ضوابط مشروعية الإعلانات التجارية في الفقه الإسلامي

أ . سعاد حايد

كلية الحقوق. جامعة جيجل

ملخص

تعتبر الإعلانات التجارية الحديثة أهم وأكثر أداة من أدوات الترويج للمنتجات والخدمات في العصر الحديث، بل ولا يمكن بأي حال من الأحوال إغفال موقعها في الحياة الاقتصادية المعاصرة، ولا تأثيرها على اختيارات المستهلك ورغباته.

ولئن كانت هذه الإعلانات سلاح ذو حدين بين الصدق والكذب والمشروعية والتضليل، فإن للفقه الإسلامي فيها موقف دقيق، يجمع فيه فقهاؤه بين شكلها ومضمونها، ويضعون لشرعيتها ضوابط، مستوحاة من النصوص القرآنية والسنة النبوية، فهي سليمة إن كانت خالية من المحرمات كالكذب والتضليل ومفسدات الدين والعقل والبدن، ومراعية للآداب الشرعية في شكلها وإخراجها، فإن اختل فيها شرط كان لهم فيها كلام غير ذلك، وهو ما يفترض

بشأنها الصدق والتبيين والابتعاد عما حرم الله، والنصيحة في المعاملات بين عامة المسلمين وخاصتهم، لأن معرفة هذه الضوابط هو ما يجعلنا نفرق بين ما يظهر منها حينا بوصف مشروع، وما يظهر أحيانا على خلافه.

Résumé

Les annonces commerciales contemporaines est l'outil le plus important des instrument de diffusion des produits et services dans le temps moderne , et en tout état de cause , personne ne peut occulter sa position et son rôle dans la vie économique moderne ainsi que son impact sur les choix du consommateur et ses désirs .

Quoique que lesdites annonces sont une arme à double tranchant entre la réalité et la mensonge la jurisprudence et fiqh islamique a , à ce propose une attitude précise dont les faiqihs ressemblent entrez sa forme et son contenu et mettant des règles quant à sa légitimité , issues de textes coranique et de la sunna mohammadienne , ainsi , elle est saine si elle est exempte de tout prohibition tels le mensonge, la désillusion et choses entachant la religion , l'esprit et le corps et prenant soin de la moralité légitimes dans sa forme et conception, et si une condition en fait défaut ,ils auront un autre mot à dire la-dessus ; ce qui suppose à son égard la vérité et la conformation de la véracité de la donne en s'écartant de tout

ce qui prohibé par dieu le tout puissant ainsi que le conseil prodigué entre l'ensemble des musulmans et leurs particuliers en terme de transactions , car la connaissance de ces règles est la meilleur façon qui puissent nous permettre de distinguer entre ce qui en apparait parfois comme légitime et ce que ne l'est pas .

مقدمة

يشغل موضوع الإعلانات التجارية في العصر الحديث مكانة هامة بين أساليب وطرق تسويق المنتجات على المستويين المحلي والدولي، وذلك باعتباره أداة فعالة في يد المحترفين تشمل التعريف بالسلعة وإبراز مزاياها وامتداح آثارها قصد الإقبال عليها.

ولما كانت هذه الإعلانات موجهة بالدرجة الأولى إلى طائفة المستهلكين، فإن هذه الأخيرة تعاني من طغيان طرق التغرير بها وتنوع وتعدد وسائلها، خصوصا حينما تعتمد على الوسائل الحديثة في الإعلان عن المنتوج، واللقطات الإشهارية في ذكر محاسنه وبيان تفوقه على غيره، فيلجأ أصحابها إلى قنوات التلفزيون وشبكات الأنترنت والصحف والمجلات، من أجل إخراجها في شكل جذاب يغري الناس بالشراء والاقتناء، بهدف تسويق الإنتاج وزيادة الأرباح .

فالإعلانات أو الإشهارات التجارية الحديثة بقدر ما تعبر عن حس فني رفيع وإبداع في الإخراج وقدرة على الإقناع، إلا أن ذلك لا يعني بالضرورة صلاحيتها للاستعمال، لأن المنتوجات المعلن عنها قد لا تعبر عن الحقيقة الخفية

الكامنة بداخلها، كما قد لا تعطي النتائج المعلن عنها ، وهو ما يدخلنا في دائرة التضليل والخداع والكذب في الإعلان، ومن ثم فإن الفقه الإسلامي وبحكم تحريمه للتغرير والخداع واهتمامه بالقيم والأخلاق وصحة الإنسان، لا يمكن له إلا أن يقف في وجه هذه الإعلانات، لما فيها من مساس بكليات الدين وجزئياته، وما تعود به من أضرار وسلبيات على المستهلكين، فما هي الضوابط الشرعية التي تحكم صحة وسلامة الإعلانات التجارية في الإسلام ؟ أو بتعبير آخر ما موقف الفقه الإسلامي من الإعلانات التجارية الحديثة ؟

ومن أجل الإجابة على هذه الإشكالية سوف نركز دراستنا هذه على استظهار هذه الضوابط حسب التقسيم التالي:

المبحث الأول: خلو الإعلان التجاري من الكذب والخداع

المبحث الثاني: صلاحية الشيء المعلن عنه للتعاقد وعدم منافاته للآداب الشرعية

المبحث الثالث: الصدق في الإعلام وواجب النصيحة

المبحث الأول: خلو الإعلان التجاري من والكذب والخداع

الكذب والخداع صفتان لازمتا الإنسان مند وجوده على سطح الأرض، لذاك لا عجب أن كل الشرائع السماوية والوضعية قد نبذتهما، مثل باقي الأفعال الذميمة والتصرفات المشينة، لذلك وفي إطار تحديد المقصود بخلو الإعلان من الكذب والتضليل لابد من تحديد مفهوم كل من الكذب والخداع

(المطلب الأول) قبل إبراز الأدلة الشرعية على تحريمهما (المطلب الثاني) وصورهما في الإعلانات التجارية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: تحديد مفهوم الكذب والخداع في الإعلانات التجارية

أولا : مفهوم الكذب في الإعلانات التجارية

الكذب في **اللغة** من كذب كذبا وكذبا وكذابا، وهو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه في الواقع، وكذبه، أخبر عنه بما لم يكن فيه [1].

أما الكذب في الإعلانات التجارية فيتحقق بكل ما يفتريه المتعاقد من أقوال وأفعال إذا كان من شأنها أن تغر المتعاقد الآخر وتحمله على التعاقد ، وهو صفة ذميمة بل وكبيرة من الكبائر في الفقه الإسلامي، ولعل أهم صوره في المعاملات التجارية الكذب في بيوع الأمانة، والتغرير والخداع في البيع والشراء.

ثانيا: مفهوم الخداع في الإعلانات التجارية

الخداع في **اللغة** مصدر خدع وخادع وأخدع وهو مأخوذ من الخديعة أي إخفاء الشيء، يقال خدع الريق في الفم لأنه يخفى في الحلق ويغيب [2]، وفي

---

[1] مجمع اللغة العربية ، **المعجم الوسيط** ، ط 4 ، القاهرة ، دار الشروق الدولية ، 1425 هـ. 2004 ، ص 780 .

[2] أبو الحسن أحمد بن زكريا الرازي ابن فارس ، **معجم مقاييس اللغة** ، ط 2 ، مج 1 ، بيروت لبنان ، دار الكتب العلمية ، 2008، ص 348

معنى آخر الخداع الحيلة ومنع الحق، ومنه الخادع الجائر المخالف للقصد، الذي لا يوثق بمودته[1].

أما في الفقه الإسلامي فالخداع قد يأخذ معاني متعددة بين التغرير والغبن والتدليس، والكذب والتضليل:

ـ **الغبــن**: الغبن في اصطلاح الفقهاء أن يكون أحد البدلين غير مكافئ للآخر في القيمة عند التعاقد[2]، وقد قسمه الفقهاء إلى غبن يسير وغبن فاحش حسب درجة الجسامة التي وقع عليها .

وعليه فإن عدم التناسب بين السلعة وثمنها أو السلعة ونظيرتها يعتبر غبنا.

