْصَدُهُ السَّهْمُ، إِذَا أَصَابَهُ فَقُتِلَ مَكَانُهُ، وَكَانَهُ قِيلَ ذَلِكَ لِأَنَّهُ لَمْ يَحْدُ عَنْهُ^(٣٤).

وَأَمَّا الْمَقَاصِدُ فِي الْأَصْطَلَاحِ: لَيْسَ لِلْمَقَاصِدِ مَعْنَى مُسْتَقْلٍ عَنِ الْمَعْنَى الْلُّغُوِيِّ أَوْ مَنْقُولٍ عَنْهُ، إِنَّمَا هُوَ مُسْتَعْمَلٌ عَلَى دَلَالَتِهِ الْلُّغُوِيَّةِ، وَهِيَ كَافِيَّةٌ فِي الدَّلَالَةِ عَلَى الإِطْلَاقِ الْشَّرْعِيِّ هُنَّا^(٣٥).
الشَّرِيعَةُ لُغَةٌ: الدِّينُ، وَالْمُلْهَةُ، وَالْمَنْهَاجُ، وَالطَّرِيقَةُ، وَالسُّنَّةُ، وَأَصْلَهَا فِي الْلُّغَةِ تَطْلُقُ عَلَى مُورِدِ الْمَاءِ الَّذِي لَا يَنْقَطِعُ لَهُ وَبِرْدُهُ الشَّارِبُونَ^(٣٦). وَمِنْهُ قَوْلُهُ تَعَالَى: ﴿ثُمَّ جَعَلْنَاكَ عَلَى شَرِيعَةٍ مِّنَ الْأَمْرِ فَاتَّبِعْهَا﴾^(٣٧) الْجَاثِيَّةُ [١٨].
أَيْ: عَلَى دِينٍ وَمُلْهَةٍ وَمَنْهَاجٍ^(٣٨).
الشَّرِيعَةُ اِصْطَلَاحًا: هِيَ الدِّينُ^(٣٩).

وَأَمَّا تَعْرِيفُ مَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ بِاعتِبَارِهَا عَلَمًا عَلَى عِلْمٍ مُعِينٍ، فَقَدْ ذَاعَ عِنْدَ بَعْضِ الْبَاحِثِينَ الْمُعَاصِرِينَ أَنَّ الْمُتَقْدِمِينَ لَمْ يَعْرِفُوا مَقَاصِدَ الشَّرِيعَةِ بِهَذَا الْإِعْتَبَارِ^(٤٠)، لَكِنَّ مَصْطَلِحَ مَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ كَانَ مَعْرُوفًا عِنْهُمْ، وَيُطْلُقُ عَلَى مَرَادِ الشَّارِعِ، أَيْ: عَلَى تَعْلِيلِ الْأَحْكَامِ الشَّرِيعِيَّةِ بِالْغَايَاتِ الْمَقْصُودَةِ مِنْ جَلْبِ الْمَصَالِحِ أَوْ دَرَءِ الْمَفَاسِدِ^(٤١)، أَوْ التَّصِيصِ عَلَى بَعْضِ أَقْسَامِهَا^(٤٢).

وَلَعِلَّ سَبَبَ انْدَعَامِ التَّعْرِيفِ الْجَامِعِ لِمَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ عِنْدَ السَّابِقِينَ إِنَّمَا هُوَ اِعْتَبَارُهُمْ أَنَّ هَذَا الْمَصْطَلِحَ وَاضْعَفَ وَبَيْنَ وَلَا دَاعِيٌ لِذَكْرِ تَعْرِيفِ لَهُ، إِلَّا أَنَّهُ عِنْدَ تَأْمُلِ مَا وَرَدَ لَدِيِّ الْأَصْوَلِيِّينَ يُمْكِنُ اِعْتَبَارُ قَوْلِ الْإِمَامِ الرَّازِيِّ فِي تَعْرِيفِ مَقْصُودِ الشَّرِيعَةِ بِأَنَّهُ: "مَا دَلَّتِ الدَّلَائِلُ الشَّرِيعِيَّةُ عَلَى وَجْبِ تَحْصِيلِهِ، وَالسُّعْيُ فِي رِعَايَتِهِ، وَالاعْتَنَاءِ بِحَفْظِهِ"^(٤٣)، بِأَنَّهُ تَعْرِيفُ لِمَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ، وَيُؤَخَذُ مِنْ تَعْرِيفِهِ اِرْتِبَاطُ الْمَقَاصِدِ بِالْأَدَلَّةِ، وَأَنَّ الْعَلَاقَةَ بَيْنَهُمَا تَلَازِمِيَّةٌ وَتَقْرِيَّةٌ.

(٣٤) يَنْظُرُ: لِسَانُ الْعَرَبِ، اِبْنُ مَنْظُورٍ، ٣٥٣/٣. مَادَةُ قَصْدٍ.

(٣٥) يَنْظُرُ: نَهَايَةُ الْأَحْكَامِ فِي بَيَانِ مَا لِلنِّيَّةِ مِنْ أَحْكَامٍ، الْحَسِينِيُّ، ١٨.

(٣٦) يَنْظُرُ: تَهْذِيبُ الْلُّغَةِ، الْأَزْهَرِيُّ، ٢٧١-٢٧٠/١، لِسَانُ الْعَرَبِ، اِبْنُ مَنْظُورٍ، ١٧٦/٨. مَادَةُ شَرِيعَةٍ.

(٣٧) يَنْظُرُ: مَعْانِيُّ الْقُرْآنِ، الْفَرَاءُ، ٤٦/٣.

(٣٨) الْتَّعْرِيفَاتُ، الْجَرْجَانِيُّ، ١٢٧.

(٣٩) يَنْظُرُ: عَلَاقَةُ مَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ بِأَصُولِ الْفَقَهِ، اِبْنُ بَيْهَ، ١٤، عِلْمُ مَقَاصِدِ الشَّرِيعَةِ، الْحَلِيبِيُّ، ٣٤.

(٤٠) يَنْظُرُ: الْإِحْكَامُ فِي أَصُولِ الْأَحْكَامِ، الْأَمْدِيُّ، ٣٧١/٣، الْذَّخِيرَةُ، الْقَرَافِيُّ، ٢٤٠/٥.

(٤١) يَنْظُرُ: الْمُسْتَصْفَى، الْغَزَالِيُّ، ١٧٣، قَوَاعِدُ الْأَحْكَامِ، اِبْنُ عَبْدِ السَّلَامِ، ٨/١، الْمَوْافِقَاتُ، الشَّاطِبِيُّ، ٦٢/٢.

(٤٢) الْكَاشِفُ الرَّازِيُّ، 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:

ما لاشك فيه أن أحكام الشريعة إنما هي حكمة و رحمة ومبنية على مصالح العباد في المعاش والمعاش^(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 تحصر، وفي بيان ذلك قال العلامة ابن القيم: "والقرآن وسنة رسول الله مملوآن من تعليل الأحكام بالحكم والمصالح، وتعليل الخلق بهما، والتتبّيه 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 متوعة"^(٤٩) ومن هذه الأدلة:

• قوله تعالى مبيناً الحكمة والغاية والمقصد من الخلق:

﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّاَنَّ وَالْإِنْسَاَنَ إِلَّا لِيَعْبُدُوْنِ ﴾ مَا أَرِيدُ مِنْهُمْ مِنْ تَرْزِقٍ وَمَا أَرِيدُ أَنْ يُطْعَمُوْنِ ﴾٥٧﴾ الداريات [٦٥٠].

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

(٤٣) ينظر: مقاصد الشريعة الإسلامية، ابن عشور، ٢٥١. مقاصد الشريعة، الشري، 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) المواقفات، ٢٢١/٣.

(٤٨) إعلام الموقعين، ١١/٣.

(٤٩) مفتاح دار السعادة، ٢٢/٢.

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

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

البقرة [١٨٥]^(٥٢)، وما رواه أبو سعيد الخدري رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم: "لا ضرر ولا ضرار"^(٥٣)، فرفع الحرج وإرادة التيسير وعدم إرادة التعسير ورفع الضرر ودفعه: مقاصد شرعية عامة تدخل تحتها جزئيات كثيرة يصعب حصرها^(٥٤).

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 النَّٰتِي قُلْ لَاَرْوَاجُكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءُ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَيْنِهِنَّ مِنْ جَلِيلِهِنَّ ذَلِكَ أَذَنَ أَنْ يُعْرَفَ فَلَا يُؤْدِنَ وَكَانَ اللَّهُ عَفُورًا رَّحِيمًا﴾ الأحزاب [٥٩]^(٥٥)، وقوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْرُبُوا الْزِيَّ إِنَّهُ كَانَ فَحْشَةً وَسَاءَ سَيِّلًا﴾ الإسراء [٣٦]^(٥٦)، ونحو ذلك.

أن أي تصرف أو نظام لابد أن يقصد منه تحقيق مصلحة أو دفع مضره، وما لم يحقق ذلك فهو عبث وفساد وفوضى، والله تعالى منزه 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 عد الإمام الزمخشري [ت ٥٣٨ هـ] أن من جد الحكمة في خلق العالم فقد سفه الخالق، وظهر بذلك أنه لا يعرفه ولا يقدر، فكان إقراره بكونه خالقاً كلاماً إقراراً^(٥٧).

المطلب الثالث: أهمية مقاصد الشريعة:

مقاصد الشريعة هي سر التشريع، وهي الآصرة الكبرى التي تربط بين الأحكام والحكم، وتبيّن خصائص ومحاسن الشريعة وتحقيق العبودية، وتظهر أهميتها من جوانب عدّة، 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 كلام 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 المستدرك، كتاب البيوع، برقم (٢٣٤٥)، ٦٦/٢، وقال: حديث صحيح الإسناد على شرط مسلم ولم يخرجاه. ولله طرق يقوى بعضها بعضاً، ينظر: نصب الراية، الزيلعي، ٤/٣٨٤-٣٨٦.

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

(٥٤) ينظر: الكشاف، الزمخشري، ٤/٩٠.

- تدل دلالة قاطعة على كمال الشريعة وأحكامها، إذ إن الشريعة بُنيت على مقاصد رفيعة في كلياتها وجزئياتها، ولا ريب أن الحكم إذا كان عن مقصد وعلة وفائدة فإنه كمال، خلافاً لما كان عارياً من ذلك^(٥٥).
- تقييد 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 علته.
- تعين على فهم النصوص وتقديرها ومعرفة دلالتها.
- الاستنارة بها على معرفة الأحكام الشرعية عند فقدان النص في المسائل والواقع الجديدة^(٥٧).

المطلب الرابع: أقسام مقاصد الشريعة:

سبق أن تم بيان أن الأحكام الشرعية شرعها الله لمقاصد ومصالح كاملة وتمامة 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 عدّة لمقاصد الشريعة باعتبارات معينة^(٥٩)، والذي يعنينا في هذا البحث تقسيمها باعتبار ذاتها وبحسب ما تحفظ به^(٦٠).

فتنتقسم مقاصد الشريعة باعتبار ذاتها (درجتها في القوّة) إلى ثلاثة أقسام:

أولاً: الضرورات: وهي المقاصد التي لابد منها من أجل قيام مصالح الدين والدنيا، فإذا فقدت فسدت الحياة، وهي التي ثبّتت 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، الحليبي، ٥٥-٥٤، قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم ١٦٧ (١٨/٥) بشأن المقاصد الشرعية ودورها في استبانت الأحكام. <https://iifa-aifi.org/ar/2268.html>.

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

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

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

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

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

(٦٢) ينظر: الإحکام، الأمدي، ٣/٢٧٤، التحبير، المرداوي، ٨/٤٤٩.

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

ثانياً: **ال حاجيات**: وهي المقاصد التي تدخل التوسعة على الناس، وترفع الضيق والحرج والمشقة، فهي تقع بعد مرتبة المقاصد الضرورية، ويعتبر تركها غير مفوت لمصالح الدين والدنيا، ولكنه يقع الإنسان في الحرج والمشقة، مثل: رخص التخفيف في المرض والسفر، وفي المعاملات الإجارة مثلاً، فيها توسيعة على الناس^(٦٤).

