

حوكمة صناعة الفتوى في الإعلام الرقمي.. آليات الضبط والتوظيف الإعلامي

Governance of Fatwa Issuance in Digital Media: Regulatory Mechanisms and Media Applications

أ.د. مصطفى شكري محمد علوان *

Prof. Mustafa Shukri Muhammad Alwan

أستاذ الصحافة والنشر م، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، مصر، myghabdalrhman@gmail.com

تاريخ النشر: 2026/06/15

تاريخ القبول: 2026/05/03

تاريخ الاستلام: 2026/03/09

ملخص:

شهدت السنوات الأخيرة توسعاً كبيراً في انتشار الفتوى عبر المنصات الرقمية، ما طرح تحديات مهمة تتعلق بضمان جودتها ومصداقيتها، ومواءمتها للضوابط الشرعية ومتطلبات الإعلام الرقمي. يهدف هذا البحث إلى دراسة حوكمة صناعة الفتوى الرقمية، مع التركيز على آليات ضبطها وتوظيفها إعلامياً، من خلال استطلاع آراء عدد من قيادات دينية، وخبراء إعلاميين وأكاديميين حول واقع هذه الصناعة وأفضل أساليب إدارتها. واعتمد البحث منهجاً ميدانياً تحليلياً قائماً على المقابلات المتعمقة شبه المقتنة؛ بهدف تقديم رؤية واضحة لكيفية ضبط الفتوى الرقمية وتوظيفها بشكل مسؤول، واقتراح نموذج عملي يجمع بين الالتزام الشرعي وفاعلية التواصل الإعلامي. وأظهرت النتائج أن الفتوى الرقمية أصبحت أداة أساسية للتواصل مع الجمهور، وأن إدارتها تحتاج لتوازن دقيق بين الدقة الشرعية والفاعلية الإعلامية. كما كشفت نتائج المقابلات عن جهود ملموسة من مؤسسات دينية رسمية مثل الأزهر الشريف ودار الإفتاء المصرية؛ لتوسيع وصول الفتوى مع الحفاظ على مرجعيتها الشرعية، وأكدت على الحاجة لتطوير آليات حوكمة واضحة لضمان جودة ووضوح وفاعلية الفتوى الرقمية. وأسفر البحث عن مجموعة من التوصيات، تشمل تعزيز البنية المؤسسية والرقمية للمؤسسات الدينية، تطوير الكوادر البشرية من المفتين وخبراء الإعلام، وضع ضوابط دقيقة للفتوى الرقمية وتوظيفها إعلامياً بمسؤولية، وتعزيز التعاون بين الفقهاء وخبراء الإعلام؛ لضمان محتوى متوازن وموثوق يحقق وضوح الفتوى وفعاليتها مع الجمهور. الكلمات المفتاحية: الحوكمة، صناعة الفتوى، الإعلام الرقمي، الضبط الشرعي، التوظيف الإعلامي.

Abstract:

Recent years have witnessed a significant expansion in the proliferation of fatwas across digital platforms, posing major challenges related to ensuring their quality, credibility, and alignment with both Sharia controls and digital media requirements.

This research aims to study the governance of the digital fatwa industry, focusing on its regulation and media utilization mechanisms. It achieves this by surveying the opinions of a number of religious leaders, media experts, and academics regarding the current state of this industry and the best methods for its management. The study adopts a field-analytical approach based on semi-structured in-depth interviews, aiming to provide a clear vision for regulating digital fatwas and utilizing them responsibly, while proposing a practical model that balances Sharia compliance with effective media communication.

The findings reveal that digital fatwas have become an essential tool for communicating with the public, and that their management requires a delicate balance between Sharia accuracy and media effectiveness. Furthermore, the interview results revealed tangible efforts by official religious institutions, such as Al-Azhar Al-Sharif and the Egyptian Dar Al-Ifta, to expand the reach of fatwas while maintaining their Sharia authority. The results also emphasized the urgent need to develop clear governance mechanisms to ensure the quality, clarity, and effectiveness of digital fatwas.

The research yielded a set of recommendations, including: strengthening the institutional and digital infrastructure of religious bodies; developing the human resources of both muftis and media experts; establishing precise guidelines for digital fatwas and their responsible media utilization; and enhancing cooperation between Islamic jurists (Fuqaha) and media experts to ensure balanced, reliable content that achieves clarity and engagement with the audience.

Keywords: Governance, Fatwa Industry, Digital Media, Sharia Control, Media Utilization.

● مقدمة

مع مطلع الألفية عززت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من سرعة الدخول لمرحلة جديدة من التواصل الإنساني (مرحلة الإعلام الجديد)، الأمر الذي أدى إلى انتشار واستخدام وسائط التواصل الرقمي؛ وذلك نتيجة حتمية لاندماج الإنسان والآلة، وهيمنة تلك الوسائط التواصلية على كل مظاهر الحياة، دون التقيد بنموذج الاتصال التقليدي (مرسل/ متلقي)، أو الخضوع لمؤسسات الضبط الاجتماعي (علوان، 2023).

وتشير بيانات الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU) التابع للأمم المتحدة، إلى أن عدد مستخدمي الإنترنت وصل إلى نحو (6,04) مليار شخص حول العالم في عام (2025م)، بينما بلغ عدد مستخدمي وسائل

التواصل الاجتماعي نحو (5,66) مليار شخص (ITU، 2025)؛ مما يعكس انتشارًا واسعًا للمنصات الرقمية في حياة البشر يوميًا.