ـ **التدليــس**: وهو أن يفعل البائع في المبيع فعلا يستر به عيبا فيظهر في صورة السالم[3]. وهذا المعنى أقرب إلى الغش منه إلى الخداع بدليل أن فعله منصب على السلعة لا على المتعاقد، بالرغم من تعدد صوره بين تدليس قولي وتدليس فعلي وتدليس عن طريق الكتمان .

---

[1]، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور ، **لسان العرب** ، ط 5 ، مج 5 ، بيروت ، دار صادر ، 2005 ، ص 29 .

[2]علي الخفيف ، **أحكام المعاملات الشرعية** ، د ط ، القاهرة، د ار الفكر العربي ، 2008، ص 356 .

[3]وأبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربي الحطاب ، **مواهب الجليل لشرح مختصر خليل** ، ط 1 ، ج 4، بيروت لبنان ، دار الكتب العلمية ، 1416 هـ. 1995 م ، ص 438 .

ـ **التغريــر**: التغرير هو وصف المبيع للمشتري بغير صفته الحقيقية [1]، أو هو الإغراء بوسيلة قولية أو فعلية كاذبة لترغيب أحد المتعاقدين في العقد وحمله عليه [2].

والحقيقة أن معاني التغرير هذه لا يمكن معها إلا القول بأنها لا تخرج عن معنى ما اصطلح على تعريفه في الفقه القانوني بالخداع، ثم لا يجب أن ننسى أن هذا التغرير قد ينتج عنه غبن الطرف المتعاقد غبنا يسيرا أو فاحشا، لأنه قد يكون تغريرا في الوصف أو السعر، وأنه قد يكون قوليا أو فعليا، الأمر الذي يجعلنا ندرك بأن هذا المعنى هو المراد أو المنطوي عليه مصطلح الخداع، بدليل أن المعاجم اللغوية لا تخرج في تعريفها للتدليس والإغراء عن الخديعة .

ومن ثم يمكن أن نستشف بعض العناصر الأساسية التي تكون هذا الفعل والتي يمكن حصرها في ما يأتي:

ـ أن الخداع يقع على المتعاقد بغرض تظليله وترغيبه في اقتناء سلعة معينه أو استعمال خدمه ما .

ـ أن يكون هناك عقد بين الطرفين البائع والمشتري بغض النظر عن كونه بيعا أو غيره .

---

[1] المادة 164 من مجلة الأحكام العدلية ، ط 1 ، بيروت لبنان ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 1999 ، ص 18.

[2] مصطفى الزرقا ،**المدخل الفقهي العام** ، ط 1 ، ج 2 ، دمشق ، دار القلم ، 1418 هـ . 1998 م ص 463 .

ـ أن جوهره استعمال وسائل قولية أو فعلية توهم المتعاقد بصفات غير حقيقية للمنتوج بهدف الربح غير المشروع .

المطلب الثاني: الأدلة الشرعية على تحريم الكذب والخداع في الإعلانات التجارية

في ظل النصوص القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة، يمكن أن نستشف مجموعة من المبادئ التي تبين لنا حرمة الكذب والخداع بصفة عامة وحتى الغش في الإعلانات التجارية بصفة خاصة، ولعل من أهمها النصوص التي تنهى عن الكذب وتأمر بالصدق وحسن الأخلاق.

أولا :النصوص العامة في النهي عن الكذب والأمر بالصدق

ـ قال تعالى في معرض وصفه للكذابين : ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ يَفۡتَرُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلۡكَذِبَ لَا يُفۡلِحُونَ ﴾ [1] وقوله أيضا ﴿ ٱنظُرۡ كَيۡفَ يَفۡتَرُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلۡكَذِبَۖ وَكَفَىٰ بِهِۦٓ إِثۡمٗا مُّبِينٗا ﴾ [2].

وفي المقابل يذكر المنزلة الرفيعة للنيئين والصديقين : ﴿ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ فَأُوْلَٰٓئِكَ مَعَ ٱلَّذِينَ أَنۡعَمَ ٱللَّهُ عَلَيۡهِم مِّنَ ٱلنَّبِيِّـۧنَ وَٱلصِّدِّيقِينَ وَٱلشُّهَدَآءِ وَٱلصَّٰلِحِينَۚ وَحَسُنَ أُوْلَٰٓئِكَ رَفِيقٗا ﴾ [3]. كما قال تعالى : ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَكُونُواْ مَعَ ٱلصَّٰدِقِينَ ﴾ [4].

---

[1] سورة النحل ، الآية 116 .

[2] سورة النساء ، الآية 50 .

[1] سورة النساء ، الآية 69 .

[2] سورة التوبة ، الآية 119 .

ورغم عمومية هذه النصوص بكافة مجالات الحياة باعتبار الصدق سيد الأخلاق وتاج الفضائل، والكذب أقبح الذنوب وممحق الحسنات، فإن الأحاديث النبوية الشريفة الواردة في ذم الخداع وتحريمه كانت أكثر تخصيصا، حيث ربطته بالمعاملات التجارية التي يجب أن يتفادى فيها التاجر المسلم الكذب، ويتحرى فيها الصدق وقول الحق .

ثانيا: النصوص الخاصة في تحريم الكذب والخداع في المعاملات

قال صلى الله عليه وسلم : **البيعان بالخيار ما لم يتفرقا ، فإن صدقا وبينا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما**[1].

قال الحافظ ابن حجر رحمه الله: في الحديث حصول البركة لهما إن حصل منهما الشرط وهو الصدق والتبيين، ومحقها إن وجد ضدهما وهو الكذب والكتم ، وهل تحصل البركة لأحدهما إذا وجد منه المشروط دون الآخر، ظاهر الحديث يقتضيه ويحتمل أن يعود شؤم أحدهما على الآخر بأن تنزع البركة من المبيع إذا وجد الكذب أو الكتم من كل واحد منهما، وإن كان الأجر ثابتا للصادق المبين والوزر حاصل للكاذب الكاتم [2].

---

[1] أخرجه البخاري في صحيحه ، أنظر **صحيح البخاري** ، كتاب البيوع ، باب ما يمحق الكذب والكتمان في البيع ، رقم 2079 ، ج 2 ، ص 83 ، ومسلم في صحيحه ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب البيوع باب الصدق في البيع والبيان، ج 5 ، ص 10 .

[2] شهاب الدين محمد بن أحمدبن حجر العسقلاني، **فتح الباري شرح صحيح البخاري** ، ج 4 ، د ط، بيروت لبنان ، دار الكتب العلمية ،د ت ، ص 311 .

ـهذا وقد أثنى صلى الله عليه وسلم على التاجر الصادق في معاملاته، الأمين في أخذه وعطائه بقوله عليه أزكى الصلاة والتسليم: **التاجر الصادق الأمين مع النبيئين والصديقين والشهداء** [1].

فالحديث الشريف بين لنا عينة من أولئك الأشخاص الصالحين الذين ذكرتهم الآية الكريمة السابقة الذكر والتي كان خطابها عاما لكافة من صلح من المسلمين ، والذين من بينهم التاجر الصدوق حسب الحديث الشريف . فعلى التاجر المسلم بائعا كان أو مشتري أن يتق الله ويتحلى بأطيب الصفات، فعن إسماعيل بن عبيد أنه خرج مع النبي صلى الله عليه وسلم إلى المصلى فرأى الناس يتبايعون فقال: **يا معشر التجار**، فاستجابوا فقال: يا معشر التجار فاستجابوا لرسول الله صلى الله عليه وسلم ورفعوا أعناقهم وأبصارهم إليه فقال: **إن التجار يبعثون يوم القيامة فجار إلا من اتق الله وبر وصدق** [2].

ـكما قال صلى الله عليه وسلم في مدحه لصفة الصدق الركيزة التي تقوم عليها المعاملات وذمه للكذب الذي يمحق البركات : **عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة، وما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقا، وإياكم والكذب فإن الكذب**

---

[1] أخرجه الترمذي ، انظر **صحيح سنن الترمذي** ، كتاب البيوع عن رسول الله ، باب ما جاء في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم اياهم ، رقم 1209 ، ج 2 ، ص 498 .