ثالثاً: **التحسينيات**: وهي المقاصد التي تقع دون المقاصد الضرورية وال حاجية، وهي التي تحسن حال الإنسان، وتكمل عيشه على أحسن الأحوال، وتنم سعادته في العاجل والآجل وتنقذ أن الأخذ بها يعتبر من محسن العادات، وتجنب المدننسات التي تألفها العقول الراجحات، مثل: إزالة النجاسة، والتحلي بآداب الأكل والشرب^(٦٥).

وتنقسم مقاصد الشريعة بحسب (ما تحفظ به) باعتبار كونها أساساً أو تكملاً إلى قسمين:

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

الثاني: مقاصد مكملة: اقتضت الحكمة الإلهية أن تضع أحكاماً تشريعية إضافية مكملة للأحكام التي شرعت لحفظ كافة أقسام المقاصد، وقد شرعت هذه الأحكام المكملة لتحقيق مقاصد الشريعة على أكمل وجه وأتمه وأحسنه، ولتكون أماناً احتياطياً، وسياجاً واقياً لحفظ 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 فقدها لم يخل بالحكمة الأصلية من هذه المقاصد"^(٦٦).

وتنقسم بحسب المقاصد الأساسية إلى ثلاثة أقسام:

الأول: مكملاً حفظ الضروريات: هي ما يتم به حفظ مقصود ضروري، بحيث لو فقدت لم يختل أصل المقصود الضروري، لكن وجودها يكون أشد إفشاء إلى حصول أصل المقصود الضروري ودوماه.

ومن أمثلة ذلك: التماثل في القصاص، فإنه لا تدعوه 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، المواقف، الشاطبي، ٢١/٢.

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

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

(٦٧) ينظر: المواقف، الشاطبي، ٢٤/٢.

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

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

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

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

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 فُقد المكمل لا تختل الحكمة الأصلية من المقصود^(٧١).

الثاني: ألا يعود اعتبارها على الأصل بإبطال، 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 مُؤيدٍ إلى عدم اعتبارها.

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

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

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

(٦٩) ينظر: المواقف، الشاطبي، ٢٥/٢.

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

(٧١) ينظر: المواقف، الشاطبي، ٢٤/٢.

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، ستحتل 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 انتقاء 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 الجهة 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 تأكيد الاعتبار – فالضروريات أكدتها، ثم تليها الحاجيات والتحسينيات – 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. وما 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 الْحَمَى، يُوشِكُ أَنْ يَوْاقِعَهُ" ^(٧٥). وفي الحديث: "لَعْنَ اللَّهِ السَّارِقَ، يَسْرِقُ الْبَيْضَةَ فَتُقْطَعُ يَدُهُ، وَيَسْرِقُ الْحَبْلَ فَتُقْطَعُ يَدُهُ" ^(٧٦).

ومعنى ذلك: أن يكون تاركاً للمكملاً ومخلاً بها بإطلاق، بحيث لا يأتي بشيء منها، وإن أتى بشيء منها كان نزراً، 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 المكملاً كانتفاء 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 المباع معلوماً، ومنتقعاً به شرعاً، وغير ذلك من أوصافه بالنسبة إلى أصل البيع كالنفل.

وقد تقرر أن المندوب إليه بالجزء ينتهض أن يصير واجباً بالكل؛ فالإخلال بالمندوب مطلاقاً، يشبه الإخلال بالركن من أركان الواجب؛ لأنَّه قد صار ذلك المندوب بمجموعه واجباً في ذلك الواجب. ويصح أن يقال: إن إبطال المكملاً بإطلاق قد يبطل الضروريات بوجه ما ^(٧٨).

الوجه الثالث: أن كل حاجي وتحسني إنما هو خادم للأصل الضروري، إما مقدمة له، أو مقارناً، أو تابعاً، فهو أحرى أن يتأدي به الضروري على أحسن حالاته.

ذلك أن الصلاة - مثلاً - إذا تقدمتها الطهارة أشعرت بتأهب لأمر عظيم، فإذا استقبل القبلة أشعر التوجه بحضور المتوجه إليه، فإذا أحضر نية التبعد، أثمر الخضوع والسكون، وهذا إلى آخرها، وهذه المكملاً الدائرة حول حمى الضروري خادمة له ومقوية لجانبه، فلو خلت عن ذلك أو عن أكثره، لكان خلاً 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)، ١٢١٩/٣.

(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)، ١٣١٤/٣.

(٧٧) المواقفات، الشاطبي، ٤٠-٣٨/٢.

(٧٨) المواقفات، الشاطبي، ٤٠/٢.

(٧٩) المرجع السابق، ٤٣-٤٢/٢.

الرابع: أنه ينبغي المحافظة على الحاجي والتحسيني للضروري:

وهذا ظاهر مما تقدم؛ لأنه إذا كان الضروري قد يختل باختلال مكملاه، كانت المحافظة عليها لأجله مطلوبة؛ ولأنه إذا كانت زينة لا يظهر حسنها 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 مراعي في كل ملة، بحيث لم تختلف فيه الملل كما اختلفت في الفروع^(٨٠).

فوائد المقاصد المكملة:

لحصول المكملاه فوائد تتلخص فيما يلي:

- حصول المقصود المكمل في أتم صوره، وأحسن حالاته، وجريانه على ما هو مألف.
- حماية المقصود المكمل من الإخلال بالحكمة المقصودة منه.
- تحقيق مقاصد أخرى تابعة غير المقصود 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 المقصود الأصلي، كما في اشتراط التمايز في القصاص، حتى لا تنشأ مفاسد أخرى من الأحقاد وإثارة العداوات^(٨١).

المبحث الثالث: الآثار التي ترتب 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 ربى - ٣ شعبان ١٤٤٤هـ، الموافق ٢٣-٢٠٢٣م، بشأن ضوابط إعمال مقاصد الشريعة في توجيه المعاملات المالية المعاصرة بما يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، ومنها:

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

(٨٠) المرجع السابق، ٤٣/٢.