وعلى الرغم من أن الفتوى كانت منوطة في نشأتها بالمؤسسات الدينية الرسمية والمراكز العلمية المتخصصة، فإن التحول الرقمي أسهم بصورة واضحة في بروز ما يُعرف بـ«الفتوى الرقمية» واتساع نطاق انتشارها بين الجمهور. إذ بات كثير من الأفراد يلجؤون إلى الإنترنت لطرح أسئلتهم على المفتين، أو للبحث عن إجابات فقهية تتصل بشؤونهم الحياتية والعقدية. وفي هذا السياق، يشير مفهوم "Digital Religion" (Digital religion، بدون تاريخ) إلى أن الممارسة الدينية لم تعد مقتصرة على أماكن العبادة التقليدية فحسب، بل امتدت إلى الفضاء الرقمي، حيث يتفاعل معها الجمهور عبر وسائط وأساليب متعددة.

وقد أدى هذا الانتشار والتفاعل إلى ظهور تحديات جوهرية تتعلق بضبط جودة ومصداقية الفتاوى الرقمية، إذ يمكن أن تنتشر على منصات التواصل فتوى غير موثوقة أو غير مدققة، مما يؤثر في الوعي الديني العام ويطرح تساؤلات حول آليات الحوكمة والإشراف الشرعي والإعلامي لضمان أن تكون الفتوى المنتجة والمنشورة عبر الوسائط الرقمية متوافقة مع المرجعية العلمية ومتصلة بسياقها الشرعي الصحيح.

في ضوء هذا الواقع، يهدف هذا البحث إلى دراسة "حوكمة صناعة الفتوى في الإعلام الرقمي"، مع التركيز على آليات ضبطها وتوظيفها الإعلامي في البيئة الرقمية المعاصرة. ويعتمد البحث على جمع وتحليل آراء عدد من القيادات الدينية والخبراء الإعلاميين، بما يسهم -بإذن الله- في بناء فهم شامل لطبيعة هذه الصناعة والتحديات التي تواجهها، إضافة إلى تقديم نموذج حوكمة عملي يستند إلى بيانات واقعية.

وتكمن أهمية هذا البحث في معالجته لموضوع مركب يجمع بين الأبعاد الشرعية والإعلامية والاجتماعية في صناعة الفتوى الرقمية، وهو ما يمكن المؤسسات الدينية والعاملين في الحقل الإعلامي من وضع ضوابط واضحة تعزز مصداقية الفتوى وتضمن توافقها مع متطلبات العصر الرقمي، مع الالتزام بالأسس العلمية والشرعية

1. مشكلة البحث

مع التوسع المتزايد في استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي؛ أصبحت الفتوى أكثر حضورًا وانتشارًا في الفضاء الإلكتروني، وهو ما أسهم في سرعة وصولها إلى الجمهور وتوسيع نطاق الاستفادة منها. بيد أن هذا الانتشار صاحبه عدد من التحديات المرتبطة بضبط عملية إنتاج الفتوى ونشرها، والتحقق من موثوقية مصادرها، خاصة في ظل تعدد الجهات والأفراد الممارسين للإفتاء عبر الوسائط الرقمية. ومن ثم تبرز الحاجة إلى وضع آليات حوكمة تسهم في تنظيم صناعة الفتوى في البيئة الرقمية، بما يحقق التوازن بين الالتزام بالضوابط الشرعية ومتطلبات الممارسة الإعلامية المعاصرة.

وفي ضوء ذلك تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي:

كيف تسهم حوكمة صناعة الفتوى الرقمية في تعزيز موثوقية المحتوى الإفتائي وترشيد توظيفه إعلاميًا؟

2. أهمية البحث

يمكن تقسيم أهمية البحث إلى أهمية نظرية وأخرى تطبيقية على النحو التالي:

أولاً: الأهمية النظرية

تتجلى الأهمية النظرية فيما يلي:

1. توضيح مفهوم حوكمة صناعة الفتوى في الإعلام الرقمي، بوصفه مجالاً حديثاً يجمع بين الضوابط الشرعية وآليات العمل الإعلامي.
2. الربط بين الجانبين الشرعي والإعلامي؛ لفهم أعمق لطبيعة الفتوى في البيئة الرقمية.
3. إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالفتوى الرقمية وما يرتبط بها من تحديات.

ثانياً: الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذا البحث فيما يلي:

1. تقديم تصور عملي يساهم في ضبط الفتوى في البيئة الرقمية في ضوء الضوابط الشرعية.
2. دعم جهود المؤسسات الدينية في تطوير أدائها في تقديم الفتوى عبر الوسائط الرقمية.
3. الإسهام في الحد من انتشار الفتاوى غير المنضبطة من خلال طرح آليات قابلة للتطبيق.

3. أهداف البحث

يهدف البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية التي تساهم في تطوير حوكمة الفتوى الرقمية وضمان توظيفها الإعلامي بشكل مسؤول، من خلال ما يلي:

1. عرض التحديات الأساسية التي تواجه الفتوى الرقمية فيما يخص الضبط الشرعي والجودة والمصداقية.
2. استكشاف آليات الحوكمة المتاحة والفعالة لضمان الالتزام بالمرجعية الشرعية عند إنتاج ونشر الفتوى الرقمية.
3. تحليل دور الإعلام الرقمي في توظيف الفتوى بما يضمن وصولها بشكل مسؤول إلى الجمهور.
4. اقتراح نموذج عملي لحوكمة الفتوى الرقمية يجمع بين الضبط الشرعي والمتطلبات الإعلامية المعاصرة.