[2] أخرجه الترمذي ، أنظر **صحيح سنن الترمذي** ، كتاب البيوع ، باب ما جاء في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم اياهم ، رقم 1210 ، ج 2 ، ص 499 .

يهدي إلى الفجور ، وإن الفجور يهدي إلى النار، وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذابا [1].

فعلى المسلم الذي يفترض أن يحب لنفسه ما يحب لغيره أن يحرص كل الحرص على استحضار أقواله وأخلاقه صلى الله عليه وسلم، في عمله وأن لا يدع ملذات الدنيا تؤثر في تصرفاته، قال تعالى: ﴿ أَلَا يَظُنُّ أُوْلَٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبْعُوثُونَ ٤ لِيَوْمٍ عَظِيمٍ﴾ [2] .

أما الأصل في تحريم الغش فهو ما رواه أبو هريرة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم مر برجل يبيع طعاما فأعجبه فأدخل يده فيه فنالت أصابعه بلل، فقال: **ما هذا يا صاحب الطعام؟** قال: أصابته السماء يا رسول الله، فقال: **أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس، من غشنا فليس منا**[3].

فهذا الحديث يعتبر الأصل في تحريم الغش وتجريمه في الفقه الإسلامي، برغم تضافر أدلة كثيرة من الكتاب والسنة والإجماع، واتفاقها كلها على نبذ هذا السلوك بكافة أنواعه، وتحريمه في معاملات المسلمين.

المطلب الثالث: صور الإعلانات التجارية الكاذبة والخادعة

---

[1] أخرجه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب البروالصلة والآداب ، باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضله، ج 8 ، ص 29 .

[2] سورة المطففين ، الآيتين 4 . 5 .

[3] أخرجه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب الإيمان ، باب قوله صلى الله عليه وسلم من غشنا فليس منا ، ج 1 ، ص 69 .

تتعدى البيانات والمعلومات الخاصة بالسلع والخدمات في الفقه الإسلامي تلك المتعلقة بسعرها الحقيقي، لذلك فهي أكثر اتساعا منه لتشمل كل المعلومات الخاصة بمواصفات السلع وخصائصها الجوهرية والتكميلية وحتى مصدرها وطبيعتها وطريقة صنعها في بعض الحالات لذلك فسوف نقتصر على أهم الصور التي يقع الخداع والكذب فيها على النحو الآتي:

ـ الخداع في الطبيعة: طبيعة المنتوج هي حقيقته أو مجموع العناصر المكونة له والتي تكون دافعا للإقبال عليه، أما الخداع فيها فهو التغيير الجسيم في خصائص الشيء المبيع، بحيث إما أن يفقده طبيعته الأولى وإما أن يجعله غير صالح كليا للاستعمال الذي أعد من أجله، وفي هذه الحالة نكون أمام إنتاج جديد مغاير تماما للشيء المتفق عليه [1]، ومثال ذلك وصف زيت المائدة على أنه زيت الزيتون .

ويرى الفقهاء بأنه لا يجب التوسع في تفسير كلمة طبيعة لأنها تتداخل حينذاك مع الصفات الجوهرية للشيء والتي سوف نتطرق إليها بعد هذا

ـ الخداع في الخصائص الجوهرية: الصفات الجوهرية هي الصفات التي لو علم المتعاقد انعدامه في المنتوج أو الخدمة ما كان ليقدم على التعاقد بشأنها،

---

[1] عبد الفضيل محمد أحمد ، **الإعلان عن المنتجات والخدمات من الناحية القانونية** ،د ط ، المنصورة ، مكتبة الجلاء الجديدة ، د ت ، ص 191 .

وبتعبير آخر هي تلك الصفات الرئيسية التي يتضمنها الشيء موضوع العقد والتي تقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة من وجهة نظر المتعاقد [1].

وهذه الصورة من صور الخداع هي الأكثر شيوعا وانتشارا في الواقع، نظرا لاختلاف هذه الخصائص من شخص إلى آخر، مما يجعلها مرنة تتسع وتضيق بحسب الدوافع الشخصية للأفراد والتي لا تتفق في غالبية الأحيان على نفس الأذواق، فما يعتبر صفة أساسية لمنتوج عند شخص قد لا يكون كذلك عند آخر[2].

ـ الخداع في التركيب ونسبة المقومات: ويعبر عنه بعض فقهاء القانون بالعناصر النافعة أو تركيب البضاعة ، والمقصود بذلك التكوين أو المحتوى الذي يدخل فيها والذي من المفترض أن لا يخرج عن إحدى الصفات التي تؤدي إلى التعاقد، أما الخداع فيها فيقصد به وجود علامة كاذبة على الكمية أو الكيفية أو الطريق الخاصة بالعناصر التي تتكون منها البضاعة [3]، أو هو البيان كذبا عن وجوده ومقدار العناصر الداخلة في تركيبه بغض النظر عن كونها نافعة أم لا.

---

[1] محمد بودالي ، **شرح جرائم الغش في السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية** ، د ط ، القاهرة، دار الفجر للطباعة والنشر ، 2005 ، ص 18 .

[2] أحمد محمد محمود على خلف ، **الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية** ، دراسة مقارنة ، د ط ، الإسكندرية ، دار الجامعة الجديدة ، 2005 ، ص 175.

[1] خلف الله عبد العالي أحمد ، مرجع سابق ، ص 146 .

فتقوم جريمة الخداع إذا كان هناك فارق أساسي في تكوين الفعل الموجود بالفعل وتكوينه على النحو الذي وصفه به البائع أو التاجر والمخالف للوائح التنظيمية ،

ـ الخداع في الكمية: تتسع كمية المنتوج لتشمل كل من وزنه وكيله وعدده وحتى مقاسه وطاقته [1]، لأن كل واحدة هذه المصطلحات تعبر عن جزء مؤثر يتحدد به كمية الشيء حسب نوعه إن كان يوزن أو يقاس أو يعد .

وقدجاء في صريح آيات قرآنية كثيرة النهي عن بخس الكيل أو الوزن والانتقاص منهما، والحث على إيفائهما تحت طائلة العذاب في الدنيا والآخرة للمخالفين المعتدين على أوامر الله تعالى ونواهيه ، قال تعالى ﴿ وَأَوْفُواْ ٱلْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُواْ بِٱلْقِسْطَاسِ ٱلْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴾ [2] .

والقسطاس في الآية هو الميزان المستقيم أي الذي لا اعوجاج فيه ولا انحراف ولا اضطراب، كان ابن عباس رضي الله عنه يقول: يا معشر الموالي إنكم وليتم أمرين بهما هلك الناس قبلكم: هذا المكيال وهذا الميزان وقال: ذكر لنا أن نبي الله صلى الله عليه وسلم يقول: **لا يقدر رجل على حرام ثم يدعه ليس به**

---

[1] ويضيف بعض الفقهاء ما يسمى بالعيار ، وذلك عند الحديث عن كيفية قياس بعض المعادن الثمينة كالذهب وغيره ، باعتبار أن هذا العيار يكون الدافع الأساسي للتعاقد في غالبية الحالات .

[2]. سورة الإسراء ، الآية 35 .

إلا مخافة الله إلا أبدله الله له في عاجل الدنيا قبل الآخرة ما هو خير له من ذلك .[1]

وقال تعالى أيضا ﴿ وَيَٰقَوۡمِ أَوۡفُواْ ٱلۡمِكۡيَالَ وَٱلۡمِيزَانَ بِٱلۡقِسۡطِۖ وَلَا تَبۡخَسُواْ ٱلنَّاسَ أَشۡيَآءَهُمۡ وَلَا تَعۡثَوۡاْ فِي ٱلۡأَرۡضِ مُفۡسِدِينَ ﴾[2].

فقد كان قوم شعيب عليه السلام مع كفرهم أهل بخس وتطفيف، كانوا إذا جاءهم البائع بالطعام أخذوا بكيل زائد واستوفوا بغاية ما يقدرون عليه وظلموا، وإن جاءهم مشتر للطعام باعوه بكيل ناقص وشححوا له بغاية ما يقدرون، فأمروا بالإيمان إقلاعا عن الشرك وبالوفاء نهيا عن التطفيف [3] .