(٨١) علم مقاصد الشارع، بن ربيعة ١٥٥-١٥٤. بتصريف يسیر.

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، وحلّ ما ينشأ عنها من نزاع بسبب الجواح والظروف الطارئة في ضوء مقصود العدل، وغيره من مقاصد المعاملات المالية كالرواج، والوضوح، والثبات.

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

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 مقصود العدل في المعاملة، وتدالو المال، ورواجه، ووضوحه، وحفظه وتنميته^(٨٣).

ومن خلال ذكر أقسام مقاصد الشريعة يمكن تصنيف (تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية) أنها من المقاصد المكملة؛ 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، وتبيّن أيضًا أن تعليقات خرائط جوجل لها أهميتها الكبيرة^(٨٤)؛ حيث تُعد مصدراً حيادياً لمعرفة آراء العملاء الحقيقة، وصعوبة التزوير فيها، لكن إذا لم يستخدم أصحاب الأنشطة التجارية التسويق عبر خرائط جوجل لم يُخل بأصل المقصود من البيع، وهو: (الملك)، ويتبين ذلك أيضًا من خلال فوائد المقاصد المكملة.

وتبيّن 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 يتتيح التقييم والتعليق للعملاء، والمشاركة بالمقاطع، والصور، للمنشأة، ويكون ذلك ظاهراً للجميع، ومدون ببهوية المستخدم، وفيها استعراض تجربة أو مساعدة الآخرين على الاختيار أو اتخاذ قرار أفضل، وأن إهمال التسويق عن طريقه يعود بالنقض على أصل البيع، وترتب على ذلك ما يلي:

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

(٨٣) هذا التعريف صدر من مجمع الفقه الإسلامي بجده 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 الزائرين 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 لكتابه تعليقات إيجابية؛ لأن ٧٢٪ من المستهلكين يقولون إن التقييمات الإيجابية تجعلهم يثقون في النشاط التجاري أكثر^(٨٠).

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 يعد خطأً، فقد أظهرت الدراسات في جامعة هارفارد أن الاستجابة لتعليقات العملاء سواء كانت إيجابية أو سلبية تؤدي إلى تحسين التقييمات^(٨١). فمن المستحسن تقديم الشكر لأصحاب التعليقات الإيجابية، أما السلبية فيحسن التواصل مع أصحابها وأخذ اقتراحاتهم وتقييمهم بشكل كامل^(٨٢).

ويمكن القول بأن هذا السلوك من أصحاب الأنشطة التجارية جائزًا ومتوافقًا مع مقاصد الشريعة، إذا كان ملتزمًا بالصدق، فهو يُعد من باب العدل في المعاملة، ومما يسهم 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 عدًّا 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 العلماء أو المنافسين بتعليقات مسيئة وحكمه في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية:

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

فالجواب هنا يعود لتكيف واقعة التعليق، فإذا ثبت أن فيه إساءة من سبّ وشتم أو تشهير وإلحاديّ الضّرر أو نشر وقائع من شأنها ومقصدها الضّرر بصاحب المنشأة، فهنا لابد من إعمال قاعدة: "الأمور بمقاصدها"^(٨٩) لإثبات قصد الضّرر، وهو غير جائز، ولا يتوافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية، وليس عدلاً، ولا يُسمّم في تداول المال، ورواجه، وحفظه، وتنميته، ولا بد أن يُزال، إعمالاً لقاعدة: "الضرر يُزال"^(٩٠)، فيكون صاحب المنشأة مضطراً لدفع الضّرر 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 محامي 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 يؤاخذ عليه الشرع ولا القانون.

(٨٨) <https://www.alyaum.com>

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

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

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

(٩٢) تطبيق كلنا أمن هو: خدمة تتبع للمواطن والمقيم تقديم البلاغات الأمنية والجناحية والبلاغات المتعلقة بالمساس بالحياة الشخصية، والتهديد، وانتهاك الشخصية، والابتزاز، واحتراق 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>

(٩٣) هي: أي فعل يرتكب متضمناً استخدام الحاسوب الآلي أو الشبكة المعلوماتية بمخالفة لأحكام هذا النظام <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 بالتقديم بشكل سيء عبر تطبيق خرائط جوجل، لأن الأمر يتوقف على مدى القدرة على إثبات الواقعة السلبية والمقصد السيء من ورائها، فليس الأمر سهلاً، ويطلب رصداً وتوثيقاً 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، والإجراة يأخذ وقتاً 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 تقدم 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 وتحفظ من وطأة الضرر، مثل:

- تقديم خدمة ذات جودة عالية، والتفاعل الإيجابي مع العملاء، مما يدفعهم للتقدير الإيجابي على خرائط جوجل.
 - طلب التقييمات من العملاء الذين قاموا بالفعل بتجربة الخدمات.
 - إصدار بيان متى اقتضت الحاجة لتفنيد التعليقات المسيئة، والرد عليها، والمرادنة 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 وتداركه وتنميته ورواجه، فإن تفاعل العملاء مع إخوتهم أصحاب الأنشطة التجارية وكتابة التعليقات الجيدة الصادقة يعدّ سلوكاً مستحبّاً شرعاً، وممتنلاً لقول النبي صلى الله عليه وسلم: "من استطاع منكم أن

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

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

ينفع أخاه فليفعل^(٩٧)، والعكس كذلك. فإن كان لدى العميل تعليقاً غير جيد وقد يسيء للنشاط التجاري ويسيء في خفض تقييمه، فيحسن الثاني في ذلك واتباع الهدي النبوى بالبدء بالنصح سرًا قبل كتابته على خرائط جوجل؛ لأن تبعات ذلك وأثره كبير، امثلاً لقول النبي صلى الله عليه وسلم: "الذين 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 مرشدًا محليًا لدى شركة جوجل، بحيث يقوم بإثراء التطبيق بالتعليقات والصور ومقاطع الفيديو ويتناقضى على ذلك أجر قد يصل إلى ١٠،٠٠٠ دولارًا شهريًا.