4. تساؤلات البحث

ينطلق هذا البحث من تساؤل رئيس يمثل جوهر مشكلة البحث، ويتمثل في:

كيف تساهم حوكمة صناعة الفتوى الرقمية في تعزيز موثوقية المحتوى الإفتائي وترشيد

توظيفه إعلامياً؟

ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

1. ما التحديات الأساسية التي تواجه إنتاج ونشر الفتوى الرقمية في الفضاء الرقمي؟
2. ما الآليات الحالية لضبط الفتوى الرقمية وضمان التزامها بالمرجعية الشرعية؟
3. كيف يمكن توظيف الفتوى الرقمية إعلامياً بطريقة مسؤولة وفعالة؟
4. ما عناصر نموذج الحوكمة الذي يمكن تطبيقه لضبط الفتوى الرقمية وضمان فعاليتها الإعلامية؟

5.نوع البحث ومنهجه وأداته

أ. نوع البحث

ينتهي هذا البحث إلى البحوث الوصفية، التي تهدف إلى فهم وتحليل الظواهر كما هي في الواقع. ويتمثل ذلك في دراسة واقع حوكمة صناعة الفتوى في الإعلام الرقمي، وآليات ضبطها وتوظيفها إعلاميًا، من خلال استكشاف آراء الخبراء والمختصين في هذا المجال.

ب. منهج البحث

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي الكيفي (Qualitative Descriptive Approach)، الذي يتيح فهمًا عميقًا لطبيعة الظاهرة محل الدراسة، من خلال تحليل آراء القيادات الدينية والخبراء الإعلاميين حول حوكمة الفتوى الرقمية، والوقوف على أبرز التحديات المرتبطة بها، وسبل تطويرها، دون الاعتماد على البيانات الكمية أو الإحصائية.

ج. أدوات جمع البيانات

في إطار مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته، اعتمد الباحث على عدد من الأدوات لجمع البيانات، على النحو التالي:

د. المقابلة المتعمقة

في إطار أساليب البحث الكيفي، اعتمد الباحث على دليل مقابلة متعمقة (شبه مقننة) مع عدد (9) من القيادات الدينية والأكاديمية، والمسؤولين عن الفتوى بالأزهر الشريف (ينظر: ملحق رقم 1)، وهم (أ.د/ حسن الصغير، الأمين العام السابق لهيئة كبار العلماء، والمشرف العام السابق على لجان الفتوى بالأزهر الشريف، ورئيس أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى، أ.د/ فتحي عثمان الفقي، عضو هيئة كبار العلماء بالأزهر الشريف، أ.د/ علي حسين، رئيس لجنة الفتوى الرئيسية بالجامع الأزهر، وأربعة من أعضاء لجنة الفتوى الرئيسية بالجامع الأزهر، واثنان من أعضاء مركز الإشراف على لجان الفتوى بالأزهر الشريف. واشتمل دليل المقابلة على عدد من المحاور، من أبرزها:

- طبيعة الفتوى الرقمية وسماتها في البيئة المعاصرة.
- التحديات المرتبطة بضبط الفتوى من الناحيتين الشرعية والإعلامية.
- آليات إنتاج الفتوى ونشرها عبر الوسائط الرقمية.
- دور المؤسسات الدينية في تنظيم الفتوى الرقمية.
- أفضل الممارسات الإعلامية في توظيف الفتوى بشكل مسؤول وفعال.

و.استطلاع آراء الخبراء

اعتمد الباحث على استطلاع آراء عدد (6) من الأكاديميين والخبراء الإعلاميين (ينظر: ملحق رقم 2)؛ بهدف التعرف على الرؤى المقترحة لتطوير توظيف الفتوى الرقمية، وآليات تقديمها بما يتناسب مع طبيعة الوسائط الرقمية ومتطلبات الجمهور.

وفي ضوء ما أسفرت عنه نتائج المقابلات المتعمقة واستطلاع آراء الخبراء، تم إجراء تحليل نوعي (Qualitative Analysis) لمضمون هذه البيانات، واستخلاص أبرز القضايا والاتجاهات المشتركة، بما يساهم في بناء نموذج عملي لحوكمة الفتوى يجمع بين الالتزام الشرعي ومتطلبات الإعلام الرقمي.

6. التعريفات الإجرائية

الحوكمة (Governance)

الحوكمة هي الإطار الذي يتم من خلاله توجيه المؤسسات ومراقبتها، وهي تحدد من له صلاحية اتخاذ القرارات، ومن يمتلك السلطة للتصرف نيابة عن المؤسسة، ومن يكون مسؤولاً عن كيفية تصرف المؤسسة وموظفيها وأداءهم (What is Governance?, 2026).

ويقصد الباحث بالحوكمة: الإطار التنظيمي والإداري الذي يحدد كيفية إدارة عملية الفتوى الرقمية، ويشمل وضع السياسات، الآليات، وتوزيع المسؤوليات بين الفقهاء وخبراء الإعلام لضمان إنتاج ونشر الفتوى بشكل متسق، شرعي، وفعال في المنصات الرقمية.

صناعة الفتوى (Fatwa Issuance)

الفتوى لغة اسم مصدر من أفتاه في الأمر إذ أبانه له، وتجمع على فتاوي بكسر الواو، وقيل يجوز الفتح على التخفيف (ابن منظور، 1414هـ)، والفتيا تبين المشكل من الأحكام، وأصله من الفتى وهو الشاب الحديث الذي شب وقوي، فكأنه يقوي ما أشكل ببيانه (الموسوعة الفقهية، 1415هـ - 1995م).

ويشير مصطلح "صناعة الفتوى" إلى الخطوات العملية لإعداد وإصدار الفتوى في البيئة الرقمية، بدءاً من دراسة السؤال الشرعي، تحليل الأدلة الفقهية، صياغة الرأي الشرعي، وصولاً إلى نشره على المنصات الرقمية بشكل يحقق وضوح الفتوى ويضمن فهم الجمهور لها.

الإعلام الرقمي (Digital Media)

يقصد الباحث بالإعلام الرقمي: الفضاء الرقمي والمنصات التقنية التي تُستخدم لنشر الفتاوى والتفاعل مع الجمهور، بما يشمل وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، والبث المرئي أو الصوتي، مع مراعاة أساليب العرض التي تزيد من وضوح الرسالة وتفاعل المتلقين.

