



مجلة
كلية البنات الأزهرية بالعاشر
من رمضان



التكييف الفقهي لضمان التغير في الدعاية التجارية
الإلكترونية
"دراسة فقهية مقارنة"

إعداد

حسين محمد بيومي علي الشيخ

أستاذ الفقه المقارن المساعد بكلية البنات الأزهرية بالعاشر من رمضان

جامعة الأزهر

١٤٤٧هـ - ٢٠٢٥م

العدد العاشر يونيو ٢٠٢٥ م

الترقيم الدولي (٣٦٠٧-٢٦٣٦)

الترقيم الدولي الإلكتروني (٣٦١٥-٢٦٣٦)

رقم الإيداع بدار الكتب (٢٤٣٢٩/٢٠٢٥)

ملخص البحث:

التكليف الفقهي لضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية

"دراسة فقهية مقارنة"

الدعاية التجارية وخاصة الإلكترونية منها، تهدف إلى تعريف المستهلك بالسلعة أو الخدمة لترويجها، فهو علم يدخل ضمن المنظومة الاقتصادية العامة لتحقيق أهداف الربحية للمنتج، والمنفعة للمستهلك. ولكننا نرى في الواقع انحرافاً كبيراً لهذه الدعاية، وبُعْدًا كبيراً عن الإفصاح عن الحقيقة للمنتج، مما يمكن تسميته بالإعلانات الوهمية، وهو نوع من التلبس والتدليس على المستهلك، ساعد على انتشارها التقدم التكنولوجي المذهل في وسائل الاتصال، وكثرة برامج السوشيال ميديا وتعددتها، والتي أصبحت متاحة للجميع صغاراً وكباراً، وباتت موجودة في أيدي الجميع، وداخل جميع البيوت، بل والغرف الخاصة بكل فرد من أفراد الأسرة، فيصبح المستهلك أمام كثرة هذه الإعلانات، وكثرة ترددها وعرضها، إضافة لشكلها الجاذب للانتباه، يصبح غرضه وفريسة لها بالتورط في الحصول على المنتج مع مخالفته لما تم الإعلان عنه؛ مما قد يتسبب له في ضرر كبير، قد يؤدي بحياته، أو بعض أعضاء بدنه، إذا كان المنتج من المواد المتعلقة بالبدن، كأدوات التجميل، أو الأدوات الرياضية، أو يؤدي إلى ضرر مالي كبير، في حالات شراء الأجهزة الإلكترونية المنزلية وغيرها، أو على الأقل ضرر معنوي، نظراً لما يصيبه من غبن فاحش.

فما حكم هذا التغيرير الذي وقع للمستهلك؟ وهل له ضمان؟ وما ضمانه؟ وما الأساس الذي بُني عليه هذا الضمان؟ لأن المعلن غالباً غير المنتج، وقد يكون المعلن هو المنتج، وقد يكون شريكاً له، وقد يكون أجيراً لديه؟

ولذا أتناول في هذا البحث معنى التغرير، وما يشته به من ألفاظ، كالتدليس، والغرر، وغيرها، وكذلك أعرض للدعاية الإلكترونية وما تشمله في الواقع المعاصر، وكذلك الضمان وحكمه، ثم أعرض للتكييف الفقهي لضمان التغرير في الدعاية التجارية الإلكترونية، وذلك تحت عنوان: "التكييف الفقهي لضمان التغرير في الدعاية التجارية الإلكترونية" دراسة فقهية مقارنة"

وقد اقتضت خطة البحث تقسيمه إلى مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة.

الكلمات المفتاحية: التكييف، الفقهي، ضمان، التغرير، الدعاية، التجارية، الإلكترونية.

Abstract

The Jurisprudential Adaptation of Liability for Deception in Digital Commercial Advertising: A Comparative Fiqh Study

Commercial advertising, especially digital advertising, aims to introduce consumers to goods and services for promotion. It is a discipline that operates within the general economic framework to achieve profitability for producers and benefit for consumers. However, in reality, there is a significant deviation from truthful advertising, with widespread misrepresentation—often referred to as deceptive or misleading advertisements. This phenomenon has been greatly amplified by advancements in communication technology, the proliferation of social media platforms, and their accessibility across all demographics, making deceptive advertisements more pervasive and influential than ever before.

Consumers, exposed to a relentless flow of advertisements, become susceptible to deceptive claims that may lead them to purchase products that do not match advertised descriptions—sometimes resulting in severe harm. This harm could be physical, such as injury or health risks

from cosmetic or sports products, financial, as in the case of faulty electronic appliances, or psychological, due to fraudulent pricing and misleading information.

This study seeks to explore key questions regarding liability for deception in digital advertising:

- What is the ruling on such deception?
- Is there a legal guarantee for affected consumers?
- How is liability determined in cases where the advertiser is different from the producer?
- What jurisprudential framework governs the responsibility of advertisers, producers, and intermediaries?

The study delves into:

The concept of Taghrir (deception) in Islamic jurisprudence, comparing it with related terms such as Tadlees (fraud) and Gharar (uncertainty).

-The structure and implications of digital advertising in the contemporary commercial landscape.

-The concept of Dhamaan (liability) in Islamic law, assessing its application in cases of deceptive advertising.

-A comparative Fiqh analysis of the jurisprudential adaptation of liability for deception in digital commercial advertising.

The study is divided into an introduction, three chapters, and a conclusion.

Keywords: Jurisprudential Adaptation, Liability, Deception, Advertising, Commercial, Digital

المقدمة

الدعاية التجارية وخاصة الإلكترونية منها، تهدف إلى تعريف المستهلك بالسلعة أو الخدمة لترويجها، فهي علم يدخل ضمن المنظومة الاقتصادية العامة لتحقيق أهداف الربحية للمنتج، والمنفعة للمستهلك. ولكن يلاحظ في الآونة الأخيرة انحرافاً كبيراً لهذه الدعاية من حيث الواقع، وبُعداً كبيراً عن الإفصاح عن الحقيقة للمنتج، مما يمكن تسميته بالإعلانات الوهمية، وهو نوع من التلبس والتدليس على المستهلك، ساعد على انتشارها التقدم التكنولوجي المُذهل في وسائل الاتصال، وكثرة برامج السوشيال ميديا وتعدددها، والتي أصبحت متاحة للجميع صغارا وكبارا، وبانت موجودة في أيدي الجميع، ودخل جميع البيوت، بل والعُرف الخاصة بكل فرد من أفراد الأسرة، مما يجعل المستهلك أمام كثرة هذه الإعلانات، وكثرة ترددها وعرضها عليه صباح مساء، إضافة لشكلها الجاذب للانتباه، عُرضة وفريسة لها بالتورط في الحصول على المنتج أو الخدمة المعلن عنها مع مخالفتها لما تم الإعلان عنه؛ مما قد يتسبب له في ضرر كبير، قد يودي بحياته، أو بعض أعضاء بدنه، إذا كان المنتج من المواد المتعلقة بالبدن كأدوات التجميل، أو الأدوات الرياضية، أو ضرر مالي كبير، في حالات شراء الأجهزة الإلكترونية المنزلية وغيرها، أو على الأقل ضرر معنوي، نظراً لما يصيبه من غبن فاحش، أو ظلم بَيِّن.

فما حكم هذا التغرير الذي وقع على المستهلك؟ وهل له ضمان؟ وما ضمانه؟ وما الأساس الذي بُني عليه هذا الضمان؟ لأن المعلن غالباً غير المنتج، وقد يكون المعلن هو المنتج، وقد يكون شريكاً له، وقد يكون أجيئاً لديه؟

ولذا أتناول في هذا البحث معنى التغرير، وما يشته به من ألفاظ، كالتدليس، والغرر، وغيرها، وكذلك أعرض للدعاية الإلكترونية وما تشمله في الواقع المعاصر، والضوابط الشرعية

لها، وأيضًا الضمان وحكمه، ثم أعرض للتكييف الفقهي لضمان التعبير في الدعاية التجارية الإلكترونية، وذلك تحت عنوان: "التكييف الفقهي لضمان التعبير في الدعاية التجارية الإلكترونية" دراسة فقهية مقارنة"

أسأل الله التوفيق والسداد، والهداية والرشاد، فمنه العون وعليه التكلان.

الباحث

أهمية الموضوع:

ترجع أهمية اختيار الموضوع، وأسباب اختياري له لما يلي:

١- الانتشار الكبير لوسائل الدعاية الإلكترونية في هذا العصر، حتى أضحت هي الأساس في الدعاية وما عداها تبع لها، نظرًا لما تشتمل عليه من سرعة في الانتشار، وسرعة في الوصول إلى كافة شرائح المجتمع.

٢- ما تتضمنه وسائل الدعاية الإلكترونية، وأهمها الإعلان الإلكتروني من أساليب متنوعة، وأدوات حديثة عن طريق الذكاء الاصطناعي وغيره، مما يجعلها أكثر جذبًا وتأثيرًا على المستهلك، مما يوقعه فريسة للتغريير فيما يتعاقد عليه، قد يسبب له أضرارًا بدنية، أو مادية، أو معنوية.

٣- إلقاء الضوء على أنواع الدعاية الإلكترونية، وما تشتمل عليه من فوضى أخلاقية، ومخالفات شرعية، ومحاولة الوقوف على ضوابطها الشرعية حفاظًا على الدين، والقيم، والأخلاق.

٤- الوقوف على معرفة حق المتعاقد الذي وقع عليه التغريير، وضمان ما أصابه من ضرر مادي، أو معنوي.

٥- الوقوف على تكييف ضمان التغريير الذي يقع فيه المتعاقد من جراء الإعلان الكاذب أو المضلل من قبل المعلن.

٦- التأكيد على صلاحية الشريعة الإسلامية لكل زمان ومكان، وأنها وضعت الأسس والقواعد العامة التي تحقق صالح المتعاقدين، وتحفظ حقوقهما من الضياع.

أهداف البحث: يهدف البحث إلى التعرف على:

١- التعريف بمعنى: التكييف، الضمان، التغير، الدعاية الإلكترونية، الإعلان التجاري الإلكتروني.

٢- حكم التغير في الشريعة الإسلامية.

٣- ضمان التغير في الدعاية التجارية الإلكترونية.

٤- تكييف الضمان للتغير في الدعاية التجارية الإلكترونية.

مشكلة البحث:

فإن الإعلان التجاري الإلكتروني بما يتضمنه من صور كاذبة، أو فيديو هات مُضَلَّلَة بعيدة كل البعد عن الحقيقة، يتسبب لمن يُغَرَّر به، ويقع في حباله من المتعاقدين، في أضرار عضوية في نفسه أو جسده، أو ماله، أو على الأقل أضرار معنوية من جراء ما يقع عليه من غبن فاحش، فهل يوجد في الشريعة الغراء ما يضمن له حقه؟ وإذا كان فعلى أي أساس؟ هذا ما يحاول البحث الإجابة عنه.

الدراسات السابقة:

هناك عدة أبحاث تناولت هذا الموضوع، ولكنها لم تتناوله كاملاً، بل تناولته من جهة وأغفلت أخرى، وقد استفدت منها كثيراً في تناولي لهذا البحث، ومن هذه الأبحاث:

١- بحث بعنوان: الإعلان التجاري في ضوء أحكام التغير- للباحث: على عبد الجبار، منشور في كلية الآداب والعلوم الإسلامية- جامعة صنعاء، ويتكلم البحث عن الإعلان

والتجاري، والتغرير، وما يترتب على التغرير، ولكنه أغفل جانب الضمان من حيث التفصيل، والتكييف الفقهي الذي بُني عليه الضمان للتغرير.

٢- بحث بعنوان: الإعلانات التجارية وأحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي- للباحث: عبدالمجيد محمود الصلاحيين- الأستاذ المشارك بقسم الفقه وأصوله، كلية الشريعة- الجامعة الأردنية، وتضمن البحث الكشف عن مختلف جوانب العملية الإعلانية، من التعريف بالإعلان، ونشأته، وتطوره، وتكييفه الفقهي، وحكمه، إلا أنه لم يتضمن التكييف الفقهي المترتب على التغرير من الإعلان التجاري.

٣- بحث بعنوان: الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي- رسالة دكتوراه في الجامعة الأردنية عام ٢٠٠٧م - للباحث: علي عبدالكريم محمد المناصير، وتضمن البحث، الكلام عن الإعلان التجاري، وحكمه التكميلي، ووسائله، وضوابطه الشرعية، ولم يتضمن بالتفصيل ضمان التغرير الإعلاني، ولا تكييف هذا الضمان.

٤- بحث بعنوان: الإعلان الكاذب والمضلّل، بحث في مجلة البحوث الفقهية والقانونية بدمنهور - قسم القانون الخاص - للباحث: محمد عبد القدوس المصري، وهو يتضمن الإعلان التجاري من الناحية القانونية.

٥- رسالة: الضوابط القانونية للإعلان التجاري على شبكة الإنترنت - قسم القانون التجاري - للباحث: أسماء معاطي الداودي درغام، ويتضمن الضوابط المتعلقة ببيانات الإعلان التجاري على الإنترنت، وضوابط الخصوصية للإعلان، وضوابط الملكية الفكرية للإعلان من الناحية القانونية.

خطة البحث:

اقتضت خطة البحث أن يشتمل على مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة:

المقدمة: في أهمية الموضوع، وأسباب اختياري له، وأهداف البحث، ومشكلة البحث، والدراسات السابقة، وخطة البحث.

الفصل الأول: التعريف بمصطلحات عنوان البحث، وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: معنى التكيف الفقهي.

المبحث الثاني: معنى الضمان.

المبحث الثالث: معنى التغير، وأنواعه، وحكمه، وفيه مطلبان

المطلب الأول: معنى التغير، وأنواعه.

المطلب الثاني: حكم التغير.

المبحث الرابع: الدعاية التجارية الإلكترونية، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: معنى الدعاية التجارية الإلكترونية، وأنواعها.

المطلب الثاني: الضوابط الشرعية للدعاية التجارية الإلكترونية.

الفصل الثاني: ضمان التغير في الدعاية التجارية الإلكترونية، وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: مدى صحة العقد المشتمل على التغير.

المبحث الثاني: مدى ثبوت الخيار في العقد المشتمل على التغير، .. وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: خيار الرد بالعيب للتدليس.

المطلب الثاني: خيار الرد بسبب التغيرير القولي.

المطلب الثالث: خيار حُلْف الصفة.

المبحث الثالث: مدى ثبوت الضمان للمغرور، .. وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: شروط التغيرير الموجب للضمان في الدعاية التجارية الإلكترونية.

المطلب الثاني: حكم الضمان للمغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية.

المطلب الثالث: أنواع الضمان للمغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية، .. وفيه فرعان:

الفرع الأول: ضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية المؤدي لهلاك النفس.

الفرع الثاني: ضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية المؤدي إلى تلف عضو.

المبحث الرابع: العقوبة على الغار في الدعاية التجارية الإلكترونية.

الفصل الثالث: التكييف الفقهي لضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية، وفيه ثلاثة

مباحث:

المبحث الأول: تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية الذي يقع من

المُعلن (المنتج).

المبحث الثاني: تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية الذي يقع من شركة

الإعلان.

المبحث الثالث: تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية الذي يقع من الموزّع.

الخاتمة، والفهارس.

الفصل الأول

التعريف بمصطلحات عنوان البحث

يشتمل عنوان البحث على عدة كلمات: التكيف الفقهي، الضمان، التغير، الدعاية التجارية الإلكترونية، أعرف كل لفظ منها على حده، والفرق بينه وبين ما يشته به من ألفاظ، ثم أذكر المعنى المراد من عنوان البحث. وذلك في عدة مباحث:

المبحث الأول

معنى التكيف الفقهي

التكيف من "كيف" وهي كلمة يستفهم بها عن حال الشيء وصفته، فكيفيته: حاله وصفته^(١).

وكيف الشيء: جعل له كيفية معلومة، وتكيف الشيء: صار على كيفية من الكيفيات، وكيفية الشيء: حاله وصفته^(٢).

ومصطلح التكيف يستعمله القانونيون لوصف الوقائع والحوادث وصفاً قانونياً من الأوصاف التي نص عليها القانون، فيوصف الفعل: بأنه خطأ، أو عدوان، أو دفاع عن النفس، كما توصف الجريمة بأنها: جناية، أو جنحة، أو مخالفة، وتوصف العقود: بأنها: بيع، أو هبة، أو كفالة وهكذا.

ومصطلح التكيف الفقهي من المصطلحات الحديثة التي غلب استعمالها لدى الفقهاء المعاصرين، ولم يكن هذا المصطلح معروفاً بهذا الاسم لدى الفقهاء القدامى.

(١) المصباح المنير - للفيومي المقرئ ص ٣٢٤ ط. دار الحديث - القاهرة. ط. الأولى ١٤٢١ هـ - ٢٠٠٠ م.

(٢) المعجم الوسيط في اللغة العربية - لمجمع اللغة العربية ص ٥٤٦ ط. خاصة بوزارة التربية والتعليم ١٤٢٤ هـ - ٢٠٠٣ م.

وهذا المصطلح وإن كان حديث الاستعمال إلا أن الفقهاء القدامى قد مارسوه تحت تسميات عدة، وألفاظ مختلفة، مع اتحاد المعنى مع "التكييف"، فقد أطلقوا عليه، حقيقة الشيء وماهيته، وطبيعته، والقياس، والتخريج الفقهي، والأشباه الفقهية. ومن أحسن التعريفات للتكييف الفقهي ما ذكره الدكتور محمد عثمان شبير بقوله: "هو تحديد حقيقة الواقعة المستجدة لإلحاقها بأصل فقهي خصّه الفقه الإسلامي بأوصاف فقهية، بقصد إعطاء تلك الأوصاف للواقعة المستجدة عند التحقق من المجانسة والمثابرة بين الأصل والواقعة المستجدة في الحقيقة"^(١). وفي معجم لغة الفقهاء:

"التكييف الفقهي للمسألة: تحريها وبيان انتمائها إلى أصل معين معتبر"^(٢). وهذا التعريف يوضح المقصود من التكييف، وهو رد المسألة إلى أصل فقهي معين معتبر، ولكنه لم يذكر الأثر المترتب على التكييف. ومصطلح التكييف يتطابق في معناه مع مصطلح التخريج عند فقهاء الشريعة الإسلامية، والتخريج في اللغة: بمعنى الاستنباط.

فأخرج الشيء: أي أبرزه، واستخرج الشيء: استنباطه^(٣). والتخريج عند الفقهاء على ثلاثة أنواع: النوع الأول: تخريج الأصول من الفروع، وهو الذي يكشف فيه الفقيه عن أصول وقواعد الأئمة من خلال فروعهم الفقهية، وتعليلاتهم للأحكام.

(١) التكييف الفقهي للوقائع المستجدة وتطبيقاته الفقهية، للدكتور محمد عثمان شبير ص ٣٠- ط. دار القلم، دمشق، ط. الأولى، ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.

(٢) معجم لغة الفقهاء. محمد رواس قلعه جي - حامد قنبي. ص ١٤٣ ط. دار النفائس - الطبعة الأولى - ١٤٠٨ هـ - ١٩٨٨ م.

(٣) المعجم الوسيط في اللغة العربية. ص ١٩٠.

النوع الثاني: تخريج الفروع على الأصول، وهو استنباط الأحكام الشرعية العملية من أدلتها التفصيلية وفق القواعد الأصولية، فيبحث فيه الفقيه عن علل ومآخذ الأحكام الشرعية، لرد الفروع إليها، بياناً لأسباب الخلاف، أو لبيان حكم ما لم يرد بشأنه نص عن الأئمة بإدخاله ضمن قواعدهم أو أصولهم.

النوع الثالث: تخريج الفروع على الفروع: وهو نقل حكم مسألة إلى ما يشبهها والتسوية بينهما فيه (١).

والتكييف له أهمية كبيرة عند الفقهاء المحدثين، خاصة الباحثين منهم في مجالات المصارف الإسلامية، والمعاملات الاقتصادية المعاصرة بصفة عامة، حيث إن التكييف له دور كبير في صحة الحكم والاجتهاد فيما يستجد من مسائل معاصرة، لأن التكييف يحدد طبيعة العقد، وبالتالي الأثر الشرعي المترتب عليه، وبيان ما إذا كان عقداً مسمى أو غير مسمى (مستحدث) تنطبق عليه القواعد العامة. والحكم على الشيء فرع عن تصوره كما يقول الأصوليون، فإن الحكم على الشيء لا يعد صحيحاً إلا بسلامة تكييفه ودقة وصفه.

(١) التخرج عند الفقهاء والأصوليين - دراسة نظرية تطبيقية تأصيلية - د/ يعقوب بن عبد الوهاب الباحسين - ص ٦٠ ط. مكتبة الرشد - الرياض - ١٤١٤ هـ.

المبحث الثاني

معنى الضمان

الضمان في اللغة:

مصدر ضمن، يضمن، ضماناً، وأصل الكلمة: هو جعل الشيء في شيء يحويه (١).

ويطلق الضمان في اللغة على عدة معانٍ منها:

١- الكفالة: يقال: ضمن الشيء أي كفله (٢).

٢- التغيريم: يقال: ضمنته الشيء، أي: غرمته إياه (٣).

٣- الالتزام: يقال: ضمننت المال، أي: التزمت به (٤).

وفي الاصطلاح:

عرّفه الفقهاء بعدة تعريفات، وكلها متقاربة في المعنى

فعرّفه الحنفية بأنه: "ضم ذمة الكفيل إلى ذمة الأصيل، على وجه التوثيق" (٥).

وعرّفه المالكية بأنه: "شغل ذمة أخرى بالحق" (٦).

وعرّفه الشافعية بأنه:

(١) مقاييس اللغة - أحمد بن فارس بن زكريا - القزويني الرازي ت ٣٩٥ هـ - ج ٣/٣٧٢ - ط. دار الفكر - ١٣٩٩ هـ - ١٩٧٩ م.

(٢) مختار الصحاح - أبو بكر الرازي - ج ١/ ١٧٢ ط. المكتبة العصرية - بيروت - سنة ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م.

(٣) الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية - لأبي نصر اسماعيل بن حماد الجوهري الفارسي - ج ٦/ ٢١٥٥ ط. دار العلم للملايين - الرابعة - ١٤٠٧ هـ - ١٩٨٧ م

(٤) المصباح المنير في غريب الشرح الكبير - للفيومي الحموي - ج ٢/ ٣٦٤ ط. المكتبة العلمية.

(٥) المبسوط - للسرخسي - ج ١٩/ ١٦٠.

(٦) المعونة على مذهب عالم المدينة - أبو محمد عبد الوهاب المالكي - ج ١/ ١٢٣٢ ط. المكتبة التجارية - مكة المكرمة.

"الالتزام إما لما ثبت في ذمة الغير من المال، وإما لإحضار من عليه حق لآدمي، أو عين مضمونة"^(١).

وعرّفه الحنابلة بأنه:

"ضم ذمة الضامن إلى ذمة المضمون عنه في التزام الحق، فيثبت في ذمتها جميعاً، ولصاحب الحق مطالبة من شاء منهما"^(٢).

فمعنى الضمان عند الفقهاء، وفي أكثر استعمالهم له، يقصد به ضمان المال، أو ضمان النفس، ويرد عندهم أيضاً بمعنى شغل الذمة بما يجب الوفاء به بسبب العقد، أو الاعتداء. فقد ورد عند الحنفية قولهم:

"رد مثل الهالك إن كان مثلياً، أو قيمته إن كان قيمياً"^(٣).

وورد عند المالكية قولهم:

"فأوجب غرامة قيمة العبد المعيب بعبد سليم كامل"^(٤).

وورد عند الشافعية قولهم:

"..... لزمه - الغاصب - قيمة التالف وأرش ما نقص"^(٥).

وورد عند الحنابلة قولهم: "لأن قيمة التالف إذا زادت، زاد قدر ما يغرمه....."^(٦).

(١) أسنى المطالب في شرح روضة الطالب - لأبي زكريا الأنصاري - ج ٢ / ٢٣٥ ط. دار الكتاب الإسلامي.

(٢) المغني - لابن قدامة - ج ٤ / ٣٩٩ ط. مكتبة القاهرة - الأولى - ١٣٨٨ هـ - ١٩٦٨ م.

(٣) درر الحكام شرح غرر الأحكام - منلا خسرو الحنفي - ج ٢ / ٢٥٥.

(٤) شرح التلقين - لأبي عبدالله محمد بن علي بن عمر التميمي المازري المالكي - ج ٢ / ٧٣٦ ط. دار الغرب الإسلامي -

ط. الأولى - ٢٠٠٨ م

(٥) التنبيه في الفقه الشافعي - لأبي إسحاق الشيرازي - ص ١١٤ ط. عالم الكتب - بيروت - الأولى - ١٤٠٣ هـ - ١٩٨٣ م

(٦) المغني - لابن قدامة ج ٤ / ١٢١.

والموجب للضمان عند الفقهاء هو :

العدوان، أو التسبب في الإتلاف، أو وضع اليد التي ليست بمؤتمنة (١).
وأسباب الضمان عند الفقهاء:

هي العقد، واليد المؤتمنة أو غير المؤتمنة، والإتلاف (٢).
وضمان العقد يرجع إلى مخالفة ما اتفق عليه المتعاقدان، فإذا اتفق المتعاقدان على شرط من الشروط، أو كان الشرط مفهوماً ضمناً من العقد، أو حسب العادة والعرف، فأخل به أحد المتعاقدين، فلم يتم بتنفيذ التزامه على الوجه المتفق عليه، أو تبين وجود عيب في المبيع، كل ذلك يستوجب الضمان لخطأ عقدي (٣).
وهذا هو المقصود في هذا البحث، وهو ضمان المبيع بسبب عدم التزام البائع، وقد ورط المشتري في البيع بسبب التغيرير.

والضمان مشروع بالكتاب، والسنة، والإجماع.
أولاً: من الكتاب:

قوله تعالى: "وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلٌ بَعِيرٌ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ" (٤).
ثانياً: من السنة:

قوله: صلى الله عليه وسلم: "الرَّعِيمُ غَارِمٌ" (٥).
ثالثاً: من الإجماع:

(١) الفروق-للقرافي - ج ٢ / ٣٠٢ .
(٢) بدائع الصنائع-للكاساني-ج ٧/ ١٦٤، نهاية المحتاج-لرملی-ج ٨/ ٧٢، القواعد الفقهية-لابن رجب-ص ٦٢، الأشباه والنظائر -للسيوطي ص ٣٦٢.
(٣) الأشباه والنظائر -للسيوطي - ص ٣٦٢، نظرية العقد- د. وهبة الزحيلي - ص ٦٢ ط. دار الفكر. سنة ١٩٩٨ م.
(٤) سورة يوسف: من الآية: ٧٢، ومعنى زعيم: أي غارم.
(٥) أخرجه أحمد في مسنده ج ٣٦ / ٦٣٣-حديث رقم (٢٢٢٩٥)، وإسناده حسن -نصب الراية-للزبيعي-ج ٤/ ٥٧)

فقد حكاه ابن المنذر في كتابه الإجماع (١).

المبحث الثالث

معنى التغرير، وأنواعه، وحكمه

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: معنى التغرير، وأنواعه.

المطلب الثاني: حكم التغرير.

المطلب الأول

معنى التغرير، وأنواعه

التغرير في اللغة: يقال غرر بنفسه: إذا أوقعها في الغرر تغريراً وتغرّة (٢).

والتغرير: الخداع.

وفي الاصطلاح:

ذكر الفقهاء له عدة معانٍ ضمن أقوالهم:

ففي البحر الرائق: "اشتراه بناءً على قوله فكان شرطاً له اقتضاءً وصفاً مرغوباً فبان

خلافه" (٣).

وعرّفته مجلة الأحكام العدلية بأنه: "توصيف المبيع للمشتري بغير صفته الحقيقية" (٤).

(١) الإجماع - لابن المنذر - ص ١٠٣ - ط. دار المسلم للنشر والتوزيع ط. الأولى سنة ١٤٢٥ هـ - ٢٠٠٤ م.

(٢) شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم - نشوان الحميري اليمني - ج ٨ / ٤٨٩١، ط. دار الفكر المعاصر - ط.

الأولى سنة ١٤٢٠ هـ - ١٩٩٩ م.

(٣) البحر الرائق شرح كنز الدقائق ومنحة الخالق تكملة الطوري - لابن نجيم - ج ٦ / ٢٦، ط. دار الكتاب الإسلامي.

(٤) مجلة الأحكام العدلية - مجموعة من المؤلفين - ص ٣٤ - الشاملة.

ويعيب تعريف المجلة أنه قاصر على التغيرير القولي فقط دون الفعلي، كما أنه قاصر على عقد البيع فقط دون سائر العقود.

وعرفه المالكية بأنه: "أن يفعل البائع في المبيع فعلاً يظن به المشتري كملاً فلا يوجد"^(١). ويعيب تعريف المالكية أنه اقتصر على التغيرير الفعلي فقط، كما أنه اقتصر على عقد البيع فقط.

وعند الشافعية: "وأما التغيرير الفعلي فهو أن يصري ضرع الشاة حتى يجتمع اللبن ويخيل غزارة اللبن"^(٢).

ويؤخذ عليه أيضاً أنه يقتصر على التغيرير الفعلي، ويرجع هذا إلى أن الشافعية يفرقون بين التغيرير الفعلي والقولي^(٣).

وعند الحنابلة: "وربما أيضاً يخدع المشتري البائع فيقول له أشتري منك هذا الكتاب بما في يدي، فلا ندري ما الذي في يده، أهو مثل قيمة الكتاب، أو هو دون، أو هو أكثر؟ فيقع التغيرير من المشتري للبائع، وقد يقع منهما الاثنان"^(٤).

ويشمل التغيرير بالفعل، والقول معاً.

وعرفه بعض الفقهاء المعاصرين بأنه: "إغراء المشتري وخديعته ليقدم على التعاقد، ظاناً أنه في مصلحته، والحقيقة عكس ذلك"^(٥). ويؤخذ عليه:

(١) مواهب الجليل - للحطاب - ج ٤ / ٤٣٧، وذكر المازري أيضاً في شرح التلقين التقرير الفعلي فقط. (شرح التلقين - للمازري - ج ٢ / ٩٨٩)

(٢) فتح العزيز لشرح الوجيز - للرافعي - ج ٨ / ٣٣٣، ط. دار الفكر.

(٣) العزيز شرح الوجيز - للرافعي - ج ٤ / ٣٢٤.

(٤) شرح زاد المستقنع - الشنقيطي - ج ٤ / ١٤٦ - الشاملة.

(٥) حماية المستهلك في الفقه الإسلامي - د. رمضان علي السيد الشرنباصي - ص ٩٨ - مطبعة الأمانة - سنة ١٤٠٤ هـ.

أنه يخص التغيرير بالفعل للبائع فقط.

وعرّفه الشيخ علي الخفيف أنه: "حمل العاقد على معاوضة بطريقة باطلة تجعله يظن أنها في مصلحته وترغبه فيها والواقع غير ما يظن"^(١).
وعرّفه بعض المعاصرين أنه: "إظهار الشيء بمظهر غير حقيقي مع إعطائه صفة ليست له"^(٢).

وقد أفاد العموم في العقود وغيرها.

ويبدو لي:

أن تعريف الشيخ/ علي الخفيف أقرب التعريفات إلى المقصود من التغيرير عمومًا، وفي هذا البحث خصوصًا، حيث يتضمن التغيرير الفعلي والقولي، والذي يكون بطريقة باطلة كما أنه يشمل العاقد عمومًا سواء كان في عقد البيع أو غيره، بائعًا أو مشتريًا.

(١) أحكام المعاملات الشرعية- للشيخ/ علي الخفيف- ص٣٥٦، ط. دار الفكر ٢٠٠٨م.

(٢) معجم المصطلحات والألفاظ الفقهية- د. محمود عبد الرحمن عبد المنعم- ج١/٤٧٨ ط. دار الفضيلة.

الألفاظ ذات الصلة بالتغيرير:

١- الغرر:

الغرر: الجهالة، وبيع الغرر: هو ما دخلته الجهالة سواء كانت في الثمن، أم في المبيع، أم في الأجل، أم في القدرة على التسليم^(١).

وعرفه البعض بأنه: "ما يكون مجهول العاقبة أيكون أم لا"^(٢).

وعرفه الحنفية بأنه: "الخطر الذي استوى فيه طرف الوجود والعدم"^(٣).

وعرفه المازري المالكي بأنه: "ما تردد بين السلام والعطب"^(٤).

والفرق بين الغرر والتغيرير من وجهين:

الأول: الغرر لا صنيع فيه لأحد المتعاقدين، فهو جهالة على الطرفين، أما التغيرير فيحصل بتصرف متعمد من أحد المتعاقدين بقصد الخداع أو التدليس على الطرف الآخر.
الثاني: الغرر عيب في العقد يؤدي إلى إبطاله، خاصةً إذا كان غرر غير يسير، خلافاً للتغيرير فهو يعطي للمتعاقد الحق في فسخ العقد في بعض الحالات، وفقاً لاختلافات الفقهاء في ذلك.

٢- التدليس:

وهو في اللغة مأخوذ من الدُّلسة وهي الخيانة والخديعة، ودلّس في البيع وفي كل شيء: إذا لم يبين له عيبه^(٥).

(١) معجم لغة الفقهاء-محمد رواس قلعه جي- ص ٣٣٠، ط. دار النفائس- ط. الثانية سنة ١٤٠٨هـ.

(٢) التعريفات-للجرجاني- ص ٦١، ط. دار الكتب العلمية- الأولى سنة ١٤٠٣هـ.

(٣) بدائع الصنائع-للكاساني- ج ٥/ ١٦٣.

(٤) منح الجليل- للشيوخ عlish- ج ٥/ ٢٩، ط. دار الفكر- سنة ١٤٠٤هـ- ١٩٨٤م.

(٥) العين- أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد بن عمرو الفراهيدي- ج ٧/ ٢٨٨، ط. دار الهلال، تهذيب اللغة- محمد بن أحمد الأزهرى الهروي- ج ١٢/ ٢٥٣، ط. دار إحياء التراث العربي.

وعرّفه الفقهاء بعدة تعريفات متقاربة في المعنى، وهو كتمان عيب السلعة. قال الحنفية: "هو كتمان عيب السلعة عن المشتري بحيث يصير المشتري مغرورًا من جهته" (١).

وقال المالكية: "إبداء البائع ما يوهّم كمالًا في مبيعه كاذبًا، أو كتم عيب" (٢). وذكر الشافعية أنه: "كتم البائع عيب سلعته عن المشتري وإخفاؤه" (٣). وقال الحنابلة هو: "كتمان العيب عن المشتري بما يوهّم عدمه مع علمه به" (٤). فالتدليس قد يكون من فعل البائع، أو المشتري، وهو مرادف للخديعة. والفرق بين التغيرير والتدليس أن التغيرير أعم من التدليس، لأن التدليس الغالب فيه الكتمان، لكن التغيرير فيه أفعال وأقوال لإيهام الطرف الآخر بما ليس في البيع. ٣- الخلاصة:

وهي الخداع والمخادعة، وقيل: هي الخديعة باللسان، وفي المثل: "إذا لم تغلب فاخلب" أي: فاحدع (٥).

وعرّفها بعض الفقهاء المعاصرين بقوله: "الخلاصة أن يخدع أحد العاقلين الآخر بوسيلة موهمة قولية، أو فعلية تحمله على الرضا في العقد بما لم يكن يرضى به لولاها" (٦). وعلى ذلك فالخلاصة، والخديعة تساويان: التغيرير.

(١) المبسوط- للسرخسي - ج ١٧ / ٩٧.

(٢) المختصر الفقهي- لابن عرفه - ج ٥ / ٤٢٤.

(٣) تكملة المجموع- للسبكي - ج ١٣ / ٢٧.

(٤) المحرر في الفقه على مذهب الإمام أحمد- عبد السلام بن عبدالله بن تيمية مجد الدين) ج ١ / ٣٢٨- الناشر: مطبعة

السنة المحمدية ١٣٦٩هـ- المغني- لابن قدامة- ج ٤ / ١١٤، المبدع في شرح المقنع- لابن مفلح ج ٤ / ٧٩.

(٥) الصحاح تاج اللغة- للجوهري ج ١ / ١٢٢.

(٦) المدخل الفقهي العام- مصطفى أحمد الزرقا- ج ١ / ٤٥٩، ط. دار القلم- دمشق.

٤- التلبيس:

وهو من اللَّبَس: وهو اختلاط الأمر، يقال: لبَّس عليه الحقائق: خلطها، وستر حقيقتها، وأظهر خلافها، وجعلها غير واضحة (١).
فالتلبيس قريب من التدليس، وهو أخص من التغرير، إذ هو نوع منه، حينما يكون متعمداً من العاقد تجاه الآخر في خلط الأمر ليقوع الطرف الآخر في التعاقد، ولو كان الأمر واضحاً ما كان ليتعاقد.

أنواع التغرير:

التغرير قد يكون بالقول، أو بالفعل، أو بالكتمان.

التغرير بالقول:

وهو الكذب الصادر من أحد المتعاقدين، أو ممن يعمل لحسابه، حتى يحمل المتعاقد الآخر على التعاقد، وأمثلة ذلك في الدعاية التجارية الإلكترونية كثير، منها: أن يقول المتعاقد بأن السلعة تساوي أكثر، ولن تجد مثله، أو دُفع لي فيها كذا وهو كذب ليُغري المتعاقد الآخر على التعاقد، وهذا يدخل ضمن النجش المحرم شرعاً.
-أو يذكر في الإعلان أن الشقق أو الفيلات المعروضة للبيع أمامها مساحات خضراء وبحيرات صناعية ويتضح كذب ذلك.
-أو يذكر الإعلان أن السلعة من إنتاج دولة كذا -المرغوب الشراء منها- ثم يتضح أنها من إنتاج دولة أخرى، أو يحدث تلبيس في القول فيذكر أنها من إنتاج دولة كذا وهي قد قامت بتجميع المنتج فقط، لكن أصله من دولة أخرى.
التغرير بالفعل:

(١) تهذيب اللغة- للأزهري- ج ١٥ / ٢١٢.

وهو قيام أحد المتعاقدين بإحداث فعل في المعقود عليه، ليظهر بصورة غير ما هو عليه في الواقع، فهو: "أن يظهر السلعة بمظهر مرغوب فيه، وهي خالية منه"^(١)، والأمثلة على ذلك كثيرة منها:

-وضع البضاعة الجيدة في الأعلى والرديئة في الأسفل، وهذا تغيير فعلي بالتدليس على الآخرين

-التلاعب بعداد السيارة (الكيلومترات)؛ لتظهر أنها لم تستعمل كثيرًا فيظن الغير أنها جيدة -الإعلان التجاري الإلكتروني الذي يضع صورًا زائفة -عن طريق الذكاء الاصطناعي للفيئات، والشقق، والسيارات، وغيرها من السلع، وهي في الواقع خلاف ذلك. وهذا تغيير بالفعل يحمل المتعاقد على التعاقد، ولو علم الحقيقة ما كان ليتعاقد. ويرى بعض الباحثين^(٢)، عدم تصور وقوع التغيير بالفعل في الإعلانات التجارية؛ لعدم مباشرة التغيير للعين محل العرض.

ويبدو لي: أنه قول جانبه الصواب؛ لأن البيع والشراء الآن أصبح يتم بمجرد مشاهدة صور، أو فيديوهات معروضة للمبيع سواء كانت في داخل البلاد أم خارجها. فلا يقال إن هذه صور أو فيديوهات إلكترونية، وينبغي على المتعاقد أن يعاين على الواقع ما يتعاقد عليه؛ لأن التجارة الإلكترونية الآن أصبحت رائجة بل تكاد تكون هي الأصل، وغيرها تبعًا، حيث أصبح الكون وكأنه قرية صغيرة، فالكل يشاهد الإعلان التجاري الإلكتروني، ثم يطلب السلعة أو الخدمة مباشرة وكأنه رآها رأي العين، فيتعاقد عليها ويتم توصيلها إليه بالطريقة والوقت المناسبين.

التغيير بالكتمان:

(١) شرح بلوغ المرام- سليمان بن محمد اللهميد- ج٢/ ٥٢٢- المكتبة الشاملة.

(٢) التغيير بالإعلانات التجارية-علي غازي- ص ١٢٨

وهو ما يقوم به أحد المتعاقدين بكتم عيوب أحد العوضين، وهو ما يُعرّف عند الفقهاء بالتدليس، وهو الغالب في الإعلانات التجارية الإلكترونية، حيث تكتفي تلك الإعلانات بذكر مزايا المنتج أو الخدمة، دون أن تذكر العيوب به، أو الأضرار التي تنتج عن استعمالها، كإعلانات بعض أدوات التجميل، أو إعلانات بعض المشروبات، أو السجائر، وجميعها لا تذكر إلا المزايا، دون الكلام عن العيوب أو الأضرار الناتجة عن استعمالها، فهذا تغيرير بالكتمان (التدليس).

ويرى بعض الباحثين أن التغيرير نوعان: فعلي، وقولي فقط^(١)، في حين يرى البعض الآخر^(٢) أن التغيرير على ثلاثة أنواع: فعلي، وقولي، وكتمان. ويبدو لي: أنه لا خلاف حقيقي بين الرأيين، حيث إن الكتمان يعتبر تدليسا، وهو يدخل ضمن التغيرير، فالتغيرير أعم منه، والكتمان لما يجب بيانه هو تغيرير فعلي يسمى: التدليس، وهذا بخلاف كتمان ما لا يجب بيانه، فلا يعد تغيريرا، أو تدليسا.

المطلب الثاني

حكم التغيرير

اتفق الفقهاء على تحريم التغيرير والخداع مطلقا سواء كان من أحد المتعاقدين، أو من أطراف خارجية، وبكافة صوره، بالفعل كما في التصرية، أو القول كما في النجش، أو الكتمان كما في بيع المعيب^(٣).

(١) الإعلانات التجارية وأحكامها-عبد المجيد الصلاحي- ص ٨٨

(٢) التغيرير بالإعلانات التجارية- علي غازي- ص ١٢٧

(٣) التجريد- للقدوري- ج ٥ / ٢٤٩٤، ط. دار السلام- الثانية- سنة ١٤٢٧هـ / ٢٠٠٦م، المقدمات الممهدة- لابن رشد الجد- ج ٢ / ٩٩- ط. دار الغرب الإسلامي، الغاية في اختصار النهاية- للعز بن عبد السلام- ج ٣ / ٢٧٠، ط. دار النوادر، المنهج الصحيح في الجمع بين ما في المقنع والتنقيح- شهاب الدين العسكري- ج ٢ / ٧٩٦، ط. مكتبة أهل الأثر- الكويت، الفتاوي الكبرى- لابن تيمية- ج ٦ / ١٥٢- ط. دار الكتب العلمية.

واستدلوا: على ذلك بالقرآن، والسنة، والإجماع، والمعقول

أولاً: من القرآن: قال تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ"^(١).
وجه الدلالة من الآية:

تدل الآية على النهي على أكل أموال الناس بالباطل مثل أكل أموال أبدال العقود الفاسدة كأثمان البياعات الفاسدة، كمن اشترى شيئاً فوجده فاسداً، فأكل ثمنه^(٢).
كما أن حدوث التغيرير بالتدليس أو التلبيس يتنافى مع الرضا الذي ذكرته الآية، إذ التجارة عن تراضٍ لا تغني عن هذا الرضا الناشئ عن التغيرير والتلبيس، بل الرضا المحقق بلا تغيرير أو تلبيس وطيبة النفس الصحيحة^(٣).

قال القرطبي: "لا يأكل بعضكم مال بعض بغير حق، فيدخل في هذا: القمار، والخداع، والغصب، وجحد الحقوق...."^(٤).

ومن السنة: أحاديث نبوية كثيرة منها:

١- عن أبي هُرَيْرَةَ رضي الله عنه، عن النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قال: "لَا تُصَرُّوا الْإِبِلَ وَالْغَنَمَ، فَمَنْ اثْنَاعَهَا بَعْدَ فَإِنَّهُ بِخَيْرِ النَّظَرَيْنِ بَيْنَ أَنْ يَحْتَلِبَهَا: إِنْ شَاءَ أَمْسَكَ، وَإِنْ شَاءَ رَدَّهَا وَصَاعَ تَمْرٍ"^(٥).

وجه الدلالة من الحديث:

(١) سورة النساء- من الآية: ٢٩٠

(٢) أحكام القرآن- للجصاص - ج ٢ / ٢١٦، ط. دار الكتب العلمية.

(٣) السيل الجرار المتدفق على حدائق الأزهار- للشوكاني- ص ٥١٤ - الناشر: دار الحزم- الأولى - بدون.

(٤) تفسير القرطبي- للإمام القرطبي - ج ٢ / ٣٣٨.

(٥) صحيح البخاري- كتاب البيوع- باب النهي للبائع أن لا يحفل الإبل والبقر والغنم - حديث رقم [٢١٤٨].

دل الحديث على تحريم التغرير الفعلي، وهو النهي عن التصرية، وهي: حبس اللبن في الضرع أيامًا لا تحلب، حتى يظن المشتري أنها هكذا كل يوم، وهو تدليس، وموجب للرد بالعيب (١).

٢- عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ - رضي الله عنه - أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ - صلى الله عليه وسلم - مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا، فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ: أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ، يَا رَسُولَ اللَّهِ. قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي (٢).

وجه الدلالة من الحديث:

دل الحديث على تحريم الغش بكل أنواعه، وتحريم إظهار الشيء على خلاف ما ليس في الباطن، لأنه إضرار بالناس (٣).

٣- عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رضي الله عنهما، أَنَّ رَجُلًا ذَكَرَ لِلنَّبِيِّ صلى الله عليه وسلم أَنَّهُ يُخْدَعُ فِي الْبُيُوعِ، فَقَالَ: "إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ: لَا خِلَافَةَ" (٤)
وجه الدلالة من الحديث:

دل الحديث على تحريم الخديعة في البيع، وأن من خُدع فلا شيء عليه، وهو بالخيار فله رد المبيع، لأنه بيع غير جائز (٥).
ومن الإجماع:

فلا خلاف بين المسلمين في تحريم التغرير والخداع في المعاملات.

(١) شرح صحيح البخاري- لابن بطال- ج ٦/ ٢٧٦.

(٢) صحيح مسلم- كتاب الإيمان- باب قول: "من غشنا فليس منا"- حديث رقم [١٠٢].

(٣) الإفصاح عن معاني الصحاح- لابن هبيرة- ج ٨/ ٩٤- الناشر: دار الوطن سنة ١٤١٧هـ.

(٤) صحيح البخاري- كتاب البيوع- باب ما ينهى من الخداع في البيع- ج ٢/ ٧٤٥، حديث رقم [٦٩٧٠].

(٥) شرح صحيح البخاري- لابن بطال- ج ٦/ ٥٣٠.

قال المازري: "وأما الإجماع فليس بين المسلمين خلاف في تحريم الغش والتدليس في البياعات" (١).

ومن **المعقول**: فإن التغيرير غش وخداع وخيانة، وأكل لأموال الناس بالباطل، ويؤدي قطعاً إلى التنازع والعداوة والبغضاء بين الناس (٢).

(١) شرح التلقين - للمازري - ج ٢ / ٦١٥، شرح النووي على مسلم - ج ١٠ / ١٦٢، الفتاوى الكبرى - لابن تيمية - ج ٦ / ١٥٢.

(٢) المطالع على دقائق زاد المستقنع - عبد الكريم محمد اللاحم - ج ١ / ٤٩٩.

المبحث الرابع الدعاية التجارية الإلكترونية، وأنواعها

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: تعريف الدعاية التجارية الإلكترونية، وأنواعها.

المطلب الثاني: ضوابط الدعاية التجارية الإلكترونية.

المطلب الأول

تعريف الدعاية التجارية الإلكترونية، وأنواعها

أولاً: تعريف الدعاية الإلكترونية:

الدعاية لغة: مأخوذة من: دعا فلاناً، ودعا بغلام: ناداه وصاح به (١).

وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك (٢).

والدعاية في اصطلاح التسويق:

"هي النشاط الذي يهدف إلى التأثير في آراء، واتجاهات، ومواقف فئات المستهلكين

تجاه سلعة أو خدمة أو موضوع ما" (٣).

والدعاية التجارية الإلكترونية تتم بعدة وسائل منها: الإعلان، التسويق، الترويج، الإعلام.

والدعاية والإعلان بينهما تشابه كبير قد يصل إلى حد الترادف، إلا أن بينهما عمومًا

وخصوصًا، فالدعاية لمنتج أو خدمة ما يستعمل فيها وسائل الإعلان الأكثر شيوعًا، وهي

الإعلان الإلكتروني عبر الفضائيات، أو شبكة الإنترنت، وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي.

والإعلان عن منتج أو خدمة ما يؤدي إلى الدعاية له في أوساط المستهلكين.

(١) معجم اللغة العربية المعاصرة - ج ٢ / ٧٤٧.

(٢) معجم مقاييس اللغة - لابن فارس - ج ٢ / ٢٨١.

(٣) الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي - علي عبد الكريم محمد المناصير - ص ٣٩.

والغالب في الدعاية الآن هو الإعلان التجاري.
ومن أقدم التعريفات للإعلان التجاري، وأهمها وأكثرها اتفاقاً بين المختصين، تعريف جمعية التسويق الأمريكية بأنه:
"وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار والترويج عن السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع"^(١).

ويمكن تعريف الإعلان التجاري في الاقتصاد الإسلامي بأنه:
"فن التعريف المباح بالسلعة أو الخدمة أو المنشأة المباحة باستخدام وسائل الاتصال، وذلك مقابل أجر معين يدفعه المعلن"^(٢).

والمقصود بالدعاية التجارية الإلكترونية في هذا البحث: هي كل إعلان موجه إلكترونياً بين المعلن والمستقبل أو المستهلك، عبر شبكة الإنترنت، سواء كان عبر تطبيق مُصمماً لتسهيل عملية البيع والتواصل، أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، أو حتى عبر البريد الخاص بالمستهلك، وسواء كان مكتوباً، أو مرئياً، أو مسموعاً.

ثانياً: أنواع الدعاية التجارية الإلكترونية: للدعاية التجارية الإلكترونية عدة أنواع، أهمها:

- ١- الإعلان في الصحف والمجلات: ولا نعني بها هنا الورقية، بل المجلات والصحف التي تصدر إلكترونياً، وتشتمل على إعلانات لخدمات و سلع معينة.
- ٢- الإعلان عبر اللوحات الإعلانية: وهي التي تكون في الطرق، أو المواصلات العامة، ولا نعني أيضاً الإعلانات الورقية أو اللوحية فقط، وإنما اللوحات الإلكترونية عبر الشاشات
- ٣- الإعلانات عبر الإذاعة والتلفزيون - فهي إعلانات إلكترونية عبر الفضائيات مسموعة، أو مرئية، أو الاثنين معاً، تهدف لترويج سلع أو خدمات للمستهلكين.

(١) الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي - علي المناصير - الجامعة الأردنية - أطروحة دكتوراه في

الفقه وأصوله سنة ٢٠٠٧م - ص ٢٠.

(٢) المرجع السابق - ص ٢٣.

٤- الإعلان عبر الإنترنت: ويكون بطرق متعددة، من خلال تطبيق من التطبيقات، أو المواقع المصممة خصيصاً للبيع مثل: شركة "امازون" و"نون" و"العربي" وغيرها، أو من خلال إعلان عبر شبكة الإنترنت على مواقع التواصل الاجتماعي -الفيس بوك- الواتس آب- تويتر- تيك توك- وغيرها، أو من خلال التواصل بين الشركات المنتجة، أو المعلنين، مع المستهلكين عبر البريد الإلكتروني الخاص بهم، أو يكون الإعلان تابع للبرامج والتطبيقات الخدمية مثل تطبيق المصلى وغيره.

المطلب الثاني

ضوابط الدعاية التجارية الإلكترونية

لم يعد دور الإعلان التجاري الإلكتروني قاصراً على الترويج والإعلام للسلع والخدمات فقط، بل أصبح له تأثير كبير على المستهلكين من جذب للعملاء، والترويج الكبير للأفكار والثقافات المجتمعية التي يتضمنها الإعلان، ولذا كان الإنفاق الكبير على الدعاية التجارية وخاصة الإعلانات الإلكترونية، والتي تصل إلى ملايين الدولارات، وليس هذا في المجتمعات والدول ذات الثراء والغنى فحسب، بل إن الأمر ممتد ليشمل الدول الفقيرة أيضاً، بل والتي تحت خط الفقر.

ولذا سارعت المجتمعات والدول إلى وضع قوانين تحكم وتضبط الإعلانات التجارية، حتى لا يكون ضررها أكبر من نفعها، وكانت الشريعة الإسلامية هي الأسبق في وضع الضوابط الشرعية للدعاية التجارية.

وقد ذكر العديد من الباحثين في الفقه الإسلامي ضوابط للدعاية التجارية، وخاصة الإعلان، وكانوا بين مُفْرِط في وضع الضوابط الشرعية للإعلان التجاري، فيخرجه عن دوره الأساسي، وهو الترويج للسلع والخدمات، وبين مُضَيِّق في الضوابط، دون الانتباه للجوانب الفقهية والتشريعية.

ولذلك أحاول ذكر ضوابط الدعاية التجارية الإلكتروني، ومن أهمها الإعلان التجاري، وأهم هذه الضوابط :

١- **الصدق**: وهو الإخبار بالشيء على حقيقته دون زيادة أو نقصان، فلا بد أن يكون الإعلان الإلكتروني صادقاً في التعبير عن حقيقة السلعة أو الخدمة التي يعلن عنها، وإلا يعتبر كذباً، يؤدي إلى التغير والغش والخداع بالمعلن لهم، وقد حرمت الشريعة الإسلامية ذلك، وعدته أكلاً لأموال الناس بالباطل، قال تعالى: "يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ"^(١)، وفي الحديث عن النبي -صلى الله عليه وسلم- عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ قَالَ: سَمِعْتُ حَكِيمَ بْنَ حِزَامٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ -صلى الله عليه وسلم- قَالَ: (الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا"^(٢)).

فجعل الحديث الصدق مجلبة للبركة، والكذب ممحقة لها، وهذا كافٍ، في بيان فضل الصدق، ومضرة الكذب.

ولذا تكلم فقهاؤنا القدامى عن حكم شهادة الدّلال -وهو الذي يقوم بدور الإعلان عن السلع والخدمات قديماً- وهل تقبل شهادته أم لا؟ والسبب أن فيهم من كان يكذب ويحلف كذباً ليروج للسلع.

ففي حاشية تكملة ابن عابدين: "وكذا لا تقبل شهادة النخاسي -وهو الدّلال- إلا إذا كان عدلاً لم يكذب ولم يحلف"^(٣).

(١) سورة النساء- من الآية: ٢٩.

(٢) صحيح البخاري- كتاب البيوع -باب البيعان بالخيار ما لم يتفرقا-حديث رقم (٢٠٠٤).

(٣) تكملة حاشية ابن عابدين- المسماة قرّة عيون الأخبار تكملة رد المحتار-محمد علاء الدين ابن عابدين- ج٧/

٥٦٥، ط. دار الفكر- سنة ١٤١٥هـ، البحر الرائق- ج٧/ ٩٦.

وعلى ذلك فالصدق يعتبر من أهم الضوابط في الإعلانات التجارية الإلكترونية، وينبغي على المعلن تجنب الكذب في ذكر أوصاف، تصريحًا أو تلميحًا غير موجودة بالسلعة، أو الخدمة، لأن هذا يعتبر تغيريرًا بالمتعاقدين الآخر^(١).

٢- تجنب الغش والخداع:

فلا ينبغي للمعلن أن يظهر السلعة أو الخدمة التي يعلن عنها في مظهر مختلف عما هي في الحقيقة، وذلك ببث صور، أو فيديوهات مختلفة عن الواقع، باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وغيرها.

فقد حرّمت الشريعة الغش والخداع، وذلك من خلال أحاديث كثيرة منها:

١- قوله -صلى الله عليه وسلم-: " مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي " (٢).

٢- قوله -صلى الله عليه وسلم- لصاحب صبرة الطعام الذي أظهر الجيد وأخفى الرديء: "

أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيْ يَرَاهُ النَّاسُ؟ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي " (٣).

٣- قوله -صلى الله عليه وسلم-: " لَا تُصَرُّوا الْإِبِلَ وَالْغَنَمَ..... " (٤).

فقد دلت هذه الأحاديث وغيرها على تحريم الغش والخداع قولًا، وفعلاً، ولذا كان نهى

النبي -صلى الله عليه وسلم- عن النَّجْشِ^(٥)؛ لأنه تغيرير قولي.

ورببت الشريعة الإسلامية أحكامًا فقهية متعلقة بالبيع، أو التعاقد عمومًا الذي حدث به

غش، أو خداع -أعرض لها في الفصل الثاني- إن شاء الله تعالى.

(١) الإعلانات التجارية وأحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي - عبد المجيد محمود الصلاحيين - ص ٨٤.

(٢) صحيح مسلم - كتاب الإيمان - باب قول: "من غشنا فليس منا" - حديث رقم [١٠٢].

(٣) المرجع السابق - نفس الموضوع.

(٤) صحيح البخاري - كتاب البيوع - باب النهي للبائع أن لا يحفل الإبل والبقر والغنم - حديث رقم [٢١٤٨].

(٥) أخرجه البخاري: عَنْ ابْنِ عُمرَ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ النَّجْشِ "كتاب البيوع - باب ما ينهى من

الخداع في البيوع - حديث رقم [٦٩٦٩].

٣- تجنب الطعن والذم في سلع ومنتجات الآخرين:

إذا كان من حق المعلن أن يذكر مزايا سِلعِهِ وخدماتِهِ، فلا يحق له أن يطعن، أو يذم في سلع وخدمات الآخرين من الأشخاص والشركات المنافسة؛ لأن ذلك يؤدي إلى الضرر، وهو مُحَرَّمٌ شرعاً، قال-صلى الله عليه وسلم-: "لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ" (١).

كما أن السماح للمعلن بدم سلع وخدمات المنافسين له، يُحوّل الإعلانات التجارية الإلكترونية إلى ساحة للمهاترات، والخصومات، والنزاعات المنهي عنها، قال تعالى: "وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ" (٢)، ويُخرج الإعلان عن الهدف الأساسي المباح له، وهو الترويج للسلعة أو الخدمة إلى مسارات أخرى مذمومة (٣).

كما أن ذم سِلعٍ ومنتجات الآخرين يتنافى مع الإخوة الإسلامية، والتي تقتضي عدم ظلم المسلم لأخيه، وعدم خذلانه، وعدم تحقيقه، أو الإضرار به، فعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رضي الله عنه أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ، وَلَا تَحَسَّسُوا، وَلَا تَجَسَّسُوا، وَلَا تَنَاجَشُوا، وَلَا تَحَاسَدُوا، وَلَا تَبَاغَضُوا، وَلَا تَدَابَرُوا، وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا" (٤).

-
- (١) مسند أحمد - ج ١ / ٣١٣، سنن ابن ماجه - ج ٢ / ٧٨٤ - عن عبادة بن الصامت في كتاب الأحكام - باب من بني في حقه ما يضر جاره - حديث رقم (٢٣٤٠)، الموطأ - للإمام مالك - ج ٢ / ٧٤٥، سنن الدار قطني - ج ٣ / ٧٧ - كتاب البيوع، الحاكم في المستدرک على الصحيحين - ج ٢ / ٥٨ - كتاب البيوع - وقال حديث صحيح الإسناد ولم يخرجاه، ورواه الطبراني في الأوسط عن عائشة - رضي الله عنها - ج ١ / ١٩٣ - حديث رقم (٢٧٠) ط. مكتبة المعارف الرياض، مجمع الزوائد - للهيتمي - ج ٤ / ١٩٨.
- (٢) سورة الأنفال - من الآية: ٤٦.
- (٣) التغرير بالإعلانات التجارية - علي غازي - ص ١٢١.
- (٤) صحيح البخاري - كتاب الأدب - باب يا أيها الذين آمنوا اجتنبوا كثيرا من الظن - حديث رقم (٢٢٥٤).

فالحديث ينهى عن التناجش، والتباغض، والظلم، والخذلان، والتحقير للغير، والنهي في الأصل للتحريم.

٤- خُلُو الإعلان من المحظورات الشرعية:

يجب أن يكون الإعلان خاليًا من المحظورات الشرعية، سواء في محل المعلن عنه، أو في الوسيلة المعلن بها، فلا يجوز الإعلان إلا عن السلع أو الخدمات المباحة شرعًا، فما لا يجوز بيعه لا يجوز الإعلان عنه، لأن الإعلان وسيلة، والوسائل تأخذ حكم المقاصد، فإذا كان المقصد محرّمًا فالوسيلة محرمة، فلا يجوز الإعلان عن الخمر، والسجائر، وغيرها من المحرمات، لأن في الإعلان عنها تعاون على الإثم، وتشجيع له، قال تعالى: "وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ" (١).

وعلى ذلك يحرم الإعلان عن كل ما هو ضار بالدين، أو النفس، أو المال، أو العقل، أو العرض، إذ هي مقاصد الشريعة التي ينبغي الحفاظ عليها، وقد تكون السلعة مباحة، أو الخدمة مباحة من حيث الأصل، إلا أنها تكون محرمة لطارئ ما، اقتضته مصلحة، ونُصرة الإسلام والمسلمين، كما هو الحال في مقاطعة سلع وخدمات أعداء الأمة، والذين بيننا وبينهم حروب وصراعات، فهذا من قبيل التعاون على البر والتقوى، وعدم التعاون على الإثم والعدوان (٢).

وكذلك من حيث الوسيلة في الإعلان التجاري، يجب تجنب إثارة الغرائز وتأجيج الشهوات، مثل: إظهار المرأة بالجسد شبه العاري، أو تظهر حركات جسدية مثيرة للغرائز، أو تصدر صوتًا فيه خضوع وإغراء يؤدي للفتن، وإشاعة الفاحشة في المجتمع، قال تعالى: "إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ" (٣).

(١) سورة المائدة- من الآية: ٣.

(٢) الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي- علي عبد الكريم المناصير- ص ١٣٢.

(٣) سورة النور- من الآية: ١٩.

وهذا الأمر أصبح مما تعم به البلوى في الإعلانات الإلكترونية، حيث إن معظمها يستخدم المرأة في الإعلان بلا داع أصلاً لوجودها، ولا توجد علاقة بينها وبين المعلن عنه، وما هي إلا لفتنة وجذب الانتباه المُحَرَّم شرعاً.

وليس هذا فحسب بل ينبغي أن يتجنب الإعلان كل ما هو خادش للحياء، حفاظاً على القيم الإسلامية بشكل عام، وخلق الحياء بشكل خاص، إذ الحياء خلق إسلامي، بل هو من الإيمان، قال صلى الله عليه وسلم: "فَإِنَّ الْحَيَاءَ مِنَ الْإِيمَانِ"^(١)، فلا ينبغي أن يتضمن الإعلان عرضاً عن المقويات الجنسية، أو الواقي الذكري، أو الكريمات التي تستخدم في إزالة الشعر الزائد للنساء، وغيرها.

وقد أحسن القانون المصري -قانون حماية المستهلك- رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦ إذ نص في المادة الثانية منه على: "حق المستهلك في الكرامة الشخصية، واحترام القيم الدينية والعادات والتقاليد المجتمعية"، كما تنص المادة ٦ من المواصفات القياسية لاشتراطات الإعلان عن

السلع والخدمات رقم ٤٨٤-٢٠٠٥ على: "التزام الإعلان بالأخلاقيات والذوق العام، وعدم تضمين أية عناصر من شأنها الحط من الكرامة الإنسانية، أو الإساءة للآداب العامة وكذا عدم الحث على العنف".

وبالفعل أصدر رئيس جهاز حماية المستهلك المصري قراراً بتاريخ ١١ مارس ٢٠١٧ م بإلزام (شركة الإمبراطور) المنتجة للملابس، بوقف إعلان منتج للملابس داخلية كان معروضاً على صفحات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) و (يوتيوب) وذلك لتضمن الإعلان عبارات

(١) صحيح البخاري- كتاب الإيمان- باب الحياء من الإيمان حديث رقم (٢٤).

وألفاظ تَحْمِلُ إيهاءات جنسية، وألفاظ تشجع على تعاطي المخدرات، مما يتنافى مع الآداب والتقاليد العامة في المجتمع (١).

٥- تجنب الإسراف والتبذير:

ينبغي الاعتدال في الإنفاق على الإعلانات التجارية من غير مغالاة، حيث إن الإسراف والتبذير منهي عنهما شرعاً، قال تعالى: "وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ" (٢)، ويكفي أن جعل الله - سبحانه وتعالى - المبذرين إخوان الشياطين، فقال تعالى: "إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ" (٣).

فالإسراف في نفقات الإعلان يخلق جوّاً من المنافسة الشرسة، ويؤدي إلى ارتفاع السلع والخدمات بسبب التكلفة المضافة إلى ثمن السلعة والتي يتحملها دائماً المستهلك، هذا فضلاً عما ينطوي عليه الإسراف عن إهدار لموارد الأمة، وتضييع لها؛ لما لا نفع فيه، وكسر لقلوب الفقراء (٤)، والذي لو أنفق عليهم ثمن نفقات الإعلان لغير حياتهم إلى الأحسن، ولو لم يقبلوا السلعة، أو الخدمة المعلن عنها.

(١) الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضللة- د. علي السيد حسين- د.

وليد محمد بشر- ص ٤٦٦-٤٧٦.

(٢) سورة الأنعام- من الآية: ١٤٠.

(٣) سورة الإسراء - من الآية: ٢٧.

(٤) الإعلانات التجارية- عبد المجيد الصالحين- ص ١٠٩، الإعلانات التجارية- علي عبد الكريم المناصير- ص ١٣٩،

الإعلانات التجارية- علي غازي- ص ١٢١.

الفصل الثاني

ضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية

لا خلاف بين الفقهاء في تحريم التغيرير بكل أنواعه - كما سبق بيانه - فإذا وقع التغيرير في العقد بسبب الإعلان التجاري عن السلعة أو الخدمة، فهناك أحكام تترتب على هذا التغيرير، من حيث صحة العقد من عدمها، ومن حيث ثبوت الخيار للمغرور، ومن حيث ثبوت الضمان للمغرور، وأخيرًا العقوبة على الغار بالإعلان التجاري، وأعرض لهذه الأحكام في أربعة مباحث:

المبحث الأول: مدى صحة العقد المشتمل على التغيرير.

المبحث الثاني: مدى ثبوت الخيار في العقد المشتمل على التغيرير.

المبحث الثالث: مدى ثبوت الضمان للمغرور.

المبحث الرابع: العقوبة على الغار في العقد المشتمل على التغيرير.

المبحث الأول

مدى صحة العقد المشتمل على التغيرير

بعد اتفاق الفقهاء على تحريم التغيرير بمختلف صُوره، الفعلي، والقولي، وبالكتمان، اختلفوا في مدى صحة العقد الذي يشتمل على التغيرير من عدمها.

واتفق الفقهاء^(١) على أن المشتري إذا كان عالمًا بما كتبه البائع من العيب في المبيع كان البيع صحيحًا ولازمًا له؛ لأنه رَضِيَ به.

(١) البحر الرائق - لابن نجيم - ج ٦ / ٣٩، حاشية ابن عابدين - لابن عابدين - ج ٥ / ٣١، المعونة على مذهب عالم المدينة - القاضي عبد الوهاب - ج ٢ / ١٠٥٧، الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٢٦١، المغني - لابن قدامة - ج ١٠ / ٦٤.

ففي مراتب الإجماع: "واتفقوا على أنه إذا بين له البائع بعيب فيه وحدّ مقداره، ووقفه عليه إن كان في جسم المبيع، فرضي بذلك المشتري، أنه قد لزمه ولا رد له بذلك العيب" (١). أما إذا لم يكن المشتري عالماً بالعيب، فقد اختلف الفقهاء في صحة العقد من عدمها، وفرقوا في ذلك بين التغرير بالفعل أو الكتمان، والتغرير بالقول:

أولاً: حكم العقد المشتتل على التغرير الفعلي، أو بالكتمان:

التغرير الفعلي يكون بعمل يقوم به البائع في المبيع ليظهره على غير حقيقته، وهو يحدث في الإعلان التجاري الإلكتروني بعرض صور غير حقيقية للمبيع، أو عرض فيديوهات غير واقعية له، أو يكون بالكتمان للعيب في المبيع، والسكوت عما لو ذكر لامتنع المشتري عن الشراء، وهو الغالب في الإعلان التجاري، حيث يذكر الإعلان المزايا، ولا يذكر العيوب، أو يذكر ألفاظ وعبارات مُبْهَمة تُلبّس على الناس، فإذا اعترض على السلعة، قيل له: لم نذكر ذلك، بل ذكرنا كذا وكذا، وهذا لا يدخل ضمنه.

والكتمان غش وتدليس يدخلان في التغرير، وقد عرّف جمهور الفقهاء التدليس بأنه:

"كتمان عيب يختلف الثمن لأجله" (٢).

واختلف الفقهاء في صحة العقد المشتتل على التغرير بالفعل أو الكتمان (التدليس)، الذي لم يعلم به المشتري على قولين:

القول الأول:

لجمهور الفقهاء من الحنفية (٣)، والمالكية (٤)،

(١) مراتب الإجماع - لابن حزم الظاهري - ص ٨٨.

(٢) البحر الرائق - لابن نجيم - ج ٦ / ٣٨، الشرح الكبير - للدردير - مع حاشية الدسوقي - للدسوقي - ج ٣ / ١٧٠،

المغني - لابن قدامة - ج ٤ / ١٠٩، نهاية المطلب في دراية المذهب - أبو المعالي الجويني - ج ٥ / ٣٠٥.

(٣) المبسوط - للسرخسي - ج ١٣ / ٤٣.

(٤) المدونة - مالك ابن أنس - ج ٣ / ٢٥٢.

والشافعية^(١)، والصحيح من مذهب أحمد^(٢)، أن البيع صحيح مع الإثم.

واستدلوا:

١- حديث بيع المصرة: "لا تصروا الإبل...."^(٣).

وجه الدلالة من الحديث:

ثبوت الخيار للمشتري في بيع المصرة، مع أن التصرية تدليس، فدل على صحة البيع، إذ لو لم يكن صحيحًا لما ثبت له الخيار، ففي المذهب: "فإن باع ولم يبين العيب صح البيع؛ لأن النبي صلى الله عليه وسلم صحح البيع في المصرة مع التدليس بالتصرية"^(٤).

٢- حديث شراء الإبل الهيم^(٥):

حَدَّثَنَا سُفْيَانُ قَالَ: قَالَ عَمْرُو كَانَ هَذَا رَجُلٌ اسْمُهُ نَوَاسٌ، وَكَانَتْ عِنْدَهُ إِبِلٌ هَيْمٌ، فَذَهَبَ ابْنُ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا فَاشْتَرَى تِلْكَ الْإِبِلَ مِنْ شَرِيكِ لَهُ، فَجَاءَ إِلَيْهِ شَرِيكُهُ، فَقَالَ: بَعْنَا تِلْكَ الْإِبِلَ. فَقَالَ: مِمَّنْ بَعْتَهَا؟ قَالَ: مِنْ شَيْخٍ كَذَا وَكَذَا، فَقَالَ: وَيْحَكَ، ذَاكَ وَاللَّهِ ابْنُ عُمَرَ، فَجَاءَهُ فَقَالَ: إِنَّ شَرِيكَ بَاعَكَ إِبِلًا هَيْمًا وَلَمْ يَعْرِفَكَ. قَالَ: فَاسْتَقْفَهَا، قَالَ: فَلَمَّا ذَهَبَ يَسْتَأْفُهَا، فَقَالَ: دَعَهَا، رَضِينَا بِقَضَاءِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (لَا عَدْوَى)^(٦).

وجه الدلالة من الحديث:

(١) المذهب - للشيرازي - ج ٢/ ٤٦، ٤٧.

(٢) المغني - لابن قدامة - ج ٦/ ٢٢٥٠.

(٣) سبق تخريجه: ص ١٢٠٦ من هذا البحث.

(٤) المذهب - للشيرازي - ج ٢/ ٤٩.

(٥) الإبل الهيم: هي التي تشرب فلا تُروى، وقيل: هي المطلية بالقطران من الجرب، فتصير عطشى من حرارة الجرب،

وقيل هو داء ينشأ عنه الجرب تفسير الطبري - ج ٢٣/ ١٣٥ - تفسير العز بن عبد السلام - ج ٣/ ٢٧٧.

(٦) صحيح البخاري - كتاب البيوع - باب شراء الإبل الهيم أو الأجر - حديث رقم ٢١٠٧.

أن المشتري في البيع الذي اشتمل على غش مخيّر بين الرّد والإمسك، وقد اختار ابن عمر التمسك بالبيع، فلو كان البيع باطلاً لما كان له الخيار^(١).

القول الثاني: لأبي بكر بن عبد العزيز من الحنابلة^(٢)، وداود الظاهري^(٣)، أن البيع باطل.

واستدلوا:

بأن البيع المشتمل على الغش والتدليس منهي عنه، والنهي يقتضي الفساد. ^(٤) ونوقش: بأن النهي يقتضي البطلان إذا توجه إلى المعقود عليه، كالنهي عن بيع الحصاة، والملازمة، وغيرها، أما إذا توجه النهي إلى معنى في العاقد فلا يمنع صحة البيع، كالبيع على بيع أخيه، والبيع وقت النداء، ومن هذا التدليس فإنه من فعل البائع، فهو لأمر خارج عن البيع، ولأن النهي لحق الآدمي، فلم يفسد العقد، وفارق ما كان حقاً لله تعالى، لأن حق الآدمي يمكن جبره بالخيار، أو الزيادة في الثمن ^(٥).

ولذا: روي عن أبي بكر-من الحنابلة- أنه قيل له ما تقول في المصرة؟ فلم يذكر جواباً^(٦).
والقول الرابع: ما ذهب إليه جمهور الفقهاء، أن البيع صحيح مع الإثم على العاقد الذي قام بالتغريير الفعلي، أو الكتمان لما يجب عليه أن يبيّنه، وذلك لقوة أدلتهم ولضعف أدلة المخالفين لهم.

(١) شرح صحيح البخاري-لابن بطال أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك (ت ٤٤٩ هـ) -

ج ٦/٢٣٠-دار النشر: مكتبة الرشد - السعودية، الرياض -الطبعة: الثانية، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م.

(٢) المغني - لابن قدامة - ج ٦/ ٢٢٥.

(٣) المحلى بالآثار - لابن حزم - ج ٧/ ٥٧٥.

(٤) المغني - لابن قدامة - ج ٦/ ٢٢٥، المحلى بالآثار - لابن حزم - ج ٧/ ٥٧٥.

(٥) المغني - لابن قدامة - ج ٢/ ١٤ - ج ٢/ ٣٠٥.

(٦) المرجع السابق - ج ٢/ ٢٢٦.

والتغير في الإعلان التجاري يدخل تحت صورة حكم بيع المصرة، بل يشابهه في كونه تغيرًا جماعيًا وليس لشخص واحد، فالإعلان يكون لجمهور المستهلكين، وكذلك التصرية تكون لجميع المشترين في الأسواق، فالإعلان وإن اختلفت صورته عن التصرية، فالعلة واحدة وهي الخداع والتدليس للآخرين.

ويرجع سبب اختلاف الفقهاء في صحة العقد وبطلانه إلى اختلافهم؛ في النهي هل يقتضي فساد المنهي عنه أم لا؟^(١) فمن رأى أنه يقتضي فساد المنهي عنه كأبي بكر من الحنابلة، والظاهرية، قالوا ببطلان البيع، ومن رأى أنه لا يقتضي فساد المنهي عنه، إذا كان النهي لأمر خارج عن المعقود عليه، وهم الجمهور قالوا بصحة العقد، وثبوت الخيار للمشتري^(٢).

ثانيًا: حكم العقد المشتتم على التغير القولي:

التغير القولي هو القول أو المناداة في الإعلان عن السلعة أو الخدمة أنها تساوي الكثير وهي لا تساويه، أو أن بها مزايا كذا وكذا وليس بها، وأبرز الصور على ذلك في الفقه الإسلامي النجش، فهو تغير بالمشتري، حيث يأتي الغير ويرفع في ثمن السلعة دون إرادة شرائها ليغتر بها المشتري، سواء كان بالتواطؤ مع البائع أم لا. ورغم اتفاق الفقهاء على تحريم النجش، وأن فاعله عاصي بفعله، إلا أنهم اختلفوا في صحة العقد من عدمه على قولين:

(١) المسودة في أصول الفقه - لابن تيمية تتابع - على تصنيفها الجد: مجد الدين، والابن شهاب الدين، والحفيد شيخ الإسلام ابن تيمية - ص ٨٢ - الشاملة نفائس الأصول في شرح المحصول - للقرافي - ج ٤ / ١٦٩١، ط. مكتبة نزار مصطفى الباز - مكة - الأولى - ١٤١٦هـ - ١٩٩٥م، تحقيق المراد في أن النهي يقتضي الفساد - صلاح الدين العلائي - ص ٩٠ - الناشر: دار الكتب الثقافية - الكويت - بدون.

(٢) المبسوط - للسرخسي - ج ٢ / ٨٨، بداية المجتهد - لابن رشد - ج ٣ / ١٨٥، الفتاوى الكبرى - لابن تيمية - ج ٦ /

القول الأول: جمهور الفقهاء من الحنفية (١)، والمالكية (٢)، وقول عند الشافعية (٣)، والمذهب عند الحنابلة (٤)، وقالوا بصحة العقد المتضمن للنجش مع أنه تغيرير قولي.
القول الثاني: قول عند الإمام مالك (٥)، وقول للإمام أحمد في رواية اختارها أبو بكر (٦)، ومذهب الظاهرية (٧)، وقالوا: العقد باطل.

واستدل الفريقان بالأحاديث الدالة على تحريم النجش، وسيأتي ذكرها في المبحث التالي. غير أن وجه الدلالة مختلف للفريقين، فمن قال بصحة العقد قال بأن النهي ليس لنفس الشيء بل لأمر خارجي عنه، فلا يقتضي فساد المنهي عنه، والنهي ورد على فعل الناجش وليس البيع ذاته. وأما من قال بالبطلان للعقد، فقال: بأن النهي يقتضي فساد المنهي عنه مطلقاً.

والقول الرابع: قول جمهور الفقهاء القائلين بصحة العقد؛ لأن النهي يرجع إلى الناجش لا إلى العاقد فلم يؤثر في البيع، ولأن النهي بحق الآدمي، وهو يمكن جبره بالخيار، أو الزيادة في الثمن، بخلاف ما كان حقاً لله تعالى.

(١) البحر الرائق- لابن نجيم- ج٦/ ١٠٧.

(٢) الكافي في فقه أهل المدينة- ج٢/ ٧٣٩، التاج والإكليل- ج٦/ ٢٥٠.

(٣) الوسيط- ج٣/ ٦٤، تحفة المحتاج- ج٤/ ٣١٦.

(٤) الإنصاف- للمرداوي- ج١١/ ٣٣٩، الكافي في فقه الإمام أحمد- لابن قدامة- ج٢/ ١٤.

(٥) التمهيد- لابن عبد البر- ج١١/ ٤٤٩- وذلك إذا كان هناك تواطؤ مع البائع.

(٦) المغني- لابن قدامة- ج٦/ ٣٠٦، الإنصاف- للمرداوي- ج١١/ ٣٣٩.

(٧) المحلى- لابن حزم- ج٧/ ٣٧٢.

المبحث الثاني

مدى ثبوت الخيار في العقد المشتمل على التغير

إذا حدث تغير في العقد بسبب الإعلان سواء كان التغير فعلي، أو قولي، أو بالكتمان، فهل يحق للمغير به وهو المشتري الخيار بين إمضاء العقد، أو فسخه؟ جمهور الفقهاء يقولون بحق المشتري المغير به في الخيار، إذا تم التغير به فعلياً، أو قولياً، أو خُلُقاً للأوصاف والشروط، أو أي نوع من التدليس بشرط أن يكون مغروراً لا مغترّاً أي لا يُقصر في الرؤية والتحري.

قال الإمام النووي: "هذا الخيار غير منوط بالتصريح لذاتها، بل لما فيها من التلبس، فيلتحق بها ما يشاركها فيه، حتى لو حبس ماء القناة أو الرحي ثم أرسله عند البيع أو الإجارة فظن المشتري كثرته، ثم تبين له الحالة فله الخيار.... ثم عدد عدة أشياء لا يثبت له فيها الخيار على الأصح فقال: "ولو لطح ثوب العبد بالمداد، أو ألبسه ثوب الكتّاب أو الخبّازين وخيّل كونه كاتباً أو خبّاراً فبان خلافه..... فلا خيار له على الأصح لتقصير المشتري" (١)، ولأن الإنسان قد يلبس ثوب غيره عارية، فالذنب للمشتري حيث اغترّ بما ليس فيه كثير تغير (٢)، فالعبرة بالتغير المتقن الذي يتعمد فيه التدليس على المشتري بطرق متقنة تخفى على الشخص العادي.

جاء في البحر المحيط: "أخذ أصحابنا من ثبوت الخيار في المصرة ثبوت الخيار في كل موضع حصل فيه تدليس وتغير من البائع" (٣).

(١) روضة الطالبين - للنووي - ج ٣ / ٤٧١.

(٢) فتح العزيز بشرح الوجيز - للرافعي - ج ٨ / ٣٣٧.

(٣) البحر المحيط الثجاج في شرح صحيح مسلم بن الحجاج - محمد بن علي بن آدم الأثيوبي الولوي - ج ٢٦ / ٧٠٨، ط. دار ابن الجوزي - الأولى ١٤٢٦ هـ.

ونخلص إلى أن الفقهاء لم يثبتوا الخيار للمشتري مطلقاً، بل من خلال الأمثلة التي ذكروها نجدهم اشتروا شروطاً لثبوت الخيار بالتغيرير:

- فمنهم من اشترط أن يكون التدليس متقناً بحيث يخفى على عوام الناس، فإذا لم يكن

متقناً فلا يثبت الخيار؛ لتقصير المشتري في التحري والنظر^(١)، فهو مغتر لا مغرور.

- ومنهم من اشترط لثبوت الخيار بالتدليس أن يكون التدليس قد أدى إلى ارتفاع ثمن

السلعة، فإن لم يكن كذلك فلا يثبت الخيار^(٢).

- ومنهم من اشترط الرد على الفور بمجرد العلم به، فإن تأخر في الرد سقط خياره؛ لأنه يدل

على الرضا به^(٣).

ويرى بعض المعاصرين (٤) عدم ثبوت الخيار في عقد أبرم بعد عملية إعلانية مُضللة،

ويعلل ذلك بما يلي:

١- من حق المستفيد أو المشتري للسلعة أو الخدمة عند إبرام العقد أن يتحقق من صفات

ومزايا السلعة أو الخدمة موضوع العقد، فإن لم يفعل كان مقصراً ومفرطاً في حق نفسه.

ويُرد على ذلك:

كيف يتحقق من صفات ومزايا السلعة، أو الخدمة، وهو لم يعاينها في الواقع، بل عُرضت

عليه من خلال الإعلان الإلكتروني، وتم التعاقد عليها عبر الإنترنت، وتم دفع الثمن كذلك،

فكيف لا يكون له حق دفع الضرر الذي أصابه بإثبات حق الخيار له.

(١) العزيز شرح الوجيز - للرافعي - ج ٤ / ٢٣٢، الناشر: دار الكتب العلمية - ط. الأولى ١٤١٧ هـ - ١٩٩٧ م

(٢) بداية المجتهد - لابن رشد - ج ٣ / ٢٠٠، بغية المقتصد شرح بداية المجتهد - محمد بن حمود الوائلي - ج ١٢ /

٧٣٠١، دار ابن حزم - الأولى - ١٤٤٠ هـ.

(٣) الذخيرة - للقرافي - ج ٥ / ١٠٣، مغني المحتاج - للخطيب الشربيني - ج ٢ / ٤٣٦، المغني - لابن قدامة - ج ٤ /

١٠٩.

(٤) الإعلانات التجارية وأحكامها - عبد المجيد محمود الصالحين - ص ٩٤.

٢- إن أكثر الناس لا يأخذون ما يُنشر في الإعلانات التجارية الإلكترونية مأخذ التصديق والتسليم والجد، وبالتالي فلا تعتبر المواصفات والمزايا الواردة في الإعلان عن السلعة شروطاً في العقد، ولذا فتخلفها لا يوجب بطلان العقد، أو ثبوت الخيار.

ويُرد على ذلك:

بأن المشتري ما كان ليتعاقد لولا هذه الصفات والمزايا الواردة في الإعلان التجاري، وعليه تعتبر شروطاً في العقد، إذا تخلفت كانت مدعاة لبطلان العقد، أو ثبوت الخيار للمشتري حفظاً لحقه.

٣- تأثير الإعلان التجاري على المشتري للسلعة أو الخدمة، يقتصر على مجرد اتخاذ قرار الشراء، وهناك فرق بين اتخاذ قرار الشراء، وإبرام العقد، والبطلان، والخيارات تتعلق بالعقد.

ويُرد على هذا:

بأن الغالب في البيع والشراء في هذا العصر يكون من خلال الإنترنت بمجرد رؤية الإعلان التجاري، وما تضمنته من مواصفات للسلعة، أو الخدمة، وبالتالي يتم التعاقد، بل ودفع الثمن عبر بطاقات الائتمان، أو بطاقات الشراء، فأصبح تعاقد وليس مجرد رغبة في الشراء، وبالتالي يثبت له الخيار، ولو كان الإعلان يؤثر على رغبة الشراء فقط دون التعاقد فلا إشكالية؛ لعدم حدوث تعاقد، أما وقد تعاقد على السلعة بالفعل عبر الإنترنت، فقد وقع في التغيرير، وبالتالي يثبت له الخيار.

ويؤيد ذلك ما ورد عند فقهاء المالكية:

"ورد -أي المبيع- أي جاز رده لما طرأ فيه من الخيار بعدم وجود وصف مشروط بشرطه المبتاع له فيه غرض..... وإن كان الشرط بمناداة عليها حالة البيع، أنها طبخة، أو خياطة، أو غير ذلك فترد بعدمه"^(١).

(١) الشرح الكبير - للشيخ الدردير - مع حاشية الدسوقي - ج ٣ / ١٠٨.

ويمكن إجمال الخيارات المتاحة للمشتري المغرور في ثلاثة:
الأول: خيار الرد بالعيب للتدليس، وأبرز صوره عند الفقهاء التصرية.
الثاني: خيار الرد بسبب التغيرير القولي، وأبرز صوره عند الفقهاء النجش.
الثالث: خيار الرد لحلف الصفة.
ونعرض لذلك بشيء من التفصيل في ثلاثة مطالب:

المطلب الأول

خيار الرد بالعيب للتدليس

الإعلان التجاري الذي ينطوي على الغش والخداع والتغيرير، فيُظهر السلعة أو الخدمة بالمظهر الحسن على شاشات الفضائيات، أو الإنترنت، أو اللوحات الإعلانية الإلكترونية، من خلال استخدام التقنيات الحديثة من الذكاء الاصطناعي وغيره، مع أنها ليست كذلك في الواقع، فهذا تدليس منهى عنه، وأقرب الصور لذلك في الفقه الإسلامي هو التصرية؛ لما فيها من تدليس وتغيرير بالمشتري من خلال إظهار الناقاة أو الشاة على أنها غزيرة اللبن مع أنها ليست كذلك.

ولذا نهى عنه النبي صلى الله عليه وسلم فقال: "لا تصروا الإبل والغنم....." (١).
وجه الدلالة من الحديث:

دل الحديث على النهي عن التصرية، فهي محرمة، ومع تحريمها يصح البيع، ويثبت الخيار للمشتري، كما يثبت الخيار في سائر البيوع المشتملة على تدليس من البائع (٢).
ومع ذلك اختلف الفقهاء في ثبوت الخيار بالتدليس الفعلي .

(١) سبق تخريجه: ص ١٢٠٦ من هذا البحث.

(٢) شرح النووي على مسلم - ج ١٠ / ١٦٥

ويرجع سبب الاختلاف: إلى اختلافهم في وصف حديث المصرة بالاضطراب، وأنه مخالف للأصول العامة، والقياس من تضمين المثليات بمثلها أو بقيمتها، والتمر ليس منهما^(١).

واختلف الفقهاء على قولين:

القول الأول:

لجمهور الفقهاء من الصحابة، منهم ابن عمر، وابن مسعود، وأبو هريرة، والمالكية^(٢)، والشافعية^(٣)، والحنابلة^(٤)، وأبو يوسف وابن أبي ليلى من الحنفية^(٥)، وعامة أهل العلم وقالوا: بثبوت الخيار للمشتري.

واستدلوا:

على ثبوت الخيار بعيب التدليس، بالسنة، والمعقول:

- من السنة:

١- حديث بيع المصرة^(٦)، وهو واضح الدلالة في إثبات الخيار للمشتري الذي وقع عليه تغير أو تدليس من البائع.

(١) المبسوط - للسرخسي - ج ١٣ / ٤٠

(٢) لمدينة - مالك بن أنس - ج ٣ / ٣١١

(٣) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٢٣٧

(٤) المغني - لابن قدامة - ج ٦ / ٢١٦

(٥) حاشية ابن عابدين - لابن عابدين - ج ٥ / ٤٤

(٦) سبق تخريجه ص: ٢٨، قال الشافعي: "والنصرية أن تربط أخلاف الناقة أو الشاة ثم تترك من الحلاب اليوم واليومين والثلاثة حتى يجتمع لها لبن فيراه - مشتريها كثيرًا فيزيد في ثمنها لذلك، ثم إذا حلبها بعد تلك الحلبة حلبةً أو اثنتين عرف أن ذلك ليس لبنها لنقصانه كل يوم عن أوله وهذا غرور للمشتري" الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٢٣٦، الرسالة - للشافعي - ص ٥٥٦

٢- روي عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: "من ابتاع محفلة أو مصراة فهو بالخيار فإن شاء أن يردها فليردها وإن شاء أن يمسكها أمسكها" (١).

وجه الدلالة من الحديث:

يدل الحديث على ثبوت الخيار للمشتري، فإذا ثبت التدليس، كما في التصرية، فالتصرية تدليس وفعل محرم وغرر يوجب العيب فمتى علم به المشتري ثبت له الخيار إن شاء فسخ البيع ورد المبيع وإن شاء اختار البيع. (٢)
ونوقش: بأنه حديث ضعيف (٣).

- من المعقول:

التدليس فيه ضرر للمشتري، والضرر يزال، ويمكن تدارك الضرر بإثبات الخيار للمشتري، وقد قال صلى الله عليه وسلم "لا ضرر ولا ضرار" (٤)، وكذلك فإن التدليس يؤدي لاختلاف الثمن فوجب الرد، أو يُخَيَّر بين الرد والإمساك إذا رضيه (٥).
القول الثاني:

(١) مسند الإمام أحمد - حديث رقم [٧٣٨٠]، مسند أبي داود - عن عبد الله بن عمر حديث رقم [٣٤٤٦]، سنن النسائي - حديث رقم [٤٤٨٩]، والحديث: ضعيف، أعله البيهقي بتفرده، وأعله عبد الحق بصدقة بن سعيد الحنفي البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير - لابن الملكن - ج ٦ / ٥٥١، التلخيص الحبير - لابن حجر - ج ٣ / ٦٣.

(٢) بحر المذهب في فروع المذهب - للرويانى - ج ٤ / ٥٢٤،

(٣) البدر المنير - ج ٦ / ٥٥١.

(٤) سبق تخريجه ص: ١٢٠٧ من هذا البحث.

(٥) المغني - لابن قدامة - ج ٦ / ٢١٦.

لأبي حنيفة، ومحمد بن الحسن من الحنفية (١)، وقالوا: لا يثبت الخيار للمشتري، واختلفوا في الرجوع بالنقص على قولين المختار منهما: رواية الطحاوي، أنه يرجع بالنقص على البائع؛ لأنه غرّه.

واستدلوا:

من السنة: بما روي: عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رضي الله عنهما، أَنَّ رَجُلًا ذَكَرَ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ يُخَدِّعُ فِي الْبُيُوعِ، فَقَالَ: "إِذَا بَايَعْتَ فَقُلْ: لَا خِلَابَةَ" (٢)، وزاد ابن ماجة في سننه: "إِذَا أَنْتَ بَايَعْتَ، فَقُلْ: لَا خِلَابَةَ، ثُمَّ أَنْتَ فِي كُلِّ سِلْعَةٍ ابْتِغَتْهَا بِالْخِيَارِ ثَلَاثَ لَيَالٍ، فَإِنْ رَضِيتَ فَأَمْسِكْ، وَإِنْ سَخِطْتَ فَأَرْدُودَهَا عَلَى صَاحِبِهَا" (٣).

وجه الدلالة من الحديث: يدل الحديث على ثبوت الخيار إذا اشترطه المشتري، وإلا لا يثبت

له الخيار، وإن كان له الحصول على ما أصابه من نقصان (٤).

وأما حديث أبي هريرة في الصحيحين فهو مخالف للأصول، والقواعد العامة (٥).
ويجاب على ذلك:

بأن اتباع الحديث الصحيح أولى من القياس (٦).

(١) المرجع السابق - نفس الموضع

(٢) صحيح البخاري - كتاب البيوع - باب ما يكره من الخداع - حديث رقم (٢١٢٥)، ولا خِلَابَةَ: أي لا خديعة

(٣) سنن ابن ماجة - حديث رقم [٢٣٥٥] عن محمد بن يحيى بن حبان.

(٤) البحر الرائق - تكملة الطوري - ج ٦/٣.

(٥) المبسوط - للسرخسي - ج ١٣/١٧، الاختيار لتعديل المختار - للموصلي - ج ٢/١٢، ١٣

(٦) المغني - لابن قدامة ج ٦/٣٠٥.

ففي عمدة القاري: "الأصول الكتاب والسنة والإجماع والقياس، والكتاب والسنة في الحقيقة هما الأصل والآخران مردودان اليهما، فالسنة أصل والقياس فرع، فكيف يرد الأصل بالفرع؟ بل الحديث الصحيح أصل بنفسه فكيف يُقال: إن الأصل يُخالف نفسه؟" (١).
- **المعقول:** أن الخيار يخالف مقتضى العقد وهو لزوم، وكل ما كان كذلك فهو مفسد، ولكنه جائز بالنص خلافاً للقياس (٢).

والراجع:

ما قال به جمهور الفقهاء، بل عامة أهل العلم من ثبوت الخيار للمشتري إذا كان بالبيع عيب من تغير، أو تدليس من قبل البائع، وذلك للحديث الصحيح - حديث بيع المصرة -، ولأن التغير ضرر لحق بالمشتري فينبغي رده، ومع أن الحنفية قالوا لا يثبت الخيار إلا بالاشتراط، إلا أنهم قالوا بوجوب الرد على البائع بما حصل من نقص في المبيع للمشتري وفقاً لرواية الإمام الطحاوي وهي المختارة في المذهب.

ويشترط لرد المبيع بالعيب عدة شروط، وقد ذكرها الشافعية وهي:

١- ألا يكون قد علم بالعيب قبل العقد فلو كان قد علم أنه عيب ينقص الثمن ورضي به فلا رد.

٢- تعجيل الرد بالعيب على الفور حسب الإمكان المعتاد عرفاً.

٣- ألا يستعمل المبيع بعد علمه بعيبه استعمالاً كثيراً، أما اليسير فلا يمنع، لأن استعماله

الكثير ينافي الرد (٣).

(١) عمدة القاري - شرح صحيح البخاري - ج ١١ / ٢٧٣.

(٢) العناية شرح الهداية - للبائري - ج ٦ / ٢٩٩.

(٣) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٢٦١.

المطلب الثاني

خيار الرّد بسبب التغير القولي

رغم اتفاق الفقهاء على تحريم التغير القولي، والذي يعد النجش^(١) من أبرز صُوره، فقد اختلفوا في ثبوت الخيار للمغرور على أربعة أقوال:

القول الأول:

العقد باطل، وبالتالي فلا محل لثبوت الخيار إذ العقد باطل من أساسه؛ وهو قول مالك^(٢)، ورواية عن أحمد اختارها أبو بكر^(٣).

واستدلوا:

١- حديث: ابْنِ عُمَرَ رضي الله عنهما أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنِ النَّجْشِ^(٤).

٢- حديث: عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رضي الله عنه أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "إِيَّاكُمْ وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ، وَلَا تَحَسَّسُوا، وَلَا تَجَسَّسُوا، وَلَا تَنَاجَشُوا، وَلَا تَحَاسَدُوا، وَلَا تَبَاغَضُوا، وَلَا تَدَابَرُوا، وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا"^(٥).

وجه الدلالة من الحديثين:

دل الحديثان على النهي عن النجش؛ لأنه تغير بالمشتري، وخديعة، وقد قال

(١) النجش: أن يزيد في السلعة من لا يريد شراءها ليغتر به المشتري، ويقتدي به فهو حرام؛ لأنه خداع [الكافي في فقه الإمام أحمد- لابن قدامة- ج ٢/ ١٤]

(٢) المعونة على مذهب عالم المدينة- القاضي عبد الوهاب- ج ٢/ ١٠٣٣، الإشراف على نكت مسائل الخلاف- للقاضي عبد الوهاب- ج ٢/ ٥٧٢- الناشر: دار ابن حزم- ط. الأولى ١٤٢٠هـ

(٣) المغني- لابن قدامة- ج ٦/ ٣٠٤، الكافي- لابن قدامة- ج ٢/ ١٤

(٤) صحيح البخاري- كتاب الحيل- باب ما يكره من التناجش- حديث رقم ٦٥٦٢

(٥) صحيح البخاري- كتاب الأدب- باب يا أيها الذين آمنوا اجتنبوا كثيرا من الظن- رقم ٥٧١٩

النبي صلى الله عليه وسلم : "الْخَدِيعَةُ فِي النَّارِ" (١) والنهي يقتضي الفساد (٢).
ويناقش: بأن النهي عاد إلى الناجش لا إلى العاقد فلم يؤثر في البيع، كما أن النهي لحق
الآدمي، وحق الآدمي يمكن جبره بالخيار، أو زيادة في الثمن (٣) والنجش وإن كان فيه
خديعة فإنه يمكن استدراكها بالخيار قياساً على بيع المصراة (٤).
القول الثاني: العقد صحيح لازم، ولا خيار فيه للمشتري.
وهو للحنفية (٥)، ووجه عند الشافعية (٦)، ورواية عن أحمد وهي المذهب (٧).
واستدلوا: بأن النهي الوارد في الأحاديث يرجع للناجش، وليس للعاقد، والنهي إذا كان
لعين الشيء أفاد البطلان، وإن كان لأمر خارج عنه أفاد الكراهة مع الصحة كما أن المشتري
قَصَّرَ في حق نفسه من التحري عن ثمن السلعة، وتفويض من يعرف (٨).
ويناقش:

بأن النجش فيه خديعة وتغيرير، ولذا يثبت للمشتري الخيار لرفع الضرر عنه، قياساً على
المصراة، والقول بأن المشتري قصر في حق نفسه بعدم التحري، فهذا أمر يقع فيه الكثير من
الناس، والقول بتوكيل أو تفويض من له خبرة في البيع أمر فيه حرج ومشقة على الناس،
ويتنافى مع مبادئ الشريعة الإسلامية.

-
- (١) صحيح البخاري- كتاب البيوع - باب النجش ج ٢/٧٥٣.
(٢) الموافقات- لأبي إسحاق إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الشاطبي (ت ٧٩٠ هـ) ج ٢/٥٤٠-الناشر: دار ابن
عفان ط. الولي-١٤١٧هـ.
(٣) المغني - لابن قدامة- ج ٦/٣٠٦.
(٤) الكافي في فقه أهل المدينة- لابن قدامة- ج ٢/١٥.
(٥) البحر الرائق- تكملة الطوري- ج ٦/١٠٧.
(٦) الحاوي الكبير- للماوردي- ج ٥/٣٤٣.
(٧) الوسيط في المذهب- للغزالي- ج ٣/٦٤.
(٨) المهذب- للشيرازي- ج ٢/٦١.

القول الثالث: العقد صحيح، وللمشتري الخيار في إمضاء العقد أو فسخه، وهو للمالكية^(١)، ووجه للشافعية^(٢).

واشترطوا أن يكون النجش بمواطأة بين البائع والناجش؛ لأن في هذا تدليس وتغيير من البائع.

واستدلوا: بأن النجش بالمواطأة بين البائع والناجش تدليس وتغيير بالمشتري، يؤدي إلى الضرر بالمشتري فهو كالعيب الذي يوجب حق الرد، ويكون ذلك بثبوت الخيار له، وقياساً على ثبوت الخيار في بيع المصرة.

القول الرابع: العقد صحيح وللمشتري حق الخيار، إذا كان في البيع غبن لم تجر العادة به، وهو أحد الوجهين للشافعية^(٣)، ومذهب الحنابلة^(٤).

واستدلوا: بأن التواطؤ بين البائع والناجش فيه تغيير للمشتري وهو يوجب الخيار؛ لأنه صار مغبوطاً.

والراجح: كما يبدو لي هو القول الثالث القائل بصحة العقد، وثبوت الخيار للمشتري إذا كان هناك تواطؤ بين البائع والناجش، وهو قول المالكية وقول للشافعية، لأنه يُعدّ تغييراً بالمشتري، وهو عيب يوجب الخيار بالرد، كما أنه يعيب الإرادة للمشتري، إذ أنه قطعاً لا يرضى بما أصابه من ضرر جراء التغيير بالنجش، فيثبت له الخيار، وقياساً على بيع المصرة، ويضاف إلى ذلك اشتراط الغبن الفاحش الذي يقع فيه المشتري بسبب التغيير بالنجش، أما الغبن اليسير فهو محتمل ووارد في غالب المعاملات، كما ينبغي أن يكون التغيير مُحْكَمًا

(١) مواهب الجليل من خليل - المختار الشنقيطي - ج ٣ / ٢٧٦، ط. إدارة إحياء التراث الإسلامي - ط. الأولى

١٤٠٣ هـ.

(٢) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٣٤٣

(٣) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٣٤٣

(٤) المغني - لابن قدامة - ج ٦ / ٣٠٤

بحيث لا يكون للمشتري فرصة في التحري، ويقع على القاضي عبء الحكم بثبوت توافر هذه الشروط من عدمها، وبالتالي يحكم للمشتري بثبوت الخيار من عدمه. فإذا وجد تواطؤاً من البائع، وحدث بسببه غبن فاحش، وكان التغيرير محكماً بحيث لا يدع للمشتري الفرصة في التحري أو العلم بالحقيقة، فله الحكم بثبوت الخيار، وإلا فلا. ومثال ذلك: الإعلان عن بيع شقق أو فيلات في أماكن بها مساحات خضراء، ومناطق خدمات، ولم يتمكن المتعاقد من التأكد من ذلك نظراً لعدم تنفيذها بعد، فهذا تغيرير يوجب الخيار. وأما إذا أمكن للمتعاقد التحري والتأكد والاستعانة بأهل الخبرة في ذلك، أو قصر في المعاينة إذا كانت المنشآت قائمة بالفعل، فلا خيار له (١).

(١) التغيرير بالإعلانات التجارية -علي غازي- ص ٣١.

المطلب الثالث

خيار خُلْف الصفة

ما يرد في الإعلان التجاري الإلكتروني من مواصفات ومزايا للخدمة أو السلعة يعتبر من شروط العقد، إذ يقبل المشتري على التعاقد بسبب توافر هذه المواصفات والمزايا فهي بمثابة الشروط في العقد، فإذا تم التعاقد، ثم تبين المشتري تخلف الصفة التي تم الإعلان عنها فهل يثبت له الخيار؟

أعرف أولاً معنى خُلْف الصفة، ثم أذكر حكمه.

أولاً: تعريف خُلْف الصفة:

الخلف لغة: مصدر قولك: أخلفت وعددي، وأخلف ظني، والخلف: ضد قدام، وهو النقيض من الشيء (١).

والوصف لغة: مصدر: وصف، وهو وصفك الشيء بحليته ولغته (٢).

والصفة في اصطلاح الفقهاء:

أن ينضبط الموصوف على وجه، فلا يبقى بعد الوصف إلا تفاوت يسير (٣).

وخيار خُلْف الصفة ذكره الفقهاء بألفاظ مختلفة، لكن معناه متقارب بل يكاد يكون واحداً. وهو يعني: حق الفسخ لتخلف شرط صحيح، أو وصف مرغوب فيه اشترطه العاقد في المعقود عليه (٤).

(١) لسان العرب - لابن منظور - ج ٩ / ٨٢، عادة: خلف

(٢) تهذيب اللغة - لابن فارس - ج ١٢ / ١٧٤، لسان العرب - ج ٩ / ٣٥٦

(٣) معجم المصطلحات الفقهية - د. محمود عبد الرحمن - ج ٢ / ٣٧٣

(٤) المعاملات المالية أصالة ومعاصرة - د. بيان محمد الديان - ج ٦ / ٥٠٩.

ثانيًا: ثبوت الخيار للمشتري عند تخلف الصفة:

إذا تم التعاقد على سلعة أو خدمة معينة وفقًا لما فيها من مواصفات ذكرت في الإعلان التجاري الإلكتروني، ثم وجد المشتري بعد ذلك السلعة أو الخدمة ليست فيها المواصفات المذكورة، فله الخيار في الفسخ، والرجوع بالثمن على البائع، أو الرضا بالعقد ولا شيء له، وهذا مما لا خلاف فيه بين الفقهاء.

ففي المغني:

"فمتى بان خلاف ما اشترطه فله الخيار في الفسخ والرجوع بالثمن أو الرضا به، ولا شيء له، لا يعلم بينهم في هذا خلافًا؛ لأنه شرط وصفًا مرغوبًا فيه فصار بالشرط مستحقًا" (١).
قال الزيلعي:

"وإنما يثبت له الخيار لفوات الوصف المرغوب فيه، كما إذا اشترى عبدًا على أنه خَبَّاز أو كاتب فإذا هو بخلاف ذلك" (٢).
وقال الحطاب:

"يجوز للمشتري رده لبائعه بسبب عدم وجود وصف مشروط وجوده في المبيع من المبتاع وله فيه غرض صحيح" (٣).
وقال العز بن عبد السلام:

"كل فضيلة لا يعم وجودها ولا يقتضي الذم عدمها كالجعودة في الشعر، والبكارة في الجارية، والحِرَف، والكتابة، فليس عدمها عيبًا، لكن إن شرطها فأخلفت ثبت الخيار" (٤).

(١) المغني - لابن قدامة - ج ٦ / ٢٣٩

(٢) تبين الحقائق - للزيلعي - ج ٤ / ٥٣

(٣) منح الجليل - للشيوخ عlish - ج ٥ / ١٤٤، الناشر / دار الفكر - ط. الأولى ١٤٠٤هـ - ١٩٨٤

(٤) الغاية في اختصار النهاية - للعز بن عبد السلام - ج ٣ / ٢٥٤ - الناشر: دار النوادر - بيروت - ط. الأولى ١٤٣٧هـ -

وقال ابن مفلح: "فإن وقى به - أي الشرط - وإلا فلصاحبه - المشتري - الفسخ؛ لأنه شرط وصفاً مرغوباً فيه فصار مستحقاً كما لو ظهر المبيع معيباً" (١).
واستدل الفقهاء على ذلك بالسنة، والقياس، والمعقول:
١- من السنة:

حديث: "الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ" (٢).
وجه الدلالة من الحديث: يدل على أنه على المسلمين أن يلتزموا بالشروط في العقود طالما كانت شروطاً مباحة، والمواصفات الواردة في الإعلان التجاري الإلكتروني تعتبر بمثابة الشروط؛ لأنها لولاها ما أقدم المشتري على التعاقد.
٢- من القياس:

قياس ثبوت خيار حُلْف الوصف على ثبوت خيار العيب، ففوات الوصف الوارد في الإعلان بمثابة فوات وصف السلامة في المبيع إذا ظهر فيه عيب، فيلزم له الخيار، كما في خيار العيب (٣).
٣- من المعقول:

يختلف الناس باختلاف الرغبات، فبعضهم ينظر لمواصفات معينة تدفعه للتعاقد، فلو لم تعتبر هذه المواصفات وتخلفت في المبيع لما كان لاشتراطها فائدة (٤).

(١) المبدع في شرح المقنع - برهان الدين ابن مفلح - ج ٤ / ٥١ - ط. دار الكتب العلمية - الأولى ١٤١٨ هـ، ١٩٩٧ م
(٢) الموطأ - للإمام مالك - حديث رقم (٣٣٠) - باب الصلح، سنن أبي داود - حديث رقم [٣٥٩٤]، المستدرک - للحاكم - حديث رقم (٢٣٠٩) ج ٢ / ص ٤٩ - ٥٠ قال: حديث صحيح على شرط الشيخين ولم يخرجاه، وله شاهد من حديث عائشة وأنس بن مالك رضي الله عنهما. ط. دار الكتب العلمية - الأولى ١٤١١ هـ.
(٣) بدائع الصنائع - للكاساني - ج ٥ / ٢٧٣، المبدع في شرح المقنع - لابن مفلح - ج ٤ / ٥١
(٤) المبدع - ج ٤ / ٥١

كما أن الوصف المرغوب فيه مستحق بالعقد بالشرط، ففواته يوجب التخيير؛ لأنه ما رضي بالعقد إلا به، وأما سبب أخذه لجميع الثمن؛ فلأن الأوصاف لا يقابلها شيء من الثمن لكونها تابعة في العقد (١).

وقد نص القانون المدني المصري في المادة ١/٤٤٧ على أنه:

"يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يتوافر في المبيع وقت التسليم الصفات التي كفّل للمشتري وجودها فيه، أو إذا كان بالمبيع وقت التسليم عيب ينقص من قيمته، أو نفعه بحسب الغاية المقصودة مستفادة مما هو مبين في العقد، أو مما هو ظاهر من طبيعة الشيء، أو الغرض الذي أُعد له، ويضمن البائع هذا العيب ولو لم يكن عالمًا به". ويتضح من ذلك أن القانون ساوى بين تخلف الوصف، والعيب الخفي من حيث الحكم والأثر، فيوجب له الخيار، والضمان

والقانون المصري يثبت حق الخيار بالتدليس عمومًا، ففي المادة ١٢٥ مدني:

- ١- يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين، أو نائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.
- ٢- ويعتبر تدليسًا السكوت عمدًا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة.

وتنص المادة ١٢٦ مدني: "إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم أو كان من المفروض حتمًا أن يعلم بهذا التدليس".

وهذا الأخير يتفق مع الرأي الراجح فقهاً في التغيرير بالنجش والذي قال به المالكية، وقول للشافعية؛ حيث اشترطوا في التغيرير أن يكون هناك تواطأ بين البائع والناجش.

(١) البحر الرائق - تكملة الطوري - ج ٨ / ٩١

وكذلك نص قانون حماية المستهلك رقم ٦٧ لسنة ٢٠٠٦م في المادة (٨) منه على حق المستهلك في إرجاع السلعة أو استبدالها مع استرداد قيمتها خلال ١٤ يومًا إذا شاب السلعة عيب، أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله. وكذلك القانون الجديد رقم ٨١ لسنة ٢٠١٨م في المادة (٧) من الفصل الأول منه.

- وهل يثبت للمشتري الخيار إذا جاءت السلعة أو الخدمة مطابقة للمواصفات؟
اختلف الفقهاء في ذلك على قولين:

الأول: لجمهور الفقهاء من المالكية (١)، ووجه عند الشافعية (٢)، والحنابلة (٣)، ومحمد ابن سيرين، وأيوب، والعنبري، وإسحاق، وأبو ثور، والظاهرية (٤)، وقالوا: لا يثبت الخيار للمشتري، وهو ما يعرف بخيار الرؤية

واستدلوا:

بأنه مبيع موصوف قبض على صفته فلم يكن للمشتري الخيار كالسلم (٥).

القول الثاني: للحنفية (٦)، ووجه عند الشافعية وهو المنصوص عليه (٧)، والثوري (٨)، وقالوا بثبوت الخيار للمشتري حتى ولو جاء المعقود عليه موافقًا للصفة

-
- (١) بداية المجتهد - لابن رشد - ج ٣ / ١٧٤، المعونة على مذهب عالم المدينة - للقاضي عبد الوهاب - ج ٢ / ٩٧٩، واستثنى المالكية إذا اشترط الخيار في العقد فيثبت بالشرط
- (٢) البيان في مذهب الإمام الشافعي - لأبي الحسين يحيى بن أبي الخير بن سالم العمراني - ج ٥ / ٨٣، الناشر: دار المنهاج - ط. الأولى ١٤٢١هـ - ٢٠٠٠م
- (٣) المغني - لابن قدامة - ج ٣ / ٤٩٤
- (٤) المحلى - لابن حزم الظاهري - ج ٧ / ٢٢١.
- (٥) المعونة - للقاضي عبد الوهاب - ج ٢، ٩٧٩، البيان - للعمراني - ج ٥، ٨٣، المغني - لابن قدامة - ج ٣، ٩٦
- (٦) الهداية في شرح بداية المبتدي - للمرغيناني - ج ٣، ٣٤، الاختيار لتعليل المختار - للموصلي - ج ٢، ١٥
- (٧) البيان - للعمراني - ج ٥، ٨٣
- (٨) المغني - لابن قدامة - ج ٦، ٣٤

واستدلوا بالمعقول من وجهين:

الأول: جهالة الوصف في المبيع تؤثر في الرضا فتوجب خللاً فيه، واختلاف الرضا في البيع يوجب الخيار، ويسمى خيار الرؤية.

ويجب عن ذلك: بأن خيار الرؤية معتبر لمن يسميه ويرى صحة ثبوته، ولا يحتج به على غيره.

الثاني: قد يحصل الندم للمشتري إذا رأى المبيع فيحتاج لتدارك ذلك، ولا يكون ذلك إلا بالخيار.

ويجب عنه: بأنه كيف يحدث الندم للمشتري، وقد جاء المبيع موافقاً للصفة؟ إذا وُجد المبيع مطابقاً للمواصفات؛ وذلك والراجع: ما ذهب إليه جمهور الفقهاء من عدم ثبوت الخيار للمشتري لأن المشتري وجده كما وُصف له فلا محل للخيار، ولأن في إثبات الخيار للمشتري مع أن المبيع أو الخدمة مطابقة للوصف فيه إضرار للبائع وظلم له، لأنه وفّى بما عليه من التزام، كما أنه يؤدي إلى عدم استقرار للمعاملات بين الناس. وقد أخذ القانون المدني المصري، وقانون حماية المستهلك برأي جمهور الفقهاء، إذا أنه لم يثبت للمشتري حق الرجوع والاسترداد إلا إذا كان في المبيع عيب أو جاء مخالفاً للوصف المعلن عنه.

المبحث الثالث

مدى ثبوت الضمان للمغرور

سبق الكلام في المبحث الثاني من الفصل الأول عن تعريف الضمان، ومعناه عند الفقهاء، وكذلك موجبات الضمان، وأسبابه إجمالاً.

ومن أسباب الضمان عند الفقهاء العقد، وكذلك الإلتاف، كما يُعد الإلتاف أيضاً من موجبات الضمان.

والتغير بالإعلان التجاري الإلكتروني قد يترتب عليه إتلاف، أو ضرر للمشتري بسبب العقد الذي تم إبرامه، ولم يلتزم أحد الطرفين بتنفيذ التزامه، أو كان بالبيع عيب، أو تخلف شرط أو صفة من الصفات فيه، أو تترتب على استخدامه ضرر، وجب الضمان، وهو ما يسمى بالضمان العقدي (١).

وأتكلم عن شروط التغير الموجب للضمان في الإعلان التجاري أولاً، ثم حكم الضمان للمغرور، ثم أنواع الضمان للمغرور، وذلك في مطالب ثلاثة:

(١) الأشباه والنظائر - للسيوطي - ص ٣٦٢، نظرية العقد - د. وهبة الزحيلي - ص ٦٢، دار الفكر سنة ١٩٩٨ م

المطلب الأول

شروط التغير الموجب للضمان في الإعلان التجاري الإلكتروني

ليس كل تغير في الإعلان التجاري الإلكتروني يوجب الخيار، أو الضمان، ولكن لابد من توافر عدة شروط فيه ليكون موجباً للضمان، وهذه الشروط يمكن استخلاصها من عبارات الفقهاء، ويمكن إجمالها فيما يلي:

١- عدم علم المتعاقد المغرر به بالتغير عند التعاقد، لأنه إذا كان يعلم بالتغير ومع ذلك تعاقد فقد رضي بهذا التغير، وبالتالي فلا يحق له الخيار، أو الرجوع بالضمان على الطرف الآخر^(١).

قال الكاساني: "والحاصل أن كل تصرف يوجد من المشتري في المشتري بعد العلم بالبيع يدل على الرضا بالعيب يسقط الخيار ويلزم البيع"^(٢).

وقال القاضي عبد الوهاب: "فإن تصرف فيه -المبيع - بعد العلم بالعيب مختاراً فذلك رضا منه بعيه فليس له رد ولا أرش"^(٣).

وقال العمراني: "فإن علم بالعيب فصرح بالرضا به أو تصرف فيه بالبيع..... سقط حقه من الرد"^(٤).

وفي المغني: "فإن كان باعه عالمًا بالعيب، أو وجد منه ما يدل على رضاه به فليس له رده"^(٥).

(١) البحر الرائق - لابن نجيم - ج ٦ / ٣٩، المعونة على مذهب عالم المدينة - للقاضي عبد الوهاب - ج ٢ / ١٠٦٧،

الحاوي الكبير للماوردي - ج ٥ / ٢٦١، المغني - لابن قدامة - ج ١٠ / ٦٤

(٢) بدائع الصنائع - ج ٥ / ٢٨٢

(٣) المعونة - للقاضي عبد الوهاب - ج ٢ / ١٠٥٢

(٤) البيان - العمراني - ج ٥ / ٢٨٦

(٥) المغني - لابن قدامة - ج ٤ / ١٢٠

٢- أن يكون التغير متقناً يخفى على عوام الناس، فيكون التغير مؤثراً في الإقدام على التعاقد، أما لو كان التغير يسيراً فلا يحق للمتعاقد الضمان، ويفهم ذلك من عبارات بعض الفقهاء، كالشافعية الذين قالوا بعدم ثبوت الخيار على الأصح إذا كان التغير يسيراً كمن لطح ثوب العبد بالمداد ليوهم أنه كاتب فبان خلافة، أو علف البهيمة حتى انتفخ بطنها فظنها المشتري حاملاً، لأن هذا أمر يسير ظاهر يمكن للمشتري معرفته، وعدم معرفته به تقصير منه (١).

٣- أن يكون التغير أدى إلى ارتفاع ثمن السلعة، أو فوت وصف مرغوب فيه في محل العقد، فإن لم يكن للتغير تأثير في الثمن، أو فوات وصف مرغوب فلا يثبت الخيار، ولا الضمان (٢).

٤- أن يكون التغير من المتعاقد صاحب السلعة أو الخدمة، أو يكون بالتواطؤ معه من طرف آخر غير المتعاقدين، واختلف الفقهاء في اشتراط التواطؤ بين البائع والطرف الآخر، فاشتراطه المالكية (٣)، و قول عند الشافعية (٤)، ولم يشترطه الحنابلة (٥)، وأثبتوا الخيار والضمان بمجرد وقوع التغير.

٥- أن يكون التغير مقروناً أي متصلاً بالعقد على سبيل الشرط على الأصح عند الشافعية، ففي الروضة: "قال الأصحاب: التغير المؤثر هو الذي يكون مقروناً بالعقد على سبيل

(١) روضة الطالبين - للنووي - ج ٣ / ٤٧١، البيان - العمراني - ج ٥ / ٢٧٥، القواعد - لأبي بكر محمد بن عبد المؤمن المعروف بالحصني - ج ٣ / ٦٥ - الناشر - مكتبة الرشد - الرياض - ط. الأولى ١٤١٨هـ، ١٩٩٧م.

(٢) الشرح الكبير - للدردير - ج ٣ / ١٠٨، شرح التلقين - للمازري - ج ٢ / ٦١٩، الحاوي - للماوردي - ج ٦ / ١٨٢، التعليقة الكبيرة - للقاضي أبي يعلى - ج ٣ / ١٦٩ - الناشر: دار النوادر - ط. الأولى ١٤٣١هـ..

(٣) مواهب الجليل من أدلة خليل - للشنقيطي - ج ٣ / ٢٧٦

(٤) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٥ / ٣٤٣.

(٥) المغني - لابن قدامة - ج ٦ / ٣٠٤

الشرط، فلو سبق العقد فالصحيح أنه لا يؤثر في صحة العقد ولا في الخيار، وقيل يؤثر فيهما^(١).

والغالب في الدعاية التجارية بالإعلان أن التغير سابق للعقد ومقارن له، حيث يتأثر المتعاقد بالإعلان ثم يتعاقد عبر الإنترنت على ذات المواصفات والشروط الواردة في الإعلان، وبالتالي فهو تغير مؤثر في الخيار والضمان معاً
٦- واشترط بعض الفقهاء الرد على الفور بمجرد العلم بالتغير، فإن تأخر في الرد سقط خياره، وضمانه إن كان له موجب؛ لأن تأخره يدل على الرضا بالعقد. (٢).

وعلى ذلك: فلا بد لثبوت الضمان للمغور في الإعلان التجاري الإلكتروني، أن يكون المشتري غير عالم بالتغير، وأن يكون التغير متقناً بحيث يصعب على العوام معرفته، وأن يكون التغير مؤدياً إلى ارتفاع ثمن السلعة، أو قوت وصفاً مرغوباً فيه، وأن يكون التغير من البائع، أو بتواطؤ معه من قبل طرف آخر، وأن يكون التغير متصلاً بالعقد، أو سابقاً عليه بمدة قليلة، وأن يسارع المغور بالرد للمبيع فور علمه بالتغير.

وفي حالة حدوث تنازع في توافر هذه الشروط لاستحقاق الضمان، فالمرجع في ذلك لسلطة القاضي، وهو الذي يقدر توافر هذه الشروط من عدمها.
وهو ما أخذ به قانون حماية المستهلك رقم ٨١ لسنة ٢٠١٨ م في المادة (١٩)، من إلزام المورد بإبلاغ الجهاز -حماية المستهلك- بالعيب وأضراره خلال سبعة أيام من تسلمها، ويلتزم المورد بإصلاح العيب، أو باستبدال المنتج، أو استرجاعه مع رد قيمته دون أي تكلفة إضافية على المستهلك.

(١) روضة الطالبين - للنووي - ج ٧ / ١٨٧، العزيز شرح الوجيز - للرافعي - ج ٨ / ١٤٨

(٢) الفتاوى العالمية الكبرى - المعروفة بالفتاوى الهندية - لمجموعة من العلماء - ج ٣ / ٥٨، تحفة الفقهاء - للسمرقندي - ج ٢ / ٨٢، الذخيرة - للقرافي - ج ٥ / ١٠٣، مغني المحتاج - للخطيب الشربيني - ج ٢ / ٤٣٦، المغني - لابن قدامة - ج ٤ / ١٠٩.

المطلب الثاني

حكم الضمان للمغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية

اتفق الفقهاء على ثبوت الضمان في التغيرير الفعلي.

قال الحطاب: "الغرر بالقول لا يُضمن، وفيه الخلاف، وبالفعل يُضمن بلا خلاف" (١) واختلفوا في ثبوت الضمان في التغيرير القولي، على قولين:

القول الأول: لجمهور الفقهاء، بل عامة الفقهاء من الحنفية (٢)، والمالكية (٣)،

والشافعية (٤)، والحنابلة (٥)

ويروا أن: الغار ضامن.

ففي المغني: "قال أحمد في رجل اشترى عبداً فأبق من يده، وأقام البينة أن إباحه كان موجوداً في يد البائع: يرجع به على البائع بجميع الثمن الذي أخذه منه؛ لأنه غرّ المشتري" (٦).

واستدلوا: بالسنة، والأثر، والقواعد الفقهية:

١- من السنة: حديث: "لا ضرر ولا ضرار" (٧).

(١) مواهب الجليل - للحطاب - ج ٤، ٤٣٨، وحتى عند الحنفية الذين لم يثبتوا الخيار في التغيرير بالفعل، فإنهم أثبتوا الحق في الرجوع بالنقصان في أرجح الروايات للطحاوي حاشية ابن عابدين - ج ٥، ٤٤.

(٢) بدائع الصنائع - ج ٦، ٩٧، المبسوط - للسرخسي - ج ١٣، ٢٤

(٣) منح الجليل - للشيخ عlish - ج ٧، ٥٠٩

(٤) نهاية المطلب في دراية المذهب - للجويني - ج ٧، ٣٠٢، الأم - للشافعي - ج ٦، ٢٧١

(٥) المغني - لابن قدامة - ج ٦، ٢٣٥، الشرح الكبير - لابن قدامة - ج ٤، ٩١

(٦) المغني - لابن قدامة - ج ٦، ٢٣٤

(٧) سبق تخريجه: ص ١٢٠٧ من هذا البحث.

وجه الدلالة من الحديث: نهى الحديث عن الضرر والضّرار عمومًا؛ لأن لفظ ضرر نكرة وكذلك ضرار، والنكرة في سياق النهي تفيد العموم، والضرر: ما تضر به صاحبك مما تنتفع به أنت، والضّرار: أن تضره من غير أن تنفع نفسك (١)، وقيل المعنى: لا يضر أحد أحدًا ابتداءً، ولا يضره إن ضره وليصبر (٢).

والتغيرير في الدعاية بالإعلان التجاري فيه ضرر بالمتعاقدين الآخر، حيث يهدف البائع إلى نفع نفسه وضرر غيره، فيجب رفع الضرر عنه، ولا يكون ذلك إلا بالخيار، وقد لا يكفي الخيار، فلا بد من الضمان لما أصابه من ضرر

٢- من الأثر:

عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ، أَنَّهُ قَالَ: قَالَ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ: أَيُّمَا رَجُلٍ تَزَوَّجَ امْرَأَةً، وَبِهَا جُنُونٌ أَوْ جَذَامٌ أَوْ بَرَصٌ، فَمَسَّهَا، فَلَهَا صَدَاقُهَا، وَذَلِكَ لِزَوَّجِهَا غُرْمٌ عَلَى وَلِيِّهَا. (٣)

وجه الدلالة من الأثر: أن الزوج يغرم الولي، وهو الضمان لما أصابه من ضرر، وهذا الأثر في الضمان إن كان ورد في النكاح فإنه عقد معاوضة، ولكنه على صفات مخصوصة.

٣- القواعد الفقهية:

أ- قاعدة "الضرر يزال" (٤)

ومعناها: أن الضرر إذا وقع تجب إزالته، وأصل هذه القاعدة لا ضرر ولا ضرار، والضرر الذي لحق بالمغرور يزال لضمان الغار له فوجب الضمان.

ففي درر الحكام:

(١) عمدة القاري - شرح صحيح البخاري - ج ٩ / ١٩٥

(٢) الاستذكار - لابن عبد البر - ج ٧ / ١٩١

(٣) موطأ مالك - ج ١ / ٥٧٣، سنن الدار قطني - ج ٤ / ٣٩٩، سنن سعيد بن منصور - ج ١ / ٢٤٥ - الناشر: الدار السلفية ط. الأولى ١٤٠٣ هـ.

(٤) الأشباه والنظائر - للسبكي - ج ١ / ٤١، الأشباه والنظائر - للسيوطي - ص ٨٣

"الضرر يزال؛ لأن الضرر هو ظلم وغدر والواجب عدم إيقاعه، فيجب إزالته فتجوز خيار التعيين..... والتغيير..... وتضمن المال المتلف للمتلف..... إنما هو بقصد إزالة الضرر" (١).

ب- قاعدة المغرور يرجع على الغار بما غره (٢). والمغرور هو المخدوع الذي يخدع في المفاوضات، إذ توصف له السلعة بغير حقيقتها، أو يشترطها على أنها سليمة فتظهر معيبة، فهذا المغرور له الحق في طلب التعويض ممن غره دفعًا للضرر الذي لحقه.

القول الثاني: لابن حزم الظاهري (٣)، أن الغار لا يضمن. واستدل: بأن الغار لم يباشر الفعل المسبب للضمان، ولا أكره عليه. ويناقش ذلك: بأنه ينافي العدل، إذ يقتضي العدل أن من تسبب في إتلاف مال شخص أو تغريمه بسبب التغرير من قول، أو فعل فإنه يضمن، فإتلاف المتسبب كإتلاف المباشر في أصل الضمان؛ لأنه متعدي في الحالتين (٤).

قال ابن القيم: "..... ثم وفوا العدالة بأن مكنا المغرور من الرجوع بما غرمه على من غره، لأن غرمه كان بسبب غروره، والقياس والعدل يقتضي أن من تسبب في إتلاف مال شخص أو تغريمه أنه يضمنه" (٥).

(١) درر الحكم شرح مجلة الأحكام - علي حيدر - ج ١ / ٣٧

(٢) قواعد الفقه - للبركتي - ص ١٢٦، محمد عميم الإحسان المجددي البركتي - الناشر: الصدف - كراتش - ط. الأولى

١٤٠٧ هـ، موسوعة القواعد الفقهية - محمد صدقي آل بورنو - ج ١٠ / ٧٧٩، الناشر: مؤسسة الرسالة - ط. الأولى

١٤٢٤ هـ.

(٣) المحلي - لابن حزم - ج ١١ / ٢٠٨

(٤) الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية - محمد صدقي آل بورنو - ص ٨٤

(٥) إعلام الموقعين - لابن القيم - ج ٢ / ٣٥

والراجح: قول جمهور العلماء بوجوب الضمان على الغار؛ وذلك للحديث، والأثر، والقواعد الفقهية التي استدلو بها، وموافقة ذلك لقواعد العدل والقياس، كما أن القول بعدم تضمين الغار يفتح بابًا كبيرًا للفساد في المعاملات فوجب سدّه.

وقد وافق القانون المدني المصري ما ذهب إليه جمهور الفقهاء، ففي المادة ١٦٣: "كل خطأ سبب ضررًا للغير يلتزم من ارتكبه بالتعويض"، وكذلك قانون حماية المستهلك رقم ٨١ لسنة ٢٠١٨ ففي المادة (٢٠) منه نص على أنه: "يضمن المورد جودة المنتج محل التقاعد وسلامته طول فترة الضمان، كما يضمن توافر المواصفات التي تم التعاقد بناءً عليها" كما نصت المادة (٢٢) على "الالتزام بالضمان للسلع لمدة عامين على الأقل من تاريخ استلام المستهلك للسلعة"

وكذلك في المادة (٢٦) منه: "يلتزم المورد عند تحقق شروط المسؤولية عن عدم الصلاحية بإعادة تقديم الخدمة أو برد مقابلها أو ما يجبر النقص فيها...."

المطلب الثالث

أنواع الضمان للمغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية

يتنوع الضمان للمغرور جراء الدعاية التجارية الإلكترونية وفقًا للضرر الذي أصابه، أو لحق به بسبب التغيرير من قبل البائع، أو المُعلن: فقد يكون الضرر ماديًا، أو أدبيًا (معنويًا)، ويجب التعويض للمغرور وفقًا لرأي جمهور الفقهاء وهو الراجح، خلافًا للظاهرية-وهو ما سبق الكلام عنه في المطلب السابق.

وقد يكون الضرر الذي أصاب المغرور ضررًا بدنيًا، بهلاك النفس، أو تلف عضو من أعضائه جرّاء استخدام السلعة أو الخدمة المُعلن عنها؛ لأنها اشتملت على مواد ضارة للبدن لم يعلم أو ينبه عنها المُعلن، أو عيوب في الصناعة أدت لحدوث هلاك للنفس، أو تلف للأعضاء، وكلاهما يوجب الضمان، وأعرض لذلك في فرعين:

الفرع الأول

ضمان التعرير في الدعاية التجارية الإلكترونية المؤدي لهلاك النفس

وينبغي التفرقة بين حالتين:

الحالة الأولى:

قد يكون المنتج أو الخدمة به عيب في الصناعة غير مقصود ولا معتاد، فأدى استخدامه إلى حدوث هلاك كما لو كانت السيارة المباعة بها عيب صناعة، أو عيوب في المكيفات المنزلية، أو السخانات الكهربائية.

وفي هذه الحالة، انتفى القصد الجنائي لدى المعلن، والسلعة غير مُعدّة للقتل، وما حدث بسببها كان لخطأ في الصناعة، أو لضرر تسببه، لكنه ضرر نادر الوقوع، فانتفت العمدية، وقصد الضرر بالمشتري، ولذا يسقط القصاص، لكن ينتقل إلى الدية عن القتل الخطأ.

قال تعالى: "وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ أَنْ يَقْتُلَ مُؤْمِنًا إِلَّا خَطَأً" (١).

وفي الحديث: عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "إِنَّ اللَّهَ وَضَعَ عَنْ أُمَّتِي الْخَطَأَ، وَالنِّسْيَانَ، وَمَا اسْتُكْرِهُوا عَلَيْهِ" (٢).

فدلت الآية والحديث: على أن القتل الخطأ موجب للدية ولا قصاص فيه، لأن الله لم

يوجب القصاص في عمد الخطأ ففي الخطأ أولى (٣).

قال ابن قدامة:

(١) سورة النساء - من الآية: ٩٢.

(٢) سنن ابن ماجه - حديث رقم ٢٠٤٥، قال الإمام البوصيري في مصباح الزجاجة: "هَذَا إِسْنَادٌ صَحِيحٌ إِنْ سَلِمَ مِنَ الْإِثْقَاعِ وَالظَّاهِرُ أَنَّهُ مُنْقَطِعٌ"، الجامع الصحيح للسنن والمسانيد - صهيب عبد الجبار - ج ٢ / ٣٥٢. قال ابن حجر في بلوغ المرام ص ٤٠٩: رواه ابن ماجه، والحاكم، وقال أبو حاتم: لا يثبت.

(٣) المغني - لابن قدامة - ج ١١ / ٤٦٤

"فهذا الضرب من الخطأ تجب به الدية على العاقلة، والكفارة في مال القاتل بغير خلاف نعلمه"^(١).

الحالة الثانية:

قد يكون المنتج أو الخدمة المعلن عنها لها أضرار كبيرة تصل إلى القتل في حالات معينة، أو لأشخاص معينة، كأن يكون المنتج أدوات للرياضة البدنية، لكن يحظر استعمالها على من به أمراض معينة، أو كان أدوات تجميل، أو منشطات يحظر استخدامها لفئات معينة من المرضى، ولم يوضح أو يُفصح الإعلان عن تلك المحاذير فأدى إلى الوفاة. وهذه الحالة، يتضح فيها التعدي من قبل المعلن، حيث كان يعلم بخطورة السلعة، أو الخدمة على فئات معينة من المستخدمين، أو بطريقة معينة، ولم يحذر من ذلك، فأدى إلى هلاك النفس، وهو ما يعرف بالقتل بالتسبب، فهل يوجب القصاص؟ اختلف الفقهاء فيما إذا كان القاتل غير مباشر لعملية القتل، وإنما هو متسبب فيها، على قولين:

القول الأول:

للمالكية (٢)، الشافعية (٣)، وبعض الحنابلة (٤)، وقالوا: بوجوب القصاص في القتل بالتسبب إذا حصل ذلك عمدًا.

واستدلوا: بالسنة، والأثر، والمعقول:

١- من السنة:

(١) المغني - لابن قدامة - ج ١١ / ٤٦٤.

(٢) الشرح الكبير على حاشية الدسوقي - ج ٤ / ٢٤٣، جواهر الدر في حل ألفاظ المختصر - لأبي عبدالله شمس الدين

محمد بن إبراهيم التتائي المالكي - ج ٨ / ٤٥، الناشر: دار ابن حزم - ط. الأولى ١٤٣٥هـ.

(٣) العزيز شرح الوجيز - للرافعي - ج ٦ / ٥١٧، روضة الطالبين - ج ٩ / ١٢٣.

(٤) شرح الزركشي على مختصر الحزقي - للزركشي - ج ٦ / ٥٩.

١- ما روي عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّ امْرَأَةً، مِنَ الْيَهُودِ أَهْدَتْ إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: شَاةً مَسْمُومَةً، قَالَ: «فَمَا عَرَضَ لَهَا النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ» قَالَ أَبُو دَاوُدَ: «هَذِهِ أُخْتُ مُرَحَّبِ الْيَهُودِيَّةُ الَّتِي سَمَّيْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ» (١).

وجه الدلالة من الحديث: يدل الحديث على أن القتل بالسبب يوجب القصاص، فقد دفع النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بالمرأة اليهودية إلى أولياء بشر بن البراء بن معرور، وكان أكل منها فمات فقتلوا به (٢).

٢- من الأثر:

ورد عَنِ الشَّعْبِيِّ: فِي رَجُلَيْنِ شَهِدَا عَلَى رَجُلٍ أَنَّهُ سَرَقَ، فَقَطَّعَهُ عَلِيٌّ، ثُمَّ جَاءَا بِآخَرَ وَقَالَا: أَخْطَاؤُنَا، فَأَبْطَلَ شَهَادَتَهُمَا، وَأَخَذَا بِدِيَةِ الْأَوَّلِ، وَقَالَ: لَوْ عَلِمْتُ أَنَّكُمَا تَعْمَدْتُمَا لَقَطَّعْتُكُمَا" (٣).

وجه الدلالة من الأثر: قول -علي رضي الله عنه- لو تعمدتما لقطعتكما، فهو يدل على وجوب القود عند التعمد، أما الخطأ فلا (٤).

٣- من المعقول:

أن المتسبب قصد الضر بفعله، وهلك المقصود المعين فيجب القصاص من الفاعل (٥).

(١) سنن أبي داود- ج ٤/ ١٧٣ حديث رقم (٤٥٠٩)، مسند الإمام أحمد - ج ٥/ ٦٠٥ حديث رقم ٢٧٨٤، عن ابن عباس رضي الله عنهما، قال الهيثمي في مجمع الزوائد- ج ٨/ ٢٩٥ عنه: "رَوَاهُ أَحْمَدُ، وَرِجَالُهُ رِجَالُ الصَّحِيحِ غَيْرُ هَلَالِ بْنِ حَبَابٍ وَهُوَ ثِقَةٌ".

(٢) شرح النووي على صحيح مسلم- ج ١٤/ ١٧٩

(٣) صحيح البخاري- ج ٦، ٢٥٢٧ - كتاب الديات - باب إذا أصاب قوم من رجل هل يعاقب أو يقتص منهم كلهم.

(٤) المعونة- للقاضي عبد الوهاب- ج ٣، ١٥٦٢.

(٥) الشرح الكبير مع حاشية الدسوقي- ج ٤، ٢٨٧.

القول الثاني: للحنفية (١)، والحنابلة (٢)، وقالوا: القتل بالتسبب لا يوجب القصاص واستدلوا بالمعقول:

القتل بالمباشرة لا يستوي مع القتل بالسبب، فإن كان مباشرة وجب القصاص، وإن كان بالسبب فلا يوجب القصاص، بل الدية، لأنه وإن قصد القتل فإنه جرى مجرى الخطأ (٣).

القول الرابع:

هو القول الأول القائل بوجوب القصاص في القتل بالسبب إذا كان متعمداً، وذلك لقوة أدلتهم من السنة، والأثر، والمعقول.

وعلى ذلك: يجب أن نفرق في التغيرير الذي يحدث في الدعاية التجارية بين أمرين: إذا كان الخطأ متعمداً، وهو يعلم أن عدم ذكره، أو بيانه لعيوب معينة أو محاذير معينة لفئات معينة ستؤدي إلى الوفاة، فهذا يجب فيه القصاص، حفاظاً على النفس والتي هي من أهم مقاصد الشريعة.

وأما إن كان الخطأ غير متعمد، أو أن عدم ذكره للمحاذير لن يتسبب في حدوث الهلاك غالباً، فلا يجب القصاص، بل ينتقل إلى الدية.

وهذا هو الغالب في التغيرير بالإعلان التجاري الإلكتروني، حيث يهدف إلى التجارة، والربح، وليس قتل الآخرين، إلا أن يتعلق الأمر بمستحضرات طبية خطيرة، وكان المعلن جشعاً لا يهّمه إلا تحقيق الربح، وهذا قليل فينبغي أن يطبق عليه القصاص.

وقد أحسن القانون إذ نص قانون حماية المستهلك، رقم (١٨١) لسنة ٢٠١٨ في المادة (٢٧) منه فنص على وجوب الضمان في الحالتين، فنص على أن: "يكون المنتج مسؤولاً

(١) بدائع الصنائع - ج ٧، ٢٣٩.

(٢) الشرح الكبير على المقنع - لابن قدامة - ج ٢٦، ٩٨، شرح الزركشي - ج ٦، ٢١١.

(٣) بدائع الصنائع - ج ٧، ٢٣٩، الشرح الكبير - لابن قدامة - ج ٩، ٦٦٦.

عن كل ضرر يلحقه المنتج أو يحدثه إذا ثبت أن الضرر نشأ بسبب عيب في المنتج يرجع إلى تصميمه أو صنعه أو تركيبه.

ويكون المورد مسؤولاً عن كل ضرر يلحقه أو يحدثه المنتج يرجع إلى طريقة استعماله استعمالاً خاطئاً إذا ثبت أن الضرر بسبب تقصير المورد في اتخاذ الحيطة الكافية لمنع وقوع الضرر أو التنبيه إلى احتمال وقوعه.

الفرع الثاني

ضمان التغرير في الدعاية التجارية الإلكترونية المؤدى إلى تلف عضو

إذا أدى التغرير في الإعلان التجاري إلى تلف عضو من البدن، فقد أجمع الفقهاء (١) على عدم وجوب القصاص، وتجب الدية، لأنه فيما دون النفس.

والدية الواجبة تتنوع وفقاً للعضو التالف:

- فقد تكون الدية كاملة، إذا كان العضو لا نظير له في البدن، وقد فاتت المنفعة المقصودة منه، كالأنف، واللسان، والذكر، وغيرها (٢).

- وتجب نصف الدية إذا كان العضو منه اثنان في البدن كاليدين، والرجلين، والأذنين، ففي كل واحدة نصف الدية.

- وتجب ربع الدية إذا كان من العضو أربع في البدن فتلف أو هلك أحدها، كأشفار العينين، ففي كل واحدة منها ربع الدية.

- ويجب عشر الدية إذا كان من العضو عشرة في البدن، كما في أصابع اليدين، والقدمين، ففي كل أصبع عشرة من الإبل.

(١) الإجماع- لابن المنذر- ص ١٢٣.

(٢) المبسوط- للسرخسي- ج ٦/ ٥٢٨، المدونة- مالك بن أنس- ج ٤/ ٥٦٠، الأم- للشافعي- ج ٦/ ١٣١، الكافي- لابن قدامة- ج ٤/ ٢٦.

ودليل ذلك: كتاب النبي صلى الله عليه وسلم لأهل اليمن:
عَنْ أَبِي بَكْرٍ بْنِ مُحَمَّدٍ بْنِ عَمْرٍو بْنِ حَرْمٍ، عَنْ أَبِيهِ، عَنْ جَدِّهِ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ
وَسَلَّمَ: «كَتَبَ إِلَى أَهْلِ الْيَمَنِ بِكِتَابٍ فِيهِ الْفَرَائِضُ وَالسُّنَنُ وَالِدِّيَّاتُ، وَبَعَثَ بِهِ مَعَ عَمْرٍو بْنِ
حَرْمٍ، فَقُرِئَتْ عَلَى أَهْلِ مَنْ اعْتَبَطَ مُؤْمِنًا قَتْلًا، عَنْ بَيْنَةٍ فَإِنَّهُ قَوْدٌ إِلَّا أَنْ يَرْضَى أَوْلِيَاءُ
الْمَقْتُولِ، وَأَنَّ فِي النَّفْسِ الدِّيَّةَ مِائَةً مِنَ الْإِبِلِ، وَفِي الْأَنْفِ إِذَا أَوْعَبَ جَدْعُهُ الدِّيَّةَ وَفِي اللِّسَانِ
الدِّيَّةَ، وَفِي الشَّفَتَيْنِ الدِّيَّةَ، وَفِي الْبَيْضَتَيْنِ الدِّيَّةَ، وَفِي الذَّكْرِ الدِّيَّةَ، وَفِي الصُّلْبِ الدِّيَّةَ، وَفِي
الْعَيْنَيْنِ الدِّيَّةَ، وَفِي الرَّجْلِ الْوَاحِدَةِ نِصْفُ الدِّيَّةِ، وَفِي الْمَأْمُومَةِ ثُلُثُ الدِّيَّةِ وَفِي الْجَائِفَةِ ثُلُثُ
الدِّيَّةِ، وَفِي الْمُنْقَلَةِ خُمْسَ عَشْرَةٍ مِنَ الْإِبِلِ وَفِي كُلِّ إَصْبُعٍ مِنْ أَصَابِعِ الْيَدِ وَالرَّجْلِ عَشْرٌ
مِنَ الْإِبِلِ (١)

وعلى ذلك: يكون التغيرير المؤدي إلى إتلاف عضو من البدن، ديته وفقًا لذلك العضو؛
الدية كاملة أو نصفها، أو ربعها، أو عشرها.

المبحث الرابع

العقوبة على الغار في الدعاية التجارية الإلكترونية

مما لا شك فيه أن التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية، تدليس على المشتري، ومخالفة
لأوامر الشرع من وجوب البيان للسلعة وعدم الغش، ويؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل،
فهو جريمة تستوجب التغيرير وفقًا لما يراه القاضي، من الغرامة المالية، أو بيع سلعته عليه
والتصدق بثمانها، أو الحبس، أو إخراجه من السوق، أو عدم قبول شهادته، كل ذلك يراعى
فيه تكرار ذلك الفعل منه أو عدمه.

وقد جاء في أقوال فقهاء المذاهب المختلفة ما يدل على ذلك:

(١) سنن النسائي - حديث رقم [٤٨٥٣]، الأحاديث الطوال - للطبراني - ص ٣١٠، حديث رقم (٥٦) المستدرک -
للحاكم - ج ١، ٥٥٢ - حديث رقم [١٤٤٧] - قال النسائي وسليمان بن أرقم متروك، وقال الحاكم: إسناده صحيح، وهو
من قواعد الإسلام نصب الراية - للزيلعي - ج ٢، ٣٤١).

فعند الحنفية:

جاء قولهم: "إذا باع سلعة معينة عليه البيان وإن لم يبين، قال بعض مشايخنا: يفسق وترد شهادته" (١).

وعند المالكية:

قولهم: "ويعاقب الغشاش بسجن، أو ضرب، أو إخراجه من السوق إن اعتاد. قال ابن الماجشون، وقال ابن القاسم: لا يشترط في إخراجه اعتياده..... ثم قال ولا يرجع إليه - السوق - حتى تظهر توبته بناءً

على أن إخراجه يقطع ضرره بعد تأديبه..... وإلا فأدبه بضرب أو سجن" (٢). وقال الحطاب: "مما لا اختلاف فيه أن الواجب على من غش أخاه أو غره أو دلس عليه بعيب أن يؤدب على ذلك مع الحكم عليه بالرد؛ لأنهما حقان مختلفان أحدهما لله ليتناهى الناس عن حرمان الله، والآخر للمدلس عليه بالعيب فلا يتدخلان" (٣). وفرق بعض الفقهاء بين معتاد الغش وغيره، وبين إتلاف المغشوش، أو التصديق به، أو بيعه لآخر والتصديق بتمنه.

قال مطرف وابن الماجشون: ويعاقب من غش، ويضرب، أو يخرج من السوق، إذا كان معتادًا للغش والفجور، ولا يراق ما غش، إلا ما خف كاللبن يغشه بالماء، أو يسير الخبز

(١) البحر الرائق - تكملة الطوري - ج ٦، ٣٨، حاشية ابن عابدين - ج ٥، ٤٧.

(٢) شرح الزرقاني على مختصر خليل وحاشية البناني - عبد الباقي بن يوسف بن أحمد الزرقاني المعري - توفي ١٠٩٩ هـ - ج ٥، ١١١ - الناشر: دار الكتب العلمية - ط. الأولى ١٤٢٢ هـ.

(٣) مواهب الجليل - للحطاب - ج ٤، ٤٩٩.

الناقص، فليصدق به أدباً له مع تأديبه بما ذكرنا، وأما الكثير من اللبن والخبز، فلا، ولا ما غش من مسك وزعفران" (١).
وعند الحنابلة: "وأما المعاصي التي ليس فيها حد مقدر ولا كفارة..... أو يغش في معاملته كالذين يغشون في الأطعمة والثياب ونحو ذلك..... إلى غير ذلك من أنواع المحرمات فهؤلاء يعاقبون تعزيراً، وتنكيلاً، وتأديباً بقدر ما يراه الوالي على حسب كثرة ذلك الذنب في الناس وقِلَّتْه..... وعلى حسب حال المذنب.... وعلى حسب كبر الذنب وصغره" (٢).

وبلاحظ:

اتفاق الفقهاء على حرمة التغرير (بالغش والتدليس)، كما أنهم متفقون على العقوبة التعزيرية على المُعَرَّر، لكنهم مختلفون في تقدير العقوبة التعزيرية، الحبس، أو الضرب، أو التوبيخ، أو الإخراج من السوق، أو التصديق بالسلعة، أو إتلافها، وكل ذلك جائز من باب التعزير وفق ما يراه القاضي، وحسب الجرم، والشخص، والاعتياد من عدمه، وقد لا يُعَرَّر المُعَرَّر لأنها المرة الأولى له، ويستدلون على ذلك بحديث بيع المصرة، فإن النبي صلى الله عليه وسلم اكتفى بتخيير المشتري في المصرة بين الإمساك، والرد، وإذا ردها رد معها صاعاً من تمر، ولم يعرَّ البائع؛ بسبب قيامه بالتصرية.

(١) النوادر والزيادات على ما في المدونة من غيرها من الأمهات - أبو محمد عبدالله بن أبي زيد عبدالرحمن النفري القيرواني المالكي - توفي ٣٨٦هـ - ج ٦، ٢٧٣ - الناشر: دار الغرب الإسلامي - بيروت - ط. الأولى ١٩٩٩م، شرح التلقين - للمازري - ج ٢/٧٢٥.
(٢) السياسة الشرعية في إصلاح الراعي والرعية - لابن تيمية - ص ١٤٨، الناشر: دار عطاءات العلم - الرياض - ط. الرابعة ١٤٤٠هـ..

وقد نص قانون حماية المستهلك رقم ١٨١ لسنة ٢٠١٨م، في المواد ٦٣، ٦٤، ٦٥، ٦٦، ٦٩، ٧٠، ٧١، على غرامات مالية لا تقل عن عشرة آلاف جنيه، وقد تصل إلى مليوني جنيه، أو الحبس، وفقاً للمخالفة التي ارتكبتها المورد، ونص القانون على مضاعفة العقوبة في حالة العود.

ويلاحظ أن قانون حماية المستهلك وإن كان أكثر تحديداً للعقوبة في حالة الغش، والتدليس من جانب البائع أو المورد، إلا أن الفقه الإسلامي أكثر مرونة، وأوسع شمولية من حيث اختيار العقوبة وفقاً لحال الشخص، وصِغَر الجُرم أو كِبَره، والعَوْد من عدمه؛ ويرجع ذلك لشمولية الشريعة الإسلامية، وصلاحياتها للتطبيق في كل زمان ومكان، ولذا نجد العقوبة في القوانين الوضعية تتغير كلما صدر قانون جديد ليلائم العصر الذي نعيشه، خلافاً للعقوبة في الشريعة فهي عقوبات محددة من حيث العمل، وليست محددة بمبالغ مالية، أو حبس مدة زمنية محددة، كما أن لها ضوابط للزيادة والنقص، ككِبَر الجُرم المرتكب، وعَوْد الجاني إلى الفعل من عدمه.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى تُعَوِّل الشريعة الإسلامية على الوازع الديني عند المسلمين، ومراقبة الله عز وجل، وحرصهم على الفوز والنجاة في الآخرة، وليس الحرص على متاع الدنيا الزائل، فنصت الشريعة الإسلامية على حرمة أكل أموال الناس بالباطل، و حرمة التدليس، وكتمان العيب للمبيع، وعلى وجوب النصح بين المسلمين، وأن من غشَّ المسلمين ليس على طريقة وهدي النبي صلى الله عليه وسلم، وهذا كله كافٍ في عدم التغرير بالآخرين، ولذا فقد حرصوا على الصدق والأمانة في بيعهم وتجاراتهم حتى صاروا قدوة للآخرين، ودعوة عملية لغير المسلمين للدخول في دين الله أفواجاً.

فعن أبي السباع قال: اشْتَرَيْتُ نَاقَةً مِنْ دَارِ وَائِلَةَ بْنِ الْأَسْقَعِ، فَلَمَّا خَرَجْتُ بِهَا أَذْرَكْنَا وَائِلَةَ وَهُوَ يَجُرُّ رِدَاءَهُ، فَقَالَ: يَا عَبْدَ اللَّهِ، اشْتَرَيْتَ؟ قُلْتُ: نَعَمْ. قَالَ: هَلْ بَيَّنَّ لَكَ مَا فِيهَا؟ قُلْتُ: وَمَا فِيهَا؟ قَالَ: إِنَّهَا لَسَمِينَةٌ ظَاهِرَةُ الصِّحَّةِ! قَالَ: فَقَالَ: أَرَدْتَ بِهَا سَفَرًا أَمْ أَرَدْتَ بِهَا لَحْمًا؟ قُلْتُ: بَلْ أَرَدْتُ عَلَيْهَا الْحَجَّ. قَالَ: فَإِنَّ بِحَقِّهَا نَقْبًا. قَالَ: فَقَالَ صَاحِبُهَا: أَصْلَحَكَ اللَّهُ مَا

ثُرِيْدُ إِلَى هَذَا (٢) تُفْسِدُ عَلَيَّ؟! قَالَ: إِنِّي سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: " لَا يَحِلُّ لِأَحَدٍ يَبِيعُ شَيْئًا إِلَّا يُبَيِّنَ مَا فِيهِ، وَلَا يَحِلُّ لِمَنْ يَعْلَمُ ذَلِكَ إِلَّا يُبَيِّنُهُ " (١).

(١) مسند الإمام أحمد- ج ٢٥ / ٣٩٥ - حديث رقم [١٦٠١٣]، المستدرک علی الصحیحین- للحاکم- ج ٣ / ٢٠٣ - حديث رقم [٢١٨٢] قال: هذا حديث صحيح الإسناد ولم يخرجاه.

الفصل الثالث

التكليف الفقهي لضمان التعجير في الدعاية التجارية الإلكترونية

إذا وقع التعجير للمشتري بسبب الدعاية التجارية الإلكترونية، فله الحق في الخيار - كما سبق بيانه -، وله الحق في التعويض عما أصابه من ضرر جرّاء هذا التعجير عند عامة الفقهاء. ولكن ما هو الأساس الذي يُبنى عليه هذا الحق؟ ومن الذي يقع عليه عبء الالتزام بتعويض الضرر؟

يرجع الأساس الذي يُبنى عليه الحق في التعويض للمسؤولية العقدية، فهذا ضمان سببه العقد، وقد خالف البائع شروط العقد، فوجب تحمل المسؤولية في ذلك، وإذا كان الضرر لحق المشتري بسبب استخدام المنتج بسبب عيب فيه، فالتعويض هنا مبني على الضرر (الفعل الضار)، إذ الضرر يُزال، وهو ما يُعرف في القانون بالمسؤولية التقصيرية، لأن هناك فعل غير مشروع أدى للضرر، أو تعدّي من أحد المتعاقدين أدى للضرر فوجب التعويض. وأما على من يقع تعويض الضرر، فهذا يرجع إلى من وقع منه الضرر. والتعجير بالغش، أو التدليس بالدعاية التجارية الإلكترونية، الذي ترتب عليه الضرر، قد يحدث من المُعلن (المنتج) للسلعة، إذا كان هو الذي يقوم بالإنتاج للسلعة، والإعلان عنها، وبيعها.

وقد يحدث التعجير من شركة الإعلان (وكالة الإعلان) إذا كانت وكيلاً للمنتج.

وقد يحدث التعجير من الوكيل بالبيع (الموزّع).

وأعرض لذلك في مباحث ثلاثة:

المبحث الأول

تكليف ضمان التعجير بالدعاية التجارية الإلكترونية الذي يقع من المُعلن (المنتج)

قد يقع التعجير من المُعلن (المنتج) للسلعة أو مُقدّم الخدمة، وبالتالي تقع مسؤولية الضمان والتعويض عليه، وتعجير المُعلن له ثلاث حالات:

الحالة الأولى:

أن يكون المعلن (المنتج) للسلعة أو الخدمة هو المنتج، والذي يقوم بتصميم الإعلان، وهو الذي يقوم بنشره على موقعه الإلكتروني، أو صفحاته الإلكترونية الخاصة به، وهذا هو الغالب في هذا العصر، إذ كل منتج لسلعة أو خدمة، له أدواته الإعلانية والتسويقية، فهو المنتج، والمصمم للإعلان التجاري للدعاية عن طريق المختصين في شركته أو مؤسسته، وهو الذي ينشره على موقعه الإلكتروني الخاص به (فيس بوك - يوتيوب - تيك توك) وغيرها من الوسائل الإلكترونية، أو التطبيقات المعدة لذلك، وأيضاً يقوم بالبيع من خلال الموقع، أو التطبيق المخصص لذلك.

ففي هذه الحالة إذا حدث تغيرير في الإعلان التجاري، فهو المسئول عن هذا التغيرير، وما يترتب عليه من خيار، أو ضمان، أو تعويض، وذلك بموجب المسؤولية العقدية، والمسؤولية التقصيرية عن الفعل الضار الذي سببه للمشتري أو المستهلك للسلعة، أو الخدمة.

الحالة الثانية:

أن يكون المنتج أمدّ شركة تصميم الإعلان بمعلومات مُضللة عن المنتج، فقامت شركة الإعلان بتصميمه وفقاً لهذه المعلومات، وعرضه على المواقع الإلكترونية المستأجرة، أو التابعة للمنتج.

وفي هذه الحالة يترتب وقوع الضمان والتعويض وفقاً لتكييف العلاقة بين المنتج وشركة الإعلان، ووسيلة نشر الإعلان وترويجه.

والعلاقة بين المنتج، والشركة المنتجة للإعلان، ووسيلة نشر الإعلان، هي علاقة وكالة بأجر، فالمنتج موكل، وشركة الإعلان وكيل بأجر، فينبغي تطبيق أحكام، وشروط الوكالة بأجر، وأما وسيلة الإعلان فأجير مشترك.

والوكالة (١) عقد مشروع في الفقه الإسلامي بالكتاب، والسنة، والإجماع (٢).
وتعريف الوكالة يكاد يكون واحدًا من حيث المعنى عند جميع الفقهاء، وإن اختلفت
الألفاظ، تبعًا لاختلافهم في بعض الشروط، والأثار في عقد الوكالة.
وأفضل التعريفات للوكالة، ما ذكره الشافعية من أنها: "إقامة الوكيل مقام موكله في العمل
المأذون فيه" (٣).

والوكالة نوعان: (٤)

- ١- عامة: وهي التي تكون بتوكيل عام، تفويض عام.
- ٢- خاصة: وهي التي تكون في تصرف معلوم ومحدد كالبيع والشراء.

(١) تعريف الوكالة:

عند الحنفية: "التوكيل تفويض التصرف إلى الغير وتسليم المال إليه ليتصرف فيه".
وعند المالكية: "نيابة ذي حق غير ذي إمرة ولا عبادة لغيره فيه غير مشروط بموته".
وعند الشافعية: "إقامة الوكيل مقام موكله في العمل المأذون فيه".
وعند الحنابلة: "استنابة جائر التصرف فيما وكل فيه مثله" أي جائر التصرف "فيما تدخله النيابة من قول كعقد وفسخ، أو
فعل كقبض وإقباض".
(المبسوط - للسرخسي ج ١٩ / ٢٠، مواهب الجليل - للحطاب - ج ٥ / ١٨١، الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٦ / ٤٩٥،
شرح منتهى الإرادات - للبهوتي - ج ٢ / ٢٩٢)
(٢) من الكتاب: قوله تعالى: "فَاتَّبِعُوا أَوْدَافَكُمْ بِوَرَقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرُوا أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ" سورة
الكهف: ١٩).

ومن السنة: أحاديث كثيرة منها، حديث: عَنْ عُرْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً، فَاشْتَرَى
لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ، فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ، وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ، فَدَعَا لَهُ بِالْبُرْكَ فِي بَيْعِهِ، وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى الثُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ". صحيح
البخاري - كتاب المناقب، باب سؤال المشركين أن يريهم النبي صلى الله عليه وسلم آية، حديث رقم [٣٤٤٣]
وأما الإجماع: فقد أجمعت الأمة على جواز الوكالة، قال ابن قدامة: "وأجمعت الأمة على جواز الوكالة في الجملة، ولأن
الحاجة داعية إليها" المغني - لابن قدامة - ج ٥ / ٢٠١.
(٣) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٦ / ٤٩٥.
(٤) قوانين الأحكام الشرعية - لابن جزي - ص ٢١٥، ٢١٦.

والوكالة قد تكون بأجر، وبغير أجر، وكلاهما جائزة.
وقد تناولت كُتب الفقهاء الوكالة بأجر في مواضع عدّة، وأجازوها ضمن كتاب الوكالة بشروط معينة:
ففي نتائج الأفكار: "... إذ الوكالة عقد جائز لا يجب على الوكيل إقامتها فيجوز أخذ الأجرة فيها" (١).

وفي عقد الجواهر: " وإن كانت الوكالة بأجرة على سبيل الإجارة فهي لازمة من الطرفين، ويجب حينئذ أن يكون العمل معلوماً كما في الإجارة" (٢).
وقال الماوردي: " وَقَدْ ذَكَرْنَا أَنَّ الْوَكَالَهَ تَجُوزُ بِجُعْلٍ وَبَعَيْرِ جُعْلٍ وَلَا يَصِحُّ الْجُعْلُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَعْلُومًا" (٣).

وعند الحنابلة: "ويصح التوكيل بجعل معلوم كدراهم أو دنانير أو درهم صفته كذا أياما معلومة؛ بأن يوكله عشرة أيام كل يوم بدرهم، أو يعطيه من الألف مثلا شيئا معلوما، ولأنه تصرف لغيره لا يلزمه فعله، جاز أخذ الجعل عليه" (٤).
قال ابن جزى: "تجوز الوكالة بأجرة وبغير أجرة، فإن كانت بأجرة فحكمها حكم الإجازات، وإن كانت بغير أجرة فهو معروف من الوكيل" (٥).

(١) نتائج الأفكار في كشف الرموز والأسرار - شمس الدين، أحمد بن قودر، المعروف بقاضي زاده أفندي - ج ٨/٣، الناشر: شركة مكتبة ومطبعة الحلبي بمصر ط. الأولى، ١٣٨٩ هـ - ١٩٧٠ م
(٢) عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة - أبو محمد جلال الدين عبد الله بن نجم بن شاس بن نزار الجذامي السعدي المالكي ت ٦١٦ هـ - ج ٢/٨٣٢
(٣) الحاوي الكبير - للماوردي - ج ٦/٥٢٩
(٤) مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى - الرحيباني - ج ٣/٤٧٨
(٥) قوانين الأحكام الشرعية - لابن جزى - ص ٢١٦

والعلاقة بين المنتج وشركة تصميم الإعلان التجاري علاقة وكالة بأجر، فالمنتج موكل، وشركة الإعلان وكيل بأجر، ووسيلة النشر قد تكون مملوكة للمنتج، وقد تكون مستأجرة من قبل المنتج أو شركة الإعلان، وإذا كان هناك موّرع للبيع فعلاقته بالمنتج علاقة وكالة بأجر. وأجاز الفقهاء الوكالة بأجر بشروط:

- ١- أن يكون الموكل به معلومًا، وأن يكون عملاً يتمكن الوكيل من إيفائه.
- ٢- أن تكون الأجرة التي يتقاضاها الوكيل معلومة ومحددة المقدار.
- ٣- أن يقوم الوكيل بتنفيذ ما وكل به وأذن له فيه، إذ لا يجوز للوكيل أن يخرج عن حدود ما وكل به (١).

- ٤- أن يكون التوكيل في تصرف معلوم قابلاً للنيابة (٢).
- وفي الوكالة تنصرف آثار الوكالة مباشرة إلى الموكل دون الوكيل عند عامة الفقهاء (٣)، فيما عدا الحنفية الذين يقولون بأن الملك ينتقل إلى الوكيل أولاً، ثم إلى الموكل (٤).
- كما أن يد الوكيل يد أمانة، فلا يضمنها ما لم يُفَرِّط (٥).

(١) بدائع الصنائع - ج ٦ / ٤١، الشرح الكبير مع حاشية الدسوقي - ج ٣ / ٣٨٤، المهذب - للشيرازي - ج ١ / ٣٥٠،

المغني مع الشرح - لابن قدامة - ج ٥ / ٢٥١، المحلي - لابن حزم - ج ٧ / ٩١

(٢) تبين الحقائق - للزيلعي - ج ٤ / ٢٥٤، الذخيرة - للقرافي - ج ٨ / ٥، المهذب - ج ١ / ٣٥٠، المغني مع الشرح - ج ٥ / ٢٠٢.

(٣) بداية المجتهد - لابن رشد - ج ٢ / ٣٦٠، المنذب - ج ٣ / ٣٥٦، المغني - لابن قدامة - ج ٧ / ٢٥٤، المحلي - ج ٧ / ٩٣.

(٤) بدائع الصنائع - للكاساني - ج ٦ / ٣٣

(٥) بدائع الصنائع - ج ٦ / ٣٤، الذخيرة - للقرافي - ج ٨ / ١٥، المهذب - للشيرازي - ج ١ / ٣٥٧، الكافي - لابن قدامة - ج ٢ / ١٨٣

وعلى ذلك فالآثار كلها تنصرف إلى المنتج في هذه الحالة؛ لأنه موكل، وشركة الإعلان وكيل، وهو الذي أمدّها بالمعلومات المضللة، وكذلك الحال لشركة أو موقع ترويج الإعلان إن كانت مستأجرة، وكذلك الموزّع فهو وكيل للمنتج. ولذا يقع الضمان والتعويض على الموكل (المنتج) مباشرةً، أو مآلاً، بحيث يرجع المتضرر من التغرير على شركة الإعلان، وهي ترجع على المنتج، أو يرجع المتضرر على الموزّع، وهو يرجع على الموكل وهو المنتج بعد ذلك.

يدل على ذلك:

- ١- من السنة: حديث النبي صلى الله عليه وسلم "عَنْ سَمُرَةَ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «عَلَى الْيَدِ مَا أَخَذْتُ حَتَّى تُؤَدِّي» (١).
- وهو يدل على أن على اليد التي أخذت المال بغصب أو عارية أو وديعة لزمها ردّه، والموزّع مؤتمن على السلع فعليه ردّها (٢).
- ٢- الأثر: عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ، أَنَّهُ قَالَ: قَالَ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ: أَيُّمَا رَجُلٍ تَزَوَّجَ امْرَأَةً، وَبِهَا جُنُونٌ أَوْ جُذَامٌ أَوْ بَرَصٌ، فَمَسَّهَا، فَلَهَا صَدَاقُهَا، وَذَلِكَ لِرُؤُوسِهَا عَزْمٌ عَلَى وَلِيِّهَا. (٣)
- قَالَ مَالِكٌ: وَإِنَّمَا يَكُونُ ذَلِكَ عَزْمٌ عَلَى وَلِيِّهَا، إِذَا كَانَ وَلِيُّهَا الَّذِي أَنْكَحَهَا، أَبُوهَا أَوْ أَخُوهَا، أَوْ مَنْ يَرَى أَنَّهُ يَعْلَمُ ذَلِكَ مِنْهَا، فَأَمَّا إِذَا كَانَ وَلِيُّهَا الَّذِي أَنْكَحَهَا ابْنُ عَمٍّ، أَوْ مَوْلًى، أَوْ مَنْ

(١) الحديث: سنن أبي داود- ج ٣/ ٢٩٦- حديث رقم [٣٥٦١]، عن الحسن عن سمرة رضي الله عنها، مسند الإمام أحمد- حديث رقم [٢٠١٥٦]، سنن ابن ماجه- حديث رقم [٢٤٠٠]، المستدرک علی الصحیحین- ج ٢/ ٥٥- حديث رقم [٢٣٠٢] قال: حديث صحيح الإسناد على شروطهما ولم يخرجاه

(٢) مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح- الملا على القاري- ج ٥/ ١٩٧٥، الناشر: دار الفكر- ط. الأولى ١٤٢٢ هـ

(٣) الموطأ- للإمام مالك- ج ١/ ٥٧٣، السنن الكبرى- للبيهقي - ٣٤٧/ ٧- حديث رقم [١٤٢٢٢]، شرح السنة - للبخاري- ج ٩/ ١١٢- حديث رقم [٢٣٠٠]، وفيه انقطاع بين سعيد بن المسيب وعمر رضي الله عنه البدر المنير - لابن الملقن - ج ٧/ ٦٤٧- قال: وذكر مالك أن ابن المسيب ولد بنحو ثلاث سنين مضت من خلافة عمر وأنكر سماعه منه، وقال ابن معين: لم يثبت سماعه منه".

الْعَشِيرَةِ، مِمَّنْ لَا يُرَى أَنَّهُ يَعْلَمُ ذَلِكَ مِنْهَا، فَلَيْسَ عَلَيْهِ غُرْمٌ، وَتَرُدُّ الْمَرْأَةُ مَا أَخَذَتْ مِنْ صَدَاقِ نَفْسِهَا، وَيَتْرُكُ لَهَا مَا اسْتَحْلَاهَا بِهِ إِذَا مَسَهَا. (١)

فالرجوع بالضمان والتعويض على الولي الذي يعلم بالعيب، وهذا وإن كان هذا وارد في عقد النكاح، فهو عقد معاوضة وإن كان معاوضة مخصوصة-أي له طبيعة خاصة به-.

وعلى ذلك: فالرجوع بالضمان في هذه الحالة على المنتج، وليس على شركة الإعلان، إلا إذا وجدت قرائن تدل على اتفاق من شركة الإعلان مع المنتج على التغيرير بالمستهلك، كأن تكون الشركة تلقت شكاوي كثيرة من المستهلكين حول الغش في المنتج، ومع ذلك استمرت في الإعلان، ولم تهتم بهذه الشكاوي؛ بهدف الحصول على الربح من تداول الإعلان المغرر، فتكون المسؤولية والضمان على الاثنين معًا: المنتج وشركة الإعلان التي رؤجته.

٣-وفقًا لقاعدة: المغرور يرجع على الغار بما غرّه، فالرجوع يكون على المنتج؛ لأنه المتسبب في الغرر بمعلوماته المضللة التي أمدَّ بها شركة الإعلان.

الحالة الثالثة:

إذا حدث التغيرير بالاتفاق بين المنتج، وشركة الإعلان المُصمِّم له أو المُصمِّم والوسيلة المروَّجة له، وكانا على علم بالتدليس في المنتج، ومع ذلك قاما به، فالمسؤولية تقع عليهما لا اشتراكا في فعل التغيرير بالمشتري.

المبحث الثاني

تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية الذي يقع من شركة الإعلان

قد يتم التغيرير من قبل شركة الإعلان التي رؤجت للإعلان عبر منصات إلكترونية تابعة لها، أو مستأجرة لذلك.

(١) الموطأ- للإمام مالك- ج١/٥٧٣.

ولهذا ثلاث حالات:

الحالة الأولى:

إذا كانت الشركة تَلَقَّت المعلومات الكاذبة عن السلعة من المنتج، وكان دورها قاصرًا على تصميم الإعلان فقط، أو على الاتفاق مع مواقع أو منصات إلكترونية لاستئجارها للترويج للإعلان، ولا علم لها بحقيقة المنتج، ففي هذه الحالة تكيف العلاقة على أنها عقد إجارة، فهي تقوم بعمل معين بأجر معين، ومثالها في الفقه الدَّلَال، أو المُنَادِي على السلع لقاء أجر معين.

فالشركة أجير لدى المُنتِج، والأجير على نوعين: أجير مشترك، وأجير خاص. والأجير المشترك: هو الذي يتم التعاقد معه على عمل معين، كخياطة ثوب، أو حمل شيء لمكان معين، ومثاله: الخياط، والحَمَّال، وغيرهما، وسُمي مشتركًا؛ لأنه يتقبل أعمال لاثنين، أو ثلاثة، أو أكثر في وقت واحد، ويعمل لهم فيشتركون في منفعته واستحقاقها. (١) واختلف الفقهاء في حكم تضمين الأجير المشترك على قولين:

القول الأول:

لعامة الفقهاء، من الصحابة، والتابعين (٢)، وقول الحنفية (٣)، والمالكية (٤)، وفي الصحيح من قول الشافعي (٥)، ورواية ابن منصور عند الحنابلة (٦)، وقالوا: يضمن لما أتلقت يده، أو تسببت في إتلافه.

(١) المغني - لابن قدامة - ج ٨/١٠٣، المبدع شرح المقنع - لابن مفلح - ج ٦/٧٤.

(٢) المغني - لابن قدامة - ج ٨/١٠٤، المبدع شرح المقنع - لابن مفلح - ج ٦/٧٤.

(٣) العناية - شرح الهداية - للبايزي - ج ٩/١٢٩.

(٤) عقد الجواهر الثمينة - لابن شاس - ج ٣/٩٣٧، بغية المقتصد - للوئلي - ج ١٣/٧٣٥.

(٥) الحاوي - للماوردي - ج ٦/٥٠١، العزيز - شرح الوجيز - للرافعي - ج ٦/١٤٧.

(٦) المغني - لابن قدامة - ج ٨/١٠٣، المبدع شرح المقنع - لابن مفلح - ج ٦/٧٤.

واستدلوا:

١- بالأثر: عن علي-رضي الله عنه- كان يُضَمِّن القُصَّارَ، والصَّوَّاعَ، وقال: لا يُصلح الناس إلا ذلك" (١).

٢- و **المعقول**: بأن عمل الأجير المشترك مضمون عليه، فما تولد عنه يكون مضموناً، كالعدوان بقطع عضو، ويدل على أن عمله مضمون عليه أنه لا يستحق العوض إلا بالعمل (٢).

القول الثاني: الصحيح في مذهب الشافعي (٣)، وقول عطاء، وطاووس، وزفر، ورواية عند الحنابلة (٤)، وقالوا: لا يضمن إلا إذا تعدى.

واستدلوا:

- بأنه قبض العين لمنفعته، ومنفعة المالك، فلا ضمان عليه قياساً على المضارب في عقد المضاربة

- ولأنه وكيل، ويد الوكيل كيد الموكل، فكان الهالك في يده كالهالك في يد موكله (٥).

والراجع:

القول الأول القائل بتضمين الأجير المشترك؛ وإن كان على خلاف الأصل، لما ورد من الأثر في ذلك، ولأنه لا يستحق الأجر إلا على العمل، كما أن في التضمين حماية وحفاظاً لحقوق الناس وممتلكاتهم من الضياع.

(١) السنن الكبرى- للبيهقي- ج٦/٢٠٢، المصنف- لابن أبي شيبة- ج١١/٥١٤- الناشر: دار كنوز- ط. الأولى ١٤٣٦هـ- ٢٠١٥م.

(٢) المغني - لابن قدامة- ج٨/١٠٤، المبدع شرح المقنع- لابن مفلح- ج٦/٧٤.

(٣) المهذب- للشيرازي- ج٢/٢٧٦.

(٤) المغني - لابن قدامة- ج٨/١٠٤، المبدع شرح المقنع- لابن مفلح- ج٦/٧٤.

(٥) البيان- للعمري ج٦/٤٥٧.

ففي لسان الحكام: "الدَّلال والنخاس أَجِير مُشْتَرَك حَتَّى لَوْ ضَاعَ شَيْءٌ مِنْ يَدِهِمَا مِنْ غَيْرِ
صَنَعَهُمَا فَلَا ضَمَانَ عَلَيْهِمَا" (١).

وأما الأجير الخاص:

فهو من يستحق الأجر بالوقت دون العمل، كرجل استأجر رجلاً ليعلمه شهرًا بخمسة
دراهم، أو يعمل له عملاً من الأعمال.
ويُسمى خاصاً؛ لأنه لا يعمل في المدة إلا لمن استأجره، فهو لا يستحق الأجرة بعمله، بل
بتسليم نفسه إليه في المدة ولو لم يعمل (٢).

واختلف الفقهاء في حكم تضمين الجير الخاص على قولين:

القول الأول: لعامة الفقهاء، من الحنفية (٣)، والمالكية (٤)، والقول الظاهر من مذهب
الشافعية (٥)، والحنابلة (٦)، والظاهرية (٧)، أنه لا ضمان عليه ما لم يتعد.

واستدلوا:

١- من الأثر: ما روي من طريق ابن أبي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا أَزْهَرُ السَّمَّانُ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَوْنٍ عَنْ
مُحَمَّدِ بْنِ سِيرِينَ أَنَّهُ كَانَ لَا يَضْمَنُ الْأَجِيرُ إِلَّا مِنْ تَضْيِيعٍ، وَمِنْ طَرِيقِ ابْنِ أَبِي شَيْبَةَ عَنْ

(١) لسان الحكام لمعرفة الأحكام - أحمد بن محمد بن محمد، أبو الوليد، لسان الدين ابن الشَّخْنَةَ الفقهي الحلبي ت
٨٨٢هـ- ص ٢٨٩ ط. الحلبي - الثانية- ١٩٩٣هـ.

(٢) بدائع الصنائع- للكاساني- ج ٤/٢١١، شرح مختصر الكرخي- للقدوري- ج ٥/١٧١- الناشر: دار أسفار- الكويت-
ط. الأولى. ١٤٤٣هـ، المغني - لابن قدامة- ج ٨/١٠٣.

(٣) المبسوط- للسرخسي- ج ١٦/١١، العناية شرح الهداية- للبايرتي- ج ٩/١٢٩.

(٤) شرح الخرخشي على مختصر خليل- للخرشي العدوي- ج ٧/٢٨، التوضيح شرح مختصر ابن الحاجب- للجندي-
ج ٧/٢١٨.

(٥) روضة الطالبين- للنووي- ج ٥/٢٣٠، الحاوي الكبير - للماوردي- ج ٧/٤٢٦.

(٦) المغني - لابن قدامة- ج ٨/١٠٤، المبدع - لابن مفلح- ج ٤/٤٤٥.

(٧) المحلى - لابن حزم- ج ٧/٢٨٨.

إِسْمَاعِيلُ بْنُ سَالِمٍ عَنْ الشَّعْبِيِّ قَالَ: لَيْسَ عَلَى أَجِيرِ الْمُشَاهَرَةِ ضَمَانٌ، وَمِنْ طَرِيقِ ابْنِ أَبِي شَيْبَةَ حَدَّثَنَا وَكَيْعٌ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ الثَّوْرِيُّ عَنْ مُطَرِّفِ بْنِ طَرِيفٍ عَنْ الشَّعْبِيِّ قَالَ: لَا يَضْمَنُ الْقَصَّارُ إِلَّا مَا جَنَّتْ يَدