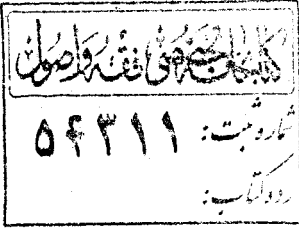


# الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية النسويقية للسلع والخدمات



الدكتور

حسن عبد الفتاح السيد محمد

مدرس الفقه العام بكلية الشريعة والقانون

بتفهننا الأشراف دقهلية

الطبعة الأولى

2018م

الناشر

مكتبة الوفاء القانونية

محمول : 00201003738822 الاسكندرية



حقوق الطبع محفوظة

**الضوابط الفقهية للرعاية الإعلانية  
النسويقية للسلع والخدمات**

**الدكتور**

**حسن عبد الفتاح السيد محمد**

**الطبعة الأولى 2018 - الإسكندرية**

**مكتبة الوفاء القانونية**

**136 ص ؛ 24 x 16 سم**

**رقم الإيداع : 2017/16221**

**ISBN:978-977-753-583-0**



[www.facebook.com/dwdpress](http://www.facebook.com/dwdpress)



[www.instagram.com/darelwafaa](http://www.instagram.com/darelwafaa)



[www.twitter.com/darelwafaa](http://www.twitter.com/darelwafaa)



[www.daralwafaa.net](http://www.daralwafaa.net)

## بسم الله الرحمن الرحيم

### المقدمة

الحمد لله الذي جعل لكل أفعال العباد ، وتصرفاتهم ضوابط  
فقهيّة تحكمها ، وسخر لعباده ما في الأرض جميعا ، وأعلمهم بما أحله  
لهم ، وما حرم عليهم والصلاة والسلام على معلم البشرية الخير وعلى آله  
وصحبه وسلم.

أما بعد : فإن الشريعة الإسلامية مرنة ، ومتطورة بما جاء في  
القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة من قواعد كلية ، وضوابط  
جزئية يندرج تحتها كل ما يستجد من أحداث ، ونوازل ، وقضايا ،  
وتحتاج إلي بيان حكمها الشرعي .

وقد اتفقت الشريعة الإسلامية مع الشرائع السماوية قاطبة على  
الحفاظ على المقاصد الخمسة الكلية الضرورية : وهي الدين ، والعقل  
، والنفس ، والنسب أو العرض ، والمال ، ووجهت الشرائع ذات المصدر  
الإلهي إلى تحصيل الأفضل ، فالأفضل من الأقوال والأعمال والآداب  
والأخلاق .

ومن المستجدات المعاصرة التي تحتاج إلى بيان ضوابطها الفقهيّة بل ،  
والأخلاقيّة أيضا عمليات الدعاية الإعلانية للسلع والخدمات والمنتجات  
وغيرها ، فإنها تتزايد بصورة كبيرة جداً ، وتلعب دورا فاعلا في زيادة  
المبيعات ، وتحفيز الطلب ، وخلق الرغبة لدى جمهور المستهلكين .

وتقوم بدور محوري في تعريف جمهور المستهلكين بمميزات السلع ،  
والخدمات وخصائصها وسعرها وتوسّع السوق ، وتعرّف التجار

والاقتصاديين والصناعيين على السلع والخدمات ، وتفتح أبواباً وآفاقاً عديدة للتعاملات التجارية ، والاقتصادية بين أهل المصالح الاقتصادية المختلفة .

وهي الركيزة الأساسية في عملية الترويج للسلع والبضائع والخدمات والأفكار بأيسر السبل ، وأقل التكاليف حيث يصل الإعلان باختلاف مضمونه إلى أوسع شريحة يريد لها المعلن في مشارق الأرض ، ومغاربها ، وذلك بعد أن يختار الوسيلة الإعلانية التي يريد لها ، سواء كانت مرئية أم مقروءة أم مسموعة ، وتشجع التفاضل بين المنتجين والصناعيين لتقديم أفضل ما عندهم من إنتاج .

وتخلق لدي المتنافسين شغلة من النشاط تدفعهم لمحاولة التميز لجذب انتباه المستهلكين ، وبذلك تدفعهم دفعا إلى تقديم الأجد والأفضل من السلع والمنتجات والخدمات ، وتستخدم الدول الدعاية والإعلان لتقوم بوظيفة توعية الجماهير لخطر ما أو تحريضهم للقيام بواجب اجتماعي أو سياسي ما .

ومع تطور وسائل الاتصال في العصر الحديث جعلت من العالم الآن قرية صغيرة كما يقولون ، وأصبح الاعتماد على الدعاية الإعلانية لتسويق البضائع والخدمات وحتى الأفكار أمراً لا يمكن الاستغناء عنه . ومع انتشار الإنترنت زادت أهمية الدعاية الإعلانية وخصوصاً عبر الإنترنت ، فهناك خيارات عديدة أمام المستهلك ، وسرعة الوصول والحصول على المنتج في أي وقت ، وفي أي مكان ، وخفض للتكاليف الإدارية مما ينعكس على الانخفاض في سعر السلعة نفسها ، هذا

بالإضافة إلى سرعة تبادل المعلومات ، وقدرة المستهلك على الاستفسار والسؤال بتفصيل واسع عن السلعة أو الخدمة .

وهذا ميدان واسع عظيم يحتاج منا جميعا إلى تضافر الجهود من قبل الباحثين في الشريعة الإسلامية لوضع الضوابط الفقهية ، وتفصيل كثير من الجزئيات بما يضمن معرفة حلاله من حرامه ، ورفع الهمة لدى المسلمين ، في تحقيق العزة والكرامة بالاستغناء عن الآخرين في غذائهم ودوائهم وسلاحهم وكافة شئون حياتهم .

وهذا ما دفعني دفعا للبحث في هذا الموضوع ، وحاولت الإسهام بجهدى المتواضع كباحث في الفقه الإسلامي في وضع بعض الضوابط الفقهية لعمليات الدعاية الإعلانية ، واخترت موضوعا من الموضوعات الهامة من وجهة نظري ، وعنوانته : ب"الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية التسويقية للسلع والخدمات " .

### الدراسات السابقة

لم أجد بحثا فيما كتب في موضوع الدعاية الإعلانية سواء في الضوابط الفقهية أو في الإعلانات بصفة عامة يحمل نفس العنوان حرفيا . فيما قرأت . ، ولكن تعددت الجهود ، وتتنوعت حول الموضوع ، فقد تناول الباحثون المتخصصون الموضوع من زوايا متعددة منها : ما هو من منظور دعوي ، ومنها ما هو من منظور قانوني ، ومنها ما هو من منظور إعلامي ، ومنها ما هو من منظور شرعي ، ومنها ما هو مقارن بين الشريعة والقانون ، ومن ذلك ما يلي :

1. أحكام الإعلان في الفقه الإسلامي ، تأليف : خالد بن سعد بن عبد الله المزيد ، رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى ، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية . المملكة العربية السعودية . .
2. الإعلان في الوسائل الإعلامية مفهومه ، وضوابطه ، وأحكامه في الشريعة الإسلامية ، تأليف : ناصر علي ناصر عرام ، رسالة ماجستير ، جامعة الإيمان باليمن عام 2008 م .
3. الإعلانات التجارية أحكامها ، وضوابطها في الفقه الإسلامي ، للدكتور عبد المجيد الصالحين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 مجلس النشر العلمي . جامعة الإمارات العربية المتحدة .
4. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة . الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) ، المجلد الثامن عشر ، العدد الأول ، في يناير 2010 م .
5. الإعلان التلفزيوني . أسسه ، وضوابطه ، تأليف : حسن أحمد الحسن يوسف ، رسالة دكتوراه في الإعلام ، كلية الدعوة والإعلام بالمملكة العربية السعودية . سنة ١٤١٠ هـ .
6. الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجة القانونية ، تأليف : عبد الفضيل محمد أحمد ، ط/ مكتبة الجلاء الجديدة ، مصر ، طبعة سنة 1991 م .

7. الخداع الإعلاني ، وأثره في معيار التدليس دراسة مقارنة ، تأليف :  
رضا متولي وهدان ، ط / دار الفكر والقانون ، الطبعة الأولى طبعة سنة  
2008م .

ولذلك فإن أهم يميز بحثي عن بقية الأبحاث التي تناولت الموضوع أن  
هذه الأبحاث في معظمها لم يتطرق الباحثون فيها لبيان الضوابط الفقهية  
، ومن تحدث عن الضوابط قليل جدا ، ولم يذكر فيها قاعدة فقهية  
كلية واحدة أو حتى ضابط فقهي جزئي يمكن أن يعول عليه في  
الموضوع .

ولذلك ذكرت القواعد والضوابط الفقهية في الموضوع ، وجمعت بين  
محاسن تلك الأبحاث ، محاولا تجنب ما وقع من خلل أو قصور في  
بعضها ، وإسهاما مني في ضبط عمليات الدعاية الإعلانية التسويقية  
بالضوابط الفقهية ، وتحقيق المقاصد الشرعية مع الحفاظ على  
الضرورات الشرعية الخمسة الكلية التي جاءت الشرائع السماوية كافة  
لتحافظ عليها خاصة عند مزاوله الدعاية الإعلانية التسويقية التي يكثر  
فيها المنافسة لجذب انتباه جمهور المستهلكين ، فقد يدفعهم التنافس  
والحرص إلى تجاهل أحكام الشريعة الإسلامية .

وهذا كله ينبع من منطلق العهد والميثاق الذي أخذه الله تعالى  
على أهل العلم من قديم الزمان أن يبينوه للناس ، ويلعنوه ، ويظهروه ،  
وينشروه بين الناس ، ولا يكتُمونه ، وأشار إلى هذا العهد في قوله -

سبحانه وتعالى . : { وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ  
وَلَا تَكْتُمُونَهُ } (1).

وحذر من كتمان العلم في قوله تعالى: {إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ  
الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ  
وَيَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ ❖ إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنُّوا فَأُولَٰئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ  
وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ } (2).

---

(1) جزء الآية رقم (187) ، سورة آل عمران .  
(2) الأيتان ( 159 - 160 ) ، سورة البقرة .



## خطة البحث

جرت عادة الباحثين في جميع المجالات دائماً أن يضعوا الخطة في بداية ، وصدارة البحث حتي يضيئوا الطريق أمامهم حتي لا يكونوا كمثل حاطب ليل يحمل حزمة الحطب ، فيها أفعى تلدغه ، وهو لا يدري .

وهذا المنهج العلمي الصحيح أول من عرفه للبشرية هم فقهاء الشريعة الإسلامية القدامى . رضي الله عنهم . وهم تعلموه من منهج القرآن الكريم الذي قُسم إلى أجزاء وأحزاب وأرباع وآيات وسور تسهيلاً على القارئ والدارس في عمليتي الدراسة والحفظ . ولذلك قسمت بحثي كما يلي :

يتكون البحث من مقدمة ، وخمسة مباحث ، وخاتمة ، وفهارس :

المبحث الأول : التعريف بمصطلحات البحث والتأصيل له .

ويتكون من سبعة مطالب :

المطلب الأول : تعريف الضوابط الفقهية .

المطلب الثاني : تعريف الدعاية الإعلانية .

المطلب الثالث : أنواع الدعاية الإعلانية .

المطلب الرابع : أهمية الدعاية الإعلانية .

المطلب الخامس : تعريف التسويق .

المطلب السادس : تعريف السلع .

المطلب السابع : تعريف الخدمات .

المبحث الثاني : أساليب الدعاية الإعلانية المعاصرة .

- المبحث الثالث: تاريخ استخدام الدعاية الإعلانية .
- المبحث الرابع : الحكم التكليفي للدعاية الإعلانية .
- المبحث الخامس: الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية التسويقية .

**المبحث الأول**  
**التعريف بمصطلحات البحث والتأصيل له**



## المبحث الأول

### التعريف بمصطلحات البحث والتأصيل له

لا يطرق باحث بحثاً في مجال من المجالات دون أن يبين معاني مفردات بحثه ، وذلك كما قال علماء أصول الفقه : "الحكم على الشيء فرعٌ عن تصوّره"<sup>(1)</sup> ، فلا بد لنا قبل الخوض في الضوابط الفقهية المتعلقة بالدعاية الإعلانية التسويقية للسلع ، والخدمات أن نصور المسائل التي تتعلق بها حتى نتمكن من تأصيل الضوابط الفقهية المتعلقة بمسائل بحثنا ، وبيان ذلك في سبعة مطالب :

### المطلب الأول

#### تعريف الضوابط الفقهية

الضابط في اللغة : له عدة معان منها: الحبس ، والحصر، والقوة ، مأخوذ من الضبط الذي هو لزوم الشيء وحبسه ، وحفظه ، والضبط إحكام الشيء ، وإتقانه ، ومنه ضبط الكتاب بمعنى أصلح خله ، وجمعه (ضوابط)<sup>(2)</sup>. والمراد به في البحث : الحفظ والإتقان واللزوم ؛ لأن الضوابط الفقهية توضع لحفظ الشخص من الوقوع في المحرمات ،

---

(1) غمز عيون البصائر شرح كتاب الأشباه والنظائر (لزين العابدين ابن نجيم المصري)، تأليف: أبو العباس شهاب الدين أحمد بن محمد مكي الحسيني الحموي الحنفي 314/2، تحقيق: السيد أحمد بن محمد الحنفي الحموي ، ط/ دار الكتب العلمية، سنة 1405 هـ - 1985 م ، نهاية السؤل شرح منهاج الوصول ، تأليف: الإمام جمال الدين عبد الرحيم الإسنوي 162/1، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى ، 1420 هـ - 1999 م.

(2) لسان العرب ، تأليف: محمد بن مكرم بن منظور الأفرريقي المصري : مادة : (ضبط) 340/7، ط/ دار صادر - بيروت - الطبعة الأولى ، المعجم الوسيط ، تأليف: إبراهيم مصطفى - أحمد الزيات - حامد عبد القادر - محمد النجار : مادة : (ضبط) 533/1، ط/ دار الدعوة، تحقيق / مجمع اللغة العربية .

وتجعله يتقن الفهم للفروع المندرجة تحت الضوابط ، ويلتزم شرع الله تعالى .

وفي الاصطلاح : هو ما انتظم صوراً متشابهة في موضوع واحد من أبواب الفقه يكشف عن حكم الجزئيات التي تدخل تحت موضوعه (1).

تتفق القاعدة مع الضابط في ثلاثة وجوه هي :

- 1- أن كلاً منهما حكم فقهي مستمد من الأدلة الشرعية .
- 2- أنه يندرج تحت كل منهما جزئيات فقهية متعددة .
- 3- أن كلاً منهما مناطه واحد ، وهو تطبيق القاعدة على جزئياتها بمعرفة العلة الجامعة ، وتنقيح المناط : هو إلحاق الفرع بالأصل بنفي الفارق بينهما .

أما تحقيق المناط : فهو أن يجتهد المجتهد في إثبات وجود العلة في الصورة التي هي محل النزاع .

ويفترق بين القاعدة والضابط : بأن القاعدة أعم من الضابط ، فالقاعدة تجمع فروعاً من أبواب متعددة ، أما الضابط ، فيجمع فروعاً من باب واحد (2).

---

(1) القواعد الفقهية ، تأليف : أستاذنا المرحوم الأستاذ الدكتور / عبد العزيز محمد عزام ، الأستاذ بجامعة الأزهر ص 28 ، ط/ دار الحديث - القاهرة - طبعة سنة 1426 هـ - 2005 م .

(2) الأشباه والنظائر على مذهب أبي حنيفة النعمان ، تأليف : الشيخ زين العابدين بن إبراهيم بن نجيم ص 166 ، ط/ دار الكتب العلمية ، بيروت ، طبعة سنة 1400 هـ = 1980 م ، قواعد الفقه ، تأليف : محمد عميم الإحسان المجددي البركتي ص 50 ، ط/الصدف ببليشرز ، سنة 1407 - 1986 م .

والفقه لغة : يطلق على عدة معان منها :

1. مطلق الفهم : يقال : فقهه فقها : أي فهم ، وفقه فقاهة : صار فقيها :

أي سريع الفهم ، وغلب على علم الدين لسيادته ، وشرفه ، وفضله على سائر أنواع العلم ، كما غلب النجم على الثريا (1).

2. فهم الأشياء الدقيقة : فلا يقال : فقهت أن السماء فوقنا ، قال القرافي ، وهذا أولى ، ولهذا خصصوا اسم الفقه بالعلوم النظرية ، فيشترط كونه في مظنة الخفاء ، فلا يحسن أن يقال فهمت أن الاثنين أكثر من الواحد .

3 فهم غرض المتكلم من كلامه : يقال ' فهمت كلامك ، إذا عرفته ، وفهمته وعلمته ، كل ذلك بمثابة واحدة ، ومنه قوله تعالى : {فَمَالِ هَؤُلَاءِ الْقَوْمِ لَا يَكَادُونَ يَفْقَهُونَ حَدِيثًا} (2) وقوله تعالى : {مَا نَفَقَهُ كَثِيرًا مِمَّا تَقُولُ} (3).

4. الإصابة والوقوف على المعنى الخفي : الذي يتعلق به الحكم ، ولهذا لا يجوز أن يسمى الله تعالى فقيها ؛ لأنه لا يخفى عليه شيء (4) .

---

(1) الحدود الأنيفة والتعريفات الدقيقة، تأليف: زكريا بن محمد بن زكريا الأنصاري أبو يحيى 67/1، ط/ دار الفكر المعاصر - بيروت - الطبعة الأولى ، 1411هـ ، المعجم الوسيط : مادة : ( فقهه ) 2 / 678 ، المخصص ، تأليف : أبو الحسن علي = بن إسماعيل النحوي اللغوي الأندلسي المعروف بابن سيده : مادة ( فقهه ) 1 / 261 ، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت - 1417 هـ - 1996م ، الطبعة : الأولى ، تحقيق : خليل إبراهيم جفال .

(2) جزء الآية رقم (78) ، سورة النساء .

(3) جزء الآية رقم (91) ، سورة هود .

(4) التوقيف على مهمات التعاريف ، تأليف : محمد عبد الرؤوف المناوي 562/1 ، ط/ دار الفكر المعاصر ، دار الفكر - بيروت ، دمشق - الطبعة الأولى ، 1410هـ ، تحقيق : د. محمد رضوان الدايدة ، التعريفات، تأليف : علي بن محمد بن علي الجرجاني 1/216 ، ط/ دار الكتاب العربي - بيروت - الطبعة الأولى ، 1405هـ ، تحقيق : إبراهيم الأبياري .

وفي اصطلاح الفقهاء : "هو العلم بالأحكام الشرعية العملية المكتسب من أدلتها التفصيلية". واحترز الفقهاء بـ"الأحكام": عن العلم بالذوات كزيد ، وبالصفات كسواده ، وبالأفعال كقيامه . وعبر الأمدي بقوله : " هو العلم بجملة غالبية من الأحكام"<sup>(1)</sup> ، وهو تعبير حسن ، فإن ظاهر إطلاق الجمع المحلى بأل عموم العلم بكل فرد ، وذلك لا يتصور في أحد من المجتهدين ولا غيرهم .

واحترزوا بـ"الشرعية": عن العقلية كالحسابيات ، والهندسة ، وعن اللغوية كرفع الفاعل ، وكذلك نسبة الشيء إلى غيره إيجابا كقام زيد أو سلبا نحو لم يقم .

واحترزوا بـ"العملية": عن العلمية ، وهي أصول الدين ، فإن المقصود منها هو العلم المجرد أي الاعتقاد المسند إلى الدليل .

واحترزوا بـ"المكتسب": عن علم الله تعالى ، والمكتسب مرفوع على الصفة للعلم<sup>(2)</sup>. وبـ"أدلتها التفصيلية": الأحكام الحاصلة عن أدلة إجمالية نحو ثبت الحكم بالمقتضى ، وأمتنع بالنافية ، وبـالاستدلال علم المقلد<sup>(3)</sup> .

(1) نهاية السؤل شرح منهاج الوصول ، تأليف : الإمام جمال الدين عبد الرحيم الإسنوي 18/1 ، ط/ دار الكتب العلمية بيروت لبنان ، الطبعة الأولى 1420 هـ - 1999 م .

(2) التمهيد في تخريج الفروع على الأصول ، تأليف : عبد الرحيم بن الحسن الإسنوي 50 ، ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت - الطبعة الأولى ، 1400 هـ تحقيق : د. محمد حسن هيتو ، الموافقات ، تأليف : إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي 24/1 ، تحقيق : أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان ، ط/ دار ابن عفان ، الطبعة الأولى 1417 هـ / 1997 م .

(3) القواعد والفوائد الأصولية وما يتعلق بها من الأحكام ، تأليف : علي بن عباس البعلبي الحنبلي 4/1 ، ط/ مطبعة السنة المحمدية - القاهرة ، 1375 هـ - 1956 م ، تحقيق : محمد حامد الفقي .



## المطلب الثاني

### تعريف الدعاية في اللغة والاصطلاح

#### الفرع الأول

#### تعريف الدعاية في اللغة

الدعاية في اللغة : مصدر دعا ، ولها عدة معان ، منها : النداء بصوت مرتفع ، والصياح ، والاعتزاء ، والتعريف ، والهداية ، والندب ، والإرشاد ، والتتويه والطلب ، والسؤُق والميل ، وحشد الناس ، وجمعهم لأمر ما ، ويقال : دعوت فلاناً وبفلان : ناديته وصحت به (1) .

وتداعى القوم : أي دعا بعضهم بعضاً حتى يجتمعوا ، والتداعي والادعاء : الاعتزاز في الحرب : وهو أن يقول أنا فلان بن فلان : لأنهم يتداعون بأسمائهم . ومنه الحديث : « إِذْ تَدَاعَتْ عَلَيْكُمْ الْأُمَمُ كَتَدَاعِيَكُمْ عَلَى قَصْعَةِ الطَّعَامِ » (2) . أي اجتمعوا ودعا بعضهم بعضاً (3) .

(1) لسان العرب لابن منظور : مادة (دعا) 257/14 ، المحكم والمحيط الأعظم ، تأليف : أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده المرسي 326/2 ، تحقيق : عبد الحميد هنداوي ، ط/دار الكتب العلمية ، سنة 2000م ، المخصص ، تأليف : أبو الحسن علي بن إسماعيل النحوي اللغوي الأندلسي المعروف بابن سيده 219/1 ، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت - 1417هـ - 1996م ، الطبعة : الأولى ، تحقيق : خليل إبراهيم جفال .

(2) وتكملة الحديث ما أخرجه الإمام أحمد عن أبي هريرة ؓ . قال : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ لِثَوْبَانَ : « كَيْفَ أَنْتَ يَا ثَوْبَانُ ، إِذْ تَدَاعَتْ عَلَيْكُمْ الْأُمَمُ كَتَدَاعِيَكُمْ عَلَى قَصْعَةِ الطَّعَامِ تُصِيبُونَ مِنْهُ ؟ » قَالَ ثَوْبَانُ : يَا أُمِّي يَا رَسُولَ اللَّهِ ، أَمِنْ قِلَّةِ بِنَا ؟ قَالَ : « لَأ ، بَلْ أَنْتُمْ يَوْمَئِذٍ كَثِيرٌ ، وَلَكِنْ يُلْقَى فِي قُلُوبِكُمُ الْوَهْنُ » قَالُوا : وَمَا الْوَهْنُ ؟ يَا رَسُولَ اللَّهِ ؟ قَالَ : « حُبُّكُمْ الدُّنْيَا وَكَرَاهِيَتِكُمُ الْقِتَالِ » قال شعيب الأرنؤوط : حسن لغیره ، وهذا إسناد ضعيف (مسند الإمام أحمد بن حنبل ، تأليف : أحمد بن حنبل أبو عبدالله الشيباني 359/2 ، رقم (8698) ، ط/ مؤسسة قرطبة - القاهرة) . الأحاديث مذيلة بأحكام شعيب الأرنؤوط عليها .

(3) النهاية في غريب الحديث والأثر ، تأليف : أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري 280/2 ، ط/ المكتبة العلمية - بيروت ، 1399هـ - 1979م ، تحقيق : طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطناحي .

ومنه دعوى الجاهلية : وهو قولهم يا فلان كانوا يدعون بعضهم بعضا عند الأمر الحادث الشديد ، ومنه قوله ﷺ : « مَا بَالُ دَعْوَى الْجَاهِلِيَّةِ »<sup>(1)</sup>. ودعوى الجاهلية : الاستغاثة عند إرادة الحرب كانوا يقولون يا آل فلان فيجتمعون فينصرون القائل ولو كان ظالما فجاء الإسلام بالنهي عن ذلك .

و"دعوى الجاهلية" : تطلق على أمرين ، أحدهما : ما كانت العرب تفعله في القتال من الدعوى . والثاني : وهو الذي ينبغي أن يحمل عليه هذا الحديث - هو ما كانت العرب تقوله عند موت الميت كقولهم : واجبلناه واسندناه واسيدناه وأشباهها<sup>(2)</sup>.

والدعاة : هم قوم يدعون إلى بيعة هدى أو ضلالة واحدهم داع ، ورجل داعية إذا كان يدعو الناس إلى بدعة أو دين أدخلت الهاء فيه للمبالغة .

والنبي ﷺ داعي إلى الله تعالى ، وكذلك المؤذن داعي إلى الله تعالى ، والنبي ﷺ داعي الأمة إلى توحيد الله - عز وجل - ، وطاعته ، ومنه قوله

(1) جزء من حديث جابر ﷺ قال : "كُنَّا مَعَ النَّبِيِّ - ﷺ - فِي غَزَاةٍ فَكَسَعَ رَجُلٌ مِنَ الْمُهَاجِرِينَ رَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ فَقَالَ الْأَنْصَارِيُّ: يَا لِلْأَنْصَارِ وَقَالَ الْمُهَاجِرِيُّ: يَا لِلْمُهَاجِرِينَ . فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - : « مَا بَالُ دَعْوَى الْجَاهِلِيَّةِ » . قَالُوا : يَا رَسُولَ اللَّهِ كَسَعَ - ضَرَبَ دَبْرَهُ بِيَدِهِ - رَجُلٌ مِنَ الْمُهَاجِرِينَ رَجُلًا مِنَ الْأَنْصَارِ . فَقَالَ : « دَعْوَاهَا قَائِلُهَا مُتَّبِعَةٌ » . فَسَمِعَهَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ أَبِي ، فَقَالَ : قَدْ فَعَلَوْهَا وَاللَّهِ لَنْ رَجَعْنَا إِلَى الْمَدِينَةِ لِيُخْرِجَنَّ الْأَعَزُّ مِنْهَا الْأَذَلَّ . قَالَ عُمَرُ : دَعْنِي أَضْرِبُ عُنُقَ هَذَا الْمُنَافِقِ ، فَقَالَ : « دَعَا لَا يَتَحَدَّثُ النَّاسُ أَنْ مُحَمَّدًا يَقْتُلُ أَصْحَابَهُ » . صحيح مسلم : كتاب البر والصلة والآداب ، باب نصر الأخ ظالما أو مظلوما 19 / 8 ، رقم (6748) ، ط/ دار الجيل - بيروت .

(2) إحكام الأحكام شرح عمدة الأحكام ، تأليف : تقي الدين أبو الفتح محمد بن علي بن وهب بن مطيع القشيري ، المعروف بابن دقيق العيد 253/1 ، تحقيق : مصطفى شيخ مصطفى و مدثر سندس ، ط/ مؤسسة الرسالة ، الطبعة الأولى 1426 هـ - 2005 م .

تعالى: {يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا} ❖ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا} (1).

فالدعاية في اللغة : الدعوة إلى دين أو مذهب أو رأي أو سلعة أو غير ذلك بالكتابة أو الخطابة أو في وسائل الإعلام ونحوهما (2).

والخلاصة أن المقصود بالدعاية في اللغة فيما يتعلق بالحث : أنها عبارة عن الحشد ، والترويج ، والتعريف بالسلع والخدمات ببيان أوصافها ومزاياها ، وإرشاد الناس وهدايتهم وتوجيههم نحوها .

## الفرع الثاني

### حقيقة الدعاية في الاصطلاح

الدعاية في اصطلاح الفقهاء : بالرجوع إلى المصادر الفقهية لم أجد هذا المصطلح مستعملاً عندهم إذ هو مصطلح محدث .

أما تعريفها عند التسويقيين : فالدعاية هي كل الإجراءات التي تفعل لجذب انتباه الناس إلى سلعة ، أو خدمة ، أو تاجر عن طريق نشر الأخبار عنها أو المعلومات أو التقارير ، ويكون ذلك بأجر مقابل الدعاية (3).

(1) الأيتان (45-46) ، سورة الأحزاب .

(2) لسان العرب لابن منظور : مادة (دعا) 257/14، مختار الصحاح ، تأليف : محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الرازي : مادة (دعا) 218/1، ط/ مكتبة لبنان ناشرون - بيروت ، الطبعة طبعة جديدة ، 1415 هـ - 1995م ، تحقيق : محمود خاطر ، المعجم الوسيط : مادة (دعا) ، 1/ 281 ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، تأليف : أحمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي 1/196، ط/ المكتبة العلمية - بيروت .

(3) معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال، ترجمة وتحقيق : نبيه غطاس ص 443، ط/ مكتبة لبنان طبعة سنة 1980م الطبعة الأولى، إعلام البائع (المنتج، الموزع) بالوسائل الحديثة ، وموقف الفقه الإسلامي منها ، تأليف : إبراهيم عمّاري بحث منشور على موقع المسلم ، بإشراف : أ.د ناصر بن سليمان العمر ، بتاريخ 16 جمادى الأولى 1438 هـ .

