

الرشد الإقتصادي الرقمي ضوابط الإنفاق على السلع الافتراضية نموذجاً

Digital Economic Rationality

Controls on Spending on Virtual Goods as a Model

فهد بن عبدالله العجمي

باحث دكتوراه في المعهد العالي للقضاء بجامعة

الإمام محمد بن سعود الإسلامية - دولة الكويت

ملخص البحث

يهدف هذا البحث إلى بيان مفهوم الرّشد الاقتصادي الرقمي في ظل التحولات العميقة التي فرضتها البيئة الافتراضية على أنماط الاستهلاك المعاصر، وتناولت مشكلة البحث في هذه الدراسة تزايد الإنفاق على سلع وخدمات لا وجود مادي لها، مما أدى إلى خفاء معايير الإسراف والتبذير، وتوصلت الدراسة إلى نتائج جوهرية، أبرزها: أن غياب «ألم الدفع» في المعاملات الرقمية يسهّل الوقوع في الإسراف، وأن السلع الشكلية والمظاهر الافتراضية تفتقر غالبًا للمنفعة المعتبرة شرعًا، وتندرج تحت «الاستهلاك المظهري» المذموم، كما خلص البحث إلى أن «صناديق الحظ» (Loot Boxes) تحتوي على عناصر المقامرة والغرر المحرّم، وأوصى البحث بضرورة تفعيل آليات الرقابة التقنية كأدوات معاصرة للحجر؛ لحماية القاصرين من الاستنزاف المالي الخوارزمي.

الكلمات المفتاحية: الرّشد الاقتصادي، السلع الافتراضية، صناديق الحظ، الاقتصاد الرقمي، الإسراف المعاصر.

Abstract:

This research aims to clarify the concept of «Digital Economic Rationality» amidst the profound shifts imposed by virtual environments on contemporary consumption patterns. The study employed a descriptive - analytical approach to depict digital spending realities and an inductive approach to apply Sharia rulings to emerging digital issues. The research problem addresses the surge in spending on intangible goods and services, leading to obscured criteria for extravagance and squandering. The study reached significant findings, most notably: the absence of the «pain of paying» in digital transactions facilitates falling into extravagance. Furthermore, cosmetic virtual items often lack legitimate Sharia benefits and fall under blameworthy «conspicuous consumption». The research also concluded that «Loot Boxes» involve elements of gambling and prohibited uncertainty (Gharar). The study recommended activating technical parental controls as modern tools for «Legal Restriction» (Hajr) to protect minors from algorithmic financial depletion.

Keywords: Economic Rationality, Virtual Goods, Loot Boxes, Digital Economy, Contemporary Extravagance.

المقدمة

إنَّ الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له، وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمداً عبده ورسوله.

﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾ [النساء: ١].
 ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (٧٠) يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (٧١)﴾ [الأحزاب: ٧٠، ٧١].
 ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تُقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنْتُمْ مُسْلِمُونَ (١٠٢)﴾ [آل عمران: ١٠٢].

فإن أصدق الحديث كتاب الله، وخير الهدي هدي محمد ﷺ، وشر الأمور محدثاتها، وكل محدثة بدعة، وكل بدعة ضلالة، وكل ضلالة في النار، أما بعد:

فيُعد الاقتصاد أحد مقومات الحياة الأساسية التي تتدخل في تشكيل سلوك الفرد وتوجيهاته، وقد جاءت الشريعة الغراء بمفهوم «الرشد الاقتصادي» كأصل يسعى لتحقيق التوازن بين المصالح والحاجات، ويوجه المستهلك نحو التوسط بعيداً عن الانجراف وراء الشهوات والرغبات بلا وعي^(١).

ومع تسارع تطور الحياة ظهرت نوازل لم تكن في عصر التنزيل: كالألعاب الإلكترونية وما فيها من سلع افتراضية، والتي أصبحت باباً لإنفاق أموال طائلة، فكان لزاماً على الباحثين بيان حكم هذه المستجدات، وربطها بقواعد الاقتصاد الإسلامي الداعية إلى عدم الإسراف؛ وذلك لضبط سلوك الفرد نحو التصرف الحكيم في موارده المالية داخل هذه البيئة الرقمية^(٢).

(١) يُنظر: «الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي» (ص: ٢٥٧ - ٢٥٩)، «المسابقات في الألعاب الإلكترونية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي» (ص: ١٧٨).

(٢) يُنظر: «الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي» (ص: ٢٥٧ - ٢٥٩)، «المسابقات في الألعاب الإلكترونية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي» (ص: ١٧٨).

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث في الحاجة إلى بيان المعايير الواضحة التي تضبط سلوك المستهلك المسلم في البيئة الرقمية، حيث يختلط الإنفاق الضروري والحاجي بالإنفاق التحسيني والكمالي، مع خفاء صورة السلعة التي لا وجود لمادي لها، مما يستدعي تساؤلاً: ما هي الضوابط الشرعية والاقتصادية التي تحكم الإنفاق على السلع والخدمات في الاقتصاد الرقمي المعاصر؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الآتي:

أولاً: بيان مفهوم الإسراف والتبذير في سياق الاقتصاد الرقمي الحديث.

ثانياً: رصد صور الإسراف المستجدة في الاشتراكات، الألعاب، والتطبيقات.

ثالثاً: استنباط ضوابط فقهية واقتصادية تضمن الرشد الاستهلاكي، وتحمي المال من الضياع في العالم الافتراضي.

أهمية البحث:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من:

أولاً: الجدة والحداثة: حيث تتناول نازلة فقهية اقتصادية (السلع الافتراضية) التي قلّت الكتابة المتخصصة فيها.

ثانياً: الأثر الاقتصادي: المساهمة في توجيه الإنفاق الفردي نحو الاستثمار الحقيقي بدلاً من الاستهلاك الرقمي المفرط.

ثالثاً: الأثر التربوي: تقديم حلول لحماية الأطفال والشباب من استنزاف أموالهم وأموال أوليائهم في الألعاب والتطبيقات.

منهج البحث:

اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ وذلك من خلال تصوير واقع الإنفاق الرقمي والسلع الافتراضية، ثم تحليل هذه الظواهر في ضوء القواعد الفقهية والأصولية، مع اتباع المنهج الاستنباطي؛ لتنزيل الأحكام الشرعية والضوابط الاقتصادية على النوازل الرقمية المعاصرة، مستعيناً بالمنهج المقارن في بعض المواضيع بين المنظور الفقهي الأصيل والدراسات الاقتصادية الأجنبية الحديثة.

حدود البحث:

يقتصر البحث على دراسة ضوابط الإنفاق المالي على السلع والخدمات الرقمية (الافتراضية) في الفقه الإسلامي، دون الدخول في تفاصيل المعاملات المالية.

تقسيمات البحث:

التمهيد، وفيه مبحثان:

المبحث الأول: تعريف مفردات العنوان، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: مفهوم الرشد الاقتصادي وعلاقته بالإسراف.

المطلب الثاني: مفهوم الاقتصاد الرقمي والسلع الافتراضية.

المبحث الثاني: أهمية حفظ المال في الإسلام، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: المال ضرورة من الضروريات الخمس.

المطلب الثاني: إضاعة المال وأثره على الاقتصاد.

الفصل الأول: صور الإسراف المعاصر في البيئة الرقمية، وفيه مبحثان:

المبحث الأول: الإسراف في الاشتراكات والخدمات الرقمية، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: الاشتراكات المنسية والمكررة.

المطلب الثاني: الدفع مقابل الخدمات الكمالية التي يمكن الاستغناء عنها.

المبحث الثاني: الإسراف في الألعاب والتطبيقات الترفيهية، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: الإنفاق على السلع الشكلية والمظاهر الافتراضية.

المطلب الثاني: الإنفاق في ألعاب الحظ الرقمية.

الفصل الثاني: الضوابط الشرعية والاقتصادية للإنفاق الرقمي، وفيه خمسة مباحث:

المبحث الأول: ضابط الحاجة، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: التمييز بين الحاجة الحقيقية والوهمية التي يصنعها التسويق.

المطلب الثاني: تقديم الأولويات المعيشية على الكماليات الرقمية.

المبحث الثاني: ضابط المنفعة المعتبرة شرعاً، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: خلو الخدمة أو السلعة من المحاذير الشرعية.

المطلب الثاني: تحقق نفع ديني أو دنيوي.

المبحث الثالث: ضابط العرف والعادة، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تحكيم العرف الصحيح في تقدير الإسراف.
المطلب الثاني: تغير العرف بتغير الزمان والتقنية.
المبحث الرابع: ضابط التوسط والاعتدال، وفيه مطلبان:
المطلب الأول: الموازنة بين الدخل والإنفاق الرقمي.
المطلب الثاني: ذم التقدير والإسراف والإنفاق الرشيد.
المبحث الخامس: ضابط منع انفراد غير المميز بالقرار الشرائي الإلكتروني، وفيه مطلبان:
المطلب الأول: حجر الشارع على الصبي حمايةً له.
المطلب الثاني: آليات الرقابة الأبوية والتقنية كأدوات معاصرة للحجر.
الخاتمة، وفيها أبرز النتائج والتوصيات:
النتائج.
التوصيات.
التمهيد

المبحث الأول: تعريف مفردات العنوان.

سأتناول في هذا المبحث التعريف اللغوي والاصطلاحي لمفردات العنوان؛ حتى يتضح المراد من البحث - إن شاء الله تعالى -.

المطلب الأول: مفهوم الرشد الاقتصادي وعلاقته بالإسراف.

المسألة الأولى: تعريف الرشد لغةً.

الرشد والرشد في اللغة قيل: أن المضموم مخصوص بالأمر الدنيوية والأخروية، والمفتوح بالأخروية خاصة، وتُعقَّب بورود القراءات على الوجهين، وهما بمعنى الهداية وإصابة وجه الطريق^(١)، والرشد نقيض الغي^(٢).

(١) يُنظر: «تاج العروس» (٨ / ٩٥) مادة «رشد».

(٢) يُنظر: «لسان العرب» (٣ / ١٧٥) مادة «رشد».

المسألة الثانية: تعريف الاقتصاد لغةً.

القصد في اللغة هو استقامة الطريق، وطريق قاصد أي: سهل ومستقيم، والقصدُ في الشيء: ضد الإفراط، وهو ما بين الإسراف والتقتير، والقصدُ في المعيشة: أن لا يُسرف ولا يُقتّر، وقصدَ في الأمر: لم يتجاوز فيه الحدَّ^(١)، والقصد: إتيان الشيء، تقول قَصَدْتُهُ، وقَصَدْتُ لَهُ، وقَصَدْتُ إليه بمعنى^(٢).

المسألة الثالثة: مفهوم الرشد الاقتصادي اصطلاحًا.

لقد عُرّف الرشد الاقتصادي بتعريف واضح أكتفي به، قيل: هو وصول المستهلك للسلع والخدمات على منفعة مشروعة وفق طريقة مباحة يترتب عليها نفع في الدنيا وأجر في الآخرة^(٣).

المسألة الرابعة: علاقة الرشد الاقتصادي بالإسراف.

فإذا كان تعريف الإسراف هو: صرف الشيء فيما ينبغي زائدًا على ما ينبغي^(٤)، فيكون الرشد الاقتصادي ضده؛ فإذا اعتدل الإنسان في استهلاكه الاقتصادي وفق الطريقة المشروعة فإنه حينئذ لم يسرف.

والإسراف فيه شيء من الزيادة، على عكس التبذير الذي قيل فيه أنه: صرف الشيء فيما لا ينبغي^(٥)، فقد يكون الإسراف في المباح وغيره، ولا يكون التبذير إلا في الحرام وإن قل^(٦).

المطلب الثاني: مفهوم الاقتصاد الرقمي والسلع الافتراضية.

قيل في تعريف الاقتصاد الرقمي بأنه: الاقتصاد الذي يوظف التقنيات الرقمية في تطوير الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية من خلال زيادة كفاءة إنتاج السلع وإنجاز الخدمات وتحسين نوعيتها وتوفير فرص؛ لخلق سلاسل قيمة جديدة وزيادة رفاه الفرد^(٧).

(١) يُنظر: «تاج العروس» (٣٦ / ٩) مادة «قصد».

(٢) يُنظر: «الصحاح» (٥٢٤ / ٢) مادة «قصد».

(٣) «الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي» (ص: ٢٦٩).

(٤) «التعريفات» (ص: ٢٤).

(٥) المصدر السابق.

(٦) يُنظر: «الاقتصاد الإسلامي» أ. د. صالح العلي، د. مطلق الجاسر (ص: ١٧٤).

(٧) يُنظر: «التقرير الاقتصادي العربي الموحد» لصندوق النقد العربي (ص: ١٩٣) الفصل العاشر.

وأما السلع الافتراضية فهي: عناصر أو أغراض توجد حصرياً عبر الإنترنت في عوالم افتراضية، ويجب شراؤها بأموال حقيقية^(١).

المبحث الثاني: أهمية حفظ المال في الإسلام.

إن المال عصب الحياة وقوام معاش الناس، ولا بد من حفظه من الضياع؛ ولذلك نهى النبي ﷺ عن إضاعة المال بقوله: (إن الله كره لكم ثلاثاً: قيل وقال، وإضاعة المال، وكثرة السؤال)^(٢).

ومن ضياع المال الإسراف في إنفاقه؛ فقد نهى الله ﷻ عن الإسراف بقوله: ﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ٣١﴾ [الأعراف: ٣١]، وقد وصف ﷻ عباده بأنهم لا يسرفون ولا يقترون، إنما يعتدلون في الإنفاق؛ فقال ﷻ: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧﴾ [الفرقان: ٦٧].

المطلب الأول: المال ضرورة من الضروريات الخمس.

المال من الضروريات المسلّمة عند جميع المسلمين؛ كما قال الشاطبي: فقد اتفقت الأمة - بل سائر الملل - على أن الشريعة وضعت للمحافظة على الضروريات الخمس، وهي: الدين، والنفس، والنسل، والمال، والعقل^(٣)، بل إن المال له علاقة أساسية ببقية الضروريات؛ فحفظ النفس يكون بالغذاء والدواء وغيرهما، وهما يُشتران بالمال، والدين يُمارس في المساجد التي تُبنى بالمال، والصلاة تحتاج إلى الوضوء الذي يكون بالماء، والماء له ثمن، والنسل يكون بالزواج الذي يُبتدأ ويستمر بالمال، والعقل ينمو ويُحفظ بالعلم الذي يكون في المدارس والمعاهد والمساجد التي تُبنى بالمال، والأمثلة على ذلك كثيرة، إلا أن هذا يثير أهمية المال لدى المتأمل.

(١) يُنظر: ورقة بحثية في مؤتمر «٢٠١٣ INFORMATIK» بعنوان «Virtual goods in online worlds: basics, characteristics and monetization» للباحث (Jens Frieling) في سنة ٢٠١٣ م (ص: ٣٠٩٧).

(٢) رواه البخاري في «صحيحه» (٢/ ١٢٤/ ١٤٧٧)، في كتاب الزكاة، في باب قول الله تعالى {لا يسألون الناس إلحافاً}، ومسلم في «صحيحه» (٥/ ١٣١/ ٥٩٣)، في كتاب الأفضية، في باب النهي عن كثرة المسائل من غير حاجة.

(٣) «الموافقات» (٣١/ ١).

المطلب الثاني: إضاعة المال وأثره على الاقتصاد.

الاقتصاد العالمي ببيان متكامل، يتأثر بعوامل عديدة، وتشير الدراسات الاقتصادية إلى أن المشكلة الاقتصادية في العالم - وهي ندرة الموارد مقابل كثرة الحاجات - ليست ناتجة عن ندرة الموارد - كما يروج الاقتصاد الرأسمالي -، بل هي أزمة سوء توزيع الثروات، واختلال في الأنماط الاستهلاكية؛ فقد أثبتت الإحصاءات أن الاستهلاك المظهري - وهو الاستهلاك لغرض التباهي وإظهار المكانة الاجتماعية والقوة المالية - والإسراف لدى الدول الغنية أدى إلى تضخم البصمة الإيكولوجية^(١)؛ حيث يستهلك ١٥٪ من سكان الأرض أكثر من نصف خيراته، مما يهدد حق الأجيال القادمة، ويستنزف الموارد الطبيعية، بينما لا يجد الفقراء ما يسد رمقهم؛ وهذا يؤكد أن الإسراف في جانب يؤدي حتمًا إلى الحرمان من جانب آخر، مما يهدد الاستقرار الاجتماعي ويجعل الثروة دولة بين الأغنياء، وهنا يبرز الحل الإسلامي في ترشيد الاستهلاك، ليس بتقليل الإنفاق فحسب، بل بضبط الأولويات؛ فلا يُقدّم التحسيني على الحاجي، ولا الحاجي على الضروري؛ وذلك لضمان عدم هدر الموارد في غير نفع حقيقي، وهذا الضبط هو ما يحقق الرفاهية الاجتماعية التي يهدف إليها الإسلام، بخلاف النظم الوضعية التي لا يحدها إلا الدخل وسعر السوق^(٢).

وإضاعة المال لا تقف عند حدود الخسارة الشخصية، بل تتعداها إلى تعطيل التنمية عبر ما يُسمى بـ«سوء تخصيص الموارد»؛ حيث يقرر الاقتصاد الإسلامي أن المال محدود، وأن التصرف فيه مقيّد بالضوابط الشرعية، ومن أهمها أحقية المحتاج في مال الغني، فعندما يُهدر المال في غير وجهه تختل أولويات الإنفاق، فيُقدّم التحسيني على الحاجي، والحاجي على الضروري، وهذا القلب للأولويات يحرم الدورة الاقتصادية من استثمارات ضرورية، ويحوّل الموارد إلى قنوات استهلاكية غير منتجة، مما يعيق تحقيق الرفاهية الاجتماعية، ويؤدي شيوع الإسراف إلى خلق طلب زائف يرفع الأسعار ويضر بعامة الناس، وهو ما يعبر عنه بـ«الاستهلاك

(١) هي: أداة لقياس طلب البشرية على النظم الإيكولوجية للأرض ومقارنة هذا الطلب بالقدرة الإيكولوجية للأرض على تجديد الموارد، كما أنها تمثل مساحة الأرض والبحر المنتجة بيولوجيًا واللازمة لتجديد الموارد التي يستهلكها البشر، وبما يجعل النفايات غير ضارة. «البصمة الإيكولوجية كمؤشر للاستدامة البيئية والتنمية» (ص: ٣٥٠).

(٢) يُنظر: «الترشيد الإسلامي للاستهلاك لمواجهة انعكاسات السياسات التنموية اللامتوازنة» (ص: ٤٣٢ - ٤٣٣ ضوابط الاستهلاك بين الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد الوضعي).

المظهري»؛ حيث يتم الإنفاق لا لتلبية حاجة حقيقية، بل لمجرد التباهي ومجاراة النمط السائد، وقد أشارت الدراسات إلى أن هذه الأنماط الاستهلاكية المتفشية هي المسؤولة عن تردي الأوضاع الاقتصادية؛ لأنها تخلق ضغطاً على الموارد؛ لتبرير الوضع القائم للأغنياء، مما يرفع تكلفة المعيشة ويجعل الاقتصاد خادماً للرغبات الكمالية بدلاً من الحاجات الأساسية^(١).

الفصل الأول: صور الإسراف المعاصر في البيئة الرقمية.

إن البيئة الرقمية وسرعة وتسهيل عمليات الدفع مع قوة التسويق - الذي تجاوز حدوده^(٢) - يزيد بصورة كبيرة من الإسراف في المباحات، وكل ذلك يجعل الإنسان لا يشعر بنفسه إلا وقد ضاعت عليه بعض أمواله إن لم يكن أكثرها، فلا بد من دراسة هذا الأمر خلال المبحثين الآتين - إن شاء الله تعالى -.

المبحث الأول: الإسراف في الاشتراكات والخدمات الرقمية.

إن التطور بشكل عام، والتطور الرقمي بشكل خاص له محاسنه وعيوبه، فينبغي عدم نسيان عيوبه بحجة كثرة محاسنه، فليس هذا موضع ذكر محاسنه، إلا أن من عيوبه أنه يجعل الإنسان ينفق كثيراً دون أن يشعر - إلا من وفقه الله -، فالإنسان - بطبعه - يريد الاستزادة، فإذا كانت البيئة الرقمية تسهل عمليات الإنفاق فإنه سيقع في الغالب في الإسراف، فهل كل ما اشترك فيه الإنسان يكون من قبيل الضروريات أو الحاجيات؟ أم كثير منها من قبيل التحسينات؟ هذا موضع تأمل، فلو راجع الإنسان اشتراكاته ومشترياته وراقبها بين فترة وأخرى لتبين له أنه يمكنه التخفيف منها كثيراً أو قليلاً.

وتشير إحدى الدراسات بجامعة مونستر في ألمانيا إلى أن التحول الرقمي في المعاملات المالية قد أحدث تغييراً جوهرياً في السلوك الاستهلاكي؛ حيث تسببت الوسائل الرقمية في

(١) يُنظر: المصدر السابق.

(٢) مما يؤكد تغول هذه القوى التسويقية ما كشفت عنه بعض الدراسات الحديثة من اعتماد استراتيجية «الهجوم الشامل» عبر إشباع الحسابات الرقمية، وتكرار بعض العروض الإعلانية بمعدلات زمنية متقاربة جداً تصل أحياناً لمنشور واحد كل ثلاثين دقيقة، وتوظيف جيوش من المؤثرين؛ لاستهداف الدوافع النفسية العميقة لدى المستخدم؛ مما يسلب المستخدم إرادته في الاختيار الرشيد، ويقوده قسراً نحو الاستهلاك المندفع. يُنظر: «Consumerism in the Digital Age: Exploring Innovative Commerce as a Design Strategy for Brand Creation and Implementation» (ص: ٤٨).

تضائل ما يُعرف بـ«ألم الدفع»، وهو: الشعور النفسي السلبي الذي يصاحب إنفاق المال النقدي؛ ففي البيئة الرقمية يتحول المال من صورته المحسوسة إلى رموز مجردة، مما يجعله أشبه بـ«مال المونوبولي» الذي يفتقر لثقل القيمة الواقعية في وعي المستهلك، الأمر الذي يسهل الوقوع في الإسراف^(١).

المطلب الأول: الاشتراكات المنسية والمكررة.

إذا أراد الإنسان أن يشترك في اشتراك ما فلا بد أن يفكر ويعرف احتياجه له، فكثير من الناس لا يتعاهد اشتراكاته بين فترة وأخرى، مما يؤدي إلى نسيانها مع سريان اشتراكها دون حاجة، أو ربما يستعجل الواحد منا بالاشتراك، ولم ينتبه إلى أنه قد اشترك باشتراك مماثل له^(٢) في شركة أخرى. وتشير الدراسة السابقة بجامعة مونستر في ألمانيا إلى أن تقنية «فك الارتباط» بين لحظة الأداء المالي ولحظة الاستهلاك - كما في الاشتراكات الدورية - في تمرير نفقات قد لا يحتاجها المستخدم؛ إذ يشعر بالألم النفسي للدفع لمرة واحدة عند الاشتراك، ثم يستهلك الخدمة بلا ألم طوال المدة، مما يعزز الاستمرار في اشتراكات منسية، ويُضاف إلى ذلك أثر الرقمنة في تيسير «الإنفاق المندفع»؛ حيث أدى اختزال العمليات التعاقدية في ضغطة زر إلى تجاوز مرحلة التفكير النقدي في الحاجة الفعلية للخدمة، وهو ما يفسر طغيان الجوانب التحسينية على الضرورية في الإنفاق الرقمي المعاصر^(٣).

المطلب الثاني: الدفع مقابل الخدمات الكمالية التي يمكن الاستغناء عنها.

إن الإكثار من المباحات يوقع غالبًا في المكروهات، والإكثار من المكروهات يوقع غالبًا في المحرمات؛ فالدفع في مقابل الخدمات الكمالية التي تدرج في قسم التحسينات أمر لا يُمنع لذاته إذا انضبط بالضوابط الشرعية، إلا أن الإكثار من ذلك قد يوقع الإنسان في الإسراف؛ فقد أشارت بعض الدراسات السلوكية المعاصرة إلى أن الإسراف في البيئة الرقمية يتغذى بشكل

(١) يُنظر: «The Psychology of Money: Effects of financial constraints and the digital economy» (ص: ١٣ - ١٦).

(٢) لأنه لو اشترك في نفس الشركة بنفس الاشتراك فإن اشتراكه سيُرفض في الغالب؛ ولذلك قلت أنه اشترك في اشتراك في شركة أخرى لا تعلم عن اشتراكه في الشركة الأولى.

(٣) يُنظر: «The Psychology of Money: Effects of financial constraints and the digital economy» (ص: ٣٢ - ٣٤).

أساسي على استهداف الجانب الطموح في النفس البشرية، حيث تلبى المنصات الرقمية حاجة المستخدم الملحة لأن يُرى، ويُسمع، ويتم التحقق من وجوده والاعتراف به، هذا الاحتياج النفسي العميق يدفع الأفراد للانخراط فيما يُعرف بـ«ثقافة التميز»، وهي ظاهرة يسعى من خلالها المستهلك إلى حيازة الخدمات التي تصنف كركن للمكانة الاجتماعية؛ رغبةً في الظهور بمظهر الثراء والرقى، وغالبًا ما يتم هذا الإنفاق دون وعي كافٍ بالقيمة النفعية الحقيقية أو التاريخ الفعلي لتلك الخدمات، مما يحولها إلى بذل للمال في تحسينات وهمية لا مصلحة معتبرة من ورائها، وهو جوهر الإسراف المذموم في المباحات^(١).

المبحث الثاني: الإسراف في الألعاب والتطبيقات الترفيهية.

إن محل الألعاب الرقمية، والتطبيقات الترفيهية المحضة هو الأطفال وربما المراهقون، ولم يكن كبار السن والشباب من الأجيال الماضية يلعبون الألعاب الرقمية - وإن كانت موجودة في وقتهم -، لكن أصبح اليوم بعض الشباب الكبار يصرّحون في وسائل التواصل بأنهم يلعبون تلك الألعاب التي كانت في الماضي مختصة بالصغار، الأمر الذي يثير تساؤلات حول حال الصغار مع الترفيه الرقمي إذا كان هذا هو حال بعض الكبار!

الترفيه أمر فطري طيب يحتاجه الإنسان بين فترة وأخرى، إلا أنه لا بد أن يكون بقدر، وكُلُّ عمرٍ وجنس له اهتمامه، ولا بد كذلك أن يكون محكومًا بالضوابط الشرعية، والمسلم ينبغي له أن ينوي التَّقْوَى على الطاعات إذا رفّه عن نفسه؛ فالترفيه وسيلة لا غاية.

الألعاب الرقمية في التسعينات كانت مجانية، فلا يُدفع لها ثمن إلا عند شرائها، والذي يقوم بالشراء هو أحد الوالدين أو تحت إشرافهما على الأقل، أما اليوم فإن الأمر اختلف تمامًا؛ فالألعاب الرقمية والتطبيقات الترفيهية تُشترى بالبطاقات الائتمانية بكل سهولة، فقد يشتريها أحد الوالدين أو ربما يشتريها الطفل بنفسه، فضلًا عن الأموال التي ستُدفع أثناء اللعب أو لضمان الاشتراك في اللعبة، ففي السابق لا يكون الدفع إلا مرة واحدة، أما اليوم فالدفع مستمر؛ ولذلك فإن بعض الدراسات المعاصرة تشير إلى هذه الأنظمة المبنية على خوارزميات تعمل

(١) يُنظر: «Consumerism in the Digital Age: Exploring Innovative Commerce as a Design Strategy for Brand»

«Creation and Implementation» (ص: ٢ - ٤٨)، «The Perception of Western Luxury Brands in the Indian Market» (ص: ١ - ٥ - ٦).

على حث المستخدمين وتوجيههم نحو استهلاك رقمي مستمر بهدف الوصول إلى الأمثلية، مما يسبب حالة من الاغتراب عن الحياة الاجتماعية والنفسية الحقيقية، وهذا يفسر انجذاب الكبار نحو هذه الألعاب؛ حيث تنجح التقنية في تحويل سلوكهم إلى مجرد «ملفات بيانات» «Data Profiles» - كما يعبر المؤلف - تُقاد خوارزميةً نحو الإنفاق المستمر دون وعي بمآلات هذا الإسراف^(١).

المطلب الأول: الإنفاق على السلع الشكلية والمظاهر الافتراضية.

إن ضوابط بذل المال في الشريعة الإسلامية تنطلق من حزمة من القواعد، ويأتي في مقدمتها وجود منفعة معتبرة مقصودة شرعاً^(٢)، سواء كانت مؤقتة أو مؤبدة؛ ولذلك قرر الفقهاء أن مالية الأشياء مرتبطة بنفعها؛ قال ابن قدامة: لا يصح بيع ما لا نفع فيه^(٣)، وقرر الماوردي هذه العلة بقوله: ما زالت عنه المنفعة زال عنه التقويم^(٤).

وبناءً على هذا فإن شراء السلع الشكلية (Cosmetic Goods)، والمظاهر الافتراضية - كالأوشحة الرقمية (Skins) أو أوسمة التميز - يفتقر إلى هذا الضابط؛ إذ لا يترتب عليها نفع حقيقي، بل هي محض استجابة لما يُسمى بـ«ثقافة التميز» التي تباع للمستهلك صوراً ذهنية لا حقائق مادية، وإن توهم المستخدم - صغيراً كان أو كبيراً - نفعها؛ فإن هذا لا ينهض ليكون مسوغاً شرعياً لتبديد الأموال في تحسينات لا قيمة لها في ميزان الشرع^(٥).

(١) يُنظر: «Algorithms of Eversion: Contemporary States and Digital Sovereigns» (ص: ٢٥).

(٢) كما سيأتي في الفصل الثاني عند الكلام على الضوابط الشرعية والاقتصادية للإنفاق الرقمي - إن شاء الله تعالى -.

(٣) «الكافي في فقه الإمام أحمد» (٦/٢).

(٤) «الحاوي الكبير» (٨/٢٢٢).

(٥) وهذا لا يقدح في مشروعية الترفيه المباح للأطفال في أصله؛ فالترويح وسيلة مشروعة بضوابطها، ومنها خلو الألعاب من الرموز الدينية المحرمة - كالصليب ونحوه -، إلا أن هذه الإباحة ليست على إطلاقها، بل هي محكومة بعدم الإسراف؛ فكما يُمنع شراء الألعاب المادية بأثمان فاحشة تخرج عن حد الاعتدال - كسواء لعبة بثمن سيارة مثلاً - فكذلك يُمنع الإنفاق المستمر في المعاملات الصغيرة المخصصة للكُماليات الشكلية داخل الألعاب؛ فالاعتبار هنا بنظر الولي المسؤول عن صيانة المال، لا بنظر الطفل الذي قد يندفع بتوجيه من الخوارزميات نحو استهلاك ما لا نفع فيه؛ إذ العبرة في العقود بالمقاصد والمعاني التي يحكمها الرشد والضوابط الشرعية، لا بمحض التوهمات الذاتية.

المطلب الثاني: الإنفاق في ألعاب الحظ الرقمية.

تتعدد الأنماط الاستهلاكية في الألعاب الإلكترونية المعاصرة، ومن أبرزها شراء المزايا الإضافية المجهولة التي تؤثر بشكل مباشر على حكم الإنفاق فيها، وتتمثل الصورة الممنوعة شرعاً في قيام اللاعب بدفع نقود حقيقية مقابل شراء حزمة أو صندوق لا يعلم محتواه يقيناً وقت الشراء، وهذا النوع من المعاملات محرم؛ لما ينطوي عليه من الغرر والجهالة؛ إذ يدفع اللاعب الثمن في مقابل مجهول قد يجعله رابحاً أو خاسراً، مما يؤدي إلى الندم والشحناء، وفي المقابل يجوز الحصول على هذه المزايا إذا كانت عن طريق نقاط اكتسبها اللاعب كمكافأة على تفوقه في اللعب دون بذل مال حقيقي^(١).

ومن منظور الدراسات الأجنبية المعاصرة تُصنف صناديق الحظ بوصفها ألعاباً تعتمد بشكل أساسي على الحظ، ويعد شراء هذه الصناديق شكلاً من أشكال القمار؛ لأنها تنطوي على دفع المال مقابل فرصة للفوز بجائزة ذات قيمة غير محددة، وتشتمل هذه المعاملة بوضوح على عنصر الغرر والمقامرة؛ نظراً لأن اللاعب لا يعلم حقيقة ما سيحصل عليه قبل إتمام عملية الشراء، ويؤدي الإدمان على هذا النمط من الإنفاق إلى أضرار اقتصادية واجتماعية، منها تراكم الديون والإسراف^(٢).

الفصل الثاني: الضوابط الشرعية والاقتصادية للإنفاق الرقمي.

سأتناول في هذا الفصل - بإذن الله تعالى - لب الموضوع وخلاصة ما تقدم ذكره عن الإنفاق الرقمي، وهو الضوابط الشرعية التي لا بد من اتباعها عند الإنفاق على السلع الرقمية دون الوقوع في الإسراف؛ فإذا أتبع تلك الضوابط قل الإسراف كثيراً؛ فإن كل ضابط بحد ذاته يساهم في تقليل الإنفاق إذا أريد اتباعه وحده، فكيف إذا اجتمعت كلها؟!

(١) يُنظر: «الأحكام الفقهية للألعاب الإلكترونية» (ص: ٦١٩).

(٢) يُنظر: «Sharia Issues on Loot Boxes in Online Games and Esport» (ص: ٣٤٧ - ٣٥٠).

المبحث الأول: ضابط الحاجة.

ينبغي أن يقتصر المسلم في الإنفاق على الضروريات والحاجيات، ويتجنب الإنفاق على الكماليات أو التحسينيات التي لا مشقة في تركها^(١)، وقد عرّفت الحاجة - في مجال الاقتصاد - بأنها: الرغبة في الحصول على سلعة أو خدمة باعتبارها قادرة على تحقيق منافع معينة للإنسان، أو هي الإحساس الداخلي بالافتقار إلى شيء ما يعتقد الإنسان أنه يلي هذه الحاجة^(٢).

المطلب الأول: التمييز بين الحاجة الحقيقية والوهمية التي يصنعها التسويق.

في ظل قوة تقنيات التسويق الرقمي، لا بد للإنسان أن يعي ما يجري حوله من استهداف الشركات له؛ فالיום قد يظن الإنسان أنه بحاجة لسلعة معينة - كبرنامج معين مثلاً - فيظهر له في وسائل التواصل أثناء تصفحه ظناً منه أنه ظهر له صدفةً، وربما بعض الناس لا يدري أن هناك خوارزميات تفهم ما يبحث عنه في صفحات أخرى أو تسمع ما يقوله لمن حوله؛ بسبب تشغيل خاصية الميكروفون في هاتفه! فضلاً عن إغراء الإنسان بطرق وأساليب متنوعة، فينبغي للإنسان ألا ينفق في العالم الرقمي إلا بعد التأني والتأكد من ملامسة الحاجة الحقيقية له.

المطلب الثاني: تقديم الأولويات المعيشية على الكماليات الرقمية.

ينبغي إعطاء الأولوية في الإنفاق الاستهلاكي للحاجات الأساسية من مأكّل ومشرب ومركب، وما يلحق بها من حاجات ذات ارتباط بحياة الفرد، وقد ذكر الفقهاء جملة أمور كرهوا فعلها لإمكانية استغناء الناس عنها، وتحويل نفقاتها إلى ما هو أنفع لهم؛ فقالوا بكرهه تخصيص القبور، والبناء عليها، وزخرفة المساجد؛ لأن هذه الأشياء مما يمكن الاستغناء عنها؛ لعدم حاجة الميت والحي إليها^(٣).

وعليه، فإن الاقتصاد الإسلامي يوجب تنظيم الاستهلاك وفق سلم الأولويات؛ بحيث لا يُراعى «تحسيني» على حساب «حاجي»، ولا «حاجي» على حساب «ضروري»؛ فالإنفاق على الكماليات الرقمية والمظاهر الافتراضية يُعد من قبيل «الاستهلاك المظهري»، وفيه إضاعة للمال

(١) يُنظر: «الاقتصاد الإسلامي» أ. د. صالح العلي د. مطلق الجاسر (ص: ٢٧١).

(٢) يُنظر: «الاقتصاد الإسلامي» أ. د. صالح العلي د. مطلق الجاسر (ص: ٢٧٩).

(٣) يُنظر: «الاقتصاد الإسلامي» أ. د. صالح العلي د. مطلق الجاسر (ص: ٢٧١).

في غير مصلحة معتبرة، ويشتد الأمر حيث تؤدي هذه المشتريات - كما في صناديق الحظ - إلى الوقوع في التبذير وتراكم الديون على الفرد؛ مما يوجب تقديم الحاجات الحقيقية التي تضبط الرفاهية الاجتماعية على التحسينات الرقمية التي لا يفتقر إليها الإنسان في أصل عيشه^(١).

المبحث الثاني: ضابط المنفعة المعتبرة شرعاً.

الضابط الثاني من الضوابط الشرعية للإنفاق الرقمي هو المنفعة التي يعتبرها الشرع الحكيم، لا هوى النفس.

المطلب الأول: خلو الخدمة أو السلعة من المحاذير الشرعية.

لا بد أن يكون المنفق عليه رقمياً خالياً من المحاذير الشرعية التي لا يمكن حصرها في هذا الموضوع، فربما يتوهم بعض الناس أن هناك منافع من بعض الخدمات الرقمية، ولكن ربما تكون قد التبس فيها ما يُحرّمها من جهة خارجية: كاشتراك في خدمة تحتوي على غرامة تأخير عند التخلف في السداد مثلاً، أو خدمة لها نفع مقابل بذل ما لا يحق بذله: كالاشتراك في خدمات كشف الأرقام - إن كانت برسوم - التي لا بد عند الاشتراك فيها نشر جميع الأرقام المحفوظة^(٢)، فهذا نفع في بادئ الأمر، إلا أنه اختلط بمفسدة اقتضت المنع من ذلك.

المطلب الثاني: تحقق نفع ديني أو دنيوي.

إن المنفعة ينبغي أن يُتحقق من حصولها أو يُغلب على الظن أنها ستحصل، وهذا النفع لا بد أن يكون نفعاً دينياً معتبراً شرعاً، أو نفعاً دنيوياً معتبراً شرعاً؛ ولذلك قال شيخ الإسلام ابن تيمية: بذل المال فيما لا ينفع في الدين ولا في الدنيا منهي عنه وإن لم يكن قماراً^(٣)، وأحياناً تكون هناك أمور دنيوية ربما تكون ليست بمحرمة، إلا أنه لا يجوز بذل المال عليها؛ كما قال ابن

(١) يُنظر: «الترشيد الإسلامي للاستهلاك لمواجهة انعكاسات السياسات التنموية اللامتوازنة» (ص: ٤٣٣ - ٤٣٤ ضوابط الاستهلاك بين الاقتصاد الإسلامي والاقتصاد الوضعي).

(٢) ثم تجعل هذه التطبيقات الناس الذين لهم وجهة ولا يرغبون بنشر أرقامهم مثلاً يضطرون إلى دفع رسوم لإزالة أرقامهم من التطبيق، وهكذا يفعلون مع باقي التطبيقات، وهم لم يفعلوا شيئاً لكي يضطروا للدفع، فضلاً عن استمرار دفعهم إذا نشر رقمهم مشتركاً جديد في البرنامج!

(٣) «مجموع الفتاوى» (٢٢٣/٣٢).

تيمية أيضاً: ليس كل ما جاز فعله جاز إعطاء العوض عليه^(١)، ومن ذلك «الاستهلاك المظهري» الذي تقدم ذكره؛ فلا يحرم أصل الفعل إن لم يحتوي على محرم خارجي، إلا أنه يُمنع بذل المال عليه؛ لما فيه من إضاعته بلا نفع معتبر.

المبحث الثالث: ضابط العرف والعادة.

إن العرف^(٢) الصحيح والعادة^(٣) المتبعة^(٤) يمكن من خلالهما تحديد أمور لم يأت الشرع بتحديدتها على وجه التفصيل، وإنما أرشدنا - بنص عام أو خاص - إلى اعتبار العرف في معرفة ذلك؛ ولذلك فقد ذكر أهل العلم أن من القواعد الخمس الكبرى قاعدة «العادة محكمة»^(٥).

المطلب الأول: تحكيم العرف الصحيح في تقدير الإسراف.

إن الإسراف في الإنفاق على المشتريات يحدده العرف الصحيح، وليس له حد معين شرعاً، وقد ذكر أهل العلم أن تحديد الإسراف في الإنفاق مردّه إلى العرف؛ قال الشاطبي: كل خصلة أمر بها أو نهى عنها مطلقاً من غير تحديد ولا تقدير؛ فليس الأمر أو النهي فيها على وزن واحد في كل فرد من أفرادها: كالاقتصاد في الإنفاق والإمساك، والإسراف، والتبذير^(٦).

وقال القرطبي في تفسير قول الله ﷻ: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ۖ﴾ [الفرقان: ٦٧]: إنما التأديب في هذه الآية هو في نفقة الطاعات في المباحات، فأدب الشرع فيها ألا يفرط الإنسان حتى يضيع حقاً آخر أو عيلاً ونحو هذا، وألا يضيق أيضاً ويقتصر حتى يجيع العيال ويفرط في الشح، والحسن في ذلك هو القوام، أي: العدل، والقوام في كل واحد بحسب عياله وحاله، وخفة ظهره وصبره وجلده على الكسب، أو ضد هذه الخصال،

(١) «مجموع الفتاوى» (٣٠ / ٢١٥).

(٢) العرف هو: ما استقرت النفوس عليه بشهادة العقول، وتلقته الطبائع بالقبول. «التعريفات» (ص: ١٤٩).

(٣) العادة هي: ما استمر الناس عليه على حكم المعقول، وعادوا إليه مرة بعد أخرى. «التعريفات» (ص: ١٤٦).

(٤) يُنظر: «قاعدة العادة محكمة» د. يعقوب الباحثين (ص: ٤٩) في معرفة الفرق بين العادة والعرف، وليس هذا موضع بيانه.

(٥) يُنظر: «التعليقات الأثرية على منظومة العلامة السعدي في القواعد الفقهية» الشيخ مشهور حسن آل سلمان (ص: ٢٢٨).

(٦) يُنظر: «الموافقات» (٣ / ٣٩٢).

وخير الأمور أوساطها^(١).

إذن فمرد تحديد الإسراف الرقمي من عدمه إلى العرف الصحيح.

المطلب الثاني: تغير العرف بتغير الزمان والتقنية.

لقد علق الشرع أحكاماً على بعض الأمور ولم يجعل لها حداً شرعياً، ولم يُعرف لها حد في لغة العرب أيضاً، بل تركها للأعراف، ولذا؛ فإن شرعنا مظلوم من طرفين: من جامد ومن جاحد: فالأول: أراد أن يجمد على بعض الأشياء وأذن الشرع أن يتوسع فيها.

والآخر: أراد أن يتوسع في أشياء، والشرع لم يأذن بذلك، فعمل على تغيير الثابت؛ فالعرف والعادة التي تخص المعاملات بين الناس هي مناط تغيير الأحكام بتغير الزمان والامكنة على وفق تغير العوائد، ومن لم يلتفت لذلك فحاله كحال الطبيب الذي يصف الدواء الواحد لجميع المرضى مع اختلاف أمراضهم^(٢).

واليوم التقنية غيرت كثيراً من مفاهيم الإنفاق والاستهلاك؛ فلا بد من تحكيم العرف الصحيح في تحديد الإسراف الرقمي من عدمه.

المبحث الرابع: ضابط التوسط والاعتدال.

تقدم ذكر قول الله ﷻ: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ۖ﴾ [الفرقان: ٦٧]؛ فالكلام على الإسراف الرقمي له طرفان وواسطة؛ فهناك إنفاق كبير لا يمكن أن يختلف فيه اثنان أنه من الإسراف الممقوت الذي عبر الله ﷻ عنه بقوله: ﴿لَمْ يُسْرِفُوا﴾، وهناك إنفاق صغير جداً لا يمكن أن يختلف فيه اثنان كذلك أنه ليس من الإسراف، إنما الكلام في الواسطة التي بينهما التي قال الله ﷻ عنها: ﴿وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾.

(١) «الجامع لأحكام القرآن» (١٣ / ٧٣).

(٢) يُنظر: «التعليقات الأثرية على منظومة العلامة السعدي في القواعد الفقهية» الشيخ مشهور حسن آل سلمان (ص: ٢٢٩).

المطلب الأول: الموازنة بين الدخل والإنفاق الرقمي.

إذا أراد المسلم أن يعرف التوسط في الإنفاق أو الإسراف فيه فعليه أن يجتهد في معرفة ما يدل على ذلك؛ فصاحب الدخل العالي قد ينفق على بعض الأشياء الرقمية ذات السعر المرتفع دون أن يُعتبر مسرفاً إذا انضبط إنفاقه بالضوابط الشرعية الأخرى، وربما صاحب الدخل المنخفض لو أنفق على نفس السلعة الرقمية لعدّه العرف مسرفاً، فالعرف الصحيح يعتبر الموازنة بين دخل الفرد وحاله، وإنفاقه على مشترياته، فكلما زاد دخل الإنسان وزادت ثروته قلت احتمالية إسرافه في الجملة، والعكس بالعكس.

المطلب الثاني: حقيقة الإسراف ومحلّه.

تقدم ذكر تعريف الإسراف والتبذير والرشد الاقتصادي، إلا أنه لا بد من التنبيه على أمر مهم، وهو أنه ليس من شرط الإسراف أن يكون المسرف مالكاً للمسرف فيه؛ لأن تعريف الإسراف - كما تقدم - هو: «صرف الشيء» فيما ينبغي زائداً على ما ينبغي^(١)، فلم يتعرض التعريف للشخص المسرف، إنما الكلام على وقوع الصرف، ولم يقيّد التعريف العين بالملكية، إنما أطلقها بذكر «الشيء» الذي يصدق على العين المملوكة وغير المملوكة؛ فالذي يستأجر شقة أو غرفة في فندق عليه ألا يسرف فيما ائتمن عليه؛ فربما بعض الناس يزيد في استهلاك واستخدام مرفقات العين المستأجرة دون مبالاة، أو لا يحرص على الترشيد فيها أو لا يبادر في إصلاح تهريب ماء، بحجة أنه لن يدفع شيئاً مقابل ما تم استهلاكه!

وهذا - فضلاً عن كونه إسرافاً - مخالف للمروءة التي رغب فيها النبي ﷺ في حديثه الجميل بقوله: (لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ)^(٢)، فمحل الإسراف هو «المسرف فيه»، بغض النظر عن المسرف نفسه، ومن ذلك الإسراف في الممتلكات العامة للدولة، أو الإسراف في الخدمات والمميزات التي تدفعها الشركات لموظفيها.

(١) «التعريفات» (ص: ٢٤).

(٢) رواه البخاري في «صحيحه» (١/١٢/١٣)، في كتاب الإيمان، في باب: من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، ومسلم في «صحيحه» (١/٤٩/٧١)، في كتاب الإيمان، في باب الدليل على أن من خصال الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه من الخير.

المبحث الخامس: ضابط منع انفراد غير المميز بالقرار الشرائي الإلكتروني.
إن الإنفاق الرقمي يكون على الألعاب الإلكترونية وعلى غيرها، والمنفق على الألعاب إذا كان غير مميز فالشراء باطل، والأبوان مسؤولان عن ذلك؛ لأن غير المميز معدوم الأهلية؛ فمن كانت أهليته معدومة - كالمجنون وغير المميز - فإن إجارتها لا تنعقد، ولا فرق في الصبي غير المميز بين أن يأذن له الولي أو لا يأذن؛ لأن أهلية العاقد شرط انعقاد التصرف، والأهلية لا تثبت بدون عقل ولا تمييز فلا يثبت الانعقاد بدونهما^(١).

فلا بد من مباشرة الأبوين للشراء الرقمي بدلاً من غير المميز، ومباشرة غير المميز للشراء الرقمي صار ممكناً؛ بسبب سهولة الشراء الرقمي عن طريق بطاقات الائتمان المحفوظة في الأجهزة الذكية؛ وكذلك بسبب عدم رؤية البائع للطفل أثناء الشراء؛ لأنه لو باشر الطفل الشراء غير الرقمي في الأسواق لربما منعه البائع من ذلك، لكن سهولة الشراء الرقمي لها مصالح ومفاسد. فهذا هو الضابط الخامس من الضوابط الشرعية والاقتصادية للإنفاق الرقمي؛ فهو يساهم - بإذن الله تعالى - في تقليل الإسراف الرقمي لو تم اتباعه.

المطلب الأول: حجر الشارع على الصبي حمايةً له.

الحجر لغةً هو المنع من التصرف^(٢)، أي منعه من أن يوصل إليه، وكل ما منعت منه فقد حجرت عليه^(٣).

واصطلاحاً: منع نفاذ تصرف قولي لا فعلي؛ لصغر، ورق، وجنون^(٤).
والحجر على غير المميز - كما في هذا الضابط - مجمع عليه، وقد نقل الإجماع على ذلك غير واحد من أهل العلم^(٥).

(١) يُنظر: «المعاملات المالية أصالة ومعاصرة» (٥٦ / ٩).

(٢) يُنظر: «تاج العروس» (٥٣٠ / ١٠) مادة «حجر».

(٣) يُنظر: «لسان العرب» (١٦٧ / ٤) مادة «حجر».

(٤) «التعريفات» (ص: ٨٢).

(٥) قال ابن حزم: اتفقوا على أن وجوب الحجر على من لم يبلغ وعلى من هو مجنون معتوه أو مطبق لا عقل له. «مراتب الإجماع» (ص: ٥٨)، وقال الوزير ابن هبيرة: اتفقوا على أن الأسباب الموجبة للحجر الصغر والرق والجنون. «اختلاف الأئمة العلماء» (١ / ٤٢٦)، يُنظر: «بداية المجتهد» (٦٢ / ٤)، «الجامع لأحكام القرآن» (٥ / ٢٩).

وتتجلى حكمة الشارع في الحجر على الصغير في كونه سياجاً من المصلحة؛ لحفظ ماله من التلف، وصون كرامته من التحول إلى عالة على المجتمع؛ فالصبي - لنقص عقله - لا يتصور منه الرضا الصحيح، ولا تقدير المصالح المالية، فجاء الحجر حداً لهوى النفس، ومنعاً لصرف المال في غير وجوهه الصحيحة، وحمايةً له من عبث العابثين في ماله، كما يهدف الحجر لتدريب القاصر على ممارسة شؤون التجارة تحت إشراف الراشد؛ تمهيداً لإيناس الرشد منه ودفع ماله إليه، وإن هذا الحجر هو عون ضروري للأخذ بيد القاصر في سفينة الحياة، وتثميناً لماله بعيداً عن أوجه الإسراف والتبذير المذموم، وبذلك يحقق الحجر وقاية مزدوجة، تحفظ حق المحجور عليه في العيش الكريم، وتغلق منافذ الفقر والعوز في المجتمع، فليس الحجر إهداراً للكرامة، بل هو رحمة وصون لمقومات الحياة التي جعلها الله قياماً للناس^(١).

المطلب الثاني: آليات الرقابة الأبوية والتقنية كأدوات معاصرة للحجر.

إن كل تطور يساهم في تيسير شؤون الحياة وتسريع وتيرتها يستوجب يقظة تامة تجاه مآلاته؛ فالتكنولوجيا المعاصرة بقدر ما قربت البعيد، وسرّعت البحث، ووفّرت سبل الترفيه للأطفال، إلا أنها ولّدت ثغرات استهلاكية تستوجب الضبط؛ لتحقيق التوازن بين المصلحة والمفسدة؛ وكما تتأكد الرقابة الأبوية على أجهزة وحسابات القاصرين صوتاً لهم من المحتوى المخل بالآداب، فإن الضرورة تقتضي مدّ هذه الرقابة لتشمل السلوك المالي؛ حمايةً لهؤلاء الصغار من الانزلاق بعيداً عن الرشد الاقتصادي، ووقايةً لهم من الوقوع في الإسراف الرقمي نتيجة الإغراءات التسويقية التي لا تدركها عقولهم القاصرة.

وتتجلى هذه الرقابة في حقيقتها كوسيلة معاصرة لتحقيق مقصود الشارع من الحجر، بوصفه رحمةً بالمحجور عليه وصوناً لماله من التلف في وقت لا يملك فيه أهلية تقدير المصالح المالية. وتبرز الإعلانات التسويقية كقوة إغراء تقود الناشئة إلى هاوية الإسراف؛ فينبغي على الأبوين إبعادها عن أطفالهم؛ لأن إراداتهم ضعيفة، وعقولهم قاصرة، فقد ينجرّفون وراء كل إعلان شاهدوه، سواء بشراء المنتج من بطاقة الأوبون الائتمانية المحفوظة على الجهاز، أو بإقناعهما لشراء ذلك المنتج، فإن كانت هناك رسوم تُدفع لمنع الإعلانات فهذا شيء طيب يساهم في توفير

(١) يُنظر: «الفقه الإسلامي وأدلته» (٦/٤٤٦٣ - ٤٤٦٦).

الميزانية، والبعد عن الإسراف الرقمي للأطفال والكبار كذلك. ولا تقل الألعاب ذات الدفع المستمر خطورةً عن تلك الإعلانات؛ إذ تفرض على اللاعب استنزافاً مالياً متواصلاً للبقاء في المنافسة، سواء باقتناء المظاهر الكمالية (skins)، أو لفتح مراحل متقدمة، فبعد تغلغل الطفل في اللعبة - مع ما جُبل عليه من قصور عقل - يجد نفسه مضطراً للدفع وصولاً للنهاية، ليكتشف الولي في ختام الأمر تبديد مبالغ طائلة لم يكن ليقبل بدفعها جملة واحدة عند شراء اللعبة؛ فالفكرة التسويقية هنا قامت على تجزئة الإغراء؛ لضمان انغماس الطفل وإنفاقه دون شعور، فينبغي على الولي مراقبة التطبيقات والألعاب التي يستخدمها طفله عن طريق البرامج التي تكشف له ذلك؛ حتى يقللها أو يعدمها إن أمكن، فيمكن أن يُستفاد من التكنولوجيا لمحاربة التكنولوجيا.

الخاتمة

فالحمد لله وحده على التمام، فهذه خاتمة فيها أبرز النتائج والتوصيات:

النتائج:

1. التحول الرقمي أدى إلى تضائل ألم الدفع النفسي، مما حوّل المال إلى رموز مجردة يسهل الإسراف فيها.
2. السلع الافتراضية الشكلية تفتقر غالبًا إلى المنفعة المعترفة شرعًا، وتندرج تحت الاستهلاك المظهري الذي يهدف للتباهي فقط.
3. صناديق الحظ (Loot Boxes) في الألعاب الرقمية تحتوي على عناصر المقامرة والغرر؛ لجهالة المحتوى وقت الشراء.
4. الرشد الاقتصادي الرقمي يتطلب موازنة دقيقة بين الدخل وحجم الإنفاق على الخدمات الكمالية والتحسينية.
5. الرقابة الأبوية والتقنية تعد أدوات معاصرة لتفعيل الحجر على القاصرين؛ لحماية أموالهم من الخوارزميات التسويقية.

التوصيات:

1. أوصي الباحثين بالكتابة حول ما يتعلق بالإسراف من أحكام وحكم، وتحديد - على وجه الدقة ما أمكن - ما يعتبره العرف إسرافًا من عدمه؛ فهي تحتاج إلى مزيد بحث وتنزيل على الواقع.
2. أوصي الأسر الكريمة بالمحافظة على أموالهم من تبديدها عن طريق أطفالهم دون وعي، وذلك يكون بفك الارتباط بين البطاقات الائتمانية من أجهزة الأطفال أو تفعيل آيات الموافقة المسبقة لكل عملية شراء.
3. توصية المؤسسات التعليمية بدمج مفاهيم «الرشد المالي الرقمي» في مناهج التربية الإسلامية والوطنية.

المراجع والمصادر

القرآن الكريم.

أولاً: المصادر الشرعية العربية:

١. الأحكام الفقهية للألعاب الإلكترونية دراسة تطبيقية، د. إبراهيم بن صالح التّمن، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بكفر الشيخ، العدد الثامن، الإصدار الثاني، ٢٠٢٤ م.
٢. الاقتصاد الإسلامي، أ. د. صالح العلي، د. مطلق الجاسر، الناشر: التراث الذهبي (الرياض) / مكتبة الإمام الذهبي (الكويت)، الطبعة الثانية ١٤٤٥ هـ - ٢٠٢٤ م.
٣. البصمة الإيكولوجية كمؤشر للاستدامة البيئية والتنمية، أحسن سعيد، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، ٢٠١٩ م العدد ٢٥ المجلد ٥.
٤. تاج العروس من جواهر القاموس، المؤلف: محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، من إصدارات: وزارة الإرشاد والأنباء في الكويت - المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بدولة الكويت، أعوام النشر: (١٣٨٥ - ١٤٢٢ هـ) = (١٩٦٥ - ٢٠٠١ م).
٥. الترشيد الإسلامي للاستهلاك لمواجهة انعكاسات السياسات التنموية اللامتوازنة، الحبيب ثابتي، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد ١٢، ٢٠١١ م، جامعة غرداية.
٦. التعريفات، المؤلف: علي بن محمد بن علي الزين الشريف الجرجاني (ت ٨١٦ هـ)، الناشر: دار الكتب العلمية بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م.
٧. التعليقات الأثرية على منظومة العلامة السعدي في القواعد الفقهية، الشيخ مشهور حسن آل سلمان، دار إيلاف الدولية، الطبعة الأولى ٢٠١٨ م - ١٤٣٨ هـ.
٨. التقرير الاقتصادي العربي الموحد، العدد ٤٠، سنة ٢٠٢٠ م صندوق النقد العربي.
٩. الجامع لأحكام القرآن، المؤلف: أبو عبد الله، محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، الناشر: دار الكتب المصرية - القاهرة، الطبعة: الثانية، ١٣٨٤ هـ - ١٩٦٤ م.
١٠. الحاوي الكبير في فقه مذهب الإمام الشافعي، المؤلف: أبو الحسن علي بن محمد بن محمد بن حبيب البصري البغدادي، الشهير بالماوردي (ت ٤٥٠ هـ)، المحقق: الشيخ علي

محمد معوض - الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة: الأولى، ١٤١٩ هـ - ١٩٩٩ م.

١١. الرشد الاقتصادي ودوره في تعزيز سلوك المستهلك من منظور الاقتصاد الإسلامي، د. وليد عسيري، بحث منشور في مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم الشرعية، العدد (٢١٥)، الجزء (٣)، رجب ١٤٤٧ هـ.

١٢. الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، المؤلف: أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي (ت ٣٩٣ هـ)، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، الناشر: دار العلم للملايين - بيروت، الطبعة: الرابعة ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م.

١٣. صحيح البخاري، المؤلف: أبو عبد الله، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة ابن بردزبه البخاري الجعفي، تحقيق: جماعة من العلماء، الطبعة: السلطانية، بالمطبعة الكبرى الأميرية، ببولاق مصر، ١٣١١ هـ، بأمر السلطان عبد الحميد الثاني.

١٤. صحيح مسلم، المؤلف: أبو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم القشيري النيسابوري، المحقق: محمد ذهني أفندي - إسماعيل بن عبد الحميد الحافظ الطرابلسي - أحمد رفعت بن عثمان حلمي القره حصاري - محمد عزت بن عثمان الزعفرانبوليوي - أبو نعمة الله محمد شكري بن حسن الأنقروي الناشر: دار الطباعة العامرة - تركيا، عام النشر: ١٣٣٤ هـ.

١٥. الفقه الإسلامي وأدلته، المؤلف: أ. د. وهبة بن مصطفى الزحيلي [ت ١٤٣٦ هـ]، الناشر: دار الفكر - سورية - دمشق، الطبعة: الرابعة.

١٦. قاعدة العادة محكمة، د. يعقوب الباحسين، مكتبة الرشد، الطبعة الثالثة، ٢٠١٥م/١٤٣٧ هـ.

١٧. مجموع الفتاوى، المؤلف: شيخ الإسلام أحمد بن تيمية، جمع وترتيب: عبد الرحمن بن محمد بن قاسم رحمه الله، الناشر: مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف - المدينة المنورة - السعودية، عام النشر: ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.

١٨. الكافي في فقه الإمام أحمد، المؤلف: أبو محمد موفق الدين عبد الله بن قدامة (ت ٦٢٠ هـ)، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة: الأولى، ١٤١٤ هـ - ١٩٩٤ م.

١٩. لسان العرب، المؤلف: محمد بن مكرم بن علي، أبو الفضل، جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي (ت ٧١١ هـ)، الحواشي: لليازجي وجماعة من اللغويين، الناشر:

دار صادر – بيروت، الطبعة: الثالثة - ١٤١٤ هـ.

٢٠. المعاملات المالية أصالة ومعاصرة، المؤلف: الشيخ ديبان بن محمد الديبان، بدون

ناشر، الطبعة: الثانية، ١٤٣٢ هـ.

٢١. المسابقات في الألعاب الإلكترونية مفهوماً وأحكامها في الفقه الإسلامي، أسماء

المصري، أ. د. ردينا الرفاعي، بحث منشور في مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الشرعية

والقانونية، العدد (٢٧)، المجلد (٤)، سنة ٢٠١٩ م.

٢٢. الموافقات، المؤلف: أبو إسحاق إبراهيم بن موسى بن محمد النخعي الشاطبي (ت

٧٩٠ هـ)، المحقق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، تقديم: بكر بن عبد الله أبو زيد،

الناشر: دار ابن عفان، الطبعة: الأولى، ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م.

ثانياً: المصادر والمراجع الأجنبية:

1. Anas, M. , Azhar, M. , et al. (2023). Sharia Issues on Loot Boxes in Online Games and Esport. Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam, 7(1), 341 - 356.

2. Gupta, K. (2023). The Perception of Western Luxury Brands in the Indian Market (With Reference to the Consumers and Brands). NMIMS Kirit P. Mehta School of Law, India. SSRN.

3. Libengood, J. (2025). Algorithms of Eversion: Contemporary States and Digital Sovereigns (Doctoral dissertation). University of South Florida, USA.

4. Okojie, V. O. (2018). Consumerism in the Digital Age: Exploring Innovative Commerce as a Design Strategy for Brand Creation and Implementation (Master's thesis). Kent State University, USA.

5. Remmerbach, K. U. , & Aranzales, I. D. (2017). The Psychology of Money: Effects of Financial Constraints and the Digital Economy. ITB Working Paper Series, Vol. 6, Münster University of Applied Sciences, Germany.