الضبط الشرعي (Regulatory Mechanisms)

يشير هذا المصطلح إلى مجموعة القواعد والإجراءات التي تضمن توافق الفتوى الرقمية مع المرجعية الفقهية الصحيحة، مثل مراجعة الأدلة، اعتماد العلماء المؤهلين، وصياغة الفتوى بلغة دقيقة وموحدة قبل النشر لضمان موثوقيتها وسلامتها الشرعية.

التوظيف الإعلامي (Media Applications)

يُقصد بهذا المصطلح: استخدام المنصات الرقمية ووسائل الإعلام بشكل استراتيجي لتقديم الفتوى الرقمية بطريقة واضحة وفعّالة، بحيث تتيح تفاعل الجمهور، تعزيز فهم المحتوى، وضمان وصول الرسالة الشرعية بدقة وبدون إرباك أو التباس.

7. الإطار النظري للبحث

استرشد الباحث بنظرية ثراء الوسيلة (Media Richness Theory)، كإطار تحليلي لدراسة الفتوى الرقمية، إذ تفسر اختلاف فاعلية وسائل الاتصال حسب قدرتها على نقل المعلومات وتقليل الغموض. وتقوم النظرية على أربعة معايير رئيسية تحدد درجة ثراء الوسيلة: سرعة التغذية الراجعة، تعدد الإشارات (النصوص، الصوت، الصور، الفيديو)، تنوع اللغة، والتركيز الشخصي أو التخصيص بما يلبي احتياجات المستفيدين (Simon، 2004، الصفحات 270-281).

وُتُستخدم النظرية - في هذا البحث- لتحليل آراء الخبراء والقيادات الدينية حول أساليب تقديم الفتوى الرقمية، وتفسير تفضيل الوسائل الأكثر ثراءً مثل الفيديو والبث المباشر مقارنة بالفتوى النصية، وتقييم قدرة المنصات الرقمية على تعزيز التفاعل والتغذية الراجعة، مما يساهم في بناء نموذج عملي لحوكمة الفتوى يربط بين جودة الوسيلة وموثوقية الفتوى وفاعلية تواصلها مع الجمهور.

8. نتائج الدراسة الميدانية وتحليل المقابلات المتعمقة

اعتمدت نتائج الدراسة على المنهج الكيفي من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع نخبة من الخبراء في مجالي الفتوى والإعلام الرقمي، وذلك في إطار السعي إلى فهم الأبعاد المختلفة لظاهرة الفتوى الرقمية وتحليل آليات ضبطها وتوظيفها إعلامياً.

وأُسفر تحليل بيانات المقابلات عن مجموعة من النتائج التي تم تنظيمها في محاور رئيسية تعكس تساؤلات الدراسة، بما يساهم في تقديم قراءة تحليلية متكاملة للتحديات القائمة، والآليات المتاحة، وأبعاد التوظيف الإعلامي، وصولاً إلى بناء نموذج مقترح لحوكمة الفتوى الرقمية.

وفي هذا السياق، أمكن تصنيف هذه التحديات إلى أربعة أنماط رئيسية، وذلك على النحو التالي:

أولاً: التحديات التي تواجه الفتوى الرقمية في الفضاء الإعلامي الرقمي

تواجه الفتوى الرقمية في الفضاء الإعلامي المعاصر عدداً من التحديات الجوهرية التي تؤثر على جودتها ومصداقيتها، وفيما يلي أبرز هذه التحديات:

التحديات الشرعية

أظهرت النتائج أن من أبرز التحديات الشرعية التي تواجه الفتوى الرقمية تصدُّر غير المتخصصين للإفتاء عبر المنصات الرقمية، في ظل غياب الضوابط العلمية الصارمة التي تحكم هذه العملية، وهو ما يؤدي إلى انتشار فتاوى غير منضبطة أو شاذة في بعض الأحيان. كما أشار الخبراء إلى ضعف التأصيل العلمي لبعض المحتوى الإفتائي المنشور رقمياً، نتيجة الاعتماد على الاختزال أو التبسيط المخل.

التحديات الإعلامية

أوضحت نتائج الدراسة أن البيئة الإعلامية الرقمية تفرض منطقاً خاصاً قائماً على الجذب والانتباه، وهو ما ينعكس على طريقة تقديم الفتوى، حيث تميل بعض المنصات إلى توظيف الفتوى في سياق

الإثارة أو تحقيق نسب مشاهدة مرتفعة، على حساب الدقة والعمق العلمي. كما أشار الخبراء إلى ظاهرة "اختزال الفتوى" في مقاطع قصيرة أو عناوين جذابة قد تُخلّ بالمعنى المقصود.

وفي هذا السياق، أشار أ.د/ رضا أمين، عميد كلية الإعلام بجامعة الأزهر إلى أن: "بعض المنصات تتعامل مع الفتوى باعتبارها محتوى قابل للتسويق، وليس خطاباً دينياً يتطلب مسؤولية وضبطاً مهنيًا".

التحديات التقنية

كشفت النتائج عن دور العوامل التقنية، خاصة الخوارزميات الرقمية، في إعادة تشكيل انتشار الفتوى، حيث تسهم هذه الخوارزميات في الترويج للمحتوى الأكثر تفاعلاً بغض النظر عن دقته العلمية، وهو ما قد يؤدي إلى انتشار واسع للفتاوى المثيرة للجدل أو غير المنضبطة. كما أشار الخبراء إلى صعوبة تتبع مصادر الفتاوى في البيئة الرقمية، في ظل إعادة النشر والتداول غير المنضبط.

وفي هذا الإطار، أشار أ.د/ عادل فهي، أستاذ بكلية الإعلام جامعة القاهرة إلى أن "الخوارزميات لا تميز بين الفتوى المنضبطة وغيرها، بل تعتمد على التفاعل، وهو ما يمثل تحدياً حقيقياً أمام ضبط المحتوى الديني".

التحديات المؤسسية

بينت النتائج وجود تحديات مؤسسية تتعلق بضعف الحضور المنظم لبعض المؤسسات الدينية الرسمية في الفضاء الرقمي مقارنة بغيرها من الفاعلين، بالإضافة إلى غياب إطار حوكمي موحد ينظم عملية الإفتاء الرقمي. كما أشار الخبراء إلى أن الجهود المؤسسية الحالية، رغم أهميتها، لا تزال بحاجة إلى مزيد من التكامل والتفعيل؛ لتطوير أدواتها الرقمية، لتواكب سرعة وانتشار المنصات الحديثة.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن نتائج هذا المحور تسهم في تحقيق الهدف الأول للدراسة، والمتمثل في تحديد التحديات الأساسية التي تواجه الفتوى الرقمية، حيث كشفت عن طبيعة هذه التحديات وتعدد أبعادها، بما يمهّد لبناء إطار حوكمي قادر على التعامل معها بفاعلية.

ثانياً: آليات ضبط الفتوى الرقمية الحالية وضمن التزامها بالمرجعية الشرعية

كشفت نتائج المقابلات المتعمقة مع الخبراء عن وجود مجموعة من آليات ضبط الفتوى الرقمية في البيئة المعاصرة، والتي تتوزع بين أطر مؤسسية رسمية، وممارسات فردية، ومحاولات إعلامية، بما يعكس إدراكاً متزايداً لأهمية ضبط هذا المجال في ظل التوسع الكبير للفضاء الرقمي.

وفي الوقت نفسه، أوضحت النتائج أن هذه الآليات، رغم أهميتها، لا تزال في حاجة إلى مزيد من التكامل والتطوير؛ بما يواكب التحولات المتسارعة في البيئة الرقمية.

وفي هذا السياق، أمكن تصنيف آليات الضبط الحالية على النحو التالي:

الآليات المؤسسية الرسمية

أظهرت النتائج أن "المؤسسات الدينية الرسمية" في مصر شهدت خلال السنوات الأخيرة تطوراً ملحوظاً في حضورها الرقمي، حيث عملت على توظيف المنصات الحديثة في تقديم الفتوى بشكل منظم،

ومن أبرز ذلك المنصات التابعة لمؤسسات مثل "مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية"، و"دار الإفتاء المصرية"، والتي أسهمت في تعزيز حضور الفتوى المؤسسية في الفضاء الرقمي. وقد أشار الخبراء إلى أن هذا الحضور يمثل خطوة مهمة نحو ضبط الفتوى الرقمية، من خلال تقديم محتوى إفتائي موثوق يستند إلى مرجعية علمية راسخة، ويسهم في مواجهة الفتوى غير المنضبطة. ومع ذلك، أوضحت النتائج أن هذا التطور، على أهميته، لا يزال بحاجة إلى مزيد من التوسع والتفعيل؛ خاصة في ظل المنافسة الكبيرة مع المحتوى غير الرسمي وسرعة انتشاره.

الآليات الذاتية (الاجتهادات الفردية)

كشفت النتائج عن استمرار دور الرقابة الذاتية لدى عدد من العلماء والمتخصصين، حيث يحرص بعضهم على الالتزام بالضوابط الشرعية والعلمية عند تقديم الفتوى عبر الوسائط الرقمية، وهو ما يعكس وعياً مهنيًا ومسؤولية علمية لدى هذه الفئة. إلا أن الخبراء أكدوا أن الاعتماد على هذا النمط من الضبط يظل محدود الأثر، نظرًا لغياب الإلزام، وتفاوت مستويات التأهيل بين المتصدرين للفتوى.

الآليات الإعلامية والمهنية

أوضحت نتائج البحث أن هناك بعض المحاولات داخل المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية لتطبيق ضوابط مهنية على المحتوى الإفتائي، مثل مراجعة المحتوى أو الاستعانة بمختصين، إلا أن هذه الجهود لا تزال متفاوتة من منصة إلى أخرى. كما أشار الخبراء إلى الحاجة إلى وضع موثيق إعلامية واضحة تنظم طريقة تناول الفتوى في وسائل الإعلام، بما يضمن الحفاظ على دقتها وسياقها العلمي.

9. تقييم فعالية آليات الضبط الحالية

في ضوء ما سبق، يمكن القول إن آليات ضبط الفتوى الرقمية الحالية تمثل خطوة مهمة في اتجاه تنظيم هذا المجال، خاصة مع تنامي دور المؤسسات الدينية في الفضاء الرقمي، إلا أن هذه الآليات لا تزال تعاني من بعض أوجه القصور، وفي مقدمتها غياب التنسيق الكامل بينها، وعدم وجود إطار حوكمي شامل يجمعها في منظومة متكاملة. كما أظهرت النتائج أن التطور السريع في وسائل الإعلام الرقمي يفرض تحديات مستمرة، تتطلب تطويراً دائماً في أدوات الضبط وآلياته.

وبذلك تسهم هذه النتائج في تحقيق الهدف الثاني للدراسة، من خلال استكشاف آليات ضبط الفتوى الرقمية القائمة، وتقييم مدى فاعليتها، بما يكشف عن جوانب القوة التي يمكن البناء عليها، وجوانب القصور التي تتطلب مزيداً من التطوير في إطار حوكمي متكامل.

ثالثاً: توظيف الفتوى الرقمية إعلامياً بين المسؤولية والفاعلية

كشفت نتائج المقابلات المتعمقة مع الخبراء عن تزايد أهمية توظيف الفتوى في البيئة الإعلامية الرقمية، في ظل التحولات التي يشهدها المجال الاتصالي، حيث أصبحت المنصات الرقمية وسيطاً رئيسياً لنقل الخطاب الديني إلى الجمهور.