والذي يظهر أن العمل بهذه الوظيفة إن كان التعليق صحيحاً وعادلاً فهو جائز ويتناقض مع مقاصد الشريعة، ويسيء في تحقيق مقاصدتها في المعاملات المالية من رواج المال، وتنميته، ووضوحه، وإن كان فقط لكسب المال دون ثبت فهو غير جائز ولا يتناقض مع مقاصد الشريعة، ولا شك بأن الحصول على المال لابد أن يكون ملتزماً بالضوابط الشرعية. وفي الحديث: "لَا تَرُوْلْ فَمَا عَبْدَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ حَتَّى يُسَأَلْ: عَنْ عُمَرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَعَنْ عِلْمِهِ فِيمَا عَمِلَ، وَعَنْ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَفِيمَا أَنْفَقَهُ، وَعَنْ جَسْمِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ"^(٩٩)

خاتمة

الحمد لله على التمام، وأسئلته القبول التام، والصلوة والسلام على المرسل بأفضل الرسالات نبينا محمد بن عبد الله وآلها ومن اهتدى بهداه، أما بعد:

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

١. تقدم خرائط جوجل العديد من الخدمات التجارية سواء لأصحاب الأنشطة التجارية أو للعميل المستهدف.
٢. أن التعليقات على خرائط جوجل بالنسبة للأنشطة التجارية ثبتت قوتها التسويقية، فوجود حساب على خرائط جوجل لأي نشاط تجاري يعتبر كالмагناطيس 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 مقصود العدل في المعاملة، وتداول المال، ورواجه، ووضوحه، وحفظه وتنميته.
٤. أن تعليقات خرائط جوجل على الأنشطة التجارية تعتبر من المقاصد الشرعية المكملة؛ 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 أتم صوره.

(٩٧) أخرجه مسلم، كتاب السلام، باب استحباب الرقية من العين والنميمة والحملة والحمامة والنظر، برقم (٢١٩٩)، ١٧٢٦/٤.

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

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

٥. أن حرص أصحاب الأنشطة التجارية على جمع التعليقات من العملاء والتفاعل معها يعد جائزًا 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 يتواافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية في المعاملات، ويحق لصاحب النشاط التجاري التناضي بشأن ذلك. وقد حفظ نظام الجرائم المعلوماتية السعودي حق أصحاب الأنشطة التجارية الذين تضرروا من ذلك.
٧. أن لجوء بعض أصحاب الأنشطة التجارية للحصول على تعليقات وهمية من العملاء لرفع التقييم غير جائز شرعاً، ولا يتواافق مع مقاصد الشريعة الإسلامية.
٨. أن تدوين العلامة التعليقات الصادقة الواقعية الإيجابية على خرائط جوجل يعد مستحبًا شرعاً ومتواافقاً مع مقاصد الشريعة، أما تدوين التعليقات السلبية فتحتاج لأن تثبت لقوتها تأثيرها على النشاط التجاري.
٩. أن للأفراد الإلزام من برنامج المرشد المحلي وما يتاحه من كسب مالي شريطة أن يكون متواافقاً 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 الواقعات والنوازل.

المصادر والمراجع

الكتب:

- الأزهري، محمد، (٢٠٠١م)، تهذيب اللغة، تحقيق: محمد عوض مرعوب، بيروت، دار إحياء التراث العربي.
- الأصفهاني، محمود، (١٤٠٦هـ)، بيان المختصر شرح مختصر ابن الحاجب، تحقيق: محمد مظہر بغا، ط١، السعودية، دار المدنی.
- الآمدي، علي، الإحکام في أصول الأحكام، تحقيق: عبد الرزاق عفيفي، ط١، بيروت، المکتب الإسلامي.
- بازرعة، محمود، (٢٠٠١م)، إدارة التسويق، ط١، القاهرة، المکتبة الأکاديمية.
- البخاري، محمد، (١٤٢٢هـ)، الجامع المسند، تحقيق: محمد الناصر، ط١، دار طوق النجاة.
- ابن بيه، عبد الله، (٢٠٠٦م)، علاقة مقاصد الشريعة بأصول الفقه، ط١، القاهرة، مطبع المدنی.
- البيهقي، أحمد، (١٤٢٤هـ)، السنن الكبرى، تحقيق: محمد عطا، ط٣، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الترمذى، محمد، (١٣٩٥هـ)، سنن الترمذى، تحقيق: أحمد شاكر، محمد عبد الباقي، إبراهيم عوض، ط٢، مصر، شركة مکتبة 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)، *المستدرك 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)، *الكافش 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 الكتب.
- الزمخشري، محمود، (١٤٠٧هـ)، *الكافش عن حقائق غواصات التنزيل*، ط٣، بيروت، دار الكتاب العربي.
- الزيلعي، عبد الله، (١٤١٨هـ)، *نصب الرأي لأحاديث الهدایة*، تحقيق: محمد عوامة، ط١، جده، دار القبلة للثقافة الإسلامية.
- السبكي، عبد الوهاب، (١٤١١هـ)، *الأشباه والنظائر*، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الساخاوي، محمد، (١٤٠٥هـ)، *المقاديد الحسنة في بيان كثير من الأحاديث المشتهرة على الألسنة*، تحقيق: محمد الخشت، ط١، بيروت، دار الكتاب العربي.
- السيوطى، عبد الرحمن، (١٤١١هـ)، *الأشباه والنظائر*، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الشاطبى، إبراهيم، (١٤١٧هـ)، *الموافقات*، تحقيق: مشهور بن حسن آل سلمان، ط١، القاهرة، دار ابن عفان.
- الشري، 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 الأنام*، راجعه وعلق عليه: طه عبد الرؤوف سعد، ط١، مطبوعة منقحة، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الغزالى، محمد، (١٣٩٠هـ)، *شفاء الغليل في بيان الشبه والمخلل ومسالك التعليل*، تحقيق: حمد الكبيسي، بغداد، مطبعة الإرشاد.
- الغزالى، محمد، (١٤١٣هـ)، *المتصفى*، تحقيق: محمد عبد السلام عبد الشافى، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.
- الفراء، يحيى، *معانى القرآن*، تحقيق: أحمد يوسف النجاتي ومحمد علي النجار وعبد الفتاح إسماعيل الشلبي، ط١، مصر، دار المصرية.
- فلاتة، عمر، (١٤٠١هـ-١٩٨١م)، *الوضع في الحديث*، ط١، دمشق، مكتبة الغزالى، بيروت، مناهل العرفان.

القرافي، أحمد، (٩٩٤م)، 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، (١٣٩٨-١٩٧٨م)، شفاء العليل في مسائل القضاء والقدر والحكمة والتعليل، ط١، بيروت، دار المعرفة.
ابن القيم، محمد، مفتاح دار السعادة ونشر ولاية العلم والإرادة، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.

المرداوي، علي، (١٤٢١هـ)، التبشير شرح التحرير في أصول الفقه، تحقيق: عبد الرحمن الجبرين، وعضو القرنى، وأحمد السراح، ط١، الرياض، الرشد.

ابن منظور، محمد، (٤١٤هـ)، لسان العرب، ط٣، بيروت، دار صادر.
ابن نجيم، زين الدين، (١٤١٩هـ)، الأشباه والنظائر، وضع حواشيه وخرج أحاديثه: زكريا عميرات، ط١، بيروت، دار الكتب العلمية.

الموقع الالكتروني:

<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-Azharī, Muḥammad, (2001M), *Tahdhīb al-lughah, tāḥqīq: Muḥammad ‘Awād Mur‘ib*, Bayrūt, Dār Ihyā’ al-Turāth al-‘Arabī.

al-Asfahānī, Maḥmūd, (1406h), *bayān al-Mukhtaṣar sharḥ Mukhtaṣar Ibn al-Ḥājib*, tāḥqīq: Muḥammad Maṣhar Baqqā, T1, al-Sa‘ūdiyah, Dār al-madānī.

al-Āmidī, ‘Alī, al-Iḥkām fī uṣūl al-ahkām, tāḥqīq: ‘Abd al-Razzāq ‘Afīfī, T1, Bayrūt, al-Maktab al-Islāmī..

al-Bukhārī, Muḥammad, (1422h), *al-Jāmi‘ al-Musnad*, tāḥqīq: Muḥammad al-Nāṣir, T1, Dār Ṭawq al-najāh..

al-Bazzār, Aḥmad, (2009M), *al-Baḥr al-zakhkhār*, tāḥqīq: Maḥfūz al-Rāḥmān Zayn Allāh, ‘Ādil ibn Sa‘d, Ṣabrī al-Shāfi‘ī, T1, al-Madīnah al-Munawwarah, Maktabat al-‘Ulūm wa-al-Hikam.

Ibn Bīh, ‘Abd Allāh, (2006m), ‘alāqat Maqāṣid al-sharī‘ah bi-uṣūl al-fiqh, T1, al-Qāhirah, Maṭābi‘ al-madānī..

تعليق خرائط جوجل على الأنشطة التجارية في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية

al-Bayhaqī, Ahmad, (1424h), al-sunan al-Kubrā, taḥqīq: Muhammad ‘Atā, t3, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

al-Tirmidhī, Muḥammad, (1395h), Sunan al-Tirmidhī, tāḥqīq: Aḥmad Shākir, Muḥammad ‘Abd al-Bāqī, Ibrāhīm ‘Awad, t2, Miṣr, Sharikat Maktabat wa-Maṭba‘at Muṣṭafá al-Bābī al-Halabī..

Ibn Taymiyah, Ahmad, (1422h), Jāmi‘ al-rasā'il, tahqīq: Muhammad Rashād Sālim, T1, al-Riyād, Dār al-‘atā...

al-*Jāsim*, Khālid, *Mabādī al-Taswīq* 1434ht-2012m), T1, *Manshūrāt Jāmi‘at al-Ba‘th*.

al-Jurjānī, ‘Alī, (1403h), alt‘ryfāt, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah.al-Jawzī, ‘Abd al-Rahmān, (1386h-1966m), al-mawdū‘āt, T1, al-Madīnah al-Munawwarah, al-Maktabah al-Salafiyah.

al-Juwaynī, ‘Abd al-Malik, (1418h), al-burhān fī uṣūl al-fiqh, taḥqīq: Ṣalāḥ ‘Uwayḍah, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah..

al-Ḥākim, Muḥammad, (1411h), al-Mustadrak ‘alá al-ṣahīḥayn, taḥqīq: Muṣṭafá ‘Atā, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah.

al-Ḥusaynī, Ahmad al-Ḥusaynī, (1413h), *nihāyat al-ahkām fi bayān mā llīnyh min Ahkām, rāja‘ahu wa-ṣahḥahahu wa-‘allaqa ‘alayhi: Maḥmūd Muḥammad Naṣṣār*, T1, Bayrūt, Dār al-Jil..

Ḩallāq, Buṭrus, (2020m), *Mabādī' al-Taswīq*, T1, Sūriyā, al-Jāmi‘ah al-iftirādīyah al-Sūriyah.

al-*Hulaybī*, *Fayṣal*, (1443h), ‘ilm Maqāṣid al-sharī‘ah, ١٦, al-*Riyād*, Sharikat Ithrā’ al-mutūn.

al-Dāraqutnī, ‘Alī, (1424h), Sunan al-Dāraqutnī, tāḥqīq: Shu‘ayb al-Ārnawī, Ḥasan ‘Abd al-Mun‘im Shalabī, ‘Abd al-Latīf Hirz Allāh, Aḥmad Barhūm, T1, Bayrūt, Mu‘assasat al-Risālah.

al-RAZI, Muhammad, (1413h), al-Kashif 'an uṣūl al-Dalā'il wa-fuṣūl al-'ilal, tāḥqīq: Aḥmad Ḥijāzī al-Saqqā, T1, Bayrūt, Dār al-Jil.

al-Rāzī, Muḥammad, (1418h), al-Maḥṣūl, tāḥqīq: Tāhā al-‘Alwānī, t3, Bayrūt, Mu’assasat al-Risālah.