وعرفها بعضهم : بأنها: "الأداة التي تحمل التاجر إلى جمهور المستهلكين"<sup>(1)</sup>. وعرفها بعضهم بكونها: "صورة للإعلان التجاري الذي يصل فيه المعلن إلى أقصى الحدود في ترويج وتسويق السلع والخدمات، وتؤثر في الجمهور بطريق المنطق والإقناع، ويكون محلها شيء مادي منتج أو خدمة ما"<sup>(2)</sup>.

### المطلب الثالث

## تعريف الإعلان في اللغة والاصطلاح

### الفرع الأول

### تعرف الإعلان في اللغة

معنى الإعلان في اللغة : مصدر أَعْلَنَ : يطلق ، ويراد به عدة معان ، منها : الإظهار، والمجاهرة ، والشيوخ ، والانتشار والبيان ، وهو ضد الإخفاء<sup>(3)</sup>. فالإعلان : هو إظهار الشيء ، والمجاهرة به ، ويلاحظ فيه أنه يتشمل علي قصد الشيوخ ، والانتشار<sup>(4)</sup>.

(1) الغش وأثره في العقود ، تأليف : عبد الله بن ناصر السلمي 670/2، ط/ كنوز أشبيلية الطبعة الأولى ، طبعة سنة 2004م، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية ، تأليف : عبد الفضيل محمد أحمد ص 3، ط/ مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، طبعة سنة 1991م، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس دراسة مقارنة ، تأليف : رضا متولي وهدان ص 17، ط/ دار الفكر والقانون، الطبعة الأولى طبعة سنة 2008م.

(2) الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، تأليف : أحمد السعيد الزقرد ص 148، بحث منشور بمجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، السنة 19، رجب 1416 هـ ، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته - في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقاً للقانون المدني والفقهاء الإسلامي ، وأحكام القضاء، تأليف : ممدوح محمد مبروك ، ص 573، ط/ المكتب الفني للإصدارات القانونية ، مصر، طبعة سنة 2000م، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة ، تأليف : أحمد السعيد الزقرد ، ص 190، مجموعة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، ديسمبر 1992م.

(3) معجم المقاييس في اللغة، مادة (علن)، ص (689).

(4) لسان العرب : مادة (علن)، 288/13، المصباح المنير، مادة (علن)، ص 221.

والمعانة والإعلان : المجاهرة ، فالإعلان في اللغة : هو إظهار الشيء بالنشر عنه في الصحف ونحوها<sup>(1)</sup>.

ويقال : علن الأمر علونا من باب قعد أي : ظهر وانتشر ، وعلن الأمر علنا من باب تعب لغة فيه ، والاسم منهما العلانية ، وهي ضد السر ، وأكثر ما يقال ذلك في المعاني دون الأعيان ، وأعلنت الأمر أي أظهرته .  
ومنه قوله تعالى : { أَعْلَنْتُ لَهُمْ وَأَسْرَرْتُ لَهُمْ إِسْرَارًا }<sup>(2)</sup>. ومنه قوله تعالى : { إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ }<sup>(3)</sup>. وقوله تعالى : { وَيُنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمَ لَنَا بَيِّنٌ فِيهِ وَلَّا خِلَالٌ }<sup>(4)</sup>.

والفرق بين الإعلان والجهر: أن الإعلان خلاف الكتمان : وهو إظهار المعنى للنفس ، ولا يقتضي رفع الصوت به ، والجهر يقتضي رفع الصوت به ، ومنه يقال رجل جهير ، وجهوري: إذا كان رفيع الصوت<sup>(5)</sup>.

## الفرع الثاني

### تعريف الإعلان في الاصطلاح

الإعلان عند الفقهاء : لا يخرج عن المعنى اللغوي ، فهو موافق لمعناه اللغوي سواء بسواء ، وهو ضد الإسرار ، وهو المبالغة في الإظهار ، ومن

(1) المعجم الوسيط 625/2، تاج العروس: مادة (علن)، 408/35.

(2) سورة نوح الآية رقم (9) .

(3) سورة فاطر الآية رقم (299) .

(4) سورة إبراهيم الآية رقم (31) .

(5) معجم الفروق اللغوية لأبي هلال العسكري 60/1 ، ط/ مؤسسة النشر الإسلامي التابعة لجماعة المدرسين بقم المشرفة ، طبعة 1412 هـ ، 2000 م .

هنا قالوا : يستحب إعلان النكاح ، ولم يقولوا إظهاره ، لأن إظهاره يكون بالإشهاد عليه ، وهو مجرد الإبراز بعد الخفاء ، أما إعلانه : فإعلام الملاء به ، وأما الإفشاء : فهو نشر الخبر من غير مجاهرة ولا إعلان ، وذلك بيئه بين الناس (1).

أما تعريفه عند التسويقيين : هو تعريف بالسلع والخدمات ، وعرضها للبيع ، وترويجها بواسطة جهة تتولى ذلك مقابل أجر مدفوع (2). وعرفه أيضا أهل السوق والتجار بقولهم : هو ما ينشر في الصحف أو الإذاعة أو نحوها في نشرات خاصة مما يهم المعلن أن يطلع عليه الناس ، ويستجيبوا له (3). وعرفته جمعية التسويق الأمريكية (American marketing) : تلك الجهود غير الشخصية التي يدفع عنها مقابل لعرض وترويج الأفكار أو السلع أو الخدمات ويفصح فيها عن شخصية المعلن (4).

---

(1) حاشية ابن عابدين 2 / 261 ، دار الفكر - بيروت - سنة 1421 هـ - 2000 م، حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، تأليف : محمد عرفه الدسوقي 2 / 217 ، تحقيق : محمد عيش ، ط/ دار الفكر ، مغني المحتاج ، تأليف : محمد الخطيب الشربيني 2 / 433 ، ط/ دار الفكر - بيروت - ، المغني ، تأليف : عبد الله بن أحمد بن قدامة المقدسي أبو محمد 6 / 537 ، ط/ دار الفكر - بيروت - الطبعة الأولى ، 1405 هـ .

(2) المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي ، تأليف : ياسر بن طه على كراويه ص 64 ، بحث منشور على الإنترنت على موقع طريق الخلاص بتاريخ 2012/1/11 م ، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي ، تأليف : خالد بن عبد الله المصلح ص 89 ، بحث منشور على الإنترنت على موقع مقهي الكتب .

(3) الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور / ماهر حامد الحولي ، الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله عميد كلية الشريعة والقانون الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين - ص 5 ، طبعة سنة 1430 هـ ، 2009 م .

(4) الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك ، تأليف : الدكتور محمد عبد الشافي إسماعيل ، أستاذ القانون الجنائي المساعد ، بكلية الشريعة والقانون بأسبوط ص 8 ، ط/ دار النهضة العربية - القاهرة =

## المطلب الرابع

### أهمية الدعاية الإعلانية بصفة عامة

لا يخفى علي أحد أن عملية الدعاية الإعلانية تعتبر الآن أداة مهمة جدا ، ومؤثرة في العمليات التجارية بكافة أشكالها من ناحيتي : العرض والطلب .

ولذلك فإنه الآونة الأخيرة أيقنت كثير من الشركات التجارية العالمية والمحلية ، وأصحاب الأموال التجارية ، أن الدعاية الإعلانية هي وسيلة التسويق الأولى والأقوى والأكثر فاعلية للمنتجات والسلع والخدمات المختلفة.

فالتاجر الناجح الآن هو الذي يحسن عملية الدعاية الإعلانية ، ويخصّص جزءاً من أرباح شركته أو مصنعه كلّ عام من أجل عملية الدعاية الإعلانية ، وذلك بكلّ الوسائل الإعلانية المتاحة التي يمكن استخدامها سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة من أجل الترويج للسلع والمنتجات والخدمات (1).

ويمكن لي أن أخص أهمية الدعاية الإعلانية في الأمور التالية :

أولاً : الشمولية المجتمعية : حيث تتوجّه الدعاية الإعلانية إلى جميع شرائح المستهلكين في المجتمعات بخطاب إعلاني موجّه يضمن توجيه الاهتمام إليه ، فعندما يريد التاجر تسويق منتجات خاصة بالمرأة ، فإنه

---

= الطبعة الأولى ، طبعة سنة 1999م ، الإعلان ، تأليف : د. حسين فتحي صـ21 ، ط / دار النهضة العربية - القاهرة - الطبعة الأولى .

(1) المرجعان السابقان .

يعدّ إعلاناً تجارياً موجّهاً يستهدف المرأة تحديداً من أجل جذب انتباهها لرؤية الإعلان والاهتمام بما يعرضه.

ثانياً : تعتبر النافذة والبوابة الرئيسية للتعرف : فهي بوابة التعرف على منتجات الشركة وخدماتها ، فكثيراً من الشركات التجارية تبقى مهمشة لا يدري بها أحد بسبب أنها غير قادرة على التعريف عن منتجاتها عن طريق الإعلان ، بينما يتيح الإعلان نافذة ينظر إليها المشتري أو المستهلك ، ويتعرف فيها على كلّ جديد من المنتجات والخدمات والسلع والأفكار وغيرها .

ثالثاً : تحفيز الهمم وتشعل روح المنافسة : حيث تعمل الدعاية الاعلانية على تشجيع التنافس بين المنتجين والصناعيين لتقديم أفضل ما عندهم من إنتاج ، وتدفعهم لمحاولة التميز لجذب انتباه المستهلكين .

رابعاً : تعتبر غالباً قليلة التكلفة وتعمل على خفض النفقات : وسيلة قد تخفّض النفقات على المدى البعيد ، فعلى الرغم من أنّ الإعلان التجاري قد يكون مكلفاً ، ويثقل كاهل الشركات إلا أنّه يوفرّ عليها توظيف فريق تسويق بشري قد يصرف عليه الكثير بدون أن تكون له جدوى كجدوى الإعلان .

خامساً : تفتح آفاقاً وأبواباً عديدة في عملية التسويق : حيث توسّع السوق ، وتعرفّ التجار والاقتصاديين والصناعيين على السلع والخدمات وتفتح أبواباً عديدة للتعاملات التجارية والاقتصادية بين أهل المصالح



الاقتصادية المختلفة<sup>(1)</sup>. حيث تصل إلي كل بيت تقريباً ، إضافة إلى الإعلانات التي توجّه على شكل لوحات في الشوارع والأسواق ، وتكون أمام أنظار الملايين من الناس كل يوم<sup>(2)</sup>.

سادسا : تعد أهم وسيلة للنصح والإرشاد والتحذير والتوجيه : حيث إن الإعلان هو وسيلة للتحذير من تقليد بعض الشركات لمنتجات الشركات أو محاولة سرقة اسمها ، فكثيراً ما نقرأ في الصحف أو نشاهد على شاشات التلفاز اعلاناً تلفزيونياً تحذّر فيه شركة معيّنة من عدم وجود فروع لها في منطقة معيّنة أو تحذّر فيه من استخدام شعارها واسمها من قبل شركات أخرى ، فالإعلان هنا وسيلة لحماية الشركات من الآخرين ، وكذلك حماية المستهلكين من عمليات النصب والغش والتدليس والخداع من خلال النصح والتوجيه عبر الوسائل الإعلانية .

سابعا : السرعة وسعة الانتشار : حيث إن الدعاية الإعلانية عبر الوسائل المختلفة هي وسيلة انتشار واسعة ، لا يوجد من الناس حالياً من لا يملك في بيته جهاز تلفاز تعرض عليه عشرات الإعلانات التجارية التي تعرض

---

(1) أهمية وسائل الإعلام، مقالة منشورة على الإنترنت ، على موقع "موضوع" ، بواسطة طلال مشعل ، بتاريخ 20 مايو 2015م ، الأهمية الدعاية والإعلان في وقتنا الحالي ، مقالة منشورة على موقع الشهاب للأعلام ، على الإنترنت ، بتاريخ 1 مارس 2010م ، أهمية وسائل الاتصال مقالة منشورة على الإنترنت ، على موقع "موضوع" ، بواسطة طلال مشعل ، بتاريخ 3 مايو 2015م

(2) أهمية وسائل التواصل الاجتماعي مقالة منشورة على موقع "موضوع" ، على الإنترنت ، بواسطة سناء أيمن، بتاريخ 29 يونيو 2015م ، أهمية الدعاية والإعلان في وقتنا الحالي ، مقالة منشورة على موقع الشهاب للأعلام ، على الإنترنت ، بتاريخ 1 مارس 2010م .

منتجات وخدمات متنوّعة ومختلفة ، فالأجهزة التي يعرض عليها الإعلانات أصبحت في متناول الجميع . لذلك فإن مع انتشار الإنترنت وقوة تأثيره عند العامة ، فقد زادت أهمية الدعاية الإعلانية وخصوصاً عبر الإنترنت ، فهناك خيارات عديدة ومتنوعة أمام المستهلكين وسرعة وسهولة الوصول والحصول على المنتج في أي وقت ، وفي أي مكان ، وخفض للتكاليف الإدارية مما ينعكس على شكل انخفاض في سعر السلعة نفسها ، هذا بالإضافة إلى سرعة تبادل المعلومات ، وقدرة المستهلك على الاستفسار والسؤال بتفصيل واسع عن السلعة أو الخدمة<sup>(1)</sup>.

## المطلب الخامس

### تعريف التسويق في اللغة والاصطلاح

**التسويق لغة :** أصل الكلمة من سوق، وتَسَوَّقُ القومُ إذا باعوا واشتَرُوا ، ومنها السوق: وهو موضع البياعات ، وسميت بذلك ؛ لأن الأشياء تساق إليها ومنها، وتذكر وتؤنث ، قال : ابن دريد : السوق مشتقة من سَوَّقَ الناس بضائعهم . ومنه قوله تعالى : { وَقَالُوا مَالِ هَذَا الرَّسُولِ يَأْكُلُ الطَّعَامَ وَيَمْشِي فِي الْأَسْوَاقِ }<sup>(2)</sup>.

وقوله تعالى : { وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ }<sup>(3)</sup>. ويطلق التسويق أيضا على نقل البضائع من المنتج إلى المستهلك ؛ وهو نشاط متعلق ببيع البضائع أو الخدمات .

(1) المراجع السابقة .

(2) جزء الآية رقم (7) ، سورة الفرقان .

(3) جزء الآية رقم (20) ، سورة الفرقان .

وتسويق بضاعة : هو إرسال البضائع إلى الأسواق للإلتجار ، وعرضها للبيع ، والتسويق الهاتفي : هو البيع والشراء عبر الهاتف . فالتسويق في اللغة مشتق من كلا المعنيين ، معنى البيع والشراء والتجارة ، ومعنى القيادة والإدارة (1) .

والتجارة من مرادفات التسويق في اللغة : فهي ما يتجر فيه ، وتقليب المال بالبيع ، والشراء ، ونحو ذلك طلبا للربح ، والتجارة : هي حرفة التاجر (2) .

وفي الاصطلاح : لا يخرج التعريف الاصطلاحي عن التعريف اللغوي والتسويق والتجارة يدوران حول نفس المعنى عند الفقهاء إلا أن التسويق أعم من التجارة ؛ لأنه يشمل البيع والشراء والقيادة والإدارة والتنظيم . وقد عرف الفقهاء التجارة ، فقالوا : هي تقليب المال المملوك بالمعاوضة بالنية كسراء ، سواء كان بعرض أم نقد أم دين حال أم مؤجل (3) . وعرفها الكاساني : " بأنها عبارة عن جعل الشيء للغير ببديل " (4) .

(1) لسان العرب : مادة (سوق) 166/10 ، المعجم الوسيط : مادة (سوق) 464/1 ، المغرب في ترتيب المغرب ، تأليف : أبو الفتح ناصر الدين بن عبد السيد بن علي بن المطرز 422/1 ، ط/ مكتبة أسامة بن زيد - حلب - الطبعة الأولى ، 1979م ، تحقيق : محمود فاخوري و عبد الحميد مختار ، الزاهر في معاني كلمات الناس ، تأليف : أبو بكر محمد بن القاسم الأنباري 387/1 ، ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت - 1412 هـ - 1992م ، الطبعة : الأولى ، تحقيق : د. حاتم صالح الضامن .

(2) تاج العروس : مادة (تجر) 279/10 ، التوقيف على مهمات التعاريف ، تأليف : محمد عبد الرؤوف المناوي 160/1 ، ط/ دار الفكر المعاصر ، دار الفكر - بيروت ، دمشق ، الطبعة الأولى ، 1410 هـ ، تحقيق : د. محمد رضوان الداية ، المعجم الوسيط 82/1 .

(3) حاشية إعانة الطالبين على حل ألفاظ فتح المعين لشرح قرّة العين بمهمات الدين ، تأليف : أبو بكر ابن السيد محمد شطا الدمياطي 152/2 ، ط/ دار الفكر - بيروت .

(4) بدائع الصنائع للكاساني 134/5 .

وعرفها الجرجاني : " بأنها عبارة عن شراء شيء لبيع بالريح " (1) .  
 وعرفها ابن خلدون بقوله : تنمية المال ، بشراء البضائع ، ومحاولة بيعها  
 بالغلاء بأعلى من ثمن الشراء ، إما بانتظار حوالة الأسواق ، أو نقلها إلى  
 بلد هي فيه أنفق وأعلى ، أو بيعها ، بالغلاء على الآجال (2) . وعرفها  
 بعضهم بقوله : التجارة : " التصرف في رأس المال طلبا للريح " (3) .

## المطلب السادس

### تعريف السلع في اللغة والاصطلاح

السلعة في اللغة : هي كل ما يتجربه من البضاعة والمتاع ، وفي  
 الحديث الشريف : « الْحَلْفُ مَنْفَقَةٌ لِّلْسُلْعَةِ مَمْحَقَةٌ لِّلْبَرْكَاتِ » (4) (5) . وفي  
 المصباح : السلعة بفتح السين اسم لما يباع ، وبالكسر اسم للخراج  
 كالغدة ونحوها ، كما قاله ابن حجر في شرح البخاري : وهي من  
 الحمصة إلى البطيخة (6) .

(1) التعريفات ، تأليف : علي بن محمد بن علي الجرجاني 73/1 ، ط/ دار الكتاب العربي  
 - بيروت - الطبعة الأولى ، 1405 هـ ، تحقيق : إبراهيم الأبياري .

(2) مقدمة ابن خلدون ، تأليف : عبدالرحمن بن خلدون 395/1 ، ط/ إحياء التراث العربي -  
 بيروت .

(3) المفردات في غريب القرآن ، تأليف : أبو القاسم الحسين بن محمد 73/1 ، تحقيق :  
 محمد سيد كيلاني ، ط/ دار المعرفة - بيروت .

(4) المعجم الوسيط : مادة (سلع) 443/1 ، القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً ، تأليف :  
 سعدي أبو جيب 180/1 ، ط/ دار الفكر - دمشق - سورية - الطبعة الثانية 1408 هـ =  
 1988 م .

(5) متفق عليه من حديث أبي هريرة ، واللفظ للبخاري (صحيح البخاري : كتاب البيوع ،  
 باب يحق الله الربا ويربى الصدقات والله لا يحب كل كفار أثيم 235/2 ، رقم (1981) ،  
 صحيح مسلم : كتاب المساقاة ، باب النهي عن الحلف في البيع 56/5 ، رقم (4209) .

(6) المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، تأليف : أحمد بن محمد بن علي  
 المقرئ الفيومي : مادة (سلع) 285/1 ، ط/ المكتبة العلمية - بيروت .

وفي القاموس : السلعة بالكسر المتاع جمعها سلع والغدة في الجسد ،  
وقد تفتح أو خراج في العنق وأسلع: أي صار ذا سلعة ، فهو مسلوع ،  
وبالفتح الشجة<sup>(1)</sup> . والمراد بالسلع في البحث : هي كل ما يتجر فيه من  
البضائع والمتاع ، ومفردها: سلعة . وقد تسمى السلعة : البضاعة أو  
العرض ، وتجمع على عروض .

وفي اصطلاح الفقهاء : لا يخرج التعريف الاصطلاحي عن التعريف  
اللغوي فقد عرفها فقهاء الحنفية ، فقالوا : السلعة هي البضاعة<sup>(2)</sup> .  
وعرفها فقهاء المالكية فقالوا : هي رأس المال ، غير العين من مقوم أو  
مثلي<sup>(3)</sup> . وعرفها فقهاء الشافعية فقالوا : هي اسم لما يباع من المتاع ، وما  
يحويه<sup>(4)</sup> .

وبذلك يدور معنى السلعة عند الفقهاء على البضاعة ، ورأس المال من  
العروض ، وكل ما له مثل أو قيمة مالية .

---

(1) القاموس المحيط ، تأليف : محمد بن يعقوب الفيروز آبادي : مادة ( سلع ) 1 / 942 ،

تاج العروس : مادة ( سلع ) 216/21 .

(2) حاشية رد المختار على الدر المختار شرح تنوير الأبصار فقه أبو حنيفة ، تأليف : ابن

عابدين/270، ط/دار الفكر سنة النشر 1421هـ - 2000م.

(3) الشرح الكبير ، تأليف : أبو البركات أحمد بن محمد العدوي ، الشهير بالدردير/3  
194.

(4) حاشية الجمل على المنهج لشيخ الإسلام زكريا الأنصاري ، تأليف : العلامة الشيخ

سليمان الجمل 5 / 473 ، ط / دار الفكر - بيروت ، حاشية البجيرمي على شرح منهج

الطلاب (التجريد لفتح العبيد) 2 / 207 ، سليمان بن عمر بن محمد البجيرمي ، ط/ المكتبة

الإسلامية - ديار بكر - تركيا .

## المطلب السابع

### تعريف الخدمات في اللغة والاصطلاح

الخدمات في اللغة : جمع خدمة ، وتدور حول عدة معان منها : المهنة والجماعة ، والقيود ، والخلخال ، والساق ، والمساعدة ، والمنحة ، والعناية ، والاهتمام ، يقال تحت خدمتك : أي تحت تصرفك ، ومستعد خدمتك ، ويقال :التحق بخدمة فلان : ارتبط بالعمل عنده ، ويقال : خدمات اجتماعية : أي أعمال رسمية أو غير رسمية غايتها مساعدة المرضى ، ويقال : خدمات صحية : أي فحوص وعلاج وغيرها ، ويقال : خدمات مكتبية : أي ما تقوم به المكاتب من خدمات كإعارة الكتب ، وإقامة المعارض (1).

ويقال : خدمة إجبارية : أي تجنيد إلزامي ، ويقال خدمة عامة : أي العمل في نشاطات ذات منفعة عامة كالإدارة الحكومية ، ويقال : خدمة ذاتية : أي خدمة المرء نفسه بنفسه ، ويقال : علامة الخدمة : أي علامة تستعمل عند البيع أو الدعاية : لتمييزها عن الخدمات التي يقدمها الآخرون ، يقال : وخدم المنازل : من يقومون بالخدمة فيها (2).

---

(1) لسان العرب : مادة (خدم) 12/166 ، إكمال الأعلام بتثليث الكلام ، تأليف : محمد بن عبد الله بن عبد الله بن مالك الطائي الجبالي 1/178 ، تحقيق : سعد بن حمدان الغامدي ، ط/ جامعة أم القرى ، طبعة سنة 1404هـ - 1984م - مكة المكرمة - المملكة السعودية مختار الصحاح ، تأليف : محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الرازي 1/642 ، ط/ مكتبة لبنان ناشرون - بيروت - الطبعة طبعة جديدة ، 1415هـ - 1995م ، تحقيق : محمود خاطر ، المغرب في ترتيب المغرب ، تأليف : أبو الفتح ناصر الدين بن عبد السيد بن علي بن المطرز 1/248 ، ط/ مكتبة أسامة بن زيد - حلب - الطبعة الأولى ، 1979م ، تحقيق : محمود فاخوري ، و عبدالحميد مختار.

(2) المعجم الوسيط : مادة (خدم) 1/221.

الفرق بين الخدمة والطاعة : أن الخادم هو الذي يطوف على الانسان متحققا في حوائجه ؛ ولهذا لا يجوز أن يقال : إن العبد يخدم الله تعالى ، وأصل الكلمة الإطافة بالشيء ، ومنه سمي الخلخال خدمة ثم كثر ذلك حتى سمي الاشتغال بما يصلح به شأن المخدم خدمة ، وليس ذلك من الطاعة ، والعبادة في شيء ألا ترى أنه يقال : فلان يخدم المسجد إذا كان يتعمده بتطظيف وغيره ، وأما الحفد : فهو السرعة في الطاعة ، ومنه قوله تعالى " بنين وحفدة " (1) .

والمراد بالخدمة في البحث : العمل ، والمساعدة ، والمنحة ، والعناية ، والمعونة ، وكل ما يحتاجه الإنسان ، ويلبي رغباته ، وتطلعاته في كافة شؤون الحياة .

وفي اصطلاح الفقهاء : لا يخرج التعريف الاصطلاحي عن التعريف اللغوي .

---

(1) الفروق اللغوية لأبي هلال العسكري 214/1 .





## المبحث الثاني

### أساليب الدعاية الإعلانية المعاصرة

ويتكون من خمسة مطالب :

- المطلب الأول: الدعاية الإعلانية عن طريق الوسائل المرئية.
- المطلب الثاني: الدعاية الإعلانية عن طريق الوسائل المسموعة.
- المطلب الثالث: الدعاية الإعلانية المطبوعة.
- المطلب الرابع: الدعاية من خلال شبكة المعلومات الدولية.
- المطلب الخامس: الدعاية الإعلانية من خلال شاشات الهواتف.



## المبحث الثاني

### أساليب الدعاية الإعلانية المعاصرة

تتنوع الدعاية الإعلانية في العصر الحاضر إلى أنواع كثيرة ، ومتعددة بحسب الوسيلة المتخذة في عملية الدعاية الإعلانية ، وسوف أسلط الضوء على أهم أنواع الدعاية الإعلانية في العصر الحاضر فيما يلي :

#### المطلب الأول

#### الدعاية الإعلانية

#### عن طريق الوسائل المرئية

تتمثل الدعاية الإعلانية المرئية في العصر الحاضر في التلفاز، وهي أكثر الوسائل انتشارا الآن ، ويراها الغالبية العظمى من الناس على مستوي العالم، وكذلك الدعاية الإعلانية عن طريق دور السينما، وشاشات العرض التي توضع في الأماكن العامة، والمواكب الجماهيرية والاستعراضات وغير ذلك<sup>(1)</sup>.

---

(1) الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور / ماهر حامد الحولي ، الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله عميد كلية الشريعة والقانون الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين - ص 5 ، طبعة سنة 1430 هـ ، 2009م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م ، أساليب الدعاية المعاصرة ، مقالة على الموسوعة الحرة " ويكيبيديا " على الإنترنت بتاريخ 5 يناير 2017م ، نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012 .

وتتميز الدعاية الإعلانية المرئية عن بقية الوسائل الأخرى بعدة مزايا منها:  
1- الجمع بين الصوت والصورة معا : وهذا يؤدي بدوره إلى زيادة احتمالات جذب انتباه المشاهدين للإعلان ، وإيجاد نوع من الاتصال المباشر بينهم وبين المعلن ، وزيادة احتمالات تأثرهم بالإعلان .

2 زيادة وسرعة الانتشار: إذ إن التلفزيون موجود ، ومتوفر لدى معظم الأسر في جميع أنحاء العالم ، وهو يمثل وسيلة جماهيرية ، ومن ثم تعرض أكبر عدد ممكن من الجمهور للدعاية الإعلانية للسلعة أو الخدمة .

3 تعدد البرامج : لتناسب الاهتمامات المختلفة للجماهير يزيد من فرصة مشاهدة الجماهير ، ومن ثم إمكانية توجيه الرسالة الإعلانية للجمهور المستهدف عند إذاعة البرنامج الذي يجذب اهتمامه .

4- القدرة على جذب انتباه المشاهدين بجميع طبقاتهم : وذلك ؛ لأن الغالبية العظمى من المشاهدين سواء من الطبقة المثقفة أم من الأميين رجالا ونساء في مختلف المراحل العمرية ، يجدون متعة في مشاهدة التلفزيون ، وينتبهون لما يعرض به من موضوعات ، وبرامج وخلافه .  
أهم العيوب :

يعاب على استخدام التلفزيون ، كأهم وسيلة إعلانية مرئية ما يلي:  
1. التكلفة المرتفعة للدعاية الإعلانية : وذلك بالمقارنة بالوسائل الأخرى ، مما لا يناسب صغار المعلنين حيث لا يستطيعون دفع تكاليف الإعلان ، فيقتصر العمل بهذه الوسيلة على القادرين فقط .

2. انعدام القدرة على حصر الإعلان في الفئة المستهدفة : حيث تؤدي صعوبة توجيه الرسالة الإعلانية إلى الجمهور المستهدف وحده ؛ لأن التلفزيون كأحد أهم الوسائل المرئية يخاطب جميع المشاهدين في وقت واحد دون تخصيص (1).

3. كثرة الدعاية الإعلانية مما يقلل الاهتمام بها : يؤدي عرض عدد كبير من الإعلانات في وقت واحد إلى التأثير على فعالية ، ودرجة مصداقية كل منها ، وقد يؤدي ذلك إلى عدم اهتمام المشاهدين بالإعلانات (2).

## المطلب الثاني

### الدعاية الإعلانية عن طريق الوسائل المسموعة

الدعاية الإعلانية عن طريق الوسائل المسموعة : وتتمثل في

الإعلانات الإذاعية التي تبث علي موجات الأثير الإذاعي ( الراديو) (3) .

(1) المراجع السابقة .

(2) الدعاية والاعلان ، تأليف: د. جمال محمد ابو شنب و د. اشرف محمد خوخه ، ص23، ط/ دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ، طبعة سنة 2005 م، أهم وسائل الدعاية والإعلان ، مقالة على موقع دليل النيل للتسويق على الإنترنت بقلم مروة ثروت بتاريخ 2017/2/17م ، دراسة تمهيديه عن الإعلان بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية باسم صلاح حمودة بتاريخ 2017/1/8م ، أساليب الدعاية المعاصرة مقالة بقلم أحمد دعدوش منشورة على الإنترنت على موقع صيد الفوائد بتاريخ 2017/1/8م.

(3) الدعاية وسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م ، نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت ( royal advertising ) ، في عام 2012م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة ، مقالة على منتدى ايت إبراهيم ، أستاذ العلوم السياسية بفسطين ، منشورة على الإنترنت ، بتاريخ 16 مايو عام 2008م ، أساليب الدعاية المعاصرة ، مقالة على الموسوعة الحرة " ويكيبيديا " ، على الإنترنت بتاريخ 5 يناير 2017م ، أهم وسائل الدعاية =

توجد محطات إذاعة حكومية، ومحطات إذاعة أهلية:

1. محطات الإذاعة الحكومية : هي التي تشرف عليها الدولة باعتبارها وسيلة إعلامية تزيد من ثقافة ، ووعي الجمهور ، ويحتل إيراد الإعلانات بها دخلا إضافيا لا يعتمد عليه بصفه أساسية في تغطية نفقات الإذاعة .
- 2 محطات الإذاعة الأهلية : وهي التي تكون مملوكة بواسطة أشخاص أو منشآت ، ويكون هدفها تحقيق الربح ، وتعتمد على الإعلانات في تغطية نفقاتها بالإضافة إلى إيراد الحفلات.

- كذلك تنقسم محطات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها إلى:

- 1- محطة عامة يغطي إرسالها جميع أنحاء الدولة .
- 2- محطة محلية يغطي إرسالها منطقة معينة.
- 3- محطة دولية توجه إذاعتها من دولة معينة إلى دولة أخرى باللغة الملازمة لكل دولة (1).

خصائص الإذاعة كوسيلة لنشر الإعلانات

تتميز الإذاعة بما يلي:

- 1- انخفاض التكلفة نسبيا عند الإعلان بالراديو بالمقارنة بالوسائل الأخرى.

---

= والإعلان ، مقالة على موقع دليل النيل للتسويق على الإنترنت بقلم مروة ثروت بتاريخ 2017/2/17 م .

(1) أساليب الدعاية المعاصرة ، مقالة على الموسوعة الحرة " ويكيبيديا " على الإنترنت بتاريخ 5 يناير 2017 م دراسة تمهيديه عن الإعلان بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية باسم صلاح حمودة بتاريخ 2017/1/8 م ، الدعاية وسائلها واساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت بتاريخ 26 يناير 2012 م .

2. الانتشار ، وذلك للاستخدام الكبير للراديو من جانب الجمهور خاصة مع صغر حجمه الحالي ، وإمكانية سماعه في أي وقت ، ومن ثم زيادة احتمال تعرض أكبر عدد يمكن للمستهلكين من الإعلان .

3. إمكانية التعامل مع قطاعات محددة من المستهلكين ، وتوجيه الرسالة الإعلانية للجمهور المستهدف ، وذلك لوجود محطات مختلفة تجذب اهتمام قطاعات مختلفة ، وذلك مثل إذاعة الشباب والقرآن الكريم وغيره.

4. السرعة حيث يمكن تسليم الرسالة الإعلانية وقت إذاعتها مباشرة مما يزيد من مرونتها وتلائمها مع الأحداث الجارية .

5. إمكانية استغلال نبرات الصوت في التأثير على المستهلكين .

6. امكان استخدام لغات مختلفة في الرسالة الإعلانية لتناسب مختلف الجماهير المقصودة بالإعلان .

7. إمكانية تغير الرسالة الإعلانية في كل فترة يذاع فيها الإعلان للتأثير على وتر معين في كل مرة ، وعرض مختلف المفريات البيعية مما يزيد من وصولها إلى مختلف الجماهير.

8. تعتبر مناسبة خاصة للجمهور الذي لا يعرف القراءة .

ويعاب على استخدام الإذاعة كوسيلة إعلانية ما يلي:-

1- انخفاض درجة الانتباه للرسالة الإعلانية ، وذلك لانشغال الأفراد غالباً بأعمال أخرى عند استماعهم للراديو مما يقلل احتمال وصول الرسالة إليهم

2- عدم قدرة المستمع على متابعة الإعلان إذا ما فاتته كلمة أو جملة في الإعلان لعدم إمكانية استعادتها إلا إذا استمع للإعلان مرات متعددة مما يتطلب عناية كبيرة في إعداد المادة الإعلانية للإذاعة<sup>(1)</sup>.

### المطلب الثالث

### الدعاية الإعلانية المطبوعة

الدعاية الإعلانية المطبوعة : وهي الأقدم على الإطلاق بين فنون الإعلان الحديث وتتمثل هذه الوسيلة في الصحف ، والمجلات ، والدوريات ، والمنشورات ، والملصقات ونحوها<sup>(2)</sup>.

- تنقسم الصحف من حيث مدى انتشارها إلى:

1- صحف أهلية أو عامة : وهي التي توزع في جميع أنحاء الدولة ، ويتكون جمهورها من جميع فئات المجتمع وتقدم للقراء مواد هادفة في مختلف المجالات.

---

(1) وسائل ترويج المنتجات ، مقالة على الإنترنت على موقع فن التسويق والإعلان بتاريخ 2017/1/12م ، دراسة تمهيديه عن الإعلان ، بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية ، باسم صلاح حمودة ، بتاريخ 2017/1/8م ، أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م ، الدعاية ووسائلها وأساليبها وأهدافها ، تأليف: حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م.

(2) أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م ، الدعاية ووسائلها وأساليبها وأهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م. نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م .



2- صحف مهنية : وهى التي تصدر للعاملين بمهنة معينة لإمداد بالمعلومات الخاصة بهذه المهنة ونقل أخبارها إليهم.

3- صحف إقليمية : وهى التي يقتصر توزيعها على منطقة معينة ، وتتناول أخبار هذه المنطقة ، وما يهم السكان الموجودين بها.

4- صحف خاصة : وتصدرها هيئات معينة لأعضائها ، وتتضمن وجهة نظر الهيئة فى مختلف الموضوعات التي تهم أعضائها .  
- مزايا الصحف كوسيلة لنشر الإعلانات :-  
تتميز الصحف كوسيلة لنشر الإعلانات بالآتي:

1. انخفاض تكلفة الإعلان إذا تمثل ارضى وسائل نشر الإعلانات.

2. السرعة فيمكن للمعلن تسليم رسالته للجريدة في المساء لينشر في اليوم التالي.

3. تعد الصحف من أكثر الوسائل الإعلانية استخداماً وقبولاً من جانب المستهلكين إذا يمكن أن تطلع عليها جميع أفراد الأسرة.

4. القابلية للتصديق من جانب الجمهور ولما يرد من معلومات بالصحف.

5. إمكان الاحتفاظ بالمعلومات الواردة بالجريدة عندما تثير اهتمام القارئ بما في ذلك الإعلانات.

6. سهولة تكرار الإعلان في الصحف وذلك لصدور الصحف يومياً أو أسبوعياً.

7- سهولة الإعلان في الصحف وذلك لتقديم دور النشر الصحفية الخدمات الفنية والإنتاجية للعملاء مجاناً في أغلب الأحيان.

وتوجد بعض العيوب التي تحد من فعالية الصحف كوسيلة لنشر

## الإعلانات

منها:-

1. قصر عمر الصحيفة إذا لا تعمر أكثر من يوم واحد في حالة الصحف اليومية، ومن ثم تقليل احتمال قراءة القراء.
- 2 عدم استخدام الألوان في معظم الجرائد .
- 3 القراءة السريعة للجريدة تقلل من احتمالات رؤية القارئ للإعلان .
- 4 .نوع الورق المستخدم في الجرائد لا يساعد على الابتكار في الإعلانات التحريرية (1).

## المطلب الرابع

### الدعاية من خلال شبكة المعلومات الدولية

الدعاية الإعلانية عن طريق شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)

وزادت أهمية شبكة المعلومات الدولية كوسيط إعلامي هائل ، وتطورت حتى وصلت إلى المستوى المتقدم الذي نراه اليوم كما تتمتع هذه الوسيلة من الدعاية الإعلانية بكثرة المتابعة ، والمشاهدة ، وهذا مما يزيد من أهميتها، ويجعلها من أكثر الوسائل تأثيرا في عملية الرواج التجاري (2).

(1) وسائل ترويج المنتجات ، مقالة على الإنترنت على موقع فن التسويق والإعلان بتاريخ 2017/1/12م ، دراسة تمهيديه عن الإعلان ، بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية ، باسم صلاح حمودة ، بتاريخ 2017/1/8م ، أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريكا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م .

(2) نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م، أنواع الدعاية والإعلان ، =

## مميزات الإعلان عبر الإنترنت

1. تعتبر من أقل وسائل الإعلان تكلفة على الإطلاق .
- 2 استهداف الفئات الصحيحة من الناس .
- 3 تستطيع تحقيق جمهور في جميع أنحاء العالم.
- 4 له جاذبية فائقة للعملاء .
- 5- مرونة هائلة في الإبداع في الإعلان .
- 6- الوجود الدائم للإعلان يمكن أن يعود إليه العميل في أي وقت للتأكد من معلومة .
7. إمكانية رصد وتتبع النتائج وتحليلها بمنتهى السهولة .
8. إمكانية تحديث الإعلان أو الحملة الإعلانية كاملة بسهولة<sup>(1)</sup> .

---

=مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريكا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م، الدعاية ووسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م.

(1) وسائل ترويج المنتجات ، مقالة على الإنترنت على موقع فن التسويق والإعلان بتاريخ 2017/1/12م ، دراسة تمهيديه عن الإعلان ، بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية ، باسم صلاح حمودة ، بتاريخ 2017/1/8م ، نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الاعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م، أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريكا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م، الدعاية ووسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م.

## عيوب الإعلان عبر الإنترنت :

- 1- من الممكن أن يتجاهل العملاء الإعلان .
2. تحدث مشاكل عند مشاهدة الإعلان مثل أن يكون الموقع متوقف أو أن يحدث تأخير في تحميل الفيديو الخاص بالإعلان وغيرها من المشاكل التقنية .
- 3 من الممكن أن يحدث تشتت للعملاء حيث يكون اهتمام الزائر للموقع هو البحث عن شيء معين سواء معلومة أو غيره في المواقع .
- 4- لو كانت أحد وسائل الإعلان المدفوعة ممكن تقع ضحية للاحتيال<sup>(1)</sup>.

### المطلب الخامس

#### الدعاية الإعلانية من خلال شاشات الهواتف

الدعاية الإعلانية على شاشة الجوال ( خدمة الرسائل SMS ) ، ولقد أصبحت من الوسائل الهامة بعد زيادة أعداد المستخدمين للجوال حول العالم ، بحيث تستطيع أي شركة أو مؤسسة إيصال إعلاناتها من

---

(1) الاتصالات التسويقية والترويج ، تأليف : تامر البكري ، ص 11 ، ط/ دار حامد، عمان ، طبعة سنة 2008م أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريكا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م، الدعاية وسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م. نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م

خلال شركات الاتصال المختلفة المنتشرة حول العالم بكل يسر وسهولة (1).

وتهدف عمليات الدعاية الإعلانية إلى ما يلي :

1. تحقيق الطلب على المنتج .
2. زيادة في حجم المبيعات .
3. خلق الطلب في ذهنية المستهلك .
4. تعزيز مكانة العلامة التجارية لدى جمهور المستهلكين .
5. تحديد المكان الذي يمكن شراء المنتج منه وتوقيت ذلك (2).

---

(1) وسائل ترويج المنتجات ، مقالة على الإنترنت على موقع فن التسويق والإعلان بتاريخ 2017/1/12م ، دراسة تمهيديه عن الإعلان ، بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية ، باسم صلاح حمودة ، بتاريخ 2017/1/8م ، أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كاريكا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م ، وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م، الدعاية وسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م.

(2) الاتصالات التسويقية والترويج ، تأليف : تامر البكري ، ص 8 ، ط/ دار حامد، عمان ، طبعة سنة 2008م.



المبحث الثالث  
تاريخ استخدام الدعاية الإعلانية  
للترويج للسلع والخدمات





## المبحث الثالث

### تاريخ استخدام الدعاية الإعلانية للترويج للسلع والخدمات

تعد الدعاية من أقدم الأنشطة البشرية التي مارسها الإنسان منذ بدء الخليقة، وقد تنوعت أشكالها، وأساليبها، وأنماطها على مر العصور بدأ من النار والدخان والطبول والرايات والرسوم والتماثيل، ثم الكتابة فالطباعة، ثم الإذاعة ثم الأفلام السينمائية والتلفاز وأخيرا الأقمار الصناعية<sup>(1)</sup>.

ولم يتخلف الهدف الرئيسي من استخدام الدعاية الإعلانية، وهو البيان والإظهار للجمهور، وإثارة الرغبة لدى الراغبين، وتحفيز الهمم، وزيادة الطلب، وخلق طلب السلعة أو الخدمة في ذهنية المستهلك.

ويري كراوفورد (Crawford): أن أول إعلان في التاريخ ظهر منذ ثلاثة آلاف عام، حيث كتبه كاتب على ورقة بردي في طيبة يعلن فيه عن هرب أحد العبيد، كما وجدت نماذج لإعلانات مختلفة على جدران منازل مدينة بومبي (Bombei) القديمة.

ولذلك فقد اتخذت عمليات الدعاية الإعلانية اشكالا وأنماطا مختلفة عبر القرون، والأجيال، فمنذ خلق الإنسان، ومع ظهور حاجة الإنسان إلى عمليات البيع والشراء، فقد ظهر في بادئ الأمر ما يعرف بالدلال، وهو عبارة عن شخص من ينادي قديما على السلعة لتباع بالممارسة.

(1) الدعاية الانتخابية، دراسة نظرية وتطبيقية، تأليف: د. محمد كمال القاضي ص 5، ط / دار النمر - القاهرة - طبعة سنة 1995م - 1416 هـ.

وظهر أيضاً الحادي ، وهو من يوفده الحكام أو الملوك أو الأمراء ليتجول في الأسواق والطرقات ، ويجمع الناس حوله ليبلغهم برسالته ، ولعل هذين الأسلوبين من أقدم الأساليب بالإضافة لعرض البضاعة أمام البائع ، وإظهارها بمظهر جميل ليتم الإقبال عليها من قبل الناس (1) .

ثم ظهر أسلوب آخر من الدعاية الإعلانية ، وهو ضرب الطبول والمزامير عند قدوم القافلة التجارية ، ومن ذلك سبب نزول قوله تعالى : { وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا } (2) .

وهذه الآية نزلت في شأن قافلة زيت كان صاحبها دحية بن خليفة الكلبي الأنصاري رضي الله عنه قدمت من الشام ، وكان عادة أهل المدينة إذا جاءت قافلة تجارية تحمل الميرة يستقبلونها بشيء من اللهو كضرب الطبول والمزامير ، وصادف قدوم القافلة يوم الجمعة والناس في المسجد ، فلما انقضت الصلاة ، وطلع رسول الله ﷺ . على المنبر يخطب ، وكانت الخطبة بعد الصلاة لا قبلها كما هي بعد ذلك ، فخرج الناس يتسللون حتى لم يبق مع الرسول ﷺ . إلا اثنا عشر رجلاً ،

(1) نظام الحكومة النبوية المسمى التراتيب الإدارية ، تأليف : الشيخ عبد الحي الكتاني 57/2، ط/ دار الكتاب العربي - بيروت - الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور / ماهر حامد الحولي ، الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله عميد كلية الشريعة والقانون الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين - ص 6 ، طبعة سنة 1430 هـ ، 2009م ، الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك ، تأليف : الأستاذ الدكتور محمد عبد الشافي إسماعيل ، أستاذ القانون الجنائي المساعد بكلية الشريعة والقانون بأسبوط ص 1 ، ط/ دار النهضة - القاهرة - طبعة سنة 1999م .

(2) جزء الآية رقم (11) ، سورة الجمعة .

وامرأة ، فنزلت هذه الآية تعيب عليهم خروجهم ، وتركهم نبينهم  
يخطب (1) .

فاستخدام الطبول والمزامير في الدعاية الاعلانية عن المنتجات التجارية  
وسيلة قديمة ظهرت قبل قدوم الإسلام المدينة ، وكانت عادة أهل المدينة  
إذا قدمت عليهم العير من الشام بالبر والزبيب استقبلوها فرحا بالمعازف ،  
وظلت في صدر الإسلام حتى نزلت هذه الآية الكريمة ، ومن العجيب أن  
هذه الوسيلة من الدعاية ما زالت موجودة في الأسواق إلى يومنا  
هذا ، ولكن بصورة محدودة .

ومن أساليب الدعاية الاعلانية القديمة أيضا عن المنتجات  
التجارية الحرص على اختيار الأماكن العامة ، ومواطن الرغبات ،  
ومحل الطلبات ، وإشهارها ، والنداء عليها بين الناس لإظهارها ،  
وترغيب الناس في شرائها (2) .

---

(1) جامع البيان في تأويل القرآن، تأليف: محمد بن جرير بن يزيد بن كثير بن غالب  
الأملي، أبو جعفر الطبري، 386/23، تحقيق: أحمد محمد شاكر ، ط/ مؤسسة  
الرسالة، الطبعة: الأولى ، 1420 هـ - 2000م، الجامع لأحكام القرآن ، =  
= تأليف: أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس  
الدين القرطبي 109/18، تحقيق: هشام سمير البخاري، ط/ دار عالم الكتب، الرياض،  
1423 هـ / 2003 م، الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل،  
تأليف: أبو القاسم محمود بن عمر الزمخشري الخوارزمي 838/4، ط/ دار إحياء التراث  
العربي - بيروت، اللباب في علوم الكتاب، تأليف: أبو حفص عمر بن علي ابن عادل  
الدمشقي الحنبلي 79/19، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت / لبنان - 1419 هـ - 1998 م ،  
الطبعة: الأولى.

(2) الإعلان: تاريخه، أسسه وقواعده، تأليف: د. خليل الصابات ص 21 ، ط/ مكتبة  
الأنجلو المصرية، طبعة سنة 1969م ، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية  
المتجر والمستهلك ، د. حسين فتحي ، مجلة المحاماة العدد (1) ص 15 ، يناير وفبراير  
عام 1992م ، جواهر العقود و معين القضاة و الموقعين و الشهود، تأليف: شمس الدين  
محمد بن أحمد المنهاجي الأسيوطي 99/1، ط/ دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان الطبعة  
الأولى 1417 هـ - 1996 م .

ويرى معظم المؤرخين أن اللافتات الخارجية على المتاجر هي أول أشكال الإعلان، فقد استخدم البابليون - الذين عاشوا فيما يُعرف الآن بالعراق - لافتات كهذه للدعاية لمتاجرهم وذلك منذ عام 3000 ق.م.

كما وضع الإغريق القدامى والرومانيون لافتات إعلانية خارج متاجرهم ، ولما كان عدد الناس الذين يعرفون القراءة قليلاً فقد استعمل التجار الرموز المنحوتة على الحجارة، أو الصلصال، أو الخشب عوضاً عن اللافتات المكتوبة، فعلى سبيل المثال، ترمز حدوة الحصان إلى محل الحداد ، والحذاء إلى محل صانع أحذية.

وفي مصر القديمة قام التجار باستئجار مُنادين يجوبون الشوارع معلنين عن وصول سَفْنِهِمْ وبضائعهم ، وفي حدود القرن العاشر الميلادي أصبحت ظاهرة المنادين متفشية في كثير من المدن الأوروبية ، وهؤلاء كان يستأجرهم التجار لإرشاد العملاء إلى متاجرهم وإعطائهم فكرة عن سلع وأسعار المتجر.

تأثير اختراع الطباعة في حوالي عام 1440م اختراع الألماني جوهانس جوتنبرج حروف الطباعة المتحرّكة ، وقد أدى اختراعه إلى ظهور أول أشكال الإعلان الموسَّع، كالمصقات المطبوعة والإعلانات الموزَّعة باليد، وإعلانات الصحف اليومية .

وفي عام 1472م أخرج وليم كاكستون . الذي أدخل الطباعة لأول مرة في إنجلترا . أول إعلان دعائي في إنجلترا ، وهو مُلصَق تم تثبيته على أبواب الكنائس يعلن عن طرح كتاب في المكتبات<sup>(1)</sup> .

وظهرت أول صحيفة مطبوعة منتظمة في إنجلترا عام 1622م وكانت صحيفة أسبوعية. وفي السنوات التالية ، ومع بدء إصدار العديد من الصحف الإنجليزية ، أصبح الإعلان هو السمة الرئيسية لكافة الصحف.

وفي عام 1875م بدأت وكالة إن دبليو أير وولده . وهي وكالة إعلان أمريكية مقرها في ولاية فيلادلفيا . في إبراز خدماتها الإعلانية للمعلنين تدريجياً. فقد وظفت الشركة محررين ورسامين ، ونفذت حملات إعلانية متكاملة لعملائها ، وهكذا أصبحت إن دبليو أير وولده أول وكالة إعلان حديثة.

وصاحب تنامي الإعلان في مختلف أنحاء العالم منذ الخمسينيات في القرن العشرين انتقاد للممارسات الإعلانية ، وانصبَّ أكثر النقد على استعمال الأساليب النفسية في الإعلان.

---

(1) وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م، الدعاية ووسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م. نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م، الاتصالات التسويقية والترويج ، تأليف : تامر البكري ، ص 8 ، ط/ دار حامد ، عمان ، طبعة سنة 2008م، نبذة عن الدعاية موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م .

وفي عام 1957م أصبح كتاب "فانس باكارد" واسمه المؤثرون في الخفاء أكثر الكتب رواجًا ، حاول "باكارد" في كتابه إثبات استخدام الجهات المعلنة لأساليب نفسية لحمل الناس على شراء سلع غير ضرورية لأسباب يجهلونها تمامًا ، وأصبح التعبير المؤثرون في الخفاء مرتبطًا بصناعة الإعلان<sup>(1)</sup>.

ثم ظهر بعد ذلك استخدام الصحف اليومية المتنوعة في الدعاية الإعلانية ، ولكن لم تكن هذه الوسيلة هي الأفضل في عملية الرواج التجاري ؛ نظرا لوجود شريحة كبيرة من الناس لا تطالع الصحف إما لو جود نسبة كبيرة من الناس يتصفون بالأمية أو لوجود نسبة كبيرة من الناس لا تتابع الصحف اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية .

فالدعاية الإعلانية المطبوعة هي الأقدم على الإطلاق بين فنون الإعلان الحديث وتتمثل في الصحف ، والمجلات ، والدوريات ، والمنشورات ، والملصقات ونحوها<sup>(2)</sup> ، وفي مطلع القرن العشرين تم

---

(1) الدعاية وسائلها وأساليبها وأهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م. نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت ( royal advertising ) في عام 2012م، نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م  
(2) الإعلان ، تأليف : د. حسن عبد الله أبو ركية ص 17 ، ط/ دار النهضة العربية ، طبعة سنة 1976م ، الإعلان ، تأليف : د. على السلمي ص 20 ، ط/ مكتبة عريب ، طبعة سنة 1978 م ، وسائل الإعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م، الدعاية ووسائلها وأساليبها وأهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م. نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م، الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف =

استخدام الوسائل المسموعة مثل المذياع (الراديو) في عملية الدعاية  
الإعلانية والترويج (1).

وفي منتصف القرن العشرين تم استخدام الدعاية الإعلانية عن طريق  
الوسائل المرئية والتي ، وتمثل في التلفاز ، وهي أكثر الأنواع انتشارا  
الآن ، وكذلك الدعاية الإعلانية عن طريق دور السينما ، وشاشات  
العرض التي توضع في الأماكن العامة (2).

وفي أواخر القرن العشرين ظهرت الدعاية الإعلانية عن طريق  
شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) ، وزادت أهمية شبكة المعلومات  
الدولية كوسيط إعلامي هائل ، وتطورت حتى وصلت إلى المستوى  
المتقدم الذي نراه اليوم كما تتمتع هذه الوسيلة من الدعاية الإعلانية  
بكثرة المتابعة ، والمشاهدة ، وهذا مما يزيد من أهميتها ، ويجعلها من  
أكثر الوسائل تأثيرا في عملية الرواج التجاري (3).

وأخيرا ظهرت وسيلة أخرى هي الأوسع انتشارا وهي الدعاية  
الإعلانية على شاشة الجوال الدعاية الإعلانية على شاشة الجوال ( خدمة

---

= دكتور / ماهر حامد الحولي ، الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله عميد كلية الشريعة  
والقانون الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين - ص 5 ، طبعة سنة 1430 هـ ، 2009 م .  
(1) المراجع السابقة .

(2) الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور / ماهر حامد الحولي ،  
الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله عميد كلية الشريعة والقانون الجامعة الإسلامية بغزة -  
فلسطين - ص 5 ، طبعة سنة 1430 هـ ، 2009 م .

(3) وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى إيت إبراهيم أستاذ العلوم  
السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م ، الدعاية وسائلها  
وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي ، بحث منشور على موقع مجلة  
الابتسام على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م . نبذة عن الدعاية من موقع شركة  
رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في  
عام 2012م ،

الرسائل sms ) ، ولقد أصبحت من الوسائل الهامة بعد زيادة أعداد المستخدمين للجوال حول العالم ، بحيث تستطيع أي شركة أو مؤسسة إيصال إعلاناتها من خلال شركات الاتصال المختلفة المنتشرة حول العالم بكل يسر وسهول (1) .

---

(1) الدعاية وسائلها وأساليبها وأهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م. نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت ( royal advertising ) في عام 2012م، الاتصالات التسويقية والترويج ، تأليف : تامر البكري ، ص 8 ، ط/ دار حامد، عمان ، طبعة سنة 2008م ، الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور / ماهر حامد الحولي ، الأستاذ المشارك في الفقه وأصوله عميد كلية الشريعة والقانون الجامعة الإسلامية بغزة - فلسطين - ص 5 ، طبعة سنة 1430هـ ، 2009م .



## المبحث الرابع الحكم التكليفي للدعاية الإعلانية

ويتكون من خمسة مطالب :

- المطلب الأول: حكم الدعاية الإعلانية .
- المطلب الثاني : الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء بحق .
- المطلب الثالث : الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء بغير حق .
- المطلب الرابع: الأثر المترتب على الدعاية الإعلانية الكاذبة .
- المطلب الخامس : حكم الهدايا الإعلانية .



## المبحث الرابع

### الحكم التكليفي للدعاية الإعلانية

إن المتأمل في حقيقة الدعاية الإعلانية يجد أنها في حقيقة الأمر  
شاء على المنتجات التجارية ، وترغيب المشتريين فيها ، ومدح لها بغرض  
ترويجها .

وهذا الشاء والمدح لا يخلو من أن يكون مدحاً وثناء بحق لمجرد بيان  
أوصاف المنتجات ، ومزاياها دون مغالاة أو غش أو تدليس أو تضليل ،  
أو يكون مدحاً وثناء بغير حق للتغريب بالمشتري ، وخداعه .

فيترتب عليه بعض الآثار الضارة بالمشتري ، وبهذا التوصيف الفقهي  
يتضح أن الدعاية الإعلانية تدور بين أمرين مختلفين في الحكم في الفقه  
الإسلامي سوف ألقى الضوء عليهما في خمسة مطالب فيما يلي :

#### المطلب الأول

#### حكم الدعاية الإعلانية

الأصل في الإعلانات بصفة عامة أنها جائزة ، ومشروعة ، لكن  
بالرغم من ذلك إلا أنه قد تعترتها الأحكام التكليفية الخمسة بحسب  
الأسباب والبواعث :

فقد تكون الدعاية الإعلانية واجبة : وذلك في كل ما يجب على  
المسلم تحصيله والعمل به ، فالوسائل المفضية إلى المقصود قطعاً تأخذ

حكم المقصود ، ويعبر عنها أهل الأصول بقولهم: "ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب" (1).

مثل الإعلان عن المحاضرات الدينية أو دروس العلم ؛ لقوله تعالى :  
{ وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَكَأَنَّهُ }  
تَكْمُوهُ} (2) أو المواقع التعليمية علي شبكة الإنترنت أو عن دواء  
يعالج مرض فاش في المجتمع أو عن شركات تسهل أداء الحج والعمرة أو  
سلعة ضرورية لحياة الناس ومعاشهم لقوله تعالى : { وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ  
وَالتَّقْوَى } (3). أو التحذير من خطر يهدد المجتمع .

وقد تكون مندوبة : إن كان فيها ترويج لشيء مندوب ، وكل ما  
فيه الدلالة على الخير عملاً بقوله ﷺ : « الدالُّ عَلَى الْخَيْرِ كَفَاعِلِهِ » (4)  
مثل الإعلان عن عقد الزواج حتي ، ولو كان الإعلان بالدف ، لما روى  
عن عائشة رضی الله عنها قالت : قال: رسول الله - ﷺ - : « أَظْهَرُوا

---

(1) أصول الفقه على منهج أهل الحديث ، تأليف : زكريا بن غلام قادر  
الباكستاني/150/1، ط/ دار الخراز - الطبعة الأولى 1423هـ-2002م ، الأشباه والنظائر ،  
تأليف: تاج الدين السبكي/4/1، ط/ دار الكتب العلمية ، الطبعة الأولى 1411 هـ -  
1991م ، الإحكام في أصول الأحكام ، تأليف : علي بن محمد الأمدي أبو الحسن/152/1،  
ط/ دار الكتاب العربي - بيروت ، الطبعة الأولى ، 1404 هـ ، تحقيق : د. سيد الجميلي .  
(2) جزء الآية رقم (187) ، سورة آل عمران .  
(3) جزء الآية رقم (2) ، سورة المائدة .

(4) أخرجه الترمذي من حديث أنس رضي الله عنه ، قال أبو عيسى هذا حديث غريب  
من هذا الوجه من حديث أنس عن النبي صلى الله عليه وسلم ، قال الشيخ الألباني :  
حسن صحيح : (سنن الترمذي: كتاب العلم عن رسول الله صلى الله عليه وسلم ، باب ما  
جاء الدال على الخير كفاعله 41/5 ، رقم (2670) ، ط/ دار إحياء التراث العربي -  
بيروت - تحقيق : أحمد محمد شاكر وآخرون).

النِّكَاحَ ، وَاضْرِبُوا عَلَيْهِ بِالْغُرْبَالِ « (1) يعني الدف ؛ لأنه يشبه الغريبال في استدارته .

لما روى عن عامر بن عبد الله بن الزبير عن أبيه عن رسول الله - ﷺ - قال : « أَعْلِنُوا النِّكَاحَ » (2) . قال فقهاء الشافعية : ويسن إظهار النكاح (3) .

وقد تكون حراماً : إن كان الهدف من الإعلان شيء محرم ، مثل ظهور النساء سافرات ، لقوله تعالى : { وَلَا تَبْرُجْنَ تَبْرُجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى } (4) ، وقوله تعالى : { إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ } (5) أو كانت الإعلانات تشتمل على شيء محرم مثل إعلانات الدخان أو الخمر أو لباس الحرير للرجال والشرب من آنية الذهب والفضة .

---

(1) قال الألباني : ضعيف دون الشطر الأول ، فهو حسن . قال البوصيري : هذا إسناد فيه خالد بن إلياس أبو الهيثم العدوي ، وهو ضعيف . سنن البيهقي الكبرى ، تأليف : أحمد بن الحسين بن علي بن موسى أبو بكر البيهقي : كتاب النكاح ، باب ما يستحب من إظهار النكاح وإباحة الضرب بالدف عليه ، وما لا يستتكر من القول ، 288/7 قم (14463) ، ط/ مكتبة دار الباز - مكة المكرمة ، 1414 هـ - 1994 م ، تحقيق : محمد عبد القادر عطا ، سنن ابن ماجه ، تأليف : محمد بن يزيد أبو عبدالله القزويني : كتاب النكاح ، باب إعلان النكاح 611/1 ، رقم (1895) ، ط/ دار الفكر - بيروت ، تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي .

(2) قال الحاكم : هذا حديث صحيح الإسناد ، ولم يخرجاه ، المستدرک علی الصحیحین ، تأليف : محمد بن عبدالله أبو عبدالله الحاكم النيسابوري 200/2 ، رقم (2748) ، ط / دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى ، 1411 - 1990 م ، تحقيق : مصطفى عبد القادر عطا ، سنن البيهقي الكبرى 288/7 ، رقم (14463) .

(3) تحفة الحبيب على شرح الخطيب ( البجيرمي على الخطيب ) ، تأليف : سليمان بن محمد بن عمر البجيرمي الشافعي 78/4 ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت/ لبنان - 1417 هـ - 1996 م ، الطبعة : الأولى .

(4) جزء الآية رقم (33) ، سورة الأحزاب .

(5) جزء الآية رقم (19) ، سورة النور .

قال الشيخ ابن سعدي: "الوسائل لها أحكام المقاصد ، فما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب، وما لا يتم المسنون إلا به فهو مسنون، وطرق الحرام والمكروهات تابعة لها، ووسيلة المباح مباحة" (1).

ومعنى الوسائل : الطرق التي يُسلك منها إلى الشيء ، والأمور التي تتوقف الأحكام عليها من لوازم وشروط (2).

وقال ابن القيم: "لما كانت المقاصد لا يتوصل إليها إلا بأسباب وطرق تُفضي إليها كانت طرقها وأسبابها تابعة لها معتبرة بها، فوسائل المحرمات والمعاصي في كراهتها والمنع منها بحسب إفضائها إلى غاياتها وارتباطاتها بها.

ووسائل الطاعات والقربات في محبتها والإذن فيها بحسب إفضائها إلى غايتها، فوسيلة المقصود تابعة للمقصود، وكلاهما مقصود، لكنه مقصود قصد الغايات، وهي مقصودة قصد الوسائل" (3).

وقد تكون مكروهة : إن دخل في تصميم الإعلان شيء مكروه ، مثل أن يظهر فيه ما يخالف سنة النبي ﷺ أو ما يدعوا إلي خلافها ، كرجل يظهر في الإعلان يأكل أو يشرب بيده اليسرى ، فعن إِيَّاسُ بْنُ سَلَمَةَ بْنِ الْأَكْوَعِ أَنَّ أَبَاهُ حَدَّثَهُ أَنَّ رَجُلًا أَكَلَ عِنْدَ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ بِشِمَالِهِ فَقَالَ: "كُلْ بِيَمِينِكَ قَالَ: لَأَسْتَطِيعُ قَالَ: لَأَسْتَطِيعُ مَا مَنَعَهُ إِلَّا الْكِبَرُ قَالَ:

(1) معالم أصول الفقه عند أهل السنة والجماعة، تأليف : محمد بن حسين بن حسن

الجزائري، 297/1، ط/ دار ابن الجوزي ، الطبعة الخامسة ، 1427 هـ.

(2) المرجع السابق .

(3) إعلام الموقعين 135/3.

فَمَا رَفَعَهَا إِلَى فِيهِ" (1). وعملا بالقاعدة الفقهية التي تقول: "وسائل  
المكروه مكروهة" (2).

وقد تكون مباحة: وهي الإعلانات التجارية التي تكون خالية  
من المحرمات والمكروهات، وتحقق مصلحة للتاجر والمستهلك على أن  
تكون وفق الضوابط الشرعية. طبقا للقاعدة الفقهية التي تقول: "إن  
الأصل في الأشياء الإباحة" (3) ومنها قوله تعالى: { هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ  
مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا } (4)، وقوله تعالى: { وَسَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ  
وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ } (5)، وقوله تعالى: { قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ  
الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ } (6).

ووجه الدلالة: أن الله تعالى امتنّ على خلقه بما في الأرض  
جميعاً، ولا يمتن إلا بمباح؛ إذ لا مئة في محرم، وخُصَّ من ذلك بعض  
الأشياء، قال تعالى: { وَقَدْ فَصَّلَ لَكُمْ مَا حَرَّمَ عَلَيْكُمْ إِلَّا مَا اضْطُرِرْتُمْ

---

(1) صحيح مسلم: كتاب الأشربة، باب آداب الطعام والشراب وأحكامهما 109/6، رقم  
(5387)، الجمع بين الصحيحين البخاري ومسلم، تأليف: محمد بن فتح  
الحميدي 1/374، ط/ دار ابن حزم - لبنان/ بيروت - 1423 هـ - 2002 م، الطبعة: الثانية  
، تحقيق: د. علي حسين البواب.

(2) قواعد الأحكام في مصالح الأنام، تأليف: أبو محمد عز الدين عبد العزيز بن عبد  
السلام بن أبي القاسم بن الحسن السلمي الدمشقي، الملقب بسلطان العلماء 1/109،  
تحقيق: محمود بن التلاميذ الشنقيطي، ط/ دار المعارف بيروت - لبنان.

(3) قواعد الفقه، تأليف: محمد عميم الإحسان المجددي البركتي 1/59، ط/ الصدف  
ببلشرز، سنة 1407 هـ - 1986 م، كراتشي، الأشباه والنظائر، تأليف: عبد الرحمن بن  
أبي بكر السيوطي 1/60، ط/ دار الكتب العلمية - سنة 1403 هـ، شرح القواعد الفقهية،  
تأليف: الشيخ أحمد بن الشيخ محمد الزرقا 1/299، ط/ دار القلم - بيروت.

(4) الآية رقم (29)، سورة البقرة.

(5) الآية رقم (13)، سورة الجاثية.

(6) الآية رقم (22)، سورة الأعراف.

إِلَيْهِ} (1) ، قال ابن تيمية : " والتفصيل التبيين ، فبين أنه بين المحرمات ، فما لم يبين تحريمه فليس بمحرم ، وما ليس بمحرم فهو حلال ، إذ ليس لإحلال أو حرام" . انتهى (2) . وقال تعالى : { وَحَرَّمَ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ } (3) فحرم الله الخبائث لما فيها من الفساد لهم في معاشهم أو معادهم ، فيبقى ما عداها مباحاً بموجب الآية (4) .

## المطلب الثاني

### حكم الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء بحق

إذا كانت الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء بحق بوسيلة مباحة وبدون استخدام الصور العارية على المنتجات أو الإعلان في التلفاز أو نحوه باستخدام النساء العاريات أو بالطبل والزمر .

فإذا خلت الدعاية الإعلانية من هذه الأمور المحرمة ، فهي أمر جائز شرعاً ، خاصة إذا كانت الدعاية تتضمن إعلام المشتري بما يجهله من أوصاف ، ومزايا في المنتج التجاري أو الخدمة المراد الإعلان عنها. ويؤيد

(1) الآية رقم (119) ، سورة الأنعام .

(2) الفتاوى الكبرى ، تأليف: تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن تيمية الحراني 369/1 ، تحقيق : محمد عبدالقادر عطا ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى 1408 هـ - 1987 م .

(3) الآية رقم (74) ، سورة الأنبياء .

(4) الجامع لأحكام القرآن ، تأليف : أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي 251/1 ، تحقيق : هشام سمير البخاري ، ط/ دار عالم الكتب ، الرياض ، المملكة العربية السعودية ، 1423 هـ / 2003 م ، التحرير والتنوير ، تأليف : محمد الطاهر بن محمد بن محمد الطاهر بن عاشور التونسي 94/8 ، ط/ الدار التونسية للنشر - تونس - سنة: 1984 هـ .



ذلك من القواعد الفقهية قاعدة: أن الأصل في المنافع الإباحة وفي المضار الحرمة<sup>(1)</sup>.

ويدل على ذلك أيضا أن كل ما دعت إليه حاجة الناس ، وتعلقت به مصلحة معاشهم، وكانت مصلحته راجحة فإن الشريعة الإسلامية لا تحرمه ، إذ إن تحريمه في هذه الحالة يقتضي الحرج ، والحرج منتفٍ شرعاً<sup>(2)</sup> قال تعالى : { هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا }<sup>(3)</sup>.

ووجه الدلالة : أن الله تعالى امتن على خلقه بما في الأرض جميعا ، ولا يمتن إلا بمباح إذ لا منة في محرم ، وخص من ذلك بعض الأشياء ، وهي الخبائث لما فيها من الضرر لهم في معاشهم أو معادهم ، فيبقى ما عدها مباحا بموجب الآية<sup>(4)</sup>. وقال تعالى: { وَالْأَرْضَ وَضَعَهَا

---

(1) التمهيد في تخريج الفروع على الأصول، تأليف: عبد الرحيم بن الحسن الأسنوي أبو محمد/488، ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت ، الطبعة الأولى ، 1400 هـ ، تحقيق : د. محمد حسن هيتو ، البحر المحيط في أصول الفقه، تأليف: بدر الدين محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي/565/4، تحقيق: د. محمد محمد تامر ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - سنة 1421 هـ - 2000 م ، الموافقات، تأليف: إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي الشهير بالشاطبي/182/1، تحقيق: أبو عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان ، ط/ دار ابن عفان ، الطبعة الأولى 1417 هـ/ 1997 م.

(2) ومن الأدلة الشرعية التي تنفي الحرج قوله تعالى : { وَمَا جَعَلْ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ } (سورة الحج : 78). وقوله تعالى: { يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ } (سورة البقرة : 185). وقوله تعالى: { وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ } ( الأعراف : 157 ) وقوله تعالى: { لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا } (البقرة: 286) . وقوله تعالى: { فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتَطَعْتُمْ } (التغابن: 16). وقوله تعالى: { رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ } (البقرة: 286). وقوله صلى الله عليه وسلم قال: (إن الدين يسر وإن يشاد الدين أحد إلا غلبه فسددوا وقاربوا .. ) (أخرجه مسلم في حديث طويل لجابر، صحيح مسلم 2/ 1105).

(3) سورة البقرة، آية: 29.

(4) الإحكام في أصول الأحكام ، تأليف : علي بن محمد الأمدي أبو الحسن/301/3، ط/ دار الكتاب العربي - بيروت - الطبعة الأولى ، 1404 هـ ، تحقيق : د. سيد الجميلي ، التقرير والتحرير في علم الأصول، تأليف: ابن أمير الحاج/173/2، ط/ دار الفكر - بيروت سنة 1417 هـ - 1996 م ، قواطع الأدلة في الأصول ، تأليف : =

لِلْأَنْعَامِ} (1) . فهذا دليل على أن الأصل في كل ما في الأرض أنه لنا حلال .

فإذا اشتبهنا هل هذا مما حرمه الله أو لا ؟ رجعنا للأصل ، وهو الحل ، إلا أن يوجد رأي يرجح أنه من المحرمات ، فحينئذ يكون من المشتبهات ، ونقول : إن من التقوى ترك المشتبهات. وقال تعالى: {هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ} (2) .

وبهذا يتضح أن الدعاية الإعلانية تدخل تحت هذا الأصل العام من الإباحة؛ لأنها وسيلة تدعو الحاجة إليهما في المجال التجاري ، ولها أثر كبير في تحسين نوعية السلع والخدمات ، ورفع مستوى الإنتاج .

كما أنهما يعرفان بأماكن السلع والخدمات وأصحابها خاصة مع واقع الأسواق التجارية المعاصرة التي تشهد تطوراً وتنوعاً كبيراً في السلع التجارية ، والخدمات التي تقدمها الشركات المتنوعة كشركات الهواتف المحمولة ، وشركات النقل مثلاً وغيرها مما يوقع الناس في حيرة ، وارتباك ، وتردد عند اختيار إحدى السلع ، والخدمات المتنوعة . والدعاية الإعلانية بدورها تعرف الناس بمزايا السلع والخدمات ، ومنافعها ، وأوجه الفرق بينها في الجودة ، والسعر مما يساعد كثيراً في

---

=أبو المظفر، منصور بن محمد بن عبد الجبار ابن أحمد المروزي السمعاني التميمي الحنفي ثم الشافعي 158/1، تحقيق : محمد حسن محمد حسن اسماعيل الشافعي ، ط// دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان - الطبعة الأولى ، 1418هـ/1999م

(1) سورة الرحمن، آية: 10 .

(2) سورة الملك ، الآية : 15 .

إزالة أسباب الحيرة ، والتردد عن كثير من الناس عند الشراء ،  
وساعدهم في اتخاذ القرار الشرائي الصائب (1).

والدعاية الإعلانية فيهما شبه بعمل الدلال ، وهو من يعرف  
بمكان السلعة وصاحبها ، وينادي في الأسواق عليها ، وقال الفقهاء : إن  
أجرة الدلال على البائع ، وليس على المشتري ، وقد أجاز أهل العلم عمل  
الدلال ، وجرى على ذلك عمل المسلمين ، ولم ينقل إنكاره عن أحد من  
أهل العلم (2).

إن الدعاية الإعلانية فيها ثناء البائع ، ومدحه لسلعته ، وقد  
أجاز الشرع للمرء أن يصف نفسه بما فيه من مزايا حميدة إذا تعلق  
بذلك مصلحة راجحة ، كالتعريف بنفسه عند من لا يعرفه أو ما أشبه  
ذلك من المصالح (3).

ومن ذلك ما قص الله - تعالى - علينا من قصة يوسف - عليه  
السلام - لما قال للملك : { اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْكَ }

(1) الخداع الإعلاني وأثره على المستهلك في دولة الكويت ، تأليف : د . نعيم أبو جمعة  
بحث منشور بمجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية ، جامعة الكويت ، العدد 50 ،  
15 - 73 ، بتاريخ شعبان 1407 هـ .

(2) الأشباه والنظائر على مذهب أبي حنيفة النعمان ، تأليف : الشيخ زين العابدين بن  
إبراهيم بن نجيم/113/1 ، ط/دار الكتب العلمية ، بيروت - القواعد في الفقه الإسلامي ،  
تأليف : أبو الفرج عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي/349/1 ، تحقيق :

طه عبد الرؤوف سعد ، ط/ مكتبة الكليات الأزهرية ، الطبعة : الأولى ،  
1391 هـ/1971م ، المنشور في القواعد ، تأليف : محمد بن بهادر بن عبد الله الزركشي أبو  
عبد الله/146/1 ، ط/ وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية - الكويت ، الطبعة الثانية ،

1405 هـ ، تحقيق : د. تيسير فائق أحمد محمود ، قواعد الفقه ، تأليف : محمد عميم الإحسان  
المجددي البركتي/283/1 ، ط/ الصدف ببلشرز - كراتشي - سنة 1407 - 1986م  
(3) أحكام القرآن لابن العربي/1092/3 ، الجامع لأحكام القرآن للقرطبي/215/9 .

(1) . فكذا مدح المرء لسلعته أو خدمته ، بل هو أولى بالجواز؛ لأن الأصل في مدح المرء نفسه المنع؛ لقوله- تعالى- : {فَلَا تُزَكُّوا أَنْفُسَكُمْ} (2) أي لا تشهدوا عليها بأنها زكية بريئة من الذنوب والمعاصي ، وقوله {هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ اتَّقَى} (3) أي أن الله أعلم بمن اتقى منكم ربه ، فخاف عقابه ، فأدى الفرائض ، واجتنب المحرمات منا ، ومن المتقى نفسه ، فلذا لا تمدحوا أنفسكم له ، فإنه أعلم بكم من أنفسكم (4) .

وقال الماوردي في قوله- تعالى- : {فَلَا تُزَكُّوا أَنْفُسَكُمْ} (5) ثلاثة أوجه : أحدها : يعني لا تمدحوا. الثاني : لا تعملوا بالمعاصي ، وتقولوا نعمل بالطاعة . الثالث : إذا عملت خيراً فلا تقل عملت كذا وكذا . ويحتمل رابعاً : لا تبادلوا قبحكم حسناً ومنكركم معروفاً . ويحتمل خامساً : لا تراؤوا بعملكم المخلوقين لتكونوا عندهم أزكياً . {هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ اتَّقَى} قال الحسن : قد علم الله كل نفس ما هي عاملة وما هي صانعة وإلى ما هي صائرة (6) . بخلاف مدح المرء لسلعته وثنائه عليها ، فلا دليل على منعه وتحريمه ، بل الأصل فيه الحل والإباحة.

(1) سورة يوسف، جزء آية: (55).

(2) سورة النجم، جزء آية: (32).

(3) سورة النجم، جزء آية: (32).

(4) أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير، تأليف: جابر بن موسى بن عبد القادر بن جابر أبو بكر الجزائري 1975/5، ط/ مكتبة العلوم والحكم - المدينة المنورة - الطبعة الخامسة، 1424هـ/2003م.

(5) سورة النجم، جزء آية: (32).

(6) النكت والعيون، تأليف: أبو الحسن علي بن محمد بن حبيب الماوردي البصري 402/5، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت / لبنان - تحقيق: السيد بن عبد المقصود بن عبد الرحيم، كتاب الكليات، تأليف: أبو البقاء أيوب بن موسى =

## المطلب الثالث

### الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء على المنتجات التجارية بغير حق

ويتحقق هذا النوع من الدعاية الإعلانية بأمرين :

الأمر الأول : الكذب والتدليس على الناس ، وهو أن تتم الدعاية الإعلانية للمنتجات التجارية أو الخدمات بما يتنافى مع الواقع .  
والأمر الثاني : التفرير بالناس ، وذلك بأن يصف المنتجات التجارية أو الخدمات بصفات ليست موجودة في حقيقة الأمر ، فيضلل الناس ويفشهم .

وقد دل القرآن الكريم ، والسنة النبوية ، على تحريم هذين النوعين من الدعاية الإعلانية ، بل تحريم كل ما يوهم المشتري بوجود صفة مرغوبة في المنتجات التجارية أو الخدمات ولا وجود لها في حقيقة الأمر ، سواء كان ذلك بالفعل أو القول أو الإشارة (1).

ومن أدلة التحريم :

1. قول الله - تعالى - : { إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْرِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ } (2).

---

= الحسيني الكفوي/490/1 ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت - 1419 هـ - 1998م، تحقيق :  
عدنان درويش - محمد المصري.

(1) إعلاء السنن (53/14)، الخرشي على مختصر خليل (133/5)، عقد الجواهر الثمينة (475/2)، مغني المحتاج (63/2)، كشاف القناع (213/3)، المحلى (65/9).

(2) سورة آل عمران، جزء آية: (77).

وجه الدلالة : يتضح من سبب نزول هذه الآية حيث روي أن رجلاً أقام - أي : روج ، يقال : قامت السوق أي : راجت ونفقت - سلعة . أي متاعه . ، وهو في السوق ، فحلف بالله لقد أعطي بها ما لم يُعط ؛ ليوقع رجلاً من المسلمين " (1) .

أي بدل سلعته ، وحلف بأنه أعطى كذا وكذا ، ويكذب فيه ترويجاً لسلعته ليوقع في سلعته رجلاً من المسلمين الذين يريدون الشراء.

2 قوله تعالى - { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ } (2).

وجه الدلالة : أن معنى الآية أنه لا يحل لكم أن يأكل بعضكم مال بعض بغير حق ، إلا أن يكون وفقَّ الشرع ، والكسب الحلال عن تراض منكم بالتجارات التي تكون عن تراضٍ ، ولا شك أن من اشترى المدلس والمغشوش ، وهو لا يعلم غير راضٍ به ، فالبيوع التي فيها غش ، وتدليس وخديعة تعد من أكل المال بالباطل (3).

وهذا يدل أيضاً : على أن الله أباح كل ما عد تجارة ما لم ينه عنه الشارع ، وأن ما حصل به الرضى من الأقوال والأفعال انعقدت به

(1) أخرج البخاري عن عبد الله بن أبي أوفى رضي الله عنه : أن رجلاً أقام سلعة وهو في السوق فحلف بالله لقد أعطى بها ما لم يعط ليوقع فيها رجلاً من المسلمين فنزلت الآية : { إن الذين يشترون بعهد الله وأيمانهم ثمناً قليلاً } ، صحيح البخاري : كتاب البيوع ، باب ما يكره من الحلف في البيع 735/2 ، رقم (1982) .

(2) سورة النساء ، جزء آية : (29).

(3) بدائع الصنائع 274/5 ، بداية المجتهد (173/2) ، مجموع الفتاوى 127/15 ، المحلى (440/8).

التجارة، فما حقق الرضى من قول أو فعل ، انعقدت به المعاوضات والتبرعات<sup>(1)</sup>.

3- وعن أبي أمامة . ﷺ - أن رسول الله ﷺ قال: "من اقتطع حقَّ امرئٍ مسلم بيمينه حرّم الله عليه الجنة وأوجب له النار" قالوا: وإن كان شيئاً يسيراً يا رسول الله؟ قال: "وإن كان قضيباً من أراك" قالها ثلاث مرات<sup>(2)</sup>.

4. وعن علقمة بن وائل بن حجر، عن أبيه قال: جاء رجل من حضرموت ورجل من كِنْدَةَ إلى النبي، فقال الحضرمي: يا رسول الله إن هذا قد غلبني على أرض لي كانت لأبي، فقال الكندي: هي أرض في يدي أزرعها، ليس له فيها حق، فقال النبي ﷺ للحضرمي: "ألك بينة؟" قال: لا قال: "فلك يمينه" قال: يا رسول الله إن الرجل فاجرٌ لا يبالي على ما يحلف عليه، قال: "ليس لك منه إلا ذلك"، فانطلق ليحلف له، فلما أدبر قال رسول الله ﷺ: "أما لئن حلف على ماله ليأكله ظلماً ليلتقين الله، وهو عنه مُعْرِضٌ"<sup>(3)</sup>.

(1) تفسير القرآن العظيم، تأليف: المؤلف: أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير القرشي الدمشقي 268/2، تحقيق: سامي بن محمد سلامة، ط/ دار طيبة، الطبعة: الثانية

1420 هـ - 1999 م

(2) صحيح مسلم: كتاب الإيمان، باب وعيد من اقتطع حق مسلم بيمين فاجرة بالنار 1 / 122، رقم (218).

(3) صحيح مسلم: كتاب الإيمان، باب وعيد من اقتطع حق مسلم بيمين فاجرة بالنار 1 / 123 - 124، رقم (223).

5. وما روى عن عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما - قال : « نهى رسول الله - ﷺ - عن النجش »<sup>(1)</sup>.

وجه الدلالة : أن النبي - ﷺ - نهى عن النجش ؛ لأنه من باب الخديعة في البيع ، وإظهار الناجش للمبتاع أن قيمتها أكثر من قيمتها ، وأنه يريد أن يبتاعها . وقال ابن الأثير : النجش : هو أن يمدح السلعة لينفقها ويروجها ، ويزيد في ثمنها ، وهو لا يريد شراءها ليقع غيره فيها . فهو يشمل بذلك : مدح المنتجات التجارية أو الخدمات ؛ ليُرَوِّجها بالدعاية الإعلانية الكاذبة والمضللة ، ويُغَرِّبَ غيره بها بغير حق ، ونهى عنه ، لما يترتب عليه من الكذب والتفريز بالمشتريين ، ورفع ثمن السلع عن طريق المكر والخداع<sup>(2)</sup>.

---

(1) صحيح البخاري : كتاب البيوع ، باب النجش 355/4 ، رقم (2142) ، صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب تحريم بيع الرجل على بيع أخيه 1156/3 ، الموطأ : كتاب البيوع ، باب ما ينهى عنه من المساومة والمبايعة 683/2 ، رقم (95) ، سنن النسائي : كتاب البيوع ، باب النجش 258/7 ، سنن ابن ماجة كتاب التجارات : باب ما جاء في النهي عن النجش 734/2 ، رقم (2173) ، مسند أحمد 108/2 ، سنن البيهقي : كتاب البيوع ، باب النهي عن النجش 343/5.

(2) النهاية في غريب الحديث والأثر ، تأليف : أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري 51/5 ، ط/ المكتبة العلمية - بيروت ، 1399 هـ - 1979 م ، تحقيق : طاهر أحمد الزاوي - محمود محمد الطنحاني ، تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذي ، تأليف : محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري أبو العلا 442/4 ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - سبل السلام ، تأليف : محمد بن إسماعيل الأمير الكحلاني الصنعاني 18/3 ، ط/ مكتبة مصطفى البابي الحلبي ، الطبعة : الرابعة 1379 هـ / 1960 م ، شرح الزرقاني على موطأ الإمام مالك ، تأليف : محمد بن عبد الباقي بن يوسف الزرقاني 429/3 ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - سنة 1411 هـ .



وقال بن أبي أوفى - رضي الله عنه . : الناجش<sup>(1)</sup> آكل ربا خائن<sup>(2)</sup> ؛ لأنه يغرر بتلك اليمين التي دلس بها عليه ، فدل ذلك على تحريم أن يحلف الرجل يمينا كاذبة لتتفق سلعته وتروج<sup>(3)</sup> .

ويحصل النجش المنهي عنه شرعا : بأن يزيد شخص في ثمن سلعة معروضة للبيع ليس له حاجة بها ، وذلك ليخدع غيره ، فيظن أنها تساوي ذلك الثمن ، فيفتربهذه المساومة التي لم تحصل لرغبته في الشراء ، ولكن للتغريب قاصدا من ذلك نفع البائع على حساب إلحاق الضرر بالمشتري .

وكذلك يتحقق النجش بمدح السلعة بما ليس فيها بقصد ترويجها ، فهو كما لو زاد في ثمنها لتوريط المشتري وقد حرم الإسلام التدليس والتغريب والغش<sup>(1)</sup> .

---

(1) النجش : من معانيه اللغوية : الإثارة . يقال : نجش الطائر : إذا أثاره من مكانه . قال الفيومي : نجش الرجل ينجش نجشا : إذا زاد في سلعة أكثر من ثمنها ، وليس قصده أن يشتريها ، بل ليغرر غيره ، فيوقعه فيه ، وكذلك في النكاح وغيره .

وأصل النجش : الاستتار ؛ لأن الناجش يستر قصده ، ومنه يقال للصائد : ناجش لاستتاره . وفي الاصطلاح : عرفه الفقهاء بأن يزيد الرجل في الثمن ولا يريد الشراء ، ليرغب غيره . أو أن يمدح المبيع بما ليس فيه ليروجه . بدائع الصنائع 5 / 233 ، حاشية ابن عابدين 4 / 132 ، الشرح الكبير للدردير 3 / 68 ، شرح الخرشي 5 / 82 ، تحفة المحتاج 4 / 315 ، شرح المحلي على المنهاج 2 / 184 ، جواهر الإكليل 2 / 26 ، مغني المحتاج 2 / 37 المغني 4 / 278 .

(2) أخرجه البخاري وغيره من حديث عبد الله بن أبي أوفى رضي الله عنه . صحيح البخاري : كتاب البيوع - باب ما يكره من الحلف في البيع - 85/2 ، رقم (2088) .

(3) معالم التنزيل ، تأليف : أبو محمد الحسين بن مسعود البغوي 2 / 58 ، تحقيق : محمد عبد الله النمر - عثمان جمعة ضميرية - سليمان مسلم الحرش ، ط/ دار طيبة ، الطبعة : الرابعة ، 1417 هـ - 1997 م ، تفسير القرآن ، تأليف : أبو بكر محمد بن إبراهيم بن المنذر النيسابوري 1 / 264 ، تحقيق : سعد بن محمد السعد ، ط/ دار المآثر - المدينة النبوية ، الطبعة : الأولى 1423 هـ ، 2002 م .

6. وما روى عن عبد الله بن عمر - رضي الله عنهما - قال : « مرَّ رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - بِطَعَامٍ قَدْ حَسَنَهُ صَاحِبُهُ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهِ ، فَإِذَا الطَّعَامُ رَدِيءٌ ، فَقَالَ : بَعْ هَذَا عَلَى حِدَةٍ وَهَذَا عَلَى حِدَةٍ ، مِنْ غَسْنَا فَلَيْسَ مِنَّا »<sup>(2)</sup>.

وجه الدلالة : أن النبي - ﷺ - جعل تدليس صاحب الطعام غشا - لما جعل صاحب الطعام السليم في الظاهر ، والمعيب في الباطن ، والخفاء بعيدا عن عيون الناس - ، وهو نوع من الدعاية الكاذبة ، فدل ذلك على تحريم أن يظهر البائع المبيع على صفة ليس هو عليها ، ليُرَوِّجها بالدعاية الإعلانية الكاذبة ، والمضلة سواء كان ذلك بالفعل أو بالقول ، إذ إن ذلك تدليس ، وغش نهى عنه النبي - ﷺ - وكل ما نهى عنه فهو حرام<sup>(3)</sup>.

7. وما روى عن أبي هريرة - رضي الله عنه - أن النبي - ﷺ - قال : « لَا تُصَرُّوا<sup>(4)</sup> الْإِبِلَ وَالْغَنَمَ فَمَنْ ابْتَاعَهَا بَعْدَ ذَلِكَ فَهُوَ بِخَيْرِ

(1). بدائع الصنائع 5 / 233 ، حاشية ابن عابدين 4 / 132 ، الشرح الكبير للدردير 3 / 68 ، شرح الخرشي 5 / 82 ، تحفة المحتاج 4 / 315 ، شرح المحلى على المنهاج 2 / 184 ، جواهر الإكليل 2 / 26 ، مغني المحتاج 2 / 37 ، المغني 4 / 278 .

(2) البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير، تأليف : ابن الملقن سراج الدين أبو حفص عمر بن علي بن أحمد الشافعي المصري 6 / 544 ، تحقيق : مصطفى أبو الغيط و عبدالله بن سليمان وياسر بن كمال، ط/ دار الهجرة - الرياض - السعودية ، الطبعة : الأولى ، 1425 هـ - 2004 م .

(3) تحفة الأحوذى 4 / 544 .

(4) التصرية : هي عبارة عن الناقة ، أو البقرة أو الشاة يصري اللبن في ضرعها ، أي يجمع ، ومنه يقال : صريت اللبن وصريته بالتخفيف والتشديد. قال أبو عبيد: المصرة : هي الناقة ، أو البقرة أو الشاة يصري اللبن في ضرعها ، أي يجمع ، ومنه يقال : صريت اللبن وصريته بالتخفيف والتشديد. وقال الإمام الشافعي رضي الله عنه : التصرية أن تربط أخلاف الناقة أو الشاة ، وتترك من الحلب اليومين والثلاثة ، حتى يجتمع لها لبن ، فيراه مشتريها كثيرا ، فيزيد في ثمنها . و المصرة فأخوذ من التصرية ، =

النَّظَرَيْنِ بَعْدَ أَنْ يَحْلِبَهَا فَإِنْ رَضِيَهَا أَمْسَكَهَا وَإِنْ سَخَطَهَا رَدَّهَا وَصَاعًا  
مِنْ تَمْرٍ (1).

وجه الدلالة : أن النبي - ﷺ - نهى عن التصرية ؛ وهي نوع

من الدعاية الإعلانية الكاذبة لما فيها من التدليس ، والتغريب بالمشتري ،

وخداعه بإظهار غزارة اللبن ، فدل ذلك على تحريم كل تدليس أو

تغريب ، فعلي أو قولي ؛ لما فيه من إلحاق الضرر بالغير (2).

---

=وهي الجمع . والفقهاء كلهم على أن التصرية للبيع حرام ، لأنها غش وخداع، ومكر  
سيء واحتيال على أكل أموال الناس بالباطل، والرسول - ﷺ - يقول : "من غشنا فليس  
منا" كلهم كذلك على أن بيع المصراة مع ذلك صحيح ، لأن الرسول - ﷺ - لم يحكم  
ببطلان بيعها ، وإنما جعل فقط الخيار لمبتاعها، وهو لا يكون إلا في عقد صحيح.

وإنما اختلفوا في هل يثبت لمشتريها الخيار أم لا يثبت، فأبو حنيفة ومحمد بن  
الحسن، وبقولهما يقتضى في المذهب الحنفي على أنه لا خيار للمشتري في شرائه  
المصراة، بل البيع لازم له ، وعليه الإمساك بالثمن المتفق عليه ، والشافعية، والمالكية ،  
والحنابلة والظاهرية ، وزفر وأبو يوسف من الحنفية ، وبعد ذلك جماهير العلماء على أن  
للمشتري الخيار بين الرد، وبين الإمساك بالثمن المتفق عليه ، إذا كانت المصراة من  
بهيمة الأنعام ولم يكن المشتري عالما بالتصرية وقت الشراء ينظر: (المبسوط 38/13-  
39، حاشية الدسوقي 115/3، بداية المجتهد لابن رشد 144/2، الأم للشافعي 82/3-  
83، الحاوي للماوردي 236/5، روضة الطالبين 126/3، المغني لابن قدامة 216/6،  
نيل الأوطار 241/5، سبل السلام 33/3).

(1) موطأ مالك : كتاب البيوع ، باب ما ينهى عن المساومة والمبايعة 683/2، رقم (96)،  
صحيح البخاري : كتاب البيوع، باب النهي للبايع أن لا يحقل الإبل والبقر والغنم 361/4،  
صحيح مسلم : كتاب البيوع، باب تحريم بيع الرجل على بيع أخيه 1155/3 رقم (1159)،  
سنن أبي داود : كتاب البيوع الإجازات ، باب من اشترى مصراة فكرها 722/3 برقم (3443)،  
سنن النسائي : كتاب البيوع ، باب النهي عن المصراة 253/7، سنن البيهقي :  
كتاب البيوع: باب الحكم فيمن اشترى مصراة 318/5، مسند أحمد 242/2 من طريق عن  
أبي هريرة به.

(2) سبل السلام 26/3 ، شرح صحيح البخاري، تأليف : أبو الحسن علي بن خلف بن عبد  
الملك بن بطلال البكري القرطبي 280/6، ط/ مكتبة الرشد - السعودية / الرياض -  
1423 هـ - 2003 م، الطبعة : الثانية ، تحقيق : أبو تميم ياسر بن إبراهيم ، غريب  
الحديث ، تأليف : أبو الفرج عبدالرحمن بن علي بن محمد بن علي ابن عبيدالله بن  
حمادي بن أحمد بن جعفر 588/1، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى ،  
1985 م، تحقيق : د. عبدالمعطي أمين قلنجي.

8- من الإجماع : قد أجمع أهل العلم على تحريم الغش ؛ الذي منه المكر ، والخديعة ، والتدليس بذكر السلعة بما ليس فيها . وضابط الغش المحرم: اشتغال المبيع ونحوه على وصف نقص، لو علم به المشتري امتنع من شرائه (1) .

والتدليس أو التفرير: هو عبارة عن إغراء العاقد ، وخديعته ليقدم على العقد ظاناً أنه في مصلحته ، والواقع خلاف ذلك . وهو أنواع كثيرة منها: التدليس الفعلي، والتدليس القولي ، والتدليس بكتمان الحقيقة (2) .

### المطلب الرابع

#### الأثر المترتب على الدعاية الإعلانية الكاذبة

بعد بيان الدعاية الإعلانية الكاذبة ، وما قد يحدث فيها من تفرير ، وتدليس ، وغش ، وخداع ، ومجافاة للوقائع ، والحقائق ، فينجم عن ذلك بعض الآثار السلبية الضارة بالمشتري ، ومن أبرز ، وأهم هذه الآثار دخول المشتري في العقد ، وإبرامه ، فيترتب على ذلك إضرار ، وظلم للمشتري ، وبالرجوع إلى المصادر الفقهية القديمة وجدت أنه قد اختلف أهل الفقهاء القدامى في الأثر المترتب على التدليس ، والكذب ، والخداع إذا وقع في عقد البيع على اتجاهين :

(1) شرح فتح القدير 354/6 ، تبين الحقائق 31/4 ، حاشية ابن عابدين 3/5 ، بدائع الصنائع 68/8 ، بداية المجتهد 175/2 ، الحاوي الكبير 270/5 ، مغني المحتاج 64/2 ، الشرح الكبير لابن قدامة 349/11 .  
(2) بدائع الصنائع 68/8 ، بداية المجتهد 175/2 ، التمهيد لابن عبد البر 209/18 ، الحاوي الكبير 270/5 ، مغني المحتاج 64/2 ، الشرح الكبير لابن قدامة 349/11 ، مجموع الفتاوى 73/28 .

الاتجاه الأول : مؤداه أن للمشتري حق الخيار<sup>(1)</sup>. في إمضاء العقد أو فسخه إذا دلس عليه البائع أو كذب ، أو غرر به أو أخفي بعض عيوب المبيع ، وهو قول جمهور الفقهاء من المالكية ، وبعض فقهاء الحنفية ، والشافعية ، والحنابلة ، وابن حزم الظاهري<sup>(2)</sup> .

الاتجاه الثاني : مؤداه أنه ليس للمشتري حق الخيار في إمضاء العقد أو فسخه ، حتى وإن دُلس عليه البائع أو كُذب أو غرر به أو خُدع في البيع ، ما لم يشترط المشتري في العقد عدم ذلك ، وهذا مذهب فقهاء الحنفية<sup>(3)</sup> .

### أدلة أصحاب القول الأول

استدل أصحاب القول الأول القائلون بثبوت حق الخيار للمشتري في البيع إذا وقع فيه الغش والتدليس بالكتاب ، والسنة ن وأهم ما استدلوا به ما يلي :

---

(1) الخيار لغة: اسم مصدر لـ (اختار) ، بمعنى المصدر الذي هو الاختيار، يقال: هو بالخيار، ويختار ما يشاء . وهو طلب خير الأمرين، والمراد بالخيار هنا خيار المجلس لسان العرب : مادة (خير) (1299/2) .

وفي الاصطلاح : عرفه الشافعية ، والحنابلة ، والإباضية ، فقالوا: هو طلب خير الأمرين من إمضاء العقد، أو فسخه. مغني المحتاج 58/2، شرح منتهى الإرادات: 168/2، كشاف القناع: 202/3. القاموس الفقهي لغة واصطلاحاً، تأليف: بسعدي أبو جيب، ط/دار الفكر. دمشق - سورية.

(2) حاشية ابن عابدين 44 / 5 ، حاشيتنا قليوبي وعميرة 209/2 ، المحرر في الفقه 328/1 ، الإقناع في الفقه الحنبلي 95/2 ، المحلى 64/9 .

(3) المبسوط للسرخسي 38/13 .

أولاً : من الكتاب : قوله - تعالى - : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا  
أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ } (1).

وجه الدلالة : أن الله تعالى قد اشترط في الآية الكريمة لجواز أكل  
أموال الناس وجود التراضي من المتعاقدين ، ومن البديهي أن العقد الذي  
وقع فيه الكذب أو العُشُّ أو التدليس أو الخداع ، وأحد طرفيه غير عالم  
بذلك ، فلن يرضى بالدخول فيه أصلاً ، فلا يلزم العاقد بما لم يرض في  
العقد ، بل له حق الخيار في إمضاء العقد أو فسخه جبراً لما وقع في العقد  
من خلل منع من تحقق شرط الرضا في العقود (2) . لقول النبي - ﷺ -  
- : « إِمَّا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ » (3).

ولا يقر الفقهاء بيعاً لم يتم على التراضي من الجانبين : البائع  
والمشتري ، وهو أن يأتيا به اختياراً ، فإن كان أحدهما مكرها لم  
يصح (4) . ويقول ابن تيمية رحمه الله في فتاواه : " والأصل في العقود رضا  
المتعاقدين ، ونتيجتها هو ما أوجباه على أنفسهما بالتعاقد (5) .

(1) جزء الآية رقم (29) من سورة النساء.

(2) بدائع الصنائع (274/5) ، بداية المجتهد (173/2) ، مجموع الفتاوى 104/28 ،  
المحلى 440/8.

(3) قال في الزوائد : إسناده صحيح ، ورجاله موثقون رواه ابن حبان في صحيحه ، وقال  
الشيخ الألباني : صحيح ، سنن ابن ماجه : كتاب التجارات ، باب بيع الخيار 737/2 ،  
رقم (2185) ، صحيح ابن حبان 340/11 ، سنن البيهقي الكبرى 17/6 ، إرواء الغليل  
125/5.

(4) المقنع لابن قدامة 4/2.

(5) القواعد النورانية الفقهية ، تأليف : شيخ الإسلام ابن تيمية ، تحقيق محمد حامد الفقي ،

ص 133 - 134.

ثانيا : من السنة النبوية : ما روى عن أبي هريرة - رضي الله عنه - أن النبي - ﷺ - قال : « لَا تُصَرُّوا الإِبِلَ وَالغَنَمَ فَمَنْ ابْتَاعَهَا بَعْدَ ذَلِكَ ، فَهُوَ بِخَيْرِ النَّظَرَيْنِ بَعْدَ أَنْ يَحْلِبَهَا ، فَإِنْ رَضِيَهَا أَمْسَكَهَا ، وَإِنْ سَخِطَهَا رَدَّهَا وَصَاعًا مِنْ تَمْرٍ »<sup>(1)</sup>.

وجه الدلالة : أن النبي - ﷺ - أثبت حق الخيار للمشتري الذي غرَّ بالتصرية ، فدل ذلك على ثبوت الخيار لكل مشتري خُدع في البيع أو دُلس عليه أو غُشَّ أو غُرِّ بالفعل أو القول .

فهذا يدل على ثبوت النهي عن جميع صور وأشكال الغش ، والتدليس في العقود ، وإثبات حق الخيار للعاقدة الذي دُلس عليه أو غُشَّ في شيء من العقود ، والدعاية الإعلانية الكاذبة لا تخرج عن عموم هذا النهي النبوي ، فتأخذ نفس الحكم في الأثر المترتب عليها إذا وقع العقد بهذه الصفة فإنه يثبت حق الخيار للمشتري<sup>(2)</sup>.

(1) موطأ مالك : كتاب البيوع ، باب ما ينهى عن المساومة والمبايعة 683/2 ، رقم (96) ، صحيح البخاري : كتاب البيوع ، باب النهي للبايع أن لا يحتل الإبل والبقر والغنم 361/4 ، صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب تحريم بيع الرجل على بيع أخيه 1155/3 رقم (1159) ، سنن أبي داود : كتاب البيوع الإجازات ، باب من اشترى مصراة فكرها 722/3 ، رقم (3443) ، سنن النسائي : كتاب البيوع ، باب النهي عن المصراة 253/7 ، سنن البيهقي : كتاب البيوع : باب الحكم فيمن اشترى مصراة 318/5 ، مسند أحمد 242/2 من طريق عن أبي هريرة به .

(2) شرح السنة للبخاري 168/8 ، بدائع الصنائع 68/8 ، بداية المجتهد 175/2 ، التمهيد لابن عبد البر 209/18 ، الحاوي الكبير 270/5 ، مغني المحتاج 64/2 ، الشرح الكبير لابن قدامة 349/11 ، مجموع الفتاوى 73/28 .

## مناقشة هذا الاستدلال

ناقش المخالفون هذا الدليل من عدة أوجه منها :

الوجه الأول : أن هذا الحديث ضعيف ؛ لما فيه من الاضطراب في المتن ، ففي بعض رواياته : « وصاعَ تمرٍ »<sup>(1)</sup> ، وفي بعضها : « وصاعاً من طعام ، لا سمراء »<sup>(2)</sup> ، وفي بعضها : « صاعاً من تمرٍ لا سمراء »<sup>(3)</sup> ، ومع هذا الاضطراب لا يصلح للاحتجاج به في إثبات حق الخيار<sup>(4)</sup> .

الوجه الثاني: أن هذا الحديث مخالف للأصول الصحيحة من عدة أوجه<sup>(5)</sup> ، وأهم وأبرز تلك الأوجه ما يلي :

أولاً : أن الحديث مخالف لما تقتضيه القواعد الفقهية الكلية ومنا قاعدة: "الضرر لا يزال بالضرر" ، والتي تقتضي أن الضمان يقدر بقدر الإتلاف ، والحديث جعل القدر واحداً ، وهو الصاع لا يزيد بزيادة اللبن ، ولا ينقص بنقصانه ، وهذا مخالف للقواعد الفقهية والأصول الصحيحة.

(1) صحيح البخاري: كتاب البيوع، باب النهي للبانع ألا يحفل الإبل والبقر 403/3 ، رقم: (2148)، واللفظ له، صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب حكم بيع المصرة 1158/3 ، رقم (1254).

(2) صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب حكم بيع المصرة 1158 /3 ، رقم (1524) ، سنن أبي داود: كتاب البيوع والإجازات، باب من اشترى مصرة فكرهاها 827/3 ، رقم (3444) ، سنن الترمذي : كتاب البيوع، باب ما جاء في المصرة 53/3 ، رقم (1252) ، سنن ابن ماجة : كتاب التجارات، باب بيع المصرة 753/2 ، رقم (2239) .

(3) ذخيرة الحفاظ ، تأليف : محمد بن طاهر المقدسي، تحقيق: د. عبد الرحمن الفيواني 5/2639 ، ط/ دار السلف ، سنة 1416 هـ - 1996م ، فتح الباري 364/4 .

(4) حاشية ابن عابدين 44/5 .

(5) عمدة القاري 273/11 .



ثانياً: أن الحديث مخالف لما تقتضيه القواعد الفقهية الكلية في باب التضمن والتغريم ، وهي أن الجزاء إنما يكون بالمثل، وهنا لم يوجبه مع إمكانه في صورة بيع المصراة<sup>(1)</sup>.

ثالثاً: أن الحديث جعل الخيار فيه ثلاثاً مع أن خيار العيب لا يقدر بالثلاث بل من حين الاطلاع على العيب ورؤيته من قبل المشتري<sup>(2)</sup>.

رابعاً: أن في الحديث أنه لما عدل عن المثل، وأخذ بالقيمة جعل القيمة تمرأ أو طعاماً، والقاعدة أن القيمة إنما تكون ذهباً أو فضة<sup>(3)</sup>.

### الإجابة عن هذه المناقشات

أولاً: أن هذا الحديث صحيح ، فقد ثبت في الصحيحين من حديث أبي هريرة رضي الله عنه<sup>(4)</sup>، وما ذكر من اضطراب في المتن في بعض رواياته ، فلا يؤثر في كونه حجة يجب العمل به ، إذ يمكن الجمع بين هذه الروايات، فإن تعذر علينا الجمع بين الروايات ، فيصار إلى الترجيح بينها، والعمل بالراجح من هذه الروايات<sup>(5)</sup>.

ثانياً: أن ما ذكره في دفع الاحتجاج بالحديث من كون الحديث مخالفاً للقواعد الفقهية الكلية ، والأصول الصحيحة ، فيمكن الإجابة عنه من وجهين :

(1) المصدر السابق .

(2) المصدر السابق .

(3) المصدر السابق .

(4) صحيح البخاري : كتاب البيوع ، باب النهي للبايع ألا يحفل بالإبل والبقر 3/403 ، رقم: (2148)، واللفظ له، صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب حكم بيع المصراة 1158/3 ، رقم (1254).

(5) فتح الباري (364/4).

1- لانسلم بأن هذا الحديث مخالف للقواعد الفقهية ، والأصول الصحيحة ، بل هو موافق لقواعد الشريعة ، وأصولها<sup>(1)</sup>.

2- إنه لو سلمنا بأن هذا الحديث مخالف للقواعد الفقهية الكلية ، والأصول الصحيحة من السنة النبوية ، فإن ذلك لا يوجب رد الاحتجاج بالحديث ، إذ إن الحديث إذا ثبت عن النبي - ﷺ - فإنه يكون أصلاً بنفسه في وجوب العمل به<sup>(2)</sup>.

الدليل الثاني : ما روي عن أبي هريرة - رضي الله عنه - أن النبي - ﷺ - قال : « لا تلقوا الجلب ، فمن تلقى فاشترى منه ، فإذا أتى سيده السوق ، فهو بالخيار »<sup>(3)</sup>.

وجه الدلالة : أن النبي - ﷺ - أثبت الخيار لمن تلقى من الجلب ، واشترى منهم قبل أن يهبطوا إلى السوق ، ويعلموا السعر؛ لما في ذلك من التدليس عليهم والتغريب بهم<sup>(4)</sup>.

### أدلت أصحاب القول الثاني

استدل أصحاب القول الثاني القائلون بعدم ثبوت حق الخيار للمشتري في البيع حتى وإن وقع فيه الغش ، والتدليس ، والخديعة ، والكذب إلا إذا اشترط أحد المتعاقدين الخيار بالسنة ، والمعقول وأهم ما استدلوا به ما يلي :

(1) الحاوي الكبير 239/5 .

(2) بداية المجتهد 175/2 ، الحاوي الكبير 238/5 .

(3) صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب تحريم تلقي الجلب 1157/3 ، رقم (1519).

(4) بدائع الصنائع (232/5) ، شرح فتح القدير (476/6) ، الحاوي الكبير (249/5) ،

مجموع الفتاوى (557/20) ، الطرق الحكيمة ص (204).

أولا : من السنة النبوية : ما روى عن ابن عمر - رضي الله عنهما - قال : « أَنْ رَجُلًا كَانَ يُخَدَعُ فِي الْبُيُوعِ ، فَقَالَ : لَهُ رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - « إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ لَأِ خِلَابَةٌ » <sup>(1)</sup>. وفي رواية : « وَاشْتَرِطُ الْخِيَارَ ثَلَاثًا » <sup>(2)</sup>. وفي رواية : « وَلَكَ الْخِيَارَ ثَلَاثًا » <sup>(3)</sup>. وفي رواية : « جَعَلَ لَهُ الْخِيَارَ فِيمَا اشْتَرَى ثَلَاثًا » <sup>(4)</sup>. وفي رواية : « إِذَا بَعْتَ فَقُلْ : لَأِ خِلَابَةٌ ، وَأَنْتَ فِي كُلِّ سَلْعَةٍ ابْتِمْتَهَا بِالْخِيَارِ ثَلَاثَ لَيَالٍ ... » <sup>(5)</sup>.

وما روي عن طلحة بن يزيد بن ركانة : « أَنَّهُ كَلَّمَ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ فِي الْبُيُوعِ ، فَقَالَ : لَأِ أَجِدُ لَكُمْ شَيْئًا أَوْسَعَ مِمَّا جَعَلَ رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - لِحَبَّانِ بْنِ مَنْقُذٍ ، إِنَّهُ كَانَ ضَرِيرَ الْبَصَرِ ، فَجَعَلَ لَهُ رَسُولُ اللَّهِ - ﷺ - عَهْدَةَ ثَلَاثَةِ أَيَّامٍ ، إِنْ رَضِيَ أَخَذَ ، وَإِنْ سَخَطَ تَرَكَهُ » <sup>(6)</sup>.

وجه الدلالة : أن النبي - ﷺ - أمر الذي يخدع ، ويغبن في البيوع بأن يشترط عدم الخداع ، فدل ذلك على أنه لا خيار بالخداع ، والتدليس ، إلا إذا شرطه <sup>(7)</sup>.

(1) صحيح البخاري : كتاب البيع ، باب ما يكره من الخداع في البيع 94/2 ، رقم (2117) ، صحيح مسلم : كتاب البيوع - باب من يخدع في البيع 3/1165 ، رقم (1533) ، من حديث ابن عمر - رضي الله عنهما - .

(2) قال ابن الملقن : رواية غريبة ، وقال ابن الصلاح : منكرة لا أصل لها . البدر المنير 538/6 .

(3) المرجع السابق .

(4) المرجع السابق .

(5) المرجع السابق .

(6) قال ابن الملقن : رواها البيهقي أيضا ثم قال : تفرد به ابن لهيعة . وهو ضعيف بإجماعهم (البدر المنير 539/6) .

(7) فتح الباري 4/338 ، تحفة الأحوذى 8/6 .

## مناقشة هذه الأدلة

1- أن الصحيح الأول ؛ لأنه لم يثبت أن النبي - ﷺ - أثبت له الخيار ، وإنما قال له قل لا خلافة أي لا خديعة ، ولا يلزم من هذا ثبوت الخيار ، ولأنه لو ثبت أو أثبت له الخيار كانت قضية عين لا عموم لها ، فلا ينفذ منه إلى غيره إلا بدليل (1).

2 أن أمر النبي - ﷺ - له بأن يقول : " لا خلافة " لا يدل على عدم ثبوت خيار الخداع والتدليس إلا بالشرط ، فالأحاديث الأخرى دلت على أنه ثابت للمشتري بلا شرط ، وإنما أمره بذلك ؛ ليطلع البائع أنه ليس من ذوي البصائر في أمور البيع فينصح له ، ويمكن أن يقال : إن أمر النبي - ﷺ - بذلك تأكيد لما يقتضيه عقد البيع من السلامة ، وعدم الخديعة.

إن الخديعة المذكورة في هذه القصة يحتمل أن تكون في العيب أو في الكذب أو في الثمن أو في الغبن ، فحملها على أحد هذه الاحتمالات بخصوصه يحتاج إلى دليل ، ومن المعلوم أن الحنفية يثبتون خيار العيب بلا شرط مع احتمال دخوله في هذا الحديث (2).

ثانيا : من المعقول : أن مطلق عقد البيع يقتضي سلامة المبيع من العيوب ، وحصول التدليس ، والخداع لا تتعدم به صفة السلامة ، وإذا كان كذلك لم يثبت للمشتري الخيار (3).

(1) تحفة الأحوذى 380/4.

(2) شرح فتح القدير 354/6 ، تبين الحقائق 31 / 4 ، حاشية ابن عابدين 3/5.

(3) المبسوط للسرخسي (39/13) ، شرح فتح القدير 333/6.

## مناقشة هذا الاستدلال

ناقش المخالفون هذا الاستدلال بأن الأصل في إباحة أكل المال في البياعات والتجارات التراضي كما قال الله - تعالى - : {إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ} (1) ولقول النبي - ﷺ - : « إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ » (2). ومع وجود الخُداع أو التَّدليس عليه في البيوع لم يحصل التراضي المشروط في صحة البيوع .

### القول المختار

بعد عرض أقوال الفقهاء ، وأدلتهم ، ومناقشتها ، فإنني أميل إلى ترجيح ما ذهب إليه جمهور الفقهاء من إثبات حق الخيار للمشتري بالخدعة ، والكذب ، والتدليس ، والغش ؛ لقوة أدلتهم ، وسلامتها من المعارض القوي ، ولما في ذلك من تحقيق مقصد من مقاصد الشريعة الإسلامية ، وهو حفظ الأموال ، وحمل التجار على الأمانة ، والصدق ، وترك الغش ، والكذب ، والتدليس .

وعلى هذا فإن الأثر المترتب على الدعاية الإعلانية الكاذبة هو أن للمشتري الذي غرر به ، وخدع بهذه الدعاية الإعلانية الكاذبة حق الخيار في إمضاء عقد البيع أو فسخه ؛ لما وقع فيه من الغش والكذب والخداع والتدليس .

(1) سورة النساء، جزء آية: (29).

(2) قال في الزوائد : إسناده صحيح ، ورجاله موثقون رواه ابن حبان في صحيحه ، وقال الشيخ الألباني : صحيح ، سنن ابن ماجه : كتاب التجارات ، باب بيع الخيار 737/2 ، رقم (2185) ، صحيح ابن حبان 340/11 ، سنن البيهقي الكبرى 17/6 ، إرواء الغليل 125/5 .

## المطلب الخامس حكم الهدايا الإعلانية (1)

تعرف الهدايا الإعلانية بأنها: ما تقدمه المؤسسات ، أو الشركات أو نحوها للعملاء أو المستهلكين ، من نماذج معدة إعداداً خاصاً للتعريف ببضاعة جديدة ، أو إعطاء العملاء فرصة تجربة السلعة ، أو لأجل الترويج لها (2).

حكم الهدايا الإعلانية : إن الهدايا الإعلانية (العينات) يختلف حكمها باختلاف المقصود منها؛ فإن كان مقصودها التعريف بالسلعة ،

(1) الهدية لغة مأخوذ من هدى ، يقال : أهديت للرجل كذا بعثت به إليه إكراماً . واصطلاحاً : هي المال الذي أتحف به وأهدي لأحد إكراماً له .

وعرفها الجرجاني فقال : هي ما يؤخذ بلا شرط الإعادة . التعريفات، تأليف: علي بن محمد بن علي الجرجاني 1/319، ط/ دار الكتاب العربي - بيروت - الطبعة الأولى ، 1405هـ، تحقيق: إبراهيم الأبياري ، بدائع الصنائع 6/116 ، الخرشبي 7/101 ، حاشية القليوبي 3/110 ، المغني 5/649 .

الفرق بين الهدية والهبة : أن الهدية ما يتقرب به المهدى إلى المهدى إليه، وليس كذلك الهبة ولهد لا يجوز أن يقال إن الله يهدي إلى العبد كما يقال إنه يهب له وقال تعالى " فهب لي من لدنك ولياً " وتقول أهدى المرؤوس إلى الرئيس ووهب الرئيس للمرؤوس.

وأصل الهدية من قولك هدى الشيء إذا تقدم وسميت الهدية هدية لأنها تقدم أمام الحاجة. والهدية وإن كانت ضرباً من الهبة، إلا أنها مقرونة بما يشعر إعظام المهدى إليه وتوقيره، بخلاف الهبة. وأيضاً الهبة: يشترط فيها الإيجاب، والقبول، والقبض إجماعاً. معجم الفروق اللغوية 1/555.

والهبة في اصطلاح الفقهاء: عرفها الأحناف بأنها: تملك بلا عوض. وعرفها الشافعية بأنها: التملك بلا عوض. وعرفها المالكية بأنها: تملك متمول بغير عوض. وعرفها الحنابلة بأنها: تملك جائز التصرف مالا معلوماً أو مجهولاً تعذر علمه. ( فتح القدير 9/19 ، حاشية ابن عابدين 4/508 ، الإقناع 2/85 ، مغني المحتاج 2/396 ، والمحلى على المنهاج 3/110 ، مواهب الجليل 6/49 ، شرح منتهى الإرادات 2/517 ، المغني 6/246 .

(2) المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي ، تأليف : ياسر بن طه على كراويه ص 64 ، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي ، تأليف : خالد بن عبد الله المصلح ص 89 .

وخصائصها ، وما إلى ذلك ، فإنها تكون هبة جائزة يثبت لها ما يثبت للهبة من أحكام .

أما إن كان مقصودها أن تكون نموذجاً لما يطلب في السلعة من مواصفات ، فإنها تكون حينئذ هبة جائزة يثبت لها ما يثبت للهبة من أحكام ، إلا أنه يجب أن تكون مطابقة للواقع في بيان حقيقة السلعة ، وقد اختلف أهل العلم في جواز اعتماد هذه العينات عند إجراء العقود ، والراجح جواز ذلك<sup>(1)</sup>.

### أدلة مشروعية الهدايا الإعلانية

تدخل الهدايا الإعلانية تحت عموم الأدلة الشرعية التي تدل على مشروعية الهدية ، فقد دل على جواز الهدية أدلة كثيرة من السنة النبوية ، ومن ذلك :

1. ما روى عن أبي هريرة . ﷺ . عن النبي . ﷺ . قال : « تَهَادَوْا تَحَابُّوا »<sup>(2)</sup>.
2. ما روى عن أنس . ﷺ . أن رسول الله . ﷺ . قال : « لَوْ أَهْمَدَى إِلَى كُرَاعٍ لَقَبِلْتُ وَلَوْ دُعِيتُ إِلَى ذِرَاعٍ لَأَجَبْتُ ، وَكَانَ يَأْمُرُنَا بِالْهَدِيَّةِ صِلَةً بَيْنَ النَّاسِ ، وَقَالَ : « لَوْ قَدَّ أَسْلَمَ النَّاسُ هَادَوْا مِنْ غَيْرِ جُوعٍ »<sup>(1)</sup>.

(1) المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي ، تأليف : ياسر بن طه على كراويه ص 64 ، الحوافز التجارية التسويقية وأحكامها في الفقه الإسلامي ، تأليف : خالد بن عبد الله المصلح ص 89 .

(2) الأدب المفرد ، تأليف : محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي 108/1 ، رقم (594) ، ط/ دار البشائر الإسلامية - بيروت - الطبعة الثالثة ، 1409هـ - 1989م ، تحقيق : محمد فؤاد عبدالباقي ، المعجم الأوسط ، تأليف : أبو القاسم سليمان بن أحمد الطبراني 190/7 ، رقم (7240) ، ط/ دار الحرمين - القاهرة ، 1415هـ ، تحقيق : طارق بن عوض الله بن محمد ، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني .

- 3 ما روى عن أم حكيم بنت وداع الخزاعية قالت : سمعت النبي - ﷺ - يقول : « تَهَادَوْا فَإِنَّ الْهَدِيَّةَ تُضَعِّفُ الْحُبَّ وَتَذْهَبُ بِغَوَائِلِ الصَّدْرِ »<sup>(2)</sup>.
- 4 ما روى عن الحسين بن علي - رضى الله عنهما - عن النبي - ﷺ - قال : « نعم الشيء الهدية أمام الحاجة »<sup>(3)</sup>.
- 5 ما روى عن عبد الله بن بسر - رضى الله عنه - قال : « كان النبي - ﷺ - يقبل الهدية ولا يقبل الصدقة »<sup>(4)</sup>.
- 6 ما روى عن أم سلمة - رضى الله عنها - أن امرأة وهبت لها رجل شاة تصدقت به عليها : « فأمرها النبي - ﷺ - أن تقبلها »<sup>(5)</sup>.
- وجه الدلالة : دلت هذه الأحاديث على استحباب الهدية ؛ لأن الهدية تؤلف القلوب ، وتفتي سخائم الصدور<sup>(6)</sup> ، وقبولها سنة .

(1) صحيح البخاري : كتاب النكاح ، باب من أحاب إلى كراع 154/9 ، رقم ( 5178 ) ، سنن البيهقي : كتاب الهبات ، باب التحريض على الهبة 169 /6 ، صحيح ابن حبان 349/7 ، رقم 5267.

(2) قال الهيثمي : رواه الطبراني في الكبير وفيه من لم يعرف ، كشف الخفاء ومزيل الإلباس عما اشتهر من الأحاديث على ألسنة الناس ، تأليف : العجلوني ، إسماعيل بن محمد الجراحي 320/1 ، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت - مجمع الزوائد ومنبع الفوائد ، تأليف : نور الدين علي بن أبي بكر الهيثمي 260/4 ، ط/ دار الفكر ، بيروت - 1412 هـ ، الفتح الكبير في ضم الزيادة إلى الجامع الصغير ، تأليف : جلال الدين عبد الرحمن - بن أبي بكر السيوطي 27/2 ، ط/ دار الفكر - بيروت / لبنان - 1423 هـ - 2003 م ، الطبعة : الأولى ، تحقيق : يوسف النبهاني.

(3) قال الهيثمي : رواه الطبراني في الكبير وفيه يحيى بن سعيد العطار ، وهو ضعيف ، ينظر : (مجمع الزوائد ومنبع الفوائد للهيثمي 260/4).

(4) قال الهيثمي : رواه الطبراني في الكبير وفيه هاشم بن سعيد وثقه ابن حبان وضعفه جماعة ، ينظر : (مجمع الزوائد ومنبع الفوائد للهيثمي 261/4).

(5) قال الهيثمي : رواه الطبراني في الكبير ، رجاله رجال الصحيح ، ينظر : (مجمع الزوائد ومنبع الفوائد للهيثمي 260/4).

(6) التيسير بشرح الجامع الصغير ، تأليف : الإمام الحافظ زين الدين عبد الرؤوف المناوي 928/1 ، ط / مكتبة الإمام الشافعي - الرياض - 1408 هـ - 1988 م ، الطبعة : الثالثة .



ولها فوائد ، وحكم كثيرة ، منها: إسداء المعروف ، والتعاون ،  
والتودد ، وجلب المحبة ، ولا سيما إذا كانت على قريب ، أو جار ، أو من  
بينك وبينه عداوة .

فهنا تحقق من المصالح والمنافع الشيء الكثير ، وتكون من أنواع  
العبادات الجليلة التي أزال ما في الصدور، ووثقت عرى القرابة والجوار.  
والشرع يهدف إلى كل ما فيه الخير والصلاح، وهي من أسباب  
التواصل التي تؤكد المودة، وقد قبل النبي - ﷺ - الهدية ، وقال لو أهدي  
إلي كراع لقبلت ، وهذا من النبي - ﷺ - لأحد وجهين ، أحدهما: أنه  
كان يثيب على الهداية .

والثاني : أن فضله ، وعصمته ثبتت بالبراهين البينة التي وقع بها العلم ،  
وأما غيره ممن إليه النظر في أمور الناس من أمير أو حاكم فلا (1) .

والهدايا الإعلانية : لا تخرج عن هذه الأهداف ، والمقاصد العامة من  
مشروعية التهادي ؛ لأن الهدايا الإعلانية تهدف إلى ترغيب الجمهور من  
المستهلكين في السلعة المراد الإعلان عنها من خلال التعرف عليها ،  
وتجريبها .

---

(1) مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح، تأليف : أبو الحسن عبيد الله بن محمد عبد  
السلام بن خان محمد بن أمان الله بن حسام الدين الرحماتي المباركفوري 224/6، ط/  
إدارة البحوث العلمية والدعوة والإفتاء - الجامعة السلفية - بنارس الهند - الطبعة : الثالثة  
- 1404 هـ ، 1984 م، شرح صحيح البخارى - لابن بطل، تأليف : أبو الحسن علي بن  
خلف بن عبد الملك بن بطل البكري القرطبي 270/7، ط/ مكتبة الرشد - السعودية /  
الرياض - 1423 هـ - 2003 م، الطبعة : الثانية، تحقيق : أبو تميم ياسر بن إبراهيم.



# المبحث الخامس الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية التسويقية

ويتكون من سبعة مطالب :

- المطلب الأول : الصدق والأمانة في وصف السلعة أو الخدمة .
- المطلب الثاني : اجتناب الدعاية للسلع المحرمة على المسلم .
- المطلب الثالث : اجتناب الدعاية المثيرة للغرائز والشهوات .
- المطلب الرابع : اجتناب الذم لسلع الآخرين وخدماتهم .
- المطلب الخامس : اجتناب الدعاية المعارضة لعقيدة المسلم وأخلاقه .
- المطلب السادس : اجتناب الدعاية الإعلانية المكلفة .
- المطلب السابع : اجتناب الغش والتدليس والتفجير .



## المبحث الخامس الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية للسلع والخدمات

ذكر الفقهاء عددا من الضوابط الفقهية يجب أن تراعى في عمليات الدعاية الإعلانية عن السلع والخدمات ، وأهم هذه الضوابط : الصدق ، والأمانة ، واجتناب المحرمات ، وكل ما يثير الشهوات والفرائز ، واجتناب الذم لسع الآخرين ، وخدماتهم ، واجتناب الدعاية المتعارضة مع عقيدة المسلم وأخلاقه ، وعم التكلف والمغالاة في الإنفاق على الدعاية ، واجتناب الغش والتدليس والتغريب<sup>(1)</sup> ، وبيان هذه الضوابط في المطالب الآتية :

---

(1) أحكام الإعلان في الفقه الإسلامي ، تأليف : خالد بن سعد بن عبد الله المزيد ص 145 ، رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى ، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية - المملكة العربية السعودية - الإعلان في الوسائل الإعلامية مفهومه وضوابطه وأحكامه في الشريعة الإسلامية ، تأليف : ناصر علي ناصر عرام ص 217 ، رسالة ماجستير جامعة الإيمان باليمن عام 2008 م ، الإعلانات التجارية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 ص 17 وما بعدها. مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر ، العدد الأول ، ص 365 ، في يناير 2010م ، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام ، تأليف : فضل الله ممتاز ، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملثقي الفقهية ، بتاريخ 1434/1/19 هـ الموافق 2012/12/30 م .

## المطلب الأول الصدق والأمانة في وصف السلعة أو الخدمة (اجتناب المبالغة)

الصدق هنا معناه : مطابقة الدعاية الإعلانية للواقع (1) . وقد قال الراغب الأصبهاني : " الصدق مطابقة القول الضمير والمخبر عنه معا ، ومتى انخرم شرط من ذلك لم يكن صدقا تاما " (2) . والأمانة لغة : الاطمئنان والثقة ، وأمن فلانا على كذا : وثق به واطمأن إليه وصدقه (3) . وفي اصطلاح العلماء : هي كل حق لزمك أداءه إلي من ائتمنتك عليه (4) .

ونقصد بالصدق والأمانة في الدعاية الإعلانية : بأن يخبر بالأوصاف الحقيقية للسلع أو الخدمات ، فالصدق من المقاصد الأساسية في جميع المعاملات الشرعية ، لاسيما في التسويق ، والتجارة ؛ لأنه ينبني عليه تحقيق الرضا من الجانبين الذي هو شرط أساسي في صحة العقود في الشريعة الإسلامية (5) .

---

(1) التعريفات ، تأليف : علي بن محمد بن علي الجرجاني 174/1 ، ط / دار الكتاب العربي - بيروت - الطبعة الأولى ، طبعة سنة 1405 هـ ، تحقيق : إبراهيم الأبياري ، كتاب الكلبيات ، تأليف : أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني الكفومي 651/1 ، ط / مؤسسة الرسالة - بيروت - طبعة سنة 1419 هـ - 1998م ، تحقيق : عدنان درويش - محمد المصري .

(2) تاج العروس : مادة (صدق) 404 \ 6 .

(3) المعجم الوسيط : مادة (أمن) 28/1 .

(4) التيسير بشرح الجامع الصغير ، تأليف : الإمام الحافظ : زين الدين عبد الرؤوف المناوي 103/1 ، ط / مكتبة الإمام الشافعي - الرياض - 1408 هـ - 1988م ، الطبعة : الثالثة .

(5) الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 ص 17 وما بعدها . مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة . الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، =

فقد قال النبي ﷺ : « البَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا ، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيْنَا بُورِكٌ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةٌ بَيْنَهُمَا »<sup>(1)</sup>. ومعنى محقت بركة بيعهما أي ذهبت بركته وهي زيادته ونماؤه .

ومن لوازم تحري الصدق والعمل به تجنب الإطراء والمبالغات ، في وصف السلع والخدمات ، فإن تعاطي ذلك مجانب للصدق والبيان .

وقد قال النبي ﷺ : « لَا تَسْتَقْبِلُوا السُّوقَ وَلَا تُحْفَلُوا وَلَا يَنْفُقَ بَعْضُكُمْ لِبَعْضٍ »<sup>(2)</sup> أي لا يقصد أن ينفق سلعته على جهة النجش ، فإنه بزيادته فيها يرغب السامع ، فيكون قوله سببا لابتياعها ومنفقا لها<sup>(3)</sup>. وقوله : " ولا تحفلوا " : من التحفيل بمعنى التجميع ، والمعنى لا تتركوا حلب

---

تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشور بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365 ، في يناير 2010م ، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام ، تأليف : فضل الله ممتاز ، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملتقى الفقهي ، بتاريخ 19/1/1434هـ الموافق 2012/12/30م .  
(1) موطأ مالك : كتاب البيوع ، باب بيع الخيار 671/2 ، رقم ( 79 ) ، صحيح البخاري : كتاب البيوع ، باب البيعان بالخيار ما لم يتفرقا ، 328/4 ، رقم (2111) ، صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب ثبوت خيار المجلس للمتبايعين 1163/3 ، رقم (1531) ، سنن أبي داود : كتاب البيوع والإيجارات : باب في خيار المتبايعين 732/3 ، رقم ( 3454 ) ، سنن الترمذي : كتاب البيوع ، باب ما جاء في البيعين بالخيار ما لم يتفرقا 547/3 ، رقم (1245) ، سنن النسائي : كتاب البيوع ، باب وجوب الخيار للمتبايعين قبل افتراقهما 248/7 ، وابن ماجه : كتاب التجارات : باب البيعان بالخيار ما لم يتفرقا ، 736/2 ، رقم ( 2181 ) .

(2) قال أبو عيسى الترمذي : حديث ابن عباس حديث حسن صحيح . قال الشيخ الألباني : حسن ، سنن الترمذي : كتاب البيوع ، باب ما جاء في بيع المحفلات 568/3 ، رقم ( 1268 ) ، سنن البيهقي الكبرى : كتاب البيوع ، باب النهي عن التصرية 317/5 ، رقم (10491) .

(3) النهاية في غريب الحديث والأثر ، تأليف : أبو السعادات المبارك بن محمد الجزري 208/5 ط/ المكتبة العلمية - بيروت ، 1399هـ - 1979م ، تحقيق : طاهر أحمد الزوي - محمود محمد الطناحي ، غريب الحديث ، تأليف : أبو الفرج عبدالرحمن بن علي بن محمد بن علي ابن عبيد الله بن حمادي بن أحمد بن جعفر 427/2 ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى ، 1985م ، تحقيق : د. عبد المعطي أمين قلعجي .

الناقة أو البقرة أو الشاة ليجتمع ويكثر لبنها في ضرعها فيفتربه  
المشتري (1).

وقد عدّ الفقهاء الثاء على السلعة بما هو فيها نوعاً من الهديان الذي  
ينبغي التحفظ منه ، وضابط هذا أنه يحرم على البائع كل فعل في المبيع  
يعقبُ لآخذه ندماً.

فيجب تحري الأمانة في ذكر أوصاف المنتجات التجارية أو  
الخدمات : وذلك بأن يحسن التاجر نيته وقصده في الدعاية الإعلانية ،  
بأن يكون مقصوده إعلام الناس بمزايا سلعه وخدماته ، وأن يطلعهم  
على ما لا يعرفونه من أوصاف ، وما يحتاجونه من معلومات عن منتجاته  
أو خدماته .

ولذلك نهى رسول الله - ﷺ - عن النجش ؛ فيما روي عن ابن عمر  
أن النبي - ﷺ - نهى عن النجش (2) لأنه من باب الخديعة في البيع ،  
وإظهار الناجش للمبتاع أن قيمتها أكثر من قيمتها ، وأنه يريد أن  
يبتاعها (3) .

---

(1) تحفة الأحوذى بشرح جامع الترمذى، تأليف : محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم  
المباركفوري أبو العلا 405/4، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت.

(2) صحيح البخاري : كتاب البيوع، باب النجش 355/4، رقم (2142) ، صحيح مسلم :  
كتاب البيوع، باب تحريم بيع الرجل على بيع أخيه 1156/3، مالك في الموطأ: كتاب  
البيوع ، باب ما ينهى عنه من المساومة والمبايعة 683/2، رقم 95.

(3) النجش لغة : الإثارة . واصطلاحاً : الزيادة في ثمن السلعة ممن لا يريد شراءها  
ليغرر بغيره ، وذلك لما في النجش من إثارة رغبة الغير في السلعة ولو بثمن أكثر مما  
يقدره المشتري . فالنجش يشترك مع المزايعة في الصورة بوقوع الزيادة من الناجش ،  
ويختلف عنها في انتفاء قصد الناجش الشراء . لسان العرب : مادة (نجش) 351/6،  
عمدة القاري 11 / 259 ، فتح الباري 4 / 353 - 355 ، جواهر الإكليل 2 / 26 ، مغني  
المحتاج 2 / 37 .



لما روى عن أبي سعيد - ﷺ - قال: قال النبي - ﷺ - « التَّاجِرُ الصَّدُوقُ  
 الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ »<sup>(1)</sup>. وما روى عن ابن عمر - ﷺ -  
 قال رسول الله - ﷺ - : « التاجر الصدوق الأمين المسلم مع الشهداء يوم  
 القيامة »<sup>(2)</sup>. وما روى عن أبي ذر - ﷺ - قال رسول الله - ﷺ - : « أول من  
 يدخل الجنة التاجر الصدوق »<sup>(3)</sup>.

وهذه المرتبة العالية التي وصل إليها التاجر الصدوق ، لما في التجارة  
 من مغريات كثيرة تجعل الأغلب منهم يخرج عن دائرة الأمانة والصدق ،  
 فتركها أي المغريات ، وسعى ؛ لأن ينال الدرجات العليا ، ومن هذا يفهم  
 أن صفة الصدق هي صفة أصلية في التاجر ، ومصمم الإعلانات هو تبع  
 للتاجر ، فلا بد وأن يلتزم بهذه الصفة كذلك<sup>(4)</sup> .

(1) أخرجه الترمذي ، وقال الترمذي : هذا حديث حسن لا نعرفه إلا من هذا الوجه من  
 حديث الثوري عن أبي حمزة و أبو حمزة اسمه عبد الله بن جابر ، وهو شيخ بصري  
 حدثنا سويد بن نصر أخبرنا عبد الله بن المبارك عن سفيان الثوري عن أبي حمزة بهذا  
 الإسناد نحوه . قال الشيخ الألباني : ضعيف . سنن الترمذي : كتاب البيوع ، باب ما جاء  
 في التجار وتسمية النبي صلى الله عليه وسلم إياهم 515/3 ، رقم (1209).  
 (2) قال الحاكم : كلثوم هذا بصري قليل الحديث ولم يخرجاه ، وله شاهد في مراسيل  
 الحسن ، وقال الذهبي : كلثوم بن جوشن ضعفه أبو حاتم ، سنن البيهقي الكبرى : =  
 = كتاب البيوع ، باب كراهية اليمين في البيع 266/5 ، رقم (10196) ، سنن الدارقطني ،  
 تأليف : علي بن عمر أبو الحسن الدارقطني البغدادي : كتاب البيوع 7/3 ، رقم (17) ، ط/  
 دار المعرفة - بيروت ، 1386 هـ - 1966 م ، تحقيق : السيد عبد الله هاشم يماني  
 المدني ، المستدرک علی الصحیحین 7/2 ، رقم (2142) ، شعب الإيمان ، تأليف : أبو بكر  
 أحمد بن الحسين البيهقي 86/2 ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت . الطبعة الأولى ،  
 1410 هـ ، تحقيق : محمد السعيد بسيوني زغلول .

(3) كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال 11/4 ، رقم (9240) ، الجامع الكبير  
 للسيوطي 1/ 683.

(4) الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد  
 الصلاحين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 ص 17 وما بعدها . مجلس النشر العلمي -  
 جامعة الإمارات العربية المتحدة . الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف :  
 دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة  
 الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية =

إذاً من صفات التاجر، أو من الصفات التي لا بد أن تتوافر في التاجر الصدق والبيان، ليتحقق بذلك البركة وكثرة الرزق، وقد بين هذه المعاني الإمام الغزالي فقال: إن من واجب من يعرض سلعة ما، أن يظهر جميع عيوب المبيع خفيها وجليها ولا يكتتم منها شيئاً فذلك واجب فإن أخفاه كان ظالماً غاشياً والغش حرام وكان تاركاً للنصح في المعاملة والنصح واجب (1).

### المطلب الثاني

#### اجتناب الدعاية للسلع المحرمة على المسلم

يجب ألا ترتكب المحرمات في الدعاية الإعلانية، بأن يكون فيها ترويج للمحرمات والمحظورات الشرعية، أو أن يصاحبها شيء من المنكرات، كالموسيقى، والطبل، والزمر، والفناء، أو إظهار النساء العاريات، وما أشبه ذلك من المحرمات الشرعية لقوله - تعالى - :  
 { وَمِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ } (2).

جاءت الشريعة الإسلامية المطهرة بكل ما فيه مصلحة وخير، كما نهت وحرمت كل ما فيه مضرة لهم، والإعلانات التجارية كما فيها المصلحة من جانب قد يساء استخدامها بالإعلان عن المحرمات، وقد

(=سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365، في يناير 2010م، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام، تأليف: فضل الله ممتاز، بحث منشور على الإنترنت على موقع المنتقى الفقهي، بتاريخ 1434/1/19هـ الموافق 2012/12/30م.

(1) إحياء علوم الدين لأبي حامد الغزالي 376/2.

(2) سورة لقمان آية: 6.

نصت الشريعة الإسلامية على حرمة الإعلان عن المحرمات بجملة أدلة منها :

❖ قول الله تعالى: { وَيَجْلُ لُهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ } (1).  
أحل الله تعالى كل طيب لنفعه ، كما حرم كل خبيث لضرره ، وكل ما يوصل إلى الخبيث ، فهو خبيث فالإعلانات هي وسيلة ترويجية لسلع مختلفة ، فإن اشتملت على محرمات اعتبر بذلك مروج لما هو محرم (2) .  
❖ قال الله تعالى: { وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ } (3).

نهى الله تعالى أن نتعاون فيما فيه إثم وعدوان ، وإن تصميم الإعلانات التجارية بما يشتمل على ما حرم الله تعالى فيه تعاون على الإثم والعدوان.

---

(1) جزء الآية رقم (157) ، سورة الأعراف .  
(2) أحكام الإعلان في الفقه الإسلامي ، تأليف : خالد بن سعد بن عبد الله المزيد ص 146 ، رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى ، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية - المملكة العربية السعودية - الإعلان في الوسائل الإعلامية مفهومه وضوابطه وأحكامه في الشريعة الإسلامية ، الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحيين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 ص 18 وما بعدها . مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة . الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر ، العدد الأول ، ص 365 ، في يناير 2010م ، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام ، تأليف : فضل الله ممتاز ، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملتي الفقه ، بتاريخ 1434/1/19 هـ الموافق 2012/12/30 م .  
(3) جزء الآية رقم (5) ، سورة المائدة .

ومن صور التعاون علي المحرم ما روي عن ابن عمر رضي الله عنهما قال : قال رسول الله - ﷺ - : « لَعَنَ اللَّهُ الْخُمْرَ ، وَشَارِبَهَا ، وَسَاقِيَهَا ، وَبَائِعَهَا ، وَمُبْتَاعَهَا ، وَعَاصِرَهَا ، وَمُعْتَصِرَهَا ، وَحَامِلَهَا ، وَالْمَحْمُولَةَ إِلَيْهِ » (1).

ومن صور الإعلان عن المحرمات:

- حرمة تصميم إعلانات فيها ترويج للخمر والدخان أو تشتمل على هذه الأمور أو غيرها من الأمور المحرمة .
- حرمة تصميم وترويج إعلانات للمؤسسات الربوية .
- الحفلات الموسيقية الماجنة ، وتصميم بطاقات فيها دعوة لهذه الحفلات .
- التصميم والإعلان عن المواقع الإباحية والمحرمة على الإنترنت، أو الإعلان عبر هذه المواقع .
- هناك شركات ومتاجر تتعامل بمعاملات مخالفة للشريعة الإسلامية، عدم مساعدتها على ما هي فيه بالإعلان لها ، وتصميم الإعلانات المروجة لبضاعتها (2).

(1) قال شعيب الأرنؤوط : صحيح بطرقه وشواهد ، وقال الألباني : حديث صحيح، سنن أبي داود : كتاب الأشربة، باب العنب يعصر للخمر 327/5، حديث [3674]، سنن البيهقي : كتاب البيوع، باب كراهية بيع العصير ممن يعصر الخمر، والسيف ممن يعصي الله عز وجل 327/5.

(2) الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365 ، في يناير 2010م . حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، تأليف : محمد أحمد أبو السيد، ص270، رسالة دكتوراه، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، عام 1992م ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، تأليف : رمضان علي السيد الشرنباصي، ص98، ط/ مطبعة الأمانة، القاهرة، الطبعة الأولى ، 1404هـ ، الحماية العقدية للمستهلك - دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ، تأليف : =

## المطلب الثالث

### اجتناب الدعاية المثيرة للغرائز والشهوات

أمرت الشريعة الإسلامية بالفضيلة والعفاف وحسن الخلق ، وحرمت إشاعة الفواحش قال تعالى : { إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ }<sup>(1)</sup>. فالواجب علي المسلم اجتناب الرذائل وكل ما دعا إليها ، ومن القواعد الفقهية التي قررها الفقهاء في هذا قاعدة : " ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب " ، ويعبرون عنها أيضا بقولهم: " ما لا يتم اجتناب الحرام إلا باجتنابه فهو حرام "<sup>(2)</sup>

كما يحرم إشاعة أسرار المسلمين ، وأمورهم الداخلية مما يمس أمنهم واستقرارهم ، حتى لا يعلم الأعداء مواضع الضعف فيهم ، فيستغلوها أو قوتهم فيتحصنوا منهم ، كما يحرم إشاعة ما يمس أعراض الناس وأسرارهم الخاصة .

قال ابن رجب الحنبلي : " قال بعض الوزراء الصالحين لبعض من يأمر بالمعروف اجتهد أن تستر العصاة ، فإن ظهور معاصيهم عيب في أهل

---

=عمر محمد عبد الباقي ص 182، منشأة المعارف ، الإسكندرية، مصر، ط 2004م ، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته - في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقاً للقانون المدني والفقه الإسلامي وأحكام القضاء ، تأليف : ممدوح محمد مبروك، ص 573، ط/ المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، ط 2000م .

(1) جزء الآية رقم (19) ، سورة النور .

(2) الأشباه والنظائر، تأليف : تاج الدين عبد الوهاب بن علي ابن عبد الكافي السبكي 90/2، ط/ دار الكتب العلمية ، الطبعة الأولى 1411 هـ - 1991م ، روضة الناظر وجنة المناظر، تأليف : عبد الله بن أحمد بن قدامة المقدسي أبو محمد 45/1، ط/ جامعة الإمام محمد بن سعود - الرياض - الطبعة الثانية ، 1399 هـ ، تحقيق : د. عبد العزيز عبد الرحمن السعيد ، القواعد والفوائد الأصولية وما يتعلق بها من الأحكام، تأليف : علي بن عباس البعلبي الحنبلي 1/ 104 ، ط/ مطبعة السنة المحمدية - القاهرة ، 1375 هـ - 1956 م ، تحقيق : محمد حامد النقي .

الإسلام و أولي الأمور ستر العيوب" (1). قال الفضيل : " المؤمن يستتر وينصح ، والفاجر يهتك ويمير" (2).

ومن الأخلاق التي دعا إليها الإسلام عدم الخلوة والاختلاط بين الجنسين أو كشف العورات ، وإظهار المفاتن أو الخضوع في القول أو فعل ما من شأنه أن يثير الغرائز والشهوات ، وذلك كله لما فيه من مفسد وإشاعة للفاحشة ، وتدمير للمجتمعات وأخلاقها.

وإن المتطلع إلى وسائل الإعلانات الحديثة سواء المرئية أو المسموعة أو المقروءة يرى فيها مدى الانحطاط والفجور، كونها لا تخلو في الغالب من استغلال لجسد المرأة استغلالاً سلبياً للترويج للبضائع المختلفة ، وقد ارتقت الشريعة بالإنسان ارتقاءً فاضلاً سواء كان مسلماً أو كافراً ، ذكراً أو أنثى (3).

---

(1) جامع العلوم والحكم ، تأليف : أبو الفرج عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي 340/1 ، ط/ دار المعرفة - بيروت - الطبعة الأولى ، 1408هـ .  
(2) جامع العلوم والحكم 1 / 225 ، إحياء علوم الدين 2 / 182 ، المدخل لابن الحاج 1 / 198 ط / الحلبي .

(3) الإعلان في وسائل الإعلام وضوابطه الإسلامية ، تأليف : أحمد عبد الفتاح ضليمي ص 135 ، رسالة ماجستير في الإعلام - كلية الدعوة والإعلام في المدينة المنورة 1405هـ ، الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين ، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21 ص 17 وما بعدها. مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشور بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص 365 ، في يناير 2010م ، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام ، تأليف : فضل الله ممتاز ، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملتيقي الفقهي ، بتاريخ 19/1/1434هـ الموافق 2012/12/30م .

وذلك بالتكريم لهم فقال تعالى: { وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي  
الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِّنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِّمَّنْ خَلَقْنَا  
تَفْضِيلًا } (1).

وإن استغلال جسد المرأة في الإعلانات التجارية المختلفة من شأنه أن  
ينزل بها من تلك المرتبة التي وضعها فيها الإسلام من التشريف  
والتكريم، وكان المصمم لذلك الإعلان يفضل ذلك المنتج المعلن عنه  
على المرأة، كونه استخدم المرأة كوسيلة من أجل تحقيق هدف من  
الأهداف وهو الترويج لتلك السلعة.

فترى من يأمر بتصميم الإعلانات إذا أراد أن يعلن عن الملابس كان  
المرتكز على المرأة بإظهار مفاتها وزينتها، وإذا أراد أن يعلن عن البراهم  
وشامبو الشعر فتجد ميدان الإعلان ملئ بالكاسيات العاريات، وإن  
نظرت للذهب بل للعطور أو المشروبات الغازية حتى الأحذية وجدت نفس  
الصورة، وكأنه لا يمكن لأي تاجر أن ينفق أي سلعة له إلا من خلال  
إظهار المفاتن (2).

(1) جزء الآية رقم (70)، سورة الإسراء .  
(2) الإعلانات التجارية، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد  
الصلاحين، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21 ص 17 وما بعدها. مجلس النشر العلمي -  
جامعة الإمارات العربية المتحدة. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية، تأليف:  
دكتور ماهر حامد الحولي، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة، كلية الشريعة - الجامعة  
الإسلامية بغزة فلسطين، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات  
الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365، في يناير 2010م، الإعلان  
التجاري - ضوابط وأحكام، تأليف: فضل الله ممتاز، بحث منشور على الإنترنت على  
موقع الملثقي الفقهي، بتاريخ 1434/1/19 هـ الموافق 2012/12/30 م.

وان هذه الصور لهي صورة غريبة عن المجتمعات العربية والإسلامية والتي اشتهرت على مدار العصور والقرون بالحشمة فكانت من العادات والتقاليد الأصلية في هذه المجتمعات العفة وحسن الخلق .

وكما أن هذا الفعل من شأنه أن ينقص من كرامة المرأة أو الإنسان ، كذلك من شأنه أن يشيع الفاحشة في المجتمع المسلم والله تعالى يقول : { إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ } (1) . وإن الخضوع في القول من شأنه أن يثير الغرائز والشهوات فما بالك في التبرج والسفور والله تعالى يقول : { يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقَلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ، وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى ... } (2) . وقال تعالى : { يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَّحِيمًا } (3) .

### المطلب الرابع

#### اجتناب الذم لسلع الآخرين وخدماتهم

وهذا من أهم الضوابط في عمليات الدعاية الإعلانية يفضل الكثير من المتنافسين عنه ، فيجب ألا يتعرض في الدعاية الإعلانية لذم المنتجات التجارية أو الخدمات المقدمة من الغير ؛ لقول النبي - ﷺ - :

(1) جزء الآية رقم (19) ، سورة النور .

(2) جزء الآية رقم (32) ، سورة الأحزاب .

(3) جزء الآية رقم (59) ، سورة الأحزاب .



« لا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ » (1). ولقول النبي - ﷺ - : « لَأَضُرَّرَ وَلَا ضَرَارَ » (2). إن من الأخلاق التي دعا إليها الإسلام وشجع على إيجادها الإيثار ، فقال الله تعالى : { وَيُؤَثِّرُونَ عَلَى أَنْفُسِهِمْ وَلَوْ كَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ } (3).

فتقديم الغير على النفس هو من الأشياء المحمودة والمراتب العليا والتي لا بد وأن يسعى إليها الإنسان ، كما شجعت الشريعة على الترابط والتكافل وحب الخير للآخرين كما نحبه لأنفسنا فعن أنس بن مالك رضي الله عنه ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ: «لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُحِبَّ لِأَخِيهِ أَوْ قَالَ لِجَارِهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ» (4).

فمن هذا يتبين أن الشريعة جاءت بالحب والإيثار لما يترتب عليهما من الترابط والتلاحم بين أفراد المجتمع الواحد (5).

(1) متفق عليه من حديث أبي هريرة رضي الله عنه ، صحيح البخاري : كتاب الإيمان ، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه 14/1 ، رقم (13) ، الجمع بين الصحيحين البخاري ومسلم ، تأليف : محمد بن فتوح الحميدي 427/2 ، ط / دار ابن حزم - لبنان/ بيروت - 1423 هـ - 2002 م ، الطبعة : الثانية ، تحقيق : د. علي حسين البواب .  
(2) سنن الدارقطني : كتاب الأقضية 4 / 228 ، رقم (86) ، المستدرک للحاكم : كتاب البيوع ، باب النهي عن المحاقلة 2 / 577 ، سنن البيهقي : كتاب الصلح ، باب لا ضرر ولا ضرار 6 / 69 ، أما صحته على شرط مسلم فعثمان بن محمد لم يخرج له مسلم شيئا ومع ذلك فهو ضعيف ضعفه الدارقطني . ينظر : "السان الميزان 4 / 175 .  
(3) جزء الآية رقم (9) ، سورة الحشر .

(4) صحيح البخاري : كتاب الإيمان ، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه 14/1 ، رقم (13) ، صحيح مسلم : كتاب الإيمان ، باب الدليل على أن من خصال الإيمان أن يحب لأخيه 1/49 ، رقم (179) .

(5) الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحيين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 ص 17 وما بعدها . مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة . الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة =

إن التنافس في الشريعة الإسلامية هو شيء محمود وغير مذموم، ولكن هذا التنافس لا بد وأن يكون وفق منظومة صحيحة مستمدة من الشريعة الإسلامية، ولكن من ينظر إلى وسائل الإعلان المختلفة يرى أن كثيراً من هذه الإعلانات قد خرج عن هذا الخلق، فلا يكاد التاجر يعرض لبضاعته إلا وينعتها بمواصفات يبين من خلالها بأنها الأحسن أو الأفضل أو الأقوى.

فمثلاً إذا عرض لمسحوق غسيل أظهر مسحوقين، مسحوقه وآخر ليظهر أن مسحوقه هو الأقوى، ينظف وبأقل التكاليف، في حين يظهر الآخر بأنه مع استخدامه إلا أن البقع قد بقيت كما هي، أو خفت بالشيء اليسير، وهذا مما يتنافى مع ما ذكرناه من الإيثار، وحب الخير للآخرين<sup>(1)</sup>. ونجد هذه الأمثلة في منظفات الجلي والشامبو ومنظفات الأرضيات والحمامات حتى في قاتل الصراصير والذباب بل حتى في الأحذية كذلك. وهذا الأسلوب كما أنه من أساليب عدم الإيثار وحب

---

=الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365، في يناير 2010م، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام، تأليف: فضل الله ممتاز، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملئقي الفقهي، بتاريخ 1434/1/19هـ الموافق 2012/12/30م. (1) الإعلان التلفازي - أسسه وضوابطه، تأليف: حسن أحمد الحسن يوسف ص132، رسالة دكتوراه في الإعلام، كلية الدعوة والإعلام بالمملكة العربية السعودية - سنة 1410هـ، الإعلانات التجارية، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21 ص17 وما بعدها. مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية، تأليف: دكتور ماهر حامد الحواري، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365، في يناير 2010م، الإعلان التجاري، ضوابط وأحكام، تأليف: فضل الله ممتاز، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملئقي الفقهي، بتاريخ 1434/1/19هـ الموافق 2012/12/30م.

الخير للآخرين ، فإنه فيه إضرار بالآخرين . فعَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ : "لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ"<sup>(1)</sup> ، وكان الأولى لذلك التاجر أو المُعلِن عن تلك البضاعة أن يظهر ما في سلعته من محاسن دون إجراء مقارنة مع بضائع الآخرين حتى لا ينطبق عليه ما جاء عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ قَالَ : "لَا يَبِعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ"<sup>(2)</sup> .

## المطلب الخامس اجتناب الدعاية المعارضة لعقيدة المسلم وأخلاقه

العقيدة في اللغة : من العقد ؛ وهو الرِبط ، والإبرام ، والإحكام ، والتوثق ، والشد بقوه ، والتماسك ، والمراسة ، والإثبات ؛ ومنه اليقين والجزم . والعقد نقيض الحل ، ويقال : عقده يعقده عقدا ، ومنه عقدة اليمين والنكاح<sup>(3)</sup> .

(1) أخرجه الدارقطني [4/ 228]، كتاب الأفضية، حديث [86]، والحاكم [2/ 577]، كتاب البيوع: باب النهي عن المحاقلة... والبيهقي [6/ 69-70]، كتاب الصلح: باب لا ضرر ولا ضرار، وكلهم من طريق الدراوردي عن عمرو بن يحيى المازني عن أبيه عن أبي سعيد عن النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لا ضرر ولا ضرا. قال الحاكم: صحيح الإسناد على شرط مسلم ووافقه الذهبي.

(2) صحيح البخاري : كتاب البيوع : باب النهي عن تلقي الركبان 373/4، حديث 2165، بلفظ: "لا يبيع بعضكم على بيع بعض ولا تلقوا السلع حتى يهبط بها إلى السوق" ، صحيح مسلم : كتاب البيوع : باب تحريم بيع الرجل على بيع أخيه 3/1156، سنن أبي داود 3/269 ، رقم 3437.

(3) لسان العرب : مادة (عقد) 3/296، القاموس المحيط : مادة (عقد) 1/383، تاج العروس : مادة (عقد) 8/399 المعجم الوسيط : مادة (عقد) 2/614.

وفي الاصطلاح : هي الأمور التي يجب أن يُصدَّقَ بها القلب ، وتطمئن إليها النفس ، حتى تكون يقينا ثابتا لا يمازجها ريب ، ولا يخالطها شك (1) .

والأخلاق في اللغة : جمع خلق هو الطُّبَع والسَّجِيَّة ، وقيل : المرءة والدين ، قال العلامة ابن فارس : "الخاء واللام والقاف أصلان : أحدهما تقدير الشيء ، والآخر ملامسة الشيء" (2) .

والأخلاق في الاصطلاح : ما ذكره الغزالي حين عرَّف الخُلُق بقوله : "الخُلُق عبارة عن هيئة في النفس راسخة ، عنها تُصدُر الأفعال بسهولة ، ويُسر من غير حاجة إلى فِكْر وروية" (3) .

ولذلك فلا يجوز التعرض للعقيدة لا في الدعاية الإعلانية ، ولا في غيرها إذ تعتبر العقيدة هي قاعدة الإيمان ، والأصل الذي يقوم عليه أركان الإيمان ، وهي أقوى الروابط بين المؤمنين ، وهي أقوى من رابطة العرق والنسب والدم والوطن والقوم ؛ لأن العقيدة هي التي يحيى بها المؤمن الحياة الحقيقية ، وتزكو بها نفسه ، وتستقيم بها أعماله ، وتتقبل بها طاعاته ، وترتفع بها درجاته عند الله عز وجل .

---

(1) الوجيز في عقيدة السلف الصالح ( أهل السنة والجماعة )، تأليف : عبد الله بن عبد الحميد الأثري ، مراجعة وتقديم صالح بن عبد العزيز آل الشيخ 13/1 ، الطبعة : الأولى ، ط/ وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد - المملكة العربية السعودية .  
(2) لسان العرب : مادة (خلق) 86/10 ، 87 ، عجم المقاييس في اللغة ؛ لابن فارس ، ص 329 ، ط/ دار الفكر - بيروت ، القاموس المحيط ؛ الفيروز أبادي ص 793 ، ط/ دار الفكر - بيروت ، مفردات ألفاظ القرآن؛ الراغب الأصفهاني ص: 297 ، ط/ دار القلم - سوريا.

(3) إحياء علوم الدين ، تأليف : الإمام حجة الإسلام الغزالي 3/ 47 ، ط/ إحياء التراث.

ومن الدعاية الإعلانية المخالفة لعقيدة المسلم ، وأخلاقه الدعوة لمحاضرة تدعو إلى مخالفات شرعية أو شركيات ، أو لقاءات شعرية فيها تعدي على ديننا وقرآننا ومعتقداتنا ، أو البرامج التي تبث أحياناً أو تنشر على صفحات الجرائد والمجلات وتتحدث عن الأبراج ، وما فيها من مخالفات شرعية واضحة ، أو عمل إعلان لمنجمين وفتاحين وسحرة وغير ذلك (1) .

لقوله تعالى : { قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ } (2) . وهذه الآية الكريمة حاكمة على كل من ادعى محبة الله - تعالى - وليس متبعاً لنبيه محمد ﷺ حق الاتباع ، مطيعاً له في أمره ونهيه ، فإنه كاذب في دعواه حتى يتابع الرسول ﷺ حق الاتباع (3) .

وفي سبب نزول الآية الكريمة روي عن ابن عباس ﷺ قال : وقف النبي ﷺ على قريش وهم في المسجد الحرام ، وقد نصبوا أصنامهم ، وعلقوا عليها بعض النعام ، وجعلوا في آذانها السيوف ، وهم يسجدون لها

(1) الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 21 ص 17 وما بعدها . مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة . الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشو بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر ، العدد الأول ، ص 365 ، في يناير 2010م ، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام ، تأليف : فضل الله ممتاز ، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملئقي الفقهي ، بتاريخ 1434/1/19 هـ الموافق 2012/12/30م .

(2) جزء الآية رقم (31) ، سورة آل عمران .

(3) الكشف والبيان ، تأليف : أبو إسحاق أحمد بن محمد بن إبراهيم الثعلبي النيسابوري 50/3 ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت - لبنان - 1422 هـ - 2002 م ، الطبعة : الأولى .

. فقال : يا معشر قريش والله لقد خالفتم ملّة أبيكم إبراهيم وإسماعيل ،  
ولقد كانا على الإسلام .

فقالت له قريش : يا محمّد إنّنا نعبدها حبّاً لله ، ليقربونا إلى الله  
زلفى ، فقال الله تعالى : قل يا محمّد إنّ كنتم تحبّون الله وتعبدون  
الأصنام ليقربوكم إليه فاتبعوني يحببكم الله ، وأنا رسوله إليكم  
وحجّته عليكم وأنا أولى بالتعظيم من الأصنام (1) .

والخلاصة أن عقيدة المسلم هي أعز شيء عنده؛ لأن بها نجاته  
وسعادته ، فيجب عليه أن يحرص على تجنب ما يسيء إليها أو يمسها من  
الشركيات والخرافات والبدع؛ لتبقى صافية مضيئة ، وذلك بالتزام  
الكتاب والسنة وما عليه السلف الصالح ، ولا يتم ذلك إلا بتعلم هذه  
العقيدة ، ومعرفة ما يضادها من العقائد المنحرفة.

لا سيما وأنه قد كثر اليوم في صفوف المسلمين من يحترف التدجيل  
والشعوذة والتعلق بالقبور والأضرحة لطلب الحاجات ، وتفريج الكربات  
كما كان عليه المشركون الأولون أو أشد ، إضافة إلى اتخاذ السادة  
أربابا من دون الله يشرعون لأتباعهم من الدين ما لم يأذن به الله

### المطلب السادس

## اجتناب التكلف والمغالاة في الدعاية الإعلانية

وفي بيان معنى التكلف قال الراغب : هو اسم لما يفعله الإنسان بمشقة  
أو بتصنع أو بتشبع ؛ ولذلك صار التكلف ضربين : القسم الأول محمود :

(1) اللباب في علوم الكتاب ، تأليف : أبو حفص عمر بن علي ابن عادل الدمشقي  
الحنبلي/157/5، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت / لبنان - 1419 هـ - 1998 م ، الطبعة :  
الأولى ، تحقيق : الشيخ عادل أحمد عبد الموجود ، والشيخ علي محمد معوض .

وهو ما يتحراه الإنسان ليتوصل به إلى أن يصير الفعل الذي يتعاطاه سهلا عليه، ويصير كلفا به، ومجبا له. والقسم الثاني: هو ما يتحراه مباحاة، ورياء، وهو مذموم ومنه، قال تعالى: {وما أنا من المتكلفين} (1). والتكليف: هو إلزام ما فيه كلفة أي مشقة (2).

والمغالاة هي الزيادة بالشيء عن حدّه الذي هو له في الحقيقة، وظهر في العصر الحاضر العديد من وسائل وأساليب الدعاية الإعلانية، ومنها ما هو مكلف جدا، وتنعكس هذه التكلفة بالزيادة على أسعار السلع، والخدمات وعلى صاحب السلعة أو الخدمة أن يجتنب الإسراف والتبذير (3) في الدعاية الإعلانية؛ لأنهما من الأمور المحرمة شرعا، قال الله - تعالى - : {وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ} (4).

فإذا كان الإسراف في الأكل والشرب ممنوعا وجب أن يكون الإسراف في الإنفاق ممنوعا؛ لأن ذلك إنما يكون بصرف المال في أكثر

(1) جزء الآية رقم (86)، سورة ص.

(2) التوقيف على مهمات التعاريف، تأليف: محمد عبد الرؤوف المناوي 202/1، ط/ دار الفكر المعاصر، دار الفكر - بيروت، دمشق، الطبعة الأولى، 1410 هـ، تحقيق: د. محمد رضوان الداية.

(3) الفرق بين التبذير والإسراف: قيل: التبذير: إنفاق المال فيما لا ينبغي. والإسراف: صرفه زيادة على ما ينبغي. وبعبارة أخرى: الإسراف: تجاوز الحد في صرف المال، والتبذير: إتلافه في غير موضعه، هو أعظم من الإسراف، ولذا قال تعالى: {إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين} (جزء الآية رقم (26)، سورة الإسراء). وقيل: وليس الإسراف متعلقا بالمال فقط، بل بكل شيء وضع في غير موضعه اللائق به. ألا ترى أن الله سبحانه وصف قوم لوط بالإسراف لوضعهم البذر في غير المحرث، فقال: {إنكم لتأتون الرجال شهوة من دون النساء بل أنتم قوم مسرفون} (الأعراف: 81).

ووصف فرعون بالإسراف بقوله: {إنه كان عاليا من المسرفين}. أقول: ويستفاد من بعض الأخبار أن الإسراف على ضريبين: حرام، ومكروه. فالأول:

مثل إتلاف مال ونحوه فيما فوق المتعارف. والثاني: إتلاف شيء ذي نفع بلا غرض. معجم الفروق اللغوية لأبي هلال العسكري 1/114.

(4) جزء الآية رقم (31)، سورة الأعراف.

مما يحتاج إليه من المأكول والمشروب ، وذلك الأكثر ممنوع من أكله ،  
فينبغي أن يكون صرف المال في الممنوع ممنوعاً وحده السرف في الأكل  
أن يجاوز الشبع ، ويثقل البدن حتى لا يمكن معه أداء واجب ولا قضاء  
حق إلا يحمل على البدن وليس السرف في الإنفاق وقال - تعالى - :  
{... وَلَا تُبَدِّرْ تَبْدِيرًا ۚ إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ} (1).

وعدم المغالاة في تكاليف الدعاية الإعلانية : لأن المستهلك هو الذي  
يتحمل عبئها بل يجب أن يكونا قاصرين على ما يحصل به المقصود من  
التعريف بالسلع والخدمات من غير زيادة تجر إلى رفع أسعارها .

الناظر إلى واقع الإعلانات في عصرنا نجد أنها تخرج بأشكال  
وصور مختلفة ، ويجد المتبصر والمتفحص فيها كم هي تكاليف هذه  
الإعلانات ، والتي فيها نوع من الإسراف والتبذير . وقد يعترض على ما  
تقدم بعض التجار ، فيقول : صحيح أن التاجر ينفق كثيراً من المال على  
الإعلان والترويج لبضاعته لكنه يعوض عن ذلك بزيادة كمية البيع  
والربح دون أن يتأثر سعر السلعة أو يقع عبء على المستهلك .

وندفع هذا الاعتراض المحتمل ، فنقول : إن التاجر اليوم يفعل ذلك  
ويدفع المال الطائل على الإعلانات ، وللأسف يكون ذلك المال على  
المستهلك ، وذلك بالزيادة في سعر السلعة مما يزيد من الأعباء على

---

(1) جزء الآية رقم (26) ، سورة الإسراء .



كاهل المستهلك لذلك كان من الواجب الاقتصاد في الإعلانات بما يحصل فيه التعريف بالسلعة دون أن يجر ذلك إلى رفع أسعارها<sup>(1)</sup> .

### المطلب السابع

#### اجتناب الغش والتدليس والتغوير

الغش هو الاسم من الغش مصدر غشه : إذا لم يحضه النصح وزين له غير المصلحة أو أظهر له خلاف ما أضمره<sup>(2)</sup> . وفي اصطلاح الفقهاء : الغش هو الشيء فيه عيب ، فيخفيه البائع ، ويبيعه على أساس أن ظاهره السلامة ، ولكنه من الداخل على عكس الذي يراه الناس .

وذلك مثل أن تكون المنتجات الجارية ، كالأطعمة أو الأقمشة أو الآلات التي تباع ظاهرها جميل ، ولكن إذا قلبت ، ونكست ، وجد أسفلها يختلف عن أعلاها ، فهذا من الغش ، والواجب أن يكون أسفل الشيء ، وأعلاه على حد سواء.

---

(1) ضوابط الإعلانات التجارية ، تأليف : الشيخ محمد الحمود النجدي ، بحث منشور بمجلة الفرقان ، التابعة لجمعية إحياء التراث الإسلامي ، علي الإنترنت بتاريخ 14/6/2011م ، الإعلانات التجارية ، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين ، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21 ص 17 وما بعدها. مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين ، بحث منشور بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص365 ، في يناير 2010م ، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام ، تأليف : فضل الله ممتاز ، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملئقي الفقهية ، بتاريخ 19/1/1434هـ الموافق 2012/12/30م .

(2) لسان العرب لابن منظور 323/6 ، المعجم الوسيط 352/2 ، تاج العروس للزبيدي 290/17 ، جمهرة اللغة لابن دريد 46/1 ، معجم مقاييس اللغة 383/4 .

والفش حرام لا يجوز ؛ لأن فيه إضراراً بالناس ، وأكلاً لأموالهم  
بالباطل<sup>(1)</sup> . قال تعالى : { يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ  
بِالْبَاطِلِ إِنَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ }<sup>(2)</sup> .

والتدليس أو التفرير: هو عبارة عن إغراء العاقد ، وخديعته ليقدم على  
العقد ظاناً أنه في مصلحته ، والواقع خلاف ذلك<sup>(3)</sup> .

والتدليس نوعان : أحدهما : كتمان العيب . والثاني: فعل ما يزيد به  
الثمن ، وهو المراد هنا وإن لم يكن عيباً ، كتحمير وجه الجارية وتسويد  
شعرها وتجعيدده ، وتصنيع النساج وجه الثوب ، وصقال الأسكاف وجه  
المتاع الذي يداس فيه ونحوه ، وجمع اللبن في ضرع بهيمة الأنعام أو  
غيرها وهو التصرية ، ليوهم المشتري كثرة اللبن . وهذا النوع هو المسمى  
عند الحنفية بالتفرير الفعلي في الوصف<sup>(4)</sup> . قال ابن عرفة : الفش  
التدليس : وهو إبداء البائع ما يوهم كمالاً في مبيعه كاذباً أو كتم  
عيب ، وهو محرم إجماعاً<sup>(5)</sup> .

(1)فتح القدير 354/6، تبيين الحقائق 31/4، حاشية ابن عابدين 3/5، بدائع الصنائع  
68/8، بداية المجتهد 175/2، الحاوي الكبير 270/5، مغني المحتاج 64/2، الشرح  
الكبير لابن قدامة 349/11.

(2) جزء الآية رقم (29) ، سورة النساء .

(3) بدائع الصنائع 68/8، بداية المجتهد 175/2، التمهيد لابن عبد البر 209/18، الحاوي  
الكبير 270/5، مغني المحتاج 64/2، الشرح الكبير لابن قدامة 349/11، مجموع  
الفتاوى 73/28.

(4) الفقه الإسلامي وأدلته ، تأليف : وهبة الزحيلي 205/5 ، ط/ دار الفكر - سوروية -  
دمشق .

(5) التاج والإكليل لمختصر خليل ، تأليف : محمد بن يوسف بن أبي القاسم العبدري أبو  
عبد الله 344/4، ط/دار الفكر ، سنة 1398م .

أن يتجنب في الدعاية الإعلانية الغش ، والتدليس ، والتغريب في  
إعلانه ودعايته ، وذلك بأن يزين السلعة أو يخفي عيوبها أو يمدحها بما  
ليس فيها ، فإن ذلك كله محرم كما تقدم بيانه ؛ لأن النبي ﷺ . : «  
نَهَى عَنْ بَيْعِ الْغَرْرِ» (1).

قال الإمام الغزالي : إنه يجب على من يعرض سلعة ما أن يظهر جميع  
عيوب المبيع خفيها وجليها ، ولا يكتم منها شيئا ، فذلك واجب ، فإن  
أخفاه كان ظلما غاشا ، والغش حرام ، وكان تاركا للنصح في  
المعاملة ، والنصح واجب ، ومهما أظهر أحسن وجهي الثوب ، وأخفى  
الثاني كان غاشا ، وكذلك إذا عرض الثياب في المواضع المظلمة ،  
وكذلك إذا عرض أحسن فردي الخف أو النعل ، وأمثاله .

ويدل على تحريم الغش ما روي : « أَنْ رَسُولَ اللَّهِ - ﷺ - مَرَفِيَ السُّوقِ  
عَلَى صَبْرَةِ طَعَامٍ ، فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا ، فَتَالَتْ أَصَابِعَهُ بِلَاءً ، فَقَالَ : مَا هَذَا  
يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ ؟ قَالَ : يَا رَسُولَ اللَّهِ ، أَصَابَتَهُ السَّمَاءُ . قَالَ : أَفَلَا  
جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ حَتَّى يَرَاهُ النَّاسُ ، مِنْ غَشْنَا فَلَيْسَ مِنَّا » (2).

ويدل على وجوب النصح بإظهار العيوب ما روي أن النبي ﷺ . لما بايع  
جريرا على الإسلام ذهب لينصرف ، ف جذب ثوبه ، واشترط عليه النصح

(1) صحيح مسلم : كتاب البيوع ، باب بطلان بيع الحصاة والبيع الذي فيه غرر  
1154/3 ، سنن أبي داود : كتاب البيوع ، باب في بيع الغرر ، 254/3 ، رقم (3376) ، سنن  
الترمذي : كتاب البيوع ، باب ما جاء في كراهية بيع الغرر ، 532/3 ، رقم (1230) ، سنن  
النسائي : كتاب البيوع ، باب بيع الحصاة 739/2 ، رقم (2194) ، مسند أحمد 376/2 .

(2) أخرجه مسلم من حديث أبي هريرة ، وغيره . (صحيح مسلم : كتاب الإيمان ، باب  
قول النبي - ﷺ - : « مِنْ غَشْنَا فَلَيْسَ مِنَّا » 69/1 ، رقم (295) ، ، سنن الترمذي : كتاب  
البيوع ، باب ما جاء في كراهية الغش في البيوع ، 606/3 ، رقم (1315).

لكل مسلم حديث جرير بن عبد الله بايعنا رسول الله - ﷺ - على النصح لكل مسلم<sup>(1)</sup>. فكان جرير إذا قام إلى السلعة يبيعها بصر عيوبها ثم خيره ، وقال : إن شئت ، فخذ ، وإن شئت ، فاترك فقيل : له إنك إذا فعلت مثل هذا لم ينفذ لك بيع ، فقال : إنا بايعنا رسول الله - ﷺ - على النصح لكل مسلم<sup>(2)</sup>.

وكان وائلة بن الأسقع واقفا ، فباع رجل ناقة له بثمائة درهم ، فغفل وائلة ، وقد ذهب الرجل بالناقة ، فسمى وراءه ، وجعل يصيح به يا هذا اشتريتها للحم أو للظهر ، فقال : بل للظهر ، فقال : إن بخفها نقبا قد رأيت ، وإنها لا تتابع السير ، فعاد فردها ، فنقصها البائع مائة درهم ، وقال لوائلة رحمك الله أفسدت علي بيعي فقال إنا بايعنا رسول الله - ﷺ - على النصح لكل مسلم ، وقال سمعت رسول الله - ﷺ - يقول لا يحل لأحد يبيع بيعا إلا أن يبين آفته ، ولا يحل لمن يعلم ذلك إلا تبينه<sup>(3)</sup>. فقد فهموا من النصح أن لا يرضى لأخيه إلا ما يرضاه لنفسه ، ولم يعتقدوا أن ذلك من الفضائل ، وزيادة المقامات بل اعتقدوا أنه من شروط الإسلام الداخلة تحت بيعتهم ، وهذا أمر يشق على أكثر الخلق<sup>(4)</sup>.

فلذلك يختارون التخلي للعبادة ، والاعتزال عن الناس ؛ لأن القيام بحقوق الله مع المخالطة ، والمعاملة مجاهدة لا يقوم بها إلا الصديقون ،

(1) إحياء علوم الدين، تأليف : محمد بن محمد الغزالي أبو حامد 76/2، ط/ دار المعرفة - بيروت.

(2) المرجع السابق .

(3) المرجع السابق .

(4) المرجع السابق .

ولن يتيسر ذلك على العبد إلا بأن يعتقد أمرين أحدهما أن تلبسه العيوب، وتروجه السلع لا يزيد في رزقه بل يحقه، ويذهب ببركته، وما يجمعه من مفرقات التلبسات يهلكه الله دفعة واحدة (1).

فقد حكى أن واحدا كان له بقرة يحلبها، ويخلط بلبنها الماء، ويبيعه، فجاء سيل، ففرق البقرة فقال: بعض أولاده إن تلك المياه المنفردة التي صببناها في اللبن اجتمعت دفعة واحدة، وأخذت البقرة كيف، وقد قال ﷺ: "البيعان إذا صدقا ونصحا بورك لهما في بيعهما وإذا كتما وكذبا نزع بركة بيعهما" (2).

والبيعان: بتشديد الياء، يعني البائع والمشتري أطلق عليهما من باب التغليب. وكل واحد من اللفظين يطلق على معنى الآخر. ومحقت: مبنى للمجهول، معناه: ذهبت وزالت زيادة كسبهما، وربحهما أو يخير أحدهما الآخر: أي يقول له: اختر إمضاء البيع (3).

---

(1) الإعلانات التجارية، أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي للدكتور عبد المجيد الصلاحين، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21 ص 17 وما بعدها. مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة. الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية، تأليف: دكتور ماهر حامد الحولي، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بغزة فلسطين، بحث منشور بمجلة الجامعة الإسلامية =

(2) = (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول، ص 365، في يناير 2010م، الإعلان التجاري - ضوابط وأحكام، تأليف: فضل الله ممتاز، بحث منشور على الإنترنت على موقع الملئقي الفقهية، بتاريخ 1434/1/19 هـ الموافق 2012/12/30م.

(3) المراجع السابقة.

(3) المنهاج شرح صحيح مسلم بن الحجاج، تأليف: أبو زكريا يحيى بن شرف بن مري النووي 176/10، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت، الطبعة الطبعة الثانية، 1392 هـ.

وقد اتفق الفقهاء على أنه يجب على البائع إذا علم شيئاً بالمبيع يكرهه المشتري أن يبينه بياناً مفصلاً ، وأن يصفه وصفاً شافياً زيادة على البيان ، إن كان شأنه الخفاء ؛ لأنه قد يفترض في شيء دون شيء ، يحرم عليه عدم البيان ، ويكون آثماً عاصياً ، وكتمان العيب غش والغش حرام.

ولا يقتصر الإعلام بالعيب على البائع ، بل يمتد إلى كل من علم بالعيب ، ويتأكد الوجوب في حقه إذا انضرد بعلم العيب دون البائع ، ووقت الإعلام بالعيب في حق البائع والأجنبي قبل البيع ، ليكون المشتري على علم وبينة ، فإن لم يكن الأجنبي حاضراً أو لم يتيسر له فبعد العقد ، ليتمكن المشتري من الرد بالعيب<sup>(1)</sup> .

وبناء على ذلك ، فإذا وجد المشتري العيب متحققاً بشروطه ثبت حق الرد باتفاق الفقهاء ويرجع في معرفة العيب إلى أهل الخبرة والمعرف<sup>(2)</sup> .

---

(1) تبين الحقائق 4 / 31 ، حاشية الدسوقي 3 / 119 ، بداية المجتهد 2 / 177 ، مغني المحتاج 2 / 63 ، المغني لابن قدامة 4 / 159 ، نيل الأوطار للشوكاني 5 / 239 .  
(2) المراجع السابقة .

## الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ، أحمده سبحانه وأشكره على عظيم آلائه وجزيل نعمائه ، وأسأله سبحانه المزيد من فضله وتوفيقه ، وأصلي وأسلم على أول سابق للخيرات ، وخاتم النبيين والمرسلين نبي الهدى والرحمة ، وعلى آل بيته الطيبين الطاهرين ، وصحابته أجمعين .  
وبعد :

فإن كل باحث يطرق بحثا لا بد أن يخرج في نهايته بنتائج مستخلصة ومستفادة من مسيرة البحث المباركة ، وقد تم بحمد الله موضوع البحث وهو "الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية التسويقية للسلع والخدمات" . وفيما يلي عرض لأهم النتائج ، والتوصيات التي تم التوصل إليها الباحث :

### أهم النتائج

قد توصل الباحث إلى العديد من النتائج من أهمها :

أولا : عظمة التشريع الإسلامي وسبقه على كل النظم الوضعية ، فقد كان له السبق في ضبط عمليات الدعاية الإعلانية ، وتبين ذلك من خلال الأدلة الشرعية والضوابط الفقهية التي ذكرتها في البحث .  
ثانيا : أن الحكم التكيفي لعمليات الدعاية الإعلانية يأخذ حكم الوسائل المستخدمة والمقاصد المرجوة والسلع والخدمات المعروضة ، فإن كانت هذه الأمور مشروعة في الأصل ؛ كانت الدعاية الإعلانية مشروعة ، وإن كانت محرمة ؛ كانت الدعاية الإعلانية محرمة ؛ فهي بذلك تعترها الأحكام التكيفية الخمسة .

ثالثا : الأهمية الكبيرة والفوائد العظيمة للدعاية الإعلانية في العصر الحاضر ، فقد أصبحت من الأمور الضرورية في عمليات الترويج التي لا يمكن أن يستغني عنها التاجر أو المشتري ؛ لكثرة السلع والمنتجات والخدمات المعروضة ؛ لذا كان لا بد من التمييز بينها عن طريق الدعاية الإعلانية .

رابعا : أن الهدايا الإعلانية جائزة ، ويسمىها بعض الباحثين الهدايا التحفيزية أو الترغيبية ، ويدرجونها تحت الحوافز التجارية ، وذلك لمشروعية الهدايا في الأصل ، وذلك على مشروعيتها الكثير من الأدلة الشرعية .

خامسا : أهم الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية هي : الصدق ، والأمانة ، واجتناب المحرمات ، وكل ما يثير الشهوات والفرائز ، واجتناب الذم لسع الآخرين ، وخدماتهم ، واجتناب الدعاية المتعارضة مع عقيدة المسلم وأخلاقه ، وعم التكلف والمغالاة في الإنفاق على الدعاية ، واجتناب الغش والتدليس والتغريب .

### أهم التوصيات

أولا : ضرورة العمل والسعي لإيجاد شركات إعلانية إسلامية تلتزم بالضوابط الشرعية ؛ نظرا لأهمية الدعاية الإعلانية ، فقد أصبحت ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها في الأنشطة التجارية .

ثانيا : توجيه العناية الفائقة بعمليات الدعاية الإعلانية من خلال تنظيمها وتقنينها بضع القوانين والأنظمة المستمدة من الشريعة الإسلامية لتنظيمها وفق الضوابط الشرعية المحددة لا يمكن تجاوزها ، حيث



تظهر للعيان المخالفات الشرعية واضحة في الإعلانات المعروضة في الوسائل المختلفة .

ثالثا : وضع القوانين لتجنيد جسد المرأة وكيانها الإنساني من الاستخدام كوسيلة من الوسائل الترويجية في عمليات الدعاية الإعلانية بعرض جسدها كما تعرض السلع والخدمات كأسلوب من أساليب الجذب ، وذلك لصيانة كرامة المرأة وعفتها وحياتها من الامتهان .

رابعا : أن يكون لكل مؤسسة أو هيئة إعلانية المرجعية الشرعية من علماء الشريعة الإسلامية ؛ للرجوع إليهم ، فيما يستجد ويستحدث من قضايا وأحداث تحتاج لبيان الحكم الشرعي فيها .



## أهم المراجع والمصادر

أولاً: القرآن الكريم وتفسيره.

### 1- القرآن الكريم.

- 2- أحكام القرآن للجصاص، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت -1415 هـ .
- 3 التحرير والتوير لابن عاشور ، ط/ الدار التونسية - تونس . 1984 هـ .
- 4- الجامع لأحكام القرآن للقرطبي، المتوفى سنة 671 هـ، ط/ دار الشعب القاهرة .
- 5- تفسير البغوي ، ط/ دار المعرفة . بيروت .
- 6- جامع البيان عن تأويل آي القرآن للطبري، ط/ دار الفكر - بيروت - 1405 هـ .
7. اللباب في علوم الكتاب لأبي حفص الدمشقي الحنبلي 79/19، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت / لبنان - 1419 هـ - 1998 م ، الطبعة : الأولى.
8. الكشاف للزمخشري ، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت .

### ثانياً :- كتب الحديث والآثار:

- 1- إحكام الأحكام شرح عمدة الأحكام لابن دقيق العيد ، تحقيق: مصطفى شيخ مصطفى ومدثر سندس ، ط/ مؤسسة الرسالة ، الطبعة الأولى 1426 هـ - 2005 م
- 2 إحياء علوم الدين لحجة الإسلام الغزالي، ط/ إحياء التراث .
- 3 - التمهيد لابن عبد البر التميمي، ط/ وزارة الأوقاف، - المغرب -1387 هـ .
- 4- المستدرک للحاکم، ط/ دار الكتب العلمية- بيروت. ط1 سنة 1411 هـ .
- 5- المعجم الأوسط للطبراني، ط/ دار الحرمين - القاهرة - طبعة سنة 1415 هـ .
- 6- النهاية في غريب الحديث والأثر لأبي السعادات الجزري، ط/ المكتبة العلمية - بيروت ، 1399 هـ - 1979 م ، تحقيق: طاهر أحمد الزاوي.
7. تحفة الأحوزي للمباركفوري ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت .
8. حاشية السندي، ط/ مكتب المطبوعات الإسلامية- حلب - ط1 1406 هـ .

- 9- سبل السلام للصنعاني ، ط/ دار إحياء التراث العربي- بيروت- الطبعة الرابعة ، سنة 1379هـ .
- 10- سنن أبي داود ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 11- سنن ابن ماجة ط/ دار الفكر - بيروت .
- 12- سنن البيهقي الكبرى ، ط/ مكتبة دار الباز - مكة المكرمة - طبعة سنة 1414هـ .
- 13- سنن الترمذي ، ط/ دار إحياء التراث العربي- بيروت .
- 14- سنن الدارقطني ، ط/ دار المعرفة، طبعة: سنة 1386 هـ .
- 15- سنن النسائي الكبرى ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت. ط1 سنة 1411 هـ .
- 16- شرح النووي على صحيح مسلم، ط/ دار إحياء التراث العربي ، الطبعة الثانية ، سنة 1392هـ .
- 17- شرح الزرقاني على موطأ الإمام مالك ، ط/ دار الكتب العلمية ، ط1 سنة 1411هـ .
- 18 - صحيح البخاري ، ط/ دار ابن كثير - بيروت - ط2 طبعة سنة 1407 هـ .
- 19- صحيح ابن حبان ، ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت، ط2، سنة 1414 هـ .
- 20- صحيح مسلم ، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت .
- 21 - عمدة القارى شرح صحيح البخاري، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت .
- 22- عون المعبود للعظيم أبادي ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت ، الطبعة الثانية، سنة 1995 م .
- 23- فتح الباري لابن حجر العسقلاني ، ط/ دار المعرفة - بيروت .
- 24- فيض القدير للمناوي، ط/ المكتبة التجارية الكبرى، مصر، ط1، سنة 1356 هـ
- 25- كنز العمال في سنن الأقوال، والأفعال للهندي، ط/ دار الكتب العلمية - سنة 1419 هـ .

26- مجمع الزوائد للهيتمي، ط/ دار الكتاب العربي - القاهرة ، سنة 1407 هـ .  
27- مسند الإمام أحمد ، ط/ مؤسسة قرطبة/ مصر .

28- نيل الأوطار للشوكاني ، ط/ دار الجيل - بيروت - طبعة سنة 1973 هـ .

### ثالثا : كتب أصول الفقه :

- 1- التقرير والحبير لابن أمير الحاج ، ط/ دار الفكر - بيروت - سنة 1417 هـ .
- 2 التمهيد في تخريج الفروع على الأصول للإسنوي ، ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت . الطبعة الأولى ، 1400 هـ . تحقيق : د. محمد حسن هيتو .
- 3- الرسالة للإمام الشافعي ، ط/ دار الوفاء / القاهرة - 1358 - 1939 م .
4. القواعد والفوائد الأصولية للبعلي الحنبلي ، ط/ مطبعة السنة المحمدية - القاهرة ، 1375 هـ - 1956 م ، تحقيق : محمد حامد الفقي .
- 5- الموافقات للشاطبي المتوفى ، ط/ دار المعرفة - بيروت .
6. نهاية السؤل للإسنوي ، ط / دار الكتب العلمية - بيروت - الطبعة الأولى 1420 هـ - 1999 م .

### رابعا : القواعد الفقهية :

- 1- الأشباه والنظائر لابن نجيم ، ط/ دار الكتب العلمية ، بيروت ، طبعة سنة 1400 هـ = 1980 م .
- 2 الأشباه والنظائر للسبكي ، ط/ دار الكتب العلمية ، ط1 ، 1411 هـ - 1991 م .
- 3 شرح القواعد الفقهية للزرقا ، ، ط/ دار القلم . بيروت .
- 4- قواعد الفقه للبركتي ، ط/ دار الصديق ببلشرز - كراتشي - ط1 ، سنة 1407 هـ .

### خامسا : الفقه الحنفي :

- 1- البحر الرائق لابن نجيم ، ط / دار المعرفة - بيروت ط2 .
- 2- المبسوط للسرخسي ، ط/ دار المعرفة ، بيروت .

- 3- بدائع الصنائع للكاساني . ط/ دار الكتاب العربي - بيروت - ط2، سنة 1982 م
- 4- تبيين الحقائق للزعلي ، ط/ دار الكتاب الإسلامي - القاهرة ، 1313 هـ .
- 5- حاشية ابن عابدين ، ط/ دار الفكر ، بيروت - طبعة سنة 1421 هـ .
- 6- درر الحكام لعلي حيدر ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - .
- 7- شرح فتح القدير للسيواسي ، ط/ دار الفكر - بيروت - ط2.
8. غمز عيون البصائر لابن نجيم ، ط/ دار الكتب العلمية ، سنة 1405هـ - 1985م
- 8- مجمع الأنهر لشيخ زادة ، ط/ دار الكتب العلمية . بيروت - ط1 سنة 1419 هـ .

### سادسا: الفقه المالكي:

- 1- الاستذكار لابن عبد البر، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت - ط1 ، سنة 2000 م.
- 2- التاج والإكليل للعبدري ، ط/ دار الفكر - بيروت - ط2 سنة 1398هـ.
- 3- الشرح الكبير للدردير ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 4- الذخيرة للقراهي ، ط/ دار الغرب - بيروت - طبعة سنة 1994م .
- 5- بداية المجتهد لا بن رشد ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 6- حاشية العدوي لعلي الصعيدي ، ط/ دار الفكر - بيروت طبعة سنة 1412هـ .
- 7- حاشية الدسوقي لا بن عرفه الدسوقي ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 8- مواهب الجليل للمغري ، ط/ دار الفكر - بيروت - ط2 سنة 1398هـ .

### سابعا: الفقه الشافعي:

- 1- أسنى المطالب لزكريا الأنصاري ، ط/ دار الكتب العلمية - بيروت .
- 2- الأم للأمام الشافعي ، ط/ دار المعرفة - بيروت ، ط2، سنة 1393 م.
- 3- الإقتاع للشربيني الخطيب ، ط/ دار الفكر - بيروت - طبعة سنة 1415هـ .
- 4- الحاوي الكبير للماوردي ، ط/ دار الكتب العلمية ، ط1 ، سنة 1419هـ .

- 5- المجموع للنووي ، ط/ دار الفكر ، بيروت - طبعة سنة 1997 م .
- 6- حاشية إعانة الطالبين للدمياطي ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 7- حاشية الجمل لسليمان الجمل ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 8- حواشي الشرواني لعبد الحميد الشرواني ، ط/ دار الفكر - بيروت .
- 9- روضة الطالبين للنووي ، طبعة : المكتب الإسلامي - بيروت ط2 ، سنة 1405 هـ .
- 10- مغني المحتاج للشربيني ، ط/ دار الفكر - بيروت .

### ثامنا : الفقه الحنبلي:

- 1- الإنصاف للمرادي ، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت
- 2- المبدع لابن مفلح ، ط/ المكتب الإسلامي - بيروت ، طبعة سنة 1400 هـ .
- 3- المغني لابن قدامة المقدسي ، ط/ دار الفكر - بيروت ، ط1 سنة 1405 هـ .
- 4- شرح منتهي الإيرادات للبهوتي ، ط/ عالم الكتب - بيروت ، ط2 ، سنة 1996 م .
- 5- كشاف القناع للبهوتي ، هلال ، ط/ دار الفكر - بيروت ، طبعة سنة 1402 هـ .
- 6- كشف المخدرات للبعلي ، ط/ دار البشائر الإسلامية لبنان - ط1 ، سنة 1423 هـ .
- 7- مطالب أولي النهي للرحيبياني ، ط/ المكتب الإسلامي - دمشق ، سنة 1961 هـ .

### تاسعا : المذهب الظاهري:

♦ المحلى لابن حزم الظاهري ، ط/ دار الآفاق الجديدة - بيروت.

### عاشرا : كتب اللغة والمصطلحات:

- 1- أساس البلاغة للخوارزمي الزمخشري ، ط/ دار الفكر ، طبعة سنة 1399 هـ .
- 2- التعريفات للجرجاني ، ط/ دار الكتاب العربي - بيروت ، ط1 ، سنة 1405 هـ .
- 3- التوقيف علي مهمات التعاريف للمناوي ، ، ط/ دار الفكر - ط1 سنة 1410 هـ .

4. الحدود الأنيقة لذكريا الأنصاري ، ط/ دار الفكر المعاصر - بيروت . الطبعة الأولى ، 1411هـ.
- 5- الكليات لأبي البقاء ، ط/ مؤسسة الرسالة - بيروت - سنة 1419هـ - 1998م .
- 6- المصباح المنير للفيومي، ط/ المكتبة العلمية - بيروت .
- 7- المعجم الوسيط ، ط/ دار الدعوة تحقيق : مجمع اللغة العربية .
- 8- تاج العروس للزبيدي ، تحقيق : مجموعة من المحققين ، ط/ دار الهداية .
- 9- تهذيب اللغة للأزهري، ط/ دار إحياء التراث العربي - بيروت - ط1 سنة 2001م.
- 10- كتاب العين للفراهيدي، ط/ دار مكتبة الهلال .
- 11- لسان العرب لابن منظور، ط/ درا صادر - بيروت ط1 .
- 12- مختار الصحاح للرازي، ط/ :مكتبة لبنان - بيروت سنة 1415 هـ - 1995 م.

### الحادي عشر: المراجع المعاصرة :

1. الاتصالات التسويقية والترويج ، تأليف : تامر البكري ، ط/ دار حامد ، عمان ، طبعة سنة 2008م.
2. أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته - في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقاً للقانون المدني والفقہ الإسلامي .
3. أحكام القضاء، تأليف : ممدوح محمد مبروك ، ط/ المكتب الفني للإصدارات القانونية ، مصر، طبعة سنة 2000م .
4. أحكام الإعلان في الفقہ الإسلامي ، تأليف : خالد بن سعد بن عبد الله المزيد ، رسالة ماجستير ، جامعة أم القرى ، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية . المملكة العربية السعودية . .
5. الإعلان ، تأليف : د. حسين فتحي ، ط/ دار النهضة العربية . القاهرة . ط1.
6. الإعلان في الوسائل الإعلامية مفهومه ، وضوابطه ، وأحكامه في الشريعة الإسلامية ، تأليف : ناصر علي ناصر عرام ، رسالة ماجستير ، جامعة الإيمان باليمن عام 2008م .



7. الإعلانات التجارية أحكامها ، وضوابطها في الفقه الإسلامي ، للدكتور عبد المجيد الصلاحيين ، مجلة الشريعة والقانون، العدد 21 مجلس النشر العلمي - جامعة الإمارات العربية المتحدة .
- 8 . الإعلانات التجارية الخادعة ومدى الحماية التي يكفلها المشرع الجنائي للمستهلك ، تأليف : الدكتور محمد عبد الشافعي إسماعيل ، أستاذ القانون الجنائي المساعد ، بكلية الشريعة والقانون بأسسيوط ، ط/ دار النهضة العربية - القاهرة . الطبعة الأولى ، طبعة سنة 1999م .
9. الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية ، تأليف : عبد الفضيل محمد أحمد ، ، ط/ مكتبة الجلاء الجديدة ، مصر، طبعة سنة 1991م .
10. الحماية القانونية من الخداع الإعلاني في القانون الكويتي والمقارن ، تأليف : أحمد السعيد الزقرد ، بحث منشور بمجلة الحقوق، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، السنة 19، رجب 1416هـ .
11. الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة ، تأليف : أحمد السعيد الزقرد، مجموعة البحوث القانونية والاقتصادية ، كلية الحقوق ، جامعة المنصورة، ديسمبر 1992م .
12. الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس دراسة مقارنة ، تأليف : رضا متولي وهدان ، ط/ دار الفكر والقانون، الطبعة الأولى طبعة سنة 2008م
13. الدعاية والاعلان ، تأليف: د. جمال محمد ابو شنب ود. اشرف محمد خوخي ، ط/ دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ، طبعة سنة 2005م .
14. الدعاية الانتخابية ، دراسة نظرية وتطبيقية ، تأليف : د. محمد كمال القاضي ، ط / دار النمر - القاهرة . طبعة سنة 1995م . 1416 هـ .
- 15- الضوابط الشرعية للإعلانات التجارية ، تأليف : دكتور ماهر حامد الحولي ، والأستاذ سالم عبد الله أبو مخدة ، كلية الشريعة - الجامعة الإسلامية بفزة فلسطين ، بحث منشور بمجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإسلامية) المجلد الثامن عشر، العدد الأول ، في يناير 2010م .

- 16- الغش وأثره في العقود ، تأليف : عبد الله بن ناصر السلمي 670/2، ط/ كنوز أشبيلية الطبعة الأولى ، طبعة سنة 2004م
- 17- الإعلان التلفزيوني - أسسه وضوابطه ، تأليف : حسن أحمد الحسن يوسف ، ، رسالة دكتوراه في الإعلام ، كلية الدعوة والإعلام بالمملكة العربية السعودية . سنة ١٤١٠ هـ .
- 18- الإعلان عن المنتجات والخدمات من وجهة القانونية ، تأليف : عبد الفضيل محمد أحمد ، ط/ مكتبة الجلاء الجديدة ، مصر ، طبعة سنة 1991م .
- 19- الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس دراسة مقارنة ، تأليف : رضا متولي وهدان ، ط/ دار الفكر والقانون ، الطبعة الأولى طبعة سنة 2008م .
- 20- القواعد الفقهية ، تأليف : أستاذنا المرحوم الأستاذ الدكتور / عبد العزيز محمد عزام ، الأستاذ بجامعة الأزهر ، ط/ دار الحديث - القاهرة . طبعة سنة 1426 هـ - 2005م .
- 21- معجم مصطلحات الاقتصاد والمال وإدارة الأعمال ، ترجمة وتحقيق : نبيه غطاس ، ط/ مكتبة لبنان طبعة سنة 1980م الطبعة الأولى .
- الثاني عشر : مواقع الإنترنت :**
- 1- الدعاية وسائلها وأساليبها واهدافها ، تأليف : حمه المهدي البهالي ، بحث منشور على موقع مجلة الابتسامة على الإنترنت ، بتاريخ 26 يناير 2012م .
- 2- أساليب الدعاية المعاصرة مقالة بقلم أحمد دعدوش منشورة على الإنترنت على موقع صيد الفوائد بتاريخ 2017/1/8م .
- 3- إعلام البائع (المنتج ، الموزع) بالوسائل الحديثة ، وموقف الفقه الإسلامي منها ، تأليف : إبراهيم عماري بحث منشور على موقع المسلم ، بإشراف : أد ناصر بن سليمان العمر ، بتاريخ 16 جمادى الأول 1438 هـ .
- 4- أنواع الدعاية والإعلان ، مقالة بقلم أحمد عزام ، منشورة على موقع مكتب كارينكا وعزام للخدمات الإعلانية المتكاملة ، على الإنترنت بتاريخ 2017/1/7م .
- 5- أهمية وسائل الإعلام ، مقالة منشورة على الإنترنت ، على موقع "موضوع" ، بواسطة طلال مشعل ، بتاريخ 20 مايو 2015م .
- 6- الأهمية الدعاية والإعلان في وقتنا الحالي ، مقالة منشورة على موقع الشهاب للأعلام ، على الإنترنت ، بتاريخ 1 مارس 2010م .

- 7- أهمية وسائل الاتصال مقالة منشورة على الإنترنت ، على موقع "موضوع" ، بواسطة طلال مشعل ، بتاريخ 3 مايو 2015م .
8. أهمية وسائل التواصل الاجتماعي مقالة منشورة على موقع "موضوع" ، على الإنترنت ، بواسطة سناء أيمن، بتاريخ 29 يونيو 2015م .
9. أهمية الدعاية والإعلان في وقتنا الحالي ، مقالة منشورة على موقع الشهاب للأعلام ، على الإنترنت ، بتاريخ 1 مارس 2010م .
10. أهم وسائل الدعاية والإعلان ، مقالة على موقع دليل النيل للتسويق على الإنترنت بقلم مروة ثروت بتاريخ 2017/2/17م .
11. دراسة تمهيديه عن الإعلان بحث منشور على الإنترنت على منتديات الأبحاث العلمية والثقافية باسم صلاح حمودة بتاريخ 2017/1/8م .
12. وسائل الأعلام المرئية والمسموعة مقال على منتدى ايت إبراهيم أستاذ العلوم السياسية بفلسطين على الإنترنت بتاريخ 16 مايو عام 2008م .
13. أساليب الدعاية المعاصرة ، مقالة على الموسوعة الحرة " ويكيبيديا " على الإنترنت بتاريخ 5 يناير 2017م .
- 14- نبذة عن الدعاية من موقع شركة رويال للدعاية والإعلان والإنتاج الإعلاني على الإنترنت (royal advertising) في عام 2012م .



## فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
3	المقدمة
5	الدراسات السابقة
9	خطة البحث
	<b>المبحث الأول : التعريف بمصطلحات البحث</b>
11	<b>والتأصيل له</b>
13	المطلب الأول :تعريف الضوابط الفقهية
17	المطلب الثاني: تعريف الدعاية في اللغة والاصطلاح
17	الفرع الأول: تعريف الدعاية في اللغة
19	الفرع الثاني: حقيقة الدعاية في الاصطلاح
20	المطلب الثالث: تعريف الإعلان في اللغة والاصطلاح
20	الفرع الأول: تعرف الإعلان في اللغة
21	الفرع الثاني: تعريف الإعلان في الاصطلاح
23	المطلب الرابع: أهمية الدعاية الإعلانية بصفة عامة
26	المطلب الخامس: تعريف التسويق في اللغة والاصطلاح
28	المطلب السادس: تعريف السلع في اللغة والاصطلاح
30	المطلب السابع: تعريف الخدمات في اللغة والاصطلاح
33	<b>المبحث الثاني: ساليب الدعاية الإعلانية المعاصرة</b>
35	المطلب الأول: الدعاية الإعلانية عن طريق الوسائل المرئية

	المطلب الثاني:الدعاية الإعلانية عن طريق الوسائل المسموعة	37
	المطلب الثالث : الدعاية الإعلانية المطبوعة	40
	المطلب الرابع :الدعاية من خلال شبكة المعلومات الدولية	42
	المطلب الخامس: الدعاية الإعلانية من خلال شاشات الهواتف	44
	المبحث الثالث:تاريخ استخدام الدعاية الإعلانية	47
	المبحث الرابع: الحكم التكليفي للدعاية الإعلانية	57
	المطلب الأول: حكم الدعاية الإعلانية	59
	المطلب الثاني : الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء بحق	64
	المطلب الثالث : الدعاية الإعلانية بالمدح والثناء بغير حق	69
	المطلب الرابع: الأثر المترتب على الدعاية الإعلانية الكاذبة	76
	المطلب الخامس : حكم الهدايا الإعلانية	86
	المبحث الخامس:الضوابط الفقهية للدعاية الإعلانية	91
	المطلب الأول:الصدق والأمانة في وصف السلعة أو الخدمة	94
	المطلب الثاني:اجتناب الدعاية للسلع المحرمة على المسلم	98
	المطلب الثالث : اجتناب الدعاية المثيرة للغرائز والشهوات	101
	المطلب الرابع :اجتناب الذم لسلع الآخرين وخدماتهم	104

## الصفحة

## الموضوع

- 107      المطلب الخامس : اجتناب الدعاية المعارضة لعقيدة المسلم
- 110      المطلب السادس : اجتناب الدعاية الإعلانية المكلفة
- 113      المطلب السابع : اجتناب الغش والتدليس والتغريب
- 119      الخاتمة
- 123      فهرس المصادر والمراجع
- 133      فهرس الموضوعات

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الناشر  
مكتبة الوفاء القانونية  
موبايل: 01003738822 - الإسكندرية