وقد أظهرت النتائج أن هذا التوظيف يتسم بازدواجية واضحة، إذ يجمع بين أبعاد إيجابية أسهمت في توسيع نطاق الوصول إلى الفتوى، وأخرى سلبية ترتبط بطبيعة البيئة الإعلامية الرقمية ومنطقها القائم على الجذب والتفاعل.

وفي هذا السياق، أمكن تناول توظيف الفتوى إعلامياً من خلال المحاور التالية:

1- التوظيف الإعلامي الإيجابي للفتوى الرقمية

أظهرت النتائج أن المؤسسات الدينية الرسمية في مصر قد نجحت بدرجات متفاوتة في توظيف الوسائط الرقمية لنشر الفتوى بشكل أوسع وأكثر تفاعلاً، حيث أسهمت المنصات الرقمية في تقريب الفتوى إلى الجمهور، خاصة فئة الشباب، من خلال استخدام أشكال متعددة من المحتوى مثل الفيديوهات القصيرة والبث المباشر والردود الفورية على الاستفسارات.

ومن أبرز النماذج في هذا السياق ما تقدمه دار الإفتاء المصرية، ومركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية، إلى جانب جهود الأزهر الشريف وقطاعاته المختلفة، وكذلك لجان الفتوى التابعة لمجمع البحوث الإسلامية، والتي عملت على تقديم محتوى إفتائي يتسم بالوضوح والاختصار المناسب لطبيعة الوسائط الرقمية. وقد أشار الخبراء إلى أن هذا التوظيف أسهم في تعزيز الوصول إلى الجمهور، وتقليل الفجوة بين المؤسسات الدينية والمتلقين.

2- التحديات المرتبطة بالتوظيف الإعلامي

في المقابل، كشفت النتائج عن مجموعة من التحديات المرتبطة بطريقة توظيف الفتوى في البيئة الإعلامية الرقمية، حيث تميل بعض المنصات - خاصة غير الرسمية - إلى تقديم الفتوى في سياقات تتسم بالإثارة أو الاختزال، بما قد يؤثر على دقة المعنى أو يخرجها عن سياقه العلمي.

كما أشار الخبراء إلى أن طبيعة المنصات الرقمية تفرض ضغوطاً تتعلق بسرعة النشر وقصر المحتوى، وهو ما قد يؤدي أحياناً إلى تبسيط مخل أو اجتزاء غير مقصود للفتوى.

وفي هذا السياق، أشار د/ محمد الورداني، "مدير المركز الإعلامي بمجمع البحوث الإسلامية" إلى أن: "المشكلة ليست في توظيف الفتوى إعلامياً، بل في إخضاعها أحياناً لمنطق التفاعل على حساب الدقة".

3- معايير التوظيف الإعلامي المسؤول للفتوى

في ضوء آراء الخبراء، تم التوصل إلى مجموعة من المعايير التي ينبغي مراعاتها عند توظيف الفتوى إعلامياً في البيئة الرقمية، بما يحقق التوازن بين الفاعلية الإعلامية والانضباط الشرعي، ومن أبرز هذه المعايير:

- الحفاظ على الدقة العلمية وعدم الإخلال بالسياق الشرعي للفتوى
- تقديم الفتوى بلغة مبسطة دون إخلال بالمعنى
- تجنب الإثارة أو العناوين المضللة
- الاعتماد على متخصصين مؤهلين في تقديم الفتوى

• مراعاة طبيعة الجمهور المستهدف واحتياجاته

وقد أكد الخبراء أن الالتزام بهذه المعايير من شأنه أن يعزز من مصداقية الفتوى الرقمية، ويضمن توظيفها إعلامياً بشكل مسؤول وفعال.

وفي هذا الإطار، أشار أ.د/ حسن الصغير، المشرف العام السابق على لجان الفتوى بالأزهر الشريف، إلى أن: "النجاح في الإعلام الرقمي لا يتعارض مع الضبط الشرعي، لكن يحتاج إلى وعي بكيفية الموازنة بينهما".

4- التوازن بين المرجعية الشرعية ومتطلبات الإعلام

أظهرت النتائج أن التحدي الحقيقي في توظيف الفتوى إعلامياً لا يكمن في استخدام الوسائط الرقمية في حد ذاتها، بل في تحقيق التوازن بين الحفاظ على المرجعية الشرعية من جهة، والاستجابة لمتطلبات العمل الإعلامي من جهة أخرى. وقد شدد الخبراء على أن هذا التوازن يتطلب تكاملاً بين المتخصصين في العلوم الشرعية والخبراء في المجال الإعلامي، بما يساهم في تقديم خطاب ديني معاصر يجمع بين الأصالة والفاعلية.

وبذلك تساهم هذه النتائج في تحقيق الهدف الثالث للدراسة، والمتمثل في تحليل دور الإعلام الرقمي في توظيف الفتوى، حيث كشفت عن أبعاد هذا التوظيف، وحدوده، والمعايير التي تحكمه، بما يمهد لبناء نموذج حوكمي يحقق التوازن بين الضبط الشرعي والفاعلية الإعلامية.

10. نموذج مقترح لحوكمة الفتوى الرقمية في ضوء نتائج الدراسة

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج المحاور السابقة، والتي كشفت عن طبيعة التحديات التي تواجه الفتوى الرقمية، وحدود آليات الضبط الحالية، وأبعاد توظيفها إعلامياً، برزت الحاجة إلى بناء نموذج متكامل لحوكمة صناعة الفتوى في البيئة الرقمية، يحقق التوازن بين الضبط الشرعي ومتطلبات العمل الإعلامي المعاصر.

وفي هذا السياق، تم التوصل إلى نموذج مقترح يستند إلى مجموعة من المراكز الأساسية، ويتضمن عدداً من المكونات والآليات التنفيذية، وذلك على النحو التالي:

مراكز نموذج الحوكمة

يقوم النموذج المقترح على مجموعة من المراكز الأساسية التي تشكل الإطار الحاكم له، وتمثل في:

- المرجعية الشرعية: من خلال الالتزام بالمصادر المعتمدة للفتوى، وضمان صدورها عن جهات مؤهلة علمياً
- المهنية الإعلامية: عبر مراعاة معايير العمل الإعلامي في عرض الفتوى بشكل واضح وجذاب دون إخلال بالمضمون

- المسؤولية المجتمعية: بالنظر إلى أثر الفتوى على استقرار المجتمع وتوجيه سلوك الأفراد

- الشفافية والمصداقية: في عرض الفتوى ومصادرها وسياقاتها

وقد أكد الخبراء أن غياب أي من هذه المراكز يؤدي إلى خلل في عملية ضبط الفتوى الرقمية.

1- مكونات النموذج المقترح

يتكون نموذج الحوكمة المقترح من مجموعة من العناصر المتكاملة، التي تعمل في إطار واحد لضبط عملية إنتاج ونشر الفتوى الرقمية، وتشمل:

جهة الإشراف: وتتمثل في المؤسسات الدينية الرسمية، مثل الأزهر الشريف بقطاعاته المختلفة، ودار الإفتاء المصرية، ووزارة الأوقاف المصرية، والتي تتولى وضع الضوابط العامة والإشراف على المحتوى الإفتائي. المنصات الرقمية المعتمدة: وهي المنصات التي تقدم الفتوى تحت إشراف مؤسسي، مثل مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية، بما يضمن توحيد المرجعية وتقليل الفوضى.

الكوادر البشرية المؤهلة: وتشمل المفتين المتخصصين، إلى جانب الخبراء الإعلاميين، بما يحقق التكامل بين الجانبين الشرعي والإعلامي.

الميثاق الأخلاقي والمهني: وهو إطار ينظم عملية تقديم الفتوى إعلامياً، ويحدد الضوابط والمعايير الواجب الالتزام بها.

2- آليات تنفيذ النموذج

يقترح النموذج مجموعة من الآليات التنفيذية التي تضمن تفعيله على أرض الواقع، ومن أبرزها:

- اعتماد وترخيص المفتين الرقميين وفق معايير علمية ومهنية محددة.
- مراجعة الفتاوى قبل النشر في المنصات الرسمية.
- توثيق الفتاوى الرقمية وربطها بمصادرها الأصلية.
- إنشاء قواعد بيانات مركزية للفتاوى تسهل الرجوع إليها.
- تفعيل الرقابة الرقمية على المحتوى الإفتائي المتداول.

وقد أشار الخبراء إلى أن نجاح هذه الآليات يتوقف على وجود تنسيق فعال بين الجهات المعنية.

3- معايير جودة الفتوى الرقمية

حددت نتائج الدراسة مجموعة من المعايير التي يمكن من خلالها تقييم جودة الفتوى الرقمية في إطار هذا النموذج، ومن أهمها:

- الدقة العلمية.
- وضوح الصياغة.
- مراعاة السياق.
- المسؤولية في الطرح.
- ملائمة الوسيط الرقمي المستخدم.

وتُعد هذه المعايير مؤشراً مهماً لمدى التزام الفتوى بالضبط الشرعي والمهنية الإعلامية.

4- متطلبات نجاح النموذج

أكدت نتائج الدراسة أن تطبيق نموذج حوكمة الفتوى الرقمية يتطلب توافر عدد من الشروط، من أبرزها:

- دعم مؤسسي واضح من الجهات الدينية
- تطوير البنية الرقمية للمؤسسات
- تدريب الكوادر على التعامل مع الإعلام الرقمي
- تعزيز التعاون بين المتخصصين في الشريعة والإعلام

وفي هذا السياق، تم تأكيد الخبراء على أن "حوكمة الفتوى الرقمية لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال عمل مؤسسي متكامل يجمع بين العلم والخبرة الإعلامية".

وبذلك يحقق هذا النموذج المقترح الهدف الرابع للدراسة، والمتمثل في بناء إطار عملي لحوكمة الفتوى الرقمية، حيث يجمع بين الضبط الشرعي ومتطلبات التوظيف الإعلامي، ويستند إلى نتائج ميدانية تعكس واقع الممارسة، بما يجعله قابلاً للتطبيق والتطوير في البيئة الرقمية المعاصرة.

الخاتمة

توصلت نتائج هذا البحث إلى أن الفتوى الرقمية أصبحت أداة حيوية للتواصل مع الجمهور في العصر الرقمي، وأن إدارتها تتطلب توازناً دقيقاً بين الضبط الشرعي والمتطلبات الإعلامية. وكشفت المقابلات المتعمقة مع الخبراء عن صورة إيجابية لما تحقق بالفعل من جهود، مثل ما يقدمه الأزهر الشريف، ودار الإفتاء المصرية، في توسيع نطاق وصول الفتوى إلى الجمهور مع الالتزام بالمرجعية الشرعية.

كما أبرزت نتائج البحث الحاجة إلى تطوير آليات الحوكمة بما يضمن جودة الفتوى، ووضوحها، وفعاليتها الإعلامية، وهو ما انعكس في النموذج المقترح لحوكمة الفتوى الرقمية، الذي يربط بين الخبرة الشرعية ومتطلبات الإعلام الرقمي بأسلوب متوازن وقابل للتطبيق.

توصيات البحث

انطلاقاً من نتائج الدراسة، تأتي التوصيات التالية؛ لتعزيز حوكمة الفتوى الرقمية وضمان جودتها ومواءمتها مع المتطلبات الإعلامية والشرعية، على النحو التالي:

تعزيز البنية المؤسسية والرقمية: من خلال تقوية حضور المؤسسات الدينية الرسمية على المنصات الرقمية لضمان المصداقية، وإنشاء وحدات متخصصة لمراجعة وضبط الفتاوى الرقمية قبل النشر، وتنظيم قواعد بيانات مركزية تسهل الرجوع إلى الفتاوى وتوثيقها

تطوير الكوادر البشرية: من خلال تدريب المفتين على التعامل مع الإعلام الرقمي وأساليبه الحديثة، وإشراك خبراء إعلاميين مع المختصين الشرعيين لضمان تقديم محتوى متوازن، ووضع معايير واضحة لاعتماد المفتين الرقميين وضمان جودة المحتوى.

وضع ضوابط ومعايير للفتوى الرقمية: من خلال الالتزام بالدقة الشرعية وسياق الفتوى الكامل، واستخدام لغة واضحة ومبسطة دون الإخلال بالمعنى، وتجنب العناوين أو أساليب التقديم التي قد تضلل الجمهور. توظيف الفتوى إعلاميًا بمسؤولية: ويتحقق ذلك باعتماد أساليب تفاعلية مسؤولة في نشر الفتوى على الوسائط الرقمية، ومتابعة تأثير الفتاوى على الجمهور لضمان المسؤولية، وإنتاج محتوى متنوع يناسب جميع فئات المجتمع.

تعزيز التكامل بين الشرع والإعلام: بتعزيز التعاون الوثيق بين الفقهاء وخبراء الإعلام؛ لضمان جودة تقديم الفتوى الرقمية، مع إجراء تقييم دوري لمدى التزامها بمعايير الحوكمة، بالإضافة إلى التنسيق المستمر بين المؤسسات الدينية لضمان انسجام السياسات الرقمية وتعزيز فاعلية التواصل مع الجمهور.

قائمة المصادر والمراجع

- الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU). (2025). عدد مستخدمي الإنترنت يتزايد على الصعيد العالمي. الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU).
- الكويتية الموسوعة الفقهية. (1415هـ - 1995م). الموسوعة الفقهية الكويتية (الإصدار 1، المجلد 31). الكويت: وزارة الأوقاف الإسلامية الكويتية.
- جمال الدين ابن منظور. (1414هـ). لسان العرب (الإصدار 3). بيروت، لبنان: دار التراث العربي.
- مصطفى شكري علوان. (جانفي - جوان، 2023)، البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة، دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا". المجلة العلمية لبحوث الصحافة/ كلية الإعلام، 25 (2).
- Digital religion. (بدون تاريخ). تاريخ الاسترداد 07 04 2026، من Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_religion
- S. J, Peppas, S. C Simon. (2004). An examination of media richness theory in product Web site designs an empirical study. The Journal of Policy, Regulation and Strategy fo telecommunications, Information and Media، 6 (4).
- Powell Software: What is Governance (2026). تاريخ الاسترداد 11 03 2026، من <https://powell-software.com/resources/blog/workplace-digital-communication>

الملحق رقم 01

- أجرى الباحث عدداً من المقابلات الشخصية المتعمقة مع عدد (9) من القيادات الدينية والأكاديمية، والمسؤولين عن الفتوى بالأزهر الشريف، وهم:
 - أ.د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية، والأمين العام السابق لهيئة كبار العلماء.
 - أ.د/ فتحي عثمان الفقي، عضو هيئة كبار العلماء، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ:
 - أ.د/ علي حسين، رئيس لجنة الفتوى الرئيسية بالجامع الأزهر، مقابلة شخصية بتاريخ الإثنين
 - أ.د/ محمد صلاح حلمي، رئيس قسم أصول الفقه بكلية الشريعة والقانون- جامعة الأزهر، وعضو لجنة الفتوى الرئيسية بالجامع الأزهر.
 - أ.د/ محمد العزازي، رئيس قسم أصول الفقه بكلية البنات الأزهرية بالعاشر من رمضان- جامعة الأزهر، وعضو مركز الإشراف على لجان الفتوى بالأزهر الشريف.
 - أ.د/ إسماعيل الشنديدي، رئيس قسم الفقه بكلية الشريعة والقانون بطنطا- جامعة الأزهر.
 - أ.د/ محمود عبد الجواد، الأستاذ بكلية الشريعة والقانون- جامعة الأزهر، وعضو لجنة الفتوى الرئيسية بالجامع الأزهر.
 - أ.د/ أحمد خيرى، الأستاذ المساعد بكلية الشريعة والقانون- جامعة الأزهر، وعضو لجنة الفتوى الرئيسية بالجامع الأزهر.
 - أ.د/ أبو الخير نشأت، الأستاذ المساعد بكلية الشريعة والقانون- جامعة الأزهر، وعضو المكتب الفني بأكاديمية الأزهر العالمية.

الملحق رقم 02

- أجرى الباحث عدداً من المقابلات الشخصية المتعمقة مع عدد (6) من الأكاديميين والخبراء الإعلاميين خلال عام (2026م)، وهم:
 - أ.د/ رضا أمين، عميد كلية الإعلام بنين- جامعة الأزهر.
 - أ.د/ عادل فهي، الأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.
 - أ.د/ سامح عبد الغني، وكيل كلية الإعلام بنين- جامعة الأزهر.
 - أ.د/ محمد الورداني، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام بنين – جامعة الأزهر، ورئيس المركز الإعلامي بمجمع البحوث الإسلامية.
 - أ.د/ إسماعيل عبد الرازق، الأستاذ المساعد بكلية الإعلام بنين – جامعة الأزهر.
 - الإعلامي أ/ عبد الرحمن سعد، مدير تحرير صحيفة الأهرام.