Ibn Rabī‘ah, ‘Abd al-‘Azīz, (1423h), ‘ilm Maqāṣid al-shārī‘, T1, al-Riyād.

al-Zarkashī, Muḥammad, (1414h), *al-Baḥr al-muḥīṭ fī uṣūl al-fiqh*, T1, Dār al-Kutubī.

al-Zamakhsharī, Maḥmūd, (1407h), al-Kashshāf ‘an ḥaqāiq ghawāmiḍ al-tanzīl, 13, Bayrūt, Dār al-Kitāb al-‘Arabi.

al-Zayla‘i, ‘Abd Allāh, (1418ht), *Naṣb al-Rāyah li-ahādīth al-Hidāyah*, tāhīq: Muḥammad ‘Awwāmah, T1, jaddih, Dār al-Qiblah lil-Thaqāfah al-Islāmīyah.

al-Subkī, ‘Abd al-Wahhāb, (1411h), *al-Ashbāh wa-al-nazā’ir*, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

al-Sakhāwī, Muḥammad, (1405h), al-maqāṣid al-ḥasanah fī bayān Kathīr min al-ahādīth al-mushtahirah ‘alá al-alsinah, tāḥqīq Muḥammad al-Khisht, T1, Bayrūt, Dār al-Kitāb al-‘Arabī.

al-Suyūtī, ‘Abd al-Rahmān, (1411h), al-Ashbāh wa-al-nazā’ir, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

al-Shāṭibī, Ibrāhīm, (1417h), al-Muwāfaqāt, taḥqīq: Mashhūr ibn Ḥasan Āl Salmān, T1, al-Qāhirah, Dār Ibn ‘Affān.

al-Shīthrī, Sa‘d, (1439h), *Maqāṣid al-shari‘ah*, T1, al-Riyād, Dār Kunūz Ishbiliyā.

Ibn ‘Āshūr, Muḥammad al-Ṭāhir, (1421h), *Maqāṣid al-sharī‘ah al-Islāmiyah*, tāḥqīq: Muḥammad al-Ṭāhir al-Maysāwī, 12, al-Urdun, Dār al-Nafā‘is.

‘Abd al-Salām, ‘Abd al-‘Azīz, (1414h), Qawā‘id al-ahkām fī maṣāliḥ al-anām, rāja‘ahu wa-‘allaqa ‘alayhi: Tāhā ‘Abd al-Ra‘ūf Sa‘d, Tjadīdah maḍbūṭah munaqqahah, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah.

al-Ghazālī, Muḥammad, (1390h), *Shifā’ al-ghalīl fī bayān al-shubah wālmkhyl wa-masālik al-Ta‘līl*, tāḥqīq: Ḥamad al-Kubayṣī, Baġhdād, Matba‘at al-Irshād.

al-Ghazālī, Muḥammad, (1413ht), al-Muṣṭaṣfā, taḥqīq: Muḥammad ‘Abd al-Salām ‘Abd al-Shāfi‘ī, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

al-Farrā‘, Yaḥyā, ma‘ānī al-Qur‘ān, taḥqīq: Aḥmad Yūsuf al-Najjār wa-Muḥammad ‘Alī al-Najjār wa-‘Abd al-Fattāḥ Ismā‘īl al-Shalabī, T1, Miṣr, Dār al-Miṣriyah.

Falātah, ‘Umar, (1401h-1981m), al-waḍ‘ fī al-ḥadīth, T1, Dimashq, Maktabat al-Ghazālī, Bayrūt, Manāhil al-‘Irfān.

al-Qarāfī, Aḥmad, (1994m), al-Dhakhīrah, Muḥammad Bū Khabzah, T1, Bayrūt, Dār al-Gharb al-Islāmī.

al-Qurṭubī, Muḥammad, (1384h), al-Ǧāmi‘ li-aḥkām al-Qur‘ān, taḥqīq: Aḥmad al-Baraddūnī wa-Ibrāhīm Aṭṭafayyish, t2, al-Qāhirah, Dār al-Kutub al-Miṣriyah.

al-Qushayrī, Muslim, al-Muṣnad al-ṣahīḥ, taḥqīq: Muḥammad Fu‘ād ‘Abd al-Bāqī, T1, Bayrūt, Dār Ihyā’ al-Turāth al-‘Arabī.

Ibn Qayyim, Muḥammad, (1411h), I‘lām al-muwaqqi‘īn ‘an Rabb al-‘ālamīn, taḥqīq: Muḥammad ‘Abd al-Salām Ibrāhīm, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

Ibn Qayyim, Muḥammad, (1398h-1978m), Shifā‘ al-‘alīl fī masā‘il al-qadā‘ wa-al-qadar wa-al-ḥikmah wa-al-ta‘līl, T1, Bayrūt, Dār al-Ma‘rifah.

Ibn Qayyim, Muḥammad, Miftāḥ Dār al-Sa‘ādah wa-manshūr Wilāyat al-‘Ilm wa-al-irādah, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

Mardāwī, ‘Alī, (1421h), al-Taḥbīr sharḥ al-Taḥrīr fī uṣūl al-fiqh, taḥqīq: ‘Abd al-Rahmān al-Jibrīn, w‘wḍ al-Qurānī, wa-Aḥmad al-Sirāj, T1, al-Riyāḍ, al-Rushd.

Ibn manzūr, Muḥammad, (1414h), Lisān al-‘Arab, t3, Bayrūt, Dār Ṣādir.

Ibn Nujaym, Zayn al-Dīn, (1419H), al-Ashbāh wa-al-naẓā‘ir, waḍ‘ ḥawāshihi wa-kharraja aḥādīthahu: Zakarīyā ‘Umayrāt, T1, Bayrūt, Dār al-Kutub al-‘Ilmiyah.

ملحق البحث

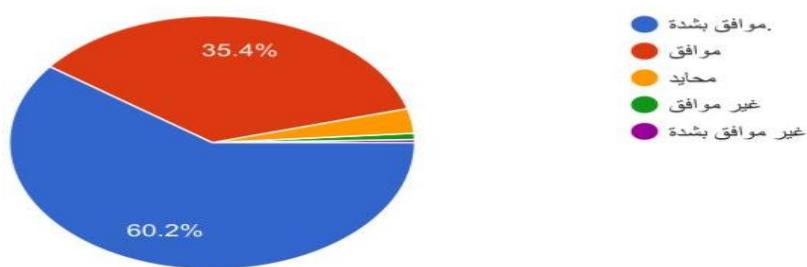
استطلاع رأي المستفيدين من خدمات (خرائط جوجل google maps) سواء من أصحاب الأنشطة التجارية، أم مستفيدين يرغبون بالشراء :

وقد تم استقاح الاستبيان بـ(كل 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؛ لاستفادة 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 تناولت الفئات المستهدفة سواء من أصحاب الأنشطة التجارية، أم مستفيدين يرغبون بالشراء مع الاستبانة المقدمة لقياس مدى أهمية الاستفادة من التقييمات والتعليقات عبر (خرائط جوجل google maps)، وبلغ عدد الردود (٢٥٤ ردًا)، فيما يأتي تحليل اتجاهاتها، والنسبة التي حازها كل بند طلب قياسه:
أولاً: النسبة المئوية للتصويت على سؤال: محتوى التقييم العالى للنشاط التجارى عبر (خرائط جوجل) يزيد من نسبة المبيعات:

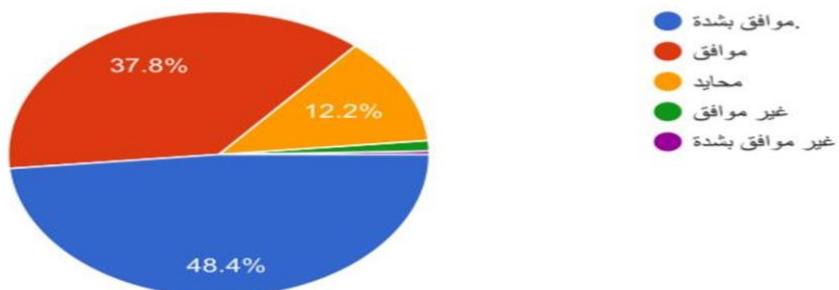
بلغت نسبة المتصوتين بـ(موافق بشدة) ٦٠,٢ %، ونسبة المتصوتين بـ(موافق) ٣٥,٤ %، ونسبة المتصوتين بـ (محايد) ٣,١ %، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق) ٠,٨ %، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠,٤ %.

ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم العالى للنشاط التجارى عبر خرائط جوجل يزيد من نسبة المبيعات حيث بلغ مجموع تصوitem ٩٥,٦ %، وإليكم 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 المتصوتين بـ(موافق بشدة) ٤٨,٤ %، ونسبة المتصوتين بـ(موافق) ٣٧,٨ %، ونسبة المتصوتين بـ (محايد) ١٢,٢ %، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق) ١,٢ %، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠,٤ %.

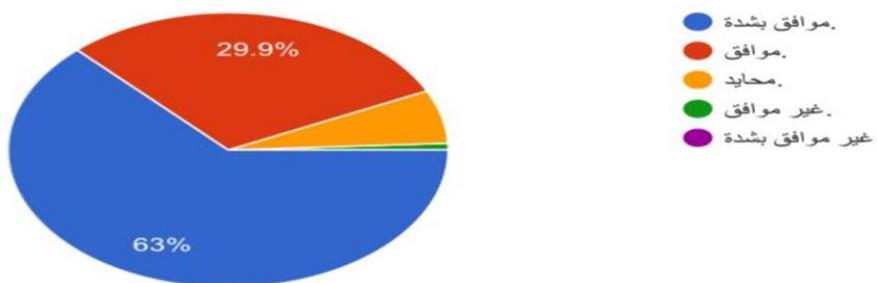
ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم المنخفض للمتجر عبر خرائط جوجل يقلل من نسبة المبيعات حيث بلغ مجموع تصوitem ٨٦,٢ %، وإليكم رسمًا بيانيًا يوضح حقيقة ما تم ذكره:



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

بلغت نسبة المتصوتين بـ(موافق بشدة) ٦٣٪، ونسبة المتصوتين بـ(موافق) ٢٩.٩٪، ونسبة المتصوتين بـ (محابي) ١١٪، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق) ٣.١٪، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق بشدة) ٠.٤٪.

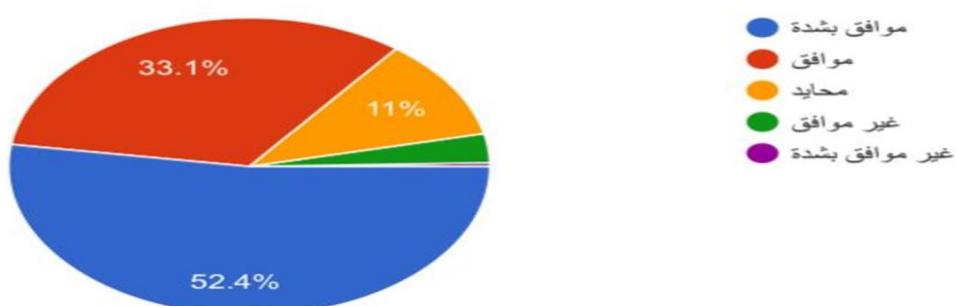
ويتضح من ذلك أن محتوى التقييم العالي للمتجر عبر خرائط جوجل يزيد من الرغبة في الشراء حيث بلغ مجموع تصوitem ٩٢.٩٪، وإليكم رسمياً بيانياً يوضح حقيقة ما تم ذكره:



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

بلغت نسبة المتصوتين بـ(موافق بشدة) ٤٪، ونسبة المتصوتين بـ(موافق) ٣٣.١٪، ونسبة المتصوتين بـ (محابي) ١١٪، ونسبة المتصوتين بـ(غير موافق) ٤٪، ونسبة المتصوتين 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 تصوitem ٨٥.٥٪، وإليكم رسمياً 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.