وقال أيضا ﴿ وَيۡلٞ لِّلۡمُطَفِّفِينَ ١ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكۡتَالُواْ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسۡتَوۡفُونَ ٢ وَإِذَا كَالُوهُمۡ أَو وَّزَنُوهُمۡ يُخۡسِرُونَ ٣ أَلَا يَظُنُّ أُوْلَٰٓئِكَ أَنَّهُم مَّبۡعُوثُونَ ٤ لِيَوۡمٍ عَظِيمٖ ٥ يَوۡمَ يَقُومُ ٱلنَّاسُ لِرَبِّ ٱلۡعَٰلَمِينَ﴾[4]

التطفيف هو إساءة الكيل والميزان وظلم الناس في البيع والشراء بإنقاص الأحجام والأوزان، وهو بهذا يؤسس للبغي والعصيان، بدليل تحذيره سبحانه تعالى معشر المطففين وتوعده لهم بالإثم والعقاب، من جراء اتصافهم بأخبث

---

[1] أبوالفداء إسماعيل بن كثير القرشي ابن كثير **تفسير القرآن العظيم** ، ط 1 ،ج 3 ، القاهرة ، المكتب الثقافي للنشر والتوزيع ، 2001، ص 43.

[2] سورة هود ، الآية 85 .

[3] محمد بن حبان بن أحمد بن أبي حاتم التميمي البستي القرطبي **الجامع لأحكام القرآن** ، د ط ، مج 5، ج 9 ، بيروت لبنان ، دار إحياء التراث العربي ، 1966، ص 85.

[4] سورة المطففين ، الآيات 1 ـ 6 .

الأوصاف وابتغائهم ملذات الدنيا على مكارم الأخلاق وأدوم الخيرات، لأن المقصود بالويل هو الخسارة والهلاك والتباب.

أما من الأحاديث النبوية التي تنهى عن الغش والتطفيف في الكيل والميزان قوله صلى الله عليه وسلم: **يا معشر المهاجرين خمس إذا ابتليتم بهن، وأعوذ بالله أن تدركوهن، لم تظهر الفاحشة في قوم قط حتى يعلنوا بها إلا فشا فيهم الطاعون والأوجاع التي لم تكن مضت في أسلافهم الذين مضوا، لم ينقصوا المكيال والميزان إلا أخذوا بالسنين وشدة المؤنة وجور السلطان**[1].

ـ الخداع في مصدر الشيء: قد يطلق على مصدر الشيء في بعض الحالات لفظ أصله أو منشئه، وهي كلمات مترادفة تعبر عن مكان الإنتاج إذا تعلق الأمر بالسلع المادية طبيعية كانت أو صناعية، بالإضافة إلى أنسابها إذا تعلق الأمر ببعض الحيوانات التي يكون السبب في التعاقد بشأنها هو أصلها، كما هو الحال بالنسبة للخيول والأحصنة، فعادة ما يكذب التجار في أصل الألبسة ونوعها مثلا بأنها شامية في حين أنها من صنع بلد آخر، وفي التمور المعروضة للبيع بأنها حجازية في حين أنها غير كذلك .

ـ الخداع في سعر السلعة:

والسعر هو أهم ما ينخدع فيه المستهلك خاصة، باعتباره الدافع إلى التعاقد في غالبية الحالات، ويتحقق الخداع فيه بالكذب في قيمته إذا كان من

أخرجه ابن ماجة ، انظر **سنن ابن ماجة** ،كتاب الفتن ، باب العقوبات ، رقم 2233 ، ج 5 ، ص 4019 .[1]

شأنه أن يغر المشتري ويحمله على التعاقد، كالكذب في السعر فيما يتعلق ببيوع الامانة.

ففي هذه البيوع يلتزم البائع بالصدق في إخبار المشتري عن الثمن الحقيقي التي اشترى به سلعته باعتباره أساسا لثمن المبيع، فإذا حصل منه كذب في شيء من ذلك كأن زاد ولو قليلا في الثمن، فإن عمله هذا يعتبر خديعة ويكون بيعه تبعا لذلك مشوبا بالخداع والتغرير، وقد قال تعالى ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ﴾[1]

والحقيقة أن الخداع في الأصل أو المصدر قد يتداخل مع غيره من المقومات الأخرى كالنوع مثلا ، كما أن الخداع في الطبيعة أو التركيب يتقارب ويتداخل مع الخداع في الخصائص الجوهرية إلى درجة يصعب معها التمييز بينها، لذلك فإن الاقتصار على بعض هذه الصور قد يوفي بالغرض المطلوب في أنواع الخداع .

المبحث الثاني: صلاحية الشيء المعلن عنه للتعاقد شرعا وعدم منافاته للآداب الشرعية

وفي هذا الصدد لابد من التطرق لمجموعة من السلع التي كان للفقه الإسلامي غاية من تحريم الإعلان عن التعامل فيها، نظرا لمفاسدها المتنوعة (المطلب الأول)، بالإضافة إلى المنتجات الأخرى التي يشترط لصحة الإعلان عنها عدم منافاة هذا الأخير للآداب الشرعية (المطلب الثاني) .

---

[1]. سورة الأنفال ، الآية 27 .

المطلب الأول: تحريم الإعلان عن السلع المحرمة

ويشمل ذلك كل من السلع المفسدة للدين والعقل والبدن:

أولا: تحريم الإعلان عن السلع المفسدة للدين

يقتضي المنهج السليم للدين الإسلامي الحنيف من الأفراد احترام المبادئ الغراء التي يقوم عليها، والامتثال لتعاليمه السمحاء في تحري الحلال والابتعاد عن الحرام ، وكما قال صلى الله عليه وسلم : **إن الحلال بين وإن الحرام بين وبينهما مشتبهات لا يعلمهن كثير من الناس**[1]. فالدين بمفهومه الواسع شامل لجميع مناحي الحياة التي تنظم علاقة العبد بربه وعلاقته بغيره، فهو عقيدة وشريعة، عبادات ومعاملات، يقتضي منا كمنهاج شامل الحفاظ عليه عن طريق احترام الأحكام التي شرعها الله تعالى لذلك، ولعل من بين هذه الأحكام تحريم السلع والخدمات المفسدة له والتي لا تتفق مع عقيدة المسلم كالأصنام بيعا وشراء وعرضا واعتقادا، والمجلات الداعية إلى الاعتقادات الوثنية والشيوعية أو الكتب الداعية إليها ومن تم تحريم الإعلان عنها.

1– فتحريم الأصنام جاء مصداقا لقوله صلى الله عليه وسلم: **إن الله ورسوله حرما بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام**[2]. انطلاقا من نحتها

---

[1] أخرجه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب المساقاة ، باب أخذ الحلال وترك الشبهات ، ج 5، ص 50.

[2] أخرجه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب المساقاة ، باب تحريم بيع الخمر والميتة والخنزير والأصنام ، ج 5 ، ص 41 .

وصناعتها والانتفاع بها وانتهاء ببيعها وعبادتها، حفظا للعقيدة الإسلامية من الفساد، ولأنها معلم من معالم المجتمعات الوثنية التي جاء الإسلام لمحاربتها.

ويلحق بالأصنام في الحكم كل سلعة أو آلة تتخذ للشرك أو تعمل على إفساد عقيدة التوحيد، يقول الحافظ ابن حجر رحمه الله: والعلة في منع وبيع الأصنام عدم المنفعة المباحة، فعلى هذا إن كانت بحيث إذا كسرت ينتفع برضاضها جاز بيعها عند بعض العلماء من الشافعية وغيرهم، والأكثر على المنع حملا على ظاهره، والظاهر أن النهي عن بيعها للمبالغة في التنفير عنها، ويلتحق بها في الحكم الصلبان التي تعظمها النصارى، ويحرم نحت جميع ذلك وصنعته[1].

2– ما أهل لغير الله به : مصداقا لقوله تعالى ﴿ حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ ٱلْمَيْتَةُ وَٱلدَّمُ وَلَحْمُ ٱلْخِنزِيرِ وَمَآ أُهِلَّ لِغَيْرِ ٱللَّهِ بِهِۦ وَٱلْمُنْخَنِقَةُ وَٱلْمَوْقُوذَةُ وَٱلْمُتَرَدِّيَةُ وَٱلنَّطِيحَةُ وَمَآ أَكَلَ ٱلسَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى ٱلنُّصُبِ ﴾ [2].

والمقصود بما أهل لغير الله به كل دابة سمي عليها اسم غير اسم الله تعالى عند ذبحها [3]، ولا فرق بينها وبين ما ذبح على النصب من حيث التحريم، لأنه من جنس ما أهل لغير الله به، من حيث أنه يذبح بقصد العبادة لغير الله تعالى، ولكنه أخص عنه، فما أهل لغير الله به قد يكون ذبح لصنم من الأصنام

---

[1] ابن حجر العسقلاني ، مرجع سابق ، ج 4 ، ص 426

[2] سورة المائدة ، الآية 03

[3] ابراهيم محمد حسين الشويخ ، **الإشارة إلى فقه البيع والتجارة** ، ط 1 ، الأردن ، المعتز للنشر والتوزيع ، 1429 هـ. 2008 م ، ج 2 ، ص 125 .

بعيدا عنه وعن النصب، وما ذبح على النصب لابد أن يذبح على تلك الحجارة أو عندها وينشر لحمه عليها[1].

ولعل الحكمة من ذلك ليس لعلة فيه ولكن لمناقضته ابتداء للإيمان، فهو خبيث من هذه الناحية يلحق بالخبائث الحسية من الميتة والدم ولحم الخنزير[2].

ثانيا: حظر الإعلان السلع التي من شأنها إفساد العقل:

لقد أولت الشريعة الإسلامية الغراء اهتماما كبيرا بالعقل البشري باعتباره مناط التكليف وأساس المسؤولية فيها، وجعلته من المقاصد الضرورية التي ينبغي الحفاظ عليها، فنبذت كل ما له صلة باختلاله أو تعطيله عن أداء مهامه أو فقد توازن صاحبه، فحرم الإسلام الخمر وبيعه وحتى الجلوس على مائدته ، قال تعالى ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡخَمۡرُ وَٱلۡمَيۡسِرُ وَٱلۡأَنصَابُ وَٱلۡأَزۡلَٰمُ رِجۡسٞ مِّنۡ عَمَلِ ٱلشَّيۡطَٰنِ فَٱجۡتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ﴾[3]. وقال صلى الله عليه وسلم : **مدمن الخمر كعابد وثن**[4].

ونظرا لما لسلوك الفرد من علاقة بعقله وما لجسمه من علاقة بما يتناوله، فقد حرص الإسلام على حماية جمهور المستهلكين من كل ما قد يؤثر في سلامة

---

[1] محمد رشيد رضا ، **تفسير المنار** ، ط 3 ، ج 6 ، مصر ، دار المنار ، 1367 هـ ، ص 147 .

[2] سيد قطب ، **في ظلال القرآن** ، ط 10 ، ج 6 ، بيروت القاهرة ، دار الشروق ، 1982،ص 840.

[3] سورة المائدة ، الآية 90 .

[4] رواه ابن ماجة ، **انظر سنن ابن ماجة** ، كتاب الأشربة ، باب مدمن الخمر ، رقم 3375 ، ج 5 ، ص 79.

قدراتهم العقلية والذهنية التي تنعكس على تصرفاتهم في تمييز الخبيث من الطيب والنافع من الضار والصالح من الطالح. فالعقل هو العلم بخير الخيرين وشر الشرين أو هو النور الروحاني الذي تدرك به النفس العلوم الضرورية والنظرية [1]، أما الخمر فأصلها ستر الشيء وتغطيته [2]، وما سمي كذلك إلا لما ليحدثه في العقل من حجب لمهامه وتغطية لوظائفه، فالله سبحانه وتعالى لا يحرم شيئا إلا ومن ورائه مصلحة للإنسانية سواء كانت فردية أو جماعية.

ولعل الحكمة من تحريم الخمر والإعلان عنها كضابط لحماية المستهلك في الإسلام، يعود بالأساس إلى الأضرار الدينية والصحية والاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، فهي سبب في انتشار العداوة والبغضاء بين الناس بصريح الآية الكريمة السابقة الذكر، فضلا عن تخدير العقل وزوال التحكم في إرادة الشخص وما ينجر عن ذلك من تفكك للأسر وانتشار للجرائم وغيرها، لذلك فقد جعل الإسلام الحد هو عقوبة من يشربها والتعزير على من اقتناها أو جلس مجلسا منكرا، أو من وجدت معه آنية خمر، لأنه ارتكب المحظور[3].

---

[1] مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي **القاموس المحيط** ، ط2 ، بيروت ، دار الكتب العلمية،1428هـ . 2007 م .ص 1046 . 1047.

[2] أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم **لسان العرب** ، ط 5 ، ج 4 ، بيروت ، دار صادر ، 2005، ص153.

[3] عبد الرحمن الشيرازي الشيرازي ، **نهاية الرتبةفي طلب الحسبة** ، د ط ، القاهرة ، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر ، 1365 هـ . 1946 م ، ص 109 .

وقد ألحقت كافة أنواع المخدرات بالخمر في التحريم لاشتراكهما في نفس العلة، فيمنع تبعا لذلك تناول القدر المؤثر على العقل من المواد والعقاقير المخدرة ويحرم تعاطيها بأي وجه من الوجوه، سواء أكان بطريق الأكل أو الشرب أو التدخين أو الحقن أو أي طريق كان، واعتبره العلماء كبيرة من الكبائر التي يستحق مرتكبها المعاقبة وثبتت حرمتها عند الأئمة الأربعة [1]

ولا بد من القول هنا أن أثر المخدرات على عقول المستهلكين يضاهي تأثير الخمور عليها، الأمر الذي جعل الفقهاء يجمعون على تحريمها قياسا على الخمور، لذلك لم يفرقوا بينهما من حيث القول بتحريمها مهما تعددت أنواعها، يقول الشيخ الدردير رحمه الله في معرض حديثه عن الأعيان الطاهرة:... بخلاف نحو الحشيشة والأفيون فطاهرة ويحرم تعاطيها لتغييبها العقل ...[2]. وقال ابن تيمية رحمه الله : ولا تأثير لكونه مأكولا أو مشروبا على أن الخمر قد يصطبغ بها والحشيشة قد تذاب في الماء وتشرب، فكل خمر يشرب ويؤكل، والحشيشة تؤكل وتشرب وكل ذلك حرام[3].

فالحرص على سلامة العقل والقوة الذهنية حرص على سلامة الفرد والمجتمع ، لذلك أجمل القرآن الكريم الأضرار التي تترتب على شرب الخمر في أول آية نزلت في شأنه في لفظ واحد " إثم" ثم أشار إلى مدى خطرها على دين

---

[1] إبراهيم محمد حسين الشويخ ، مرجع سابق ، ص114 .

[2] الدردير، **الشرح الصغيرمع حاشية الصاوي** ، مرجع سابق ، ج 1 ص47 .

[3] تقي الدين ابن تيمية أحمد ، **مجموع فتاوى ابن تيمية** ، ط 1 ، ج28 ، د م ، د ن ، د ت ، ص 34 .

المرء في الآية الثانية حين جعلها هي والصلاة – التي تعتبر أعظم أركان الإسلام بعد الشهادتين - على طرفي نقيض بقوله تعالى ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَقۡرَبُواْ ٱلصَّلَوٰةَ وَأَنتُمۡ سُكَٰرَىٰ حَتَّىٰ تَعۡلَمُواْ مَا تَقُولُونَ ﴾[1].

ثم لا ننسى أن الآيات القرآنية الكريمة والأحاديث النبوية الشريفة لم تحرم تناول الخمر فقط وبالتالي الإعلان عنها، وإنما حتى خدمة تقديمها والسعي بينها وبين شاربها والجلوس إلى طاولتها فعن أنس رضي اله عنه قال: لعن رسول الله صلى الله عليه وسلم في الخمر عشرة: **عاصرها ومعتصرها وشاربها وحاملها والمحمولة إليه وساقيها وبائعها وآكل ثمنها والمشتري لها والمشتراة له**[2].

ثالثا: حظر الإعلان عن السلع والخدمات التي من شأنها الإضرار بالجسم

لا يخفى على أحد من أن الإسلام لم يحرم ما حرم على أمة محمد صلى الله عليه وسلم من مأكولات ومشروبات عقوبة لهم كما فعل مع غيرهم، وإنما لعلة قد نعلمها نحن كما قد لا نعلمها، لكن الأكيد من ذلك أن الله سبحانه وتعالى قد شرع من الأحكام ما يفيد في نفي الضرر عنهم في أبدانهم وعقولهم وغيرها، **فالمؤمن القوي خير وأحب إلى الله من المؤمن الضعيف**[3]. قال

---

[1] سورة النساء الآية 43

[2] أخرجه الترمذي ، أنظر **سنن الترمذي** ، كتاب البيوع ، باب النهي عن أن يتخذ الخمر خلا ، رقم 1295 ، ج 2 ، ص 567 .

[3] أخرجه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب القدر ، باب في الأمر بالقوة وترك العجز والاستعانة بالله وتفويض المقادير لله ، ج 8 ، ص 56

صلى الله عليه وسلم : **سلوا الله المعافاة فإنه لم يؤت أحد بعد اليقين خيرا من المعافاة**[1].

ولحماية البشر المستهلكين من كل ما يضر بأجسامهم يمكن أن نستعرض بعض الآيات القرآنية الكريمة والأحاديث النبوية الشريفة وحتى أقوال في إجماع العلماء والصحابة رضي الله عنهم التي تدل على حرمة تناول بعض الأطعمة على حساب أخرى:

ـ فمن القرآن الكريم قال تعالى﴿ حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ ٱلْمَيْتَةُ وَٱلدَّمُ وَلَحْمُ ٱلْخِنزِيرِ وَمَآ أُهِلَّ لِغَيْرِ ٱللَّهِ بِهِۦ وَٱلْمُنْخَنِقَةُ وَٱلْمَوْقُوذَةُ وَٱلْمُتَرَدِّيَةُ وَٱلنَّطِيحَةُ وَمَآ أَكَلَ ٱلسَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى ٱلنُّصُبِ ﴾ [2].

فكل من ذهبت حياته على صورة من هذه الصور فهو ميته لا يحل أكله.

فالميتة سواء كانت منخنقة أو موقوذة أو مترديه أو نطيحة أو ما أكل السبع محرم أكلها وبيعها، والعلة من ذلك عند جمهور أهل العلم فهي النجاسة والخبث، والظاهر أن علة النهي عنها كما يرى ابن عاشور رحمه الله الضرر الناجم عنها، لأن الموت في نظره ينشأ عن علل يكون معظمها مضر بسبب العدوى وتمييز ما يعدي عن غيره عسير، ولأن الحيوان الميت لا يدرى غالبا مقدار ما مضى عليه في حالة الموت فربما مضت مدة تستحيل معها منافع لحمه

---

[1] أخرجه ابن ماجة ، أنظر سنن **ابن ماجة** ، كتاب الدعاء ، باب الدعاء بالعفو والعافية ، رقم 3849، ج 5 ، ص 367 .

[2] سورة المائدة ، الآية 03 .

ودمه، فنيط الحكم بغالب الأحوال[1]. وهي نفس العلة من تحريم أكل لحم الخنزير.

أما الدم فهو ذلك السائل الأحمر الذي يجري في جسم الإنسان والذي قال ابن تيمية في علة تحريمه بأنه مجمع قوى النفس الشهوية الغضبية، وزيادته توجب طغيان هذه القوى[2].

ـ وإضافة إلى ما ورد تحريمه في الآيات القرآنية الكريمة فقد جاء في صحيح مسلم عن ابن عباس رضي الله عنهما قال : **نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن كل ذي ناب من السباع وعن كل ذي مخلب من الطير**[3]. كما نهى **عن لحوم الحمر الأهلية**[4].

فكل ما يضر بجسم الإنسان مستهلك هذه المأكولات والمشروبات محرم لقوله صلى الله عليه وسلم: **لا ضرر ولا ضرار**، يقول الغزالي رحمه الله: والخبز لو كان مضرا لحرم أكله[5].

---

[1] محمد الطاهر ابن عاشور ، **تفسير التحرير والتنوير** ، د ط ، ج 4 ، تونس ، الجزائر ، الدار التونسية للنشر ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، 1984 ، ص 89

[2] ابن تيمية ، **مجموع فتاوى ابن تيمية** ، مرجع سابق ، ج 17 ، ص179 .

[3] رواه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب الصيد والذبائح وما يؤكل من الحيوان ، باب تحريم أكل كل ذي ناب من السباع وكل ذي مخلب من الطير ، ج 6 ، ص 60 .

[4] رواه مسلم ، أنظر **الجامع الصحيح** ، كتاب الصيد والذبائح وما يؤكل من الحيوان ، باب تحريم أكل لحم الحمر الإنسية ، ج 6 ، ص 63 .

[5]أبو حامد محمد بن محمد الغزالي ، **إحياء علوم الدين** ، ج 2 ، ط 1 ، مصر ، دار الغد الجديد ، 2005 ، ص 112 .

المطلب الثاني: مراعاة الإعلان للآداب الشرعية

يعاني المستهلك في هذا العصر من طغيان طرق التغرير به وتنوعها وتعدد وسائلها، خصوصا حينما تعتمد على الوسائل الحديثة في الإعلان عن المنتوج واللقطات الإشهارية في ذكر محاسنه وبيان تفوقه على غيره، فيلجأ أصحابها إلى قنوات التلفزيون وشبكات الأنترنت والصحف والمجلات من أجل إخراجها في شكل جذاب يغري الناس بالشراء والاقتناء، بهدف تسويق الإنتاج وزيادة الأرباح .

فالإشهار المعاصر بقدر ما يعبر عن حس فني رفيع وإبداع في الإخراج وقدرة على الإقناع، إلا أن ذلك لا يشفع لها في غالبية الحالات، لأن المنتوجات المعلن عنها لا تعبر عن الحقيقة الخفية الكامنة بداخلها ن ولا تعطي النتائج المعلن عنها وهو التضليل والخداع والكذب بعينه في الإعلان، ومن ثم فإن الفقه الإسلامي وبحكم تحريمه للتغرير والخداع واهتمامه بالقيم والأخلاق وصحة الإنسان، لا يمكن له إلا أن يقف في وجه هذه الإعلانات، لما فيها من مساس بكليات الدين وجزئياته، وما تعود به من أضرار وسلبيات على المستهلكين، فبالإضافة إلى أكل أموال الناس بالباطل نورد بعض المظاهر التيجعلت الفقهاء يجزمون بعدم جوازها:

1 ـ أنها تسعى إلى تحقيق الإغراء على حساب القيم والأخلاق:

فكثيرا ما يهدف الإعلان الخادع إلى العبث بالمشاعر وإثارة الغرائز والبحث عن الملذات وما يعجب الناس على حساب الحشمة والوقار والكرامة والحياء، لذلك فعادة ما يلجأ المعلنون في إشهاراتهم إلى الصور الخليعة والإغرائية التي يجسدها

مشاهير النجوم من الرجال والنساء الكاسيات العاريات كسبيل لترويج السلع الكاسدة في المخازن أو المعروضة في الأسواق، وبالإضافة إلى إخراجها ـ الإعلانات ـ في شكل ساحر جذاب يرفقها أصحابها بألفاظ وكلمات مفرطة في الرخامة والإحساس ويستخدمون فيها إيحاءات منافية للأخلاق والآداب، وهو ما يتنافى مع النظام العام في المجتمعات الإسلامية التي تحرص على تكريس مكارم الأخلاق والتحلي بمظاهر الإسلام ومبادئه وتعاليمه السمحاء .

2 ـ أنها تقوم على مبدأ أن الغاية تبرر الوسيلة: وهو المبدأ الغربي الذي يجعل تحقيق الأرباح من خلال الإعلان الخادع المروج للسلع والخدمات غاية يستحق بلوغها الدوس على كافة الأسباب مهما كان نوعها، فهناك من الإشهارات ما يستخف بالناس ومنها يهدم الأخلاق ومنها حتى ما يمس العقيدة والاعتقاد، كتلك التي تظهر آلهة الحب عند اليونان مثلا تساعد الأطفال في الحصول على الحلويات بالبحث عنها في مختلف المحلات وغيرها، مما يجعلنا نعتقد بأن القائمين عليها أناس غير مسلمين مستغلين في ذلك الجهل وعدم القدرة على الفهم عند بعض الفئات إن لم نقل كلها .

المبحث الثالث: وجوب الإعلام الصادق وواجب إسداء النصيحة

يعتبر الحق في الإعلام الصادق أساسا صلبا من أساسات حماية المستهلك من الإعلان الخادع والتضليلي، وضابطا من ضوابط الإعلانات التجارية في الشريعة الإسلامية، سواء كان هذا الإعلام من المتعاقد الأول المعلن عن السلعة

نفسه (المطلب الأول)، أو من أطراف أخرى غريبة عن المتعاقدين (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: التزام المعلن بإعلام المستهلك إعلاما صادقا في الفقه الإسلامي

إن المستعرض لأحكام الشريعة الإسلامية والفقه الإسلامي بصفة خاصة يجد بأنها تتمتع بخصائص لا يمكن للقانون الوضعي الوصول إليها مهما بلغ من التطور، فهي سامية وكاملة وصالحة لكل زمان ومكان، ولا يمكن انطلاقا من هذه الصفات أن يغيب عن أحكامها ضرورة الاهتمام بإعطاء المستهلك حقه في الإعلام وإخطاره بكل مقومات السلع والخدمات وظروف السوق والمعاملات بكل صدق وإخلاص، بدليل نهي الشارع الحكيم عن بيوع الغرر [1]والتغرير والملامسة والمنابذة وبيع الحصاة...، قال تعالى ﴿ إِنَّ ٱلَّذِينَ يَفۡتَرُونَ عَلَى ٱللَّهِ ٱلۡكَذِبَ لَا يُفۡلِحُونَ مَتَٰعٞ قَلِيلٞ وَلَهُمۡ عَذَابٌ أَلِيمٞ ﴾ [2]،

---

[1]. كبيع الطير في السماء والسمك في الماء والصوف على الظهر ، والملامسة كأن يبيع شخص لآخر شيئا لا يشاهده على أنه متى لمسه وقع البيع ، والمنابذة طرح الرجل ثوبه للبيع إلى آخر قبل أن يقلبه أو ينظر إليه ، أما بيع الحصاة فكأن يقول البائع للمشتري بعتك هذه الأثواب ما وقعت عليه الحصاة التي أرميها، أنظر موفق الدين أبي محمد عبد الله بن أحمد بن محمد ابن قدامة ، **المغني** ، تحقيق عبد الله بن عبد [1]المحسن التركي وعبد الفتاح محمد الحلو ، ط 3 ، ج 6 ، الرياض ، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع ، 1417 هـ . 1997 م ،ص 296 .297 .

[2] سورة النحل ، الآية 116 . 117 .

كما قال صلى الله عليه وسلم: **التاجر الأمين الصدوق المسلم مع الشهداء يوم القيامة** .[1]

وبما أن بائع السلعة هو من يعلن عنها في غالبية الحالات فإن هذا الأخير هو المقصود بواجب الإعلام الصادق في هذا الموضع، وأن هذا الإعلام لا يشمل النهي عن وصف السلعة بما ليس فيها فقط، كدليل على نبذ الكذب والتضليل، وإنما يتسع ليشمل أيضا السكوت الذي يجعل من المستهلك في موضع يقين بصلاحية السلعة أو الخدمة، وموافقتها لرغباته المشروعة ، ومن هذا المنطلق جاء النهي الشرعي عن التدليس عن طريق الكتمان في البيوع بصفة عامة، لأنه يناقض صراحة مضمون حق المستهلك في إخباره عن حقيقة السلعة التي يريد أن يقتنيها، قال صلى الله عليه وسلم: **المسلم أخو المسلم ولا يحل لمسلم باع من أخيه بيعا فيه عيب إلا بينه** .[2]

جاء في إحياء علوم الدين للغزالي رحمه الله: كل ما يستضر به المعامل ـ المستهلك ـ فهو ظلم، وإنما العدل أن لا يضر بأخيه المسلم والضابط الكلي فيه أن لا يحب لأخيه إلا ما يحب لنفسه ... هذه جملته، وأما تفصيله ففي أربعة أمور وذكر أولها أن لا يثني على السلعة بما ليس فيها ...[3]، كما جاء في

---

[1] أخرجه ابن ماجة ، أنظر **سنن ابن ماجة** ، كتاب التجارات ، باب الحث على المكاسب ، رقم 2139 ، ج 3 ، ص 511 .

[2] أخرجه ابن ماجة ، أنظر **سنن ابن ماجة** ، كتاب التجارات ، باب من باع عيبا فليبينه ، رقم ، ج 3، ص 150 .

[3] الغزالي ، **إحياء علوم الدين** ، مرجع سابق ، ج 2 ، ص 91 و92 .

القوانين الفقهية لابن جزئ ما نصه: العيوب وكتمانها غش محرم بإجماع، ومن اشترى سلعة فوجد فيها عيبا فله القيام أي الرد بشرطين، أن يكون العيب أقدم من التبايع وأن يكون المشتري لا يعلم بالعيب حين التبايع إما لأن البائع كتمه وإما لأنه مما يخفى عند التقليب، فإن كان مما لا يخفى عند التقليب فلا قيام به، وكذلك لا قيام بعيب يستوي في الجهل به البائع والمشترى كالسوس في داخل الخشب [1].

إن تأصيل حق المستهلك في الإعلام الصادق في الفقه الإسلامي لا يمكن حمله إلا على إقرار هذا الأخير بأن طرفي العلاقة التعاقدية ليسا في مركز مساواة، مما يلقي على عاتق أحدهما واجب التدخل وبيان حقيقة السلعة ومقوماتها الأساسية، من أجل إعادة التكافؤ والتوازن الضروريين كأساس لحماية المستهلك جنائيا ومدنيا، فلا يمكن لأحد أن يمار في الأهمية العملية لمعرفة المستهلك بما يريد اقتناؤه أو ما يريد استهلاكه ، قال صلى الله عليه وسلم: **لا يحل لأحد أن يبيع شيئا إلا وبين ما فيه ولا يحل لمن علم ذلك إلا بينه .**[2]

المطلب الثاني: واجب النصيحة بين المتعاقدين وغيرهم

---

[1] محمد بن أحمدبن جزيء الغرناطي ، **قوانين الأحكام الشرعية ومسائل الفروع الفقهية** ، ط1 ، مصر ، عالم الفكر ، 1985 ، ص 268 .

[2]محمد بن علي بن محمد الشوكاني ، **نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار من أحاديث سيد الأخيار** ، تحقيق محمد صبحي حسن حلاق ، ط 1، ج 10 ، المملكة العربية السعودية ، دار ابن الجوزي ، د ت ،ص 213.

يرتبط واجب إسداء النصح في الفقه الإسلامي بحق المستهلك في معرفة كل المعلومات الصحيحة المتعلقة بالمنتوج قبل اقتنائه، سواء من المنتج أو التاجر أو البائع أو الوسيط أو غيرهم، فكل من علم بعيب في سلعة يريد صاحبها بيعها بعيبها، وجب عليه شرعا أن يعلم الشاري بذلك العيب الذي كتمه صاحبه، لأن في سكوته إعانة للظالم على ظلمه ومخالفة لقوله صلى الله عليه وسلم : **الدين النصيحة**، قلنا لمن يا رسول الله، قال: **لله وكتابه ولرسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم**، وقول جرير بن عبد الله : بايعت رسول الله صلى الله عليه وسلم على إقام الصلاة وإيتاء الزكاة والنصح لكل مسلم، قال الحافظ ابن حجر: إن حديث الدين النصيحة من الأحاديث التي قيل فيها أنها أحد أرباع الدين [1].

فإسداء النصيحة انطلاقا من الأحاديث النبوية الشريفة يقتضي التدخل وجوبا وإعلام المستهلك بعيوب السلعة التي يعلمها، سواء كان هو البائع نفسه أو غيره من الخلق، فقد جاء في الشرح الكبير ما مفاده أن التبيين لا يكفي فيه الإجمال، بل لا بد من وصف العيوب وصفا شافيا، لأنه قد يغتفر شيء دون شيء وإنه إن كان العيب ظاهرا كالعور والكي مثلا ، فعلى البائع أن يريه هذا العيب، لأن بيان العيوب يعد واجبا على كل من عرفه وعلم بكراهية المبتاع له.[2]

---

[1] ابن حجرالعسقلاني ، مرجع سابق ، ج 1 ، ص 138 .

[2] **أبو البركات أحمد بن محمد الدردير، الشرح الكبير بهامش حاشية الدسوقي** ، ج 3 ، د ط ، مصر ، مطبعة دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركاؤه ، د ت ، ج 3 ، ص 119.

كما جاء في إحياء علوم الدين أيضا : أنه يجب إظهار جميع المبيع خفيها وجليها وأن لا يكتم منها شيئا .. وإلا كان تاركا للنصح في المعاملة والنصح واجب.[1]

وأحب أن أختم هذا العنصر بواقعة أو أثر يساق في مثل هذا الموضع مثال في صفاء السريرة وبعد البصيرة وقمة في رقي الأخلاق الإسلامية ، وهو ما روي أن وائلة بن الأسقع كان واقفا في السوق فباع رجل ناقة له بثلاثمائة درهم ، فغفل وائل وقد ذهب المشتري بالناقة ، فسعى وائلة وراءه وجعل يصيح به، يا هذا : اشتريتها للحم أم للظهر ؟ فقال بل للظهر، فقال إن بخفها نقبا قد رأيته وإنها لا تتابع السير، فعاد فردها فنقصها البائع مائة درهم وقال لوائلة، رحمك الله أفسدت علي بيعي فقال: إنا بايعنا رسول الله صلى الله عليه وسلم على النصح لكل مسلم [2] .

خاتمة

ـ إن تطور وسائل الإعلان وبخاصة منها السمعية البصرية، كأجهزة التلفزيون وشبكة الأنترنت، وقدرتها البالغة في تجسيد المنتوجات وإظهارها للمستهلك في أجمل الصور، لم تقف معه الشريعة الإسلامية مكتوفة الأيدي دون حراك، فقد ضبطت هذه الإعلانات من الناحية الشرعية وبينت ما يصلحها وما يفسدها، وإن كانت أغلبها تعتمد الكذب والخداع في وصف

---

[1] الغزالي ، **إحياء علوم الدين** ، مرجع سابق ، ج 2 ، ص 92 .

[2] المرجع نفسه ، ج 2 ، ص 93 .

المنتوجات الاستهلاكية وتنافي الصحة في ذلك ، فجاءتنا بمجموعة من القيود المستمدة من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة، تتضمن خلو هذه الإعلانات من الكذب والتضليل وأن تكون بصدد منتجات غير محرمة وغير منافية للآداب الشرعية، بالإضافة إلى كونها صادقة .

والحقيقة أن هذه الضوابط تهدف بصورة خاصة إلى حماية المعاملات التجارية بين المسلمين، وتكريس الثقة بين التجار والمستهلكين، الأمر الذي ينتفي معه الإضرار بهم في أموالهم وصحتهم ودينهم

قائمة المراجع

القرآن الكريم

كتب التفسير

ـ أبو الفداء اسماعيل بن كثير القرشي ابن كثير تفسير القرآن العظيم، ط 1، القاهرة، المكتب الثقافي للنشر والتوزيع ، 2001.

محمد رشيد رضا، تفسير المنار، ط 3، مصر، دار المنار، 1367 هـ .

ـ سيد قطب، في ظلال القرآن، ط 10، بيروت القاهرة، دار الشروق، 1982.

ـ محمد الطاهر ابن عاشور، تفسير التحرير والتنوير، د ط، تونس، الجزائر، الدار التونسية للنشر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1984 .

ـ محمد بن حبان بن أحمد بن أبي حاتم التميمي البستي القرطبي الجامع لأحكام القرآن، د ط ، بيروت لبنان ، دار إحياء التراث العربي ، 1966.

كتب الحديث

ـ ابو عيسى محمد بن عيسى الترمذي، الجامع الكبير المعروف بسنن الترمذي، ط 1 ، بيروت، دار الغرب الإسلامي، 1996 .

ـ أبو عبد الله محمد بن اسماعيل البخاري، صحيح البخاري، ط 1، القاهرة، المكتبة السلفية، 1400 هـ .ـ محمد بن علي بن محمد الشوكاني، نيل الأوطار شرح منتقى الأخبار من أحاديث سيد الأخيار، تحقيق محمد صبحي حسن حلاق، ط 1، المملكة العربية السعودية، دار ابن الجوزي، د ت .

ـ شهاب الدين محمد بن أحمدبن حجر العسقلاني، فتح الباري شرح صحيح البخاري، د ط، بيروت لبنان، دار الكتب العلمية، د ت

ـ أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني ابن ماجة، سنن ابن ماجة، ط 1 ، بيروت، دار الجيل، 1418 هـ . 1998 م .

ـ أبو الحسين مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم، ط 1، القاهرة، المكتبة السلفية، 1400 هـ .

كتب اللغة

ـ أبو الحسن أحمد بن زكريا الرازي ابن فارس ،معجم مقاييس اللغة، ط 2، بيروت لبنان ، دار الكتب العلمية ، 2008.

ـ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي القاموس المحيط، ط2 ، بيروت، دار الكتب العلمية ،1428هـ . 2007 م.

ـ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط 4، القاهرة، دار الشروق الدولية، 1425 هـ. 2004.

ـ أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، ط 5، بيروت، دار صادر، 2005

كتب الفقه الأخرى

ـ أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، د ط، الاسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2005.

ـابراهيم محمد حسين الشويخ، الإشارة إلى فقه البيع والتجارة، ط 1، الأردن، المعتز للنشر والتوزيع، 1429 هـ. 2008 م .

ـتقي الدين ابن تيمية أحمد، مجموع فتاوى ابن تيمية ، ط 1 ، د م، د ن، د ت.

ـ أبو عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربي الحطاب، مواهب الجليل لشرح مختصر خليل، ط 1، بيروت لبنان، دار الكتب العلمية، 1416 هـ . 1995 م.

ـ أبو البركات أحمد بن محمد الدردير، الشرح الكبير بهامش حاشية الدسوقي، د ط، مصر، مطبعة دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركاؤه، دت .

ـ عبد الرحمن الشيرازي، نهاية الرتبة في طلب الحسبة، د ط، القاهرة، مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر، 1365 هـ. 1946 م .

ـ عبد الفضيل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الناحية القانونية ،د ط، المنصورة، مكتبة الجلاء الجديدة، د ت .

ـ علي الخفيف، أحكام المعاملات الشرعية، د ط ، القاهرة، د ار الفكر العربي، 2008.ـ محمد بن أحمدبن جزيء الغرناطي، قوانين الأحكام الشرعية ومسائل الفروع الفقهية، ط1، مصر، عالم الفكر، 1985.

ـ أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، إحياء علوم الدين، ط 1، مصر، دار الغد الجديد، 2005.

ـ موفق الدين أبي محمد عبد الله بن أحمد بن محمد ابن قدامة، المغني، تحقيق عبد الله بن عبد المحسن التركي وعبد الفتاح محمد الحلو، ط 3 ،الرياض، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، 1417 هـ. 1997 م .

ـ مصطفى الزرقا،المدخل الفقهي العام، ط 1، دمشق، دار القلم، 1418 هـ. 1998 م .

ـ مجلة الأحكام العدلية، ط 1، بيروت لبنان، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1999 .

ـ محمد بودالي، شرح جرائم الغش في السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، د ط، القاهرة، دار الفجر للطباعة والنشر، 2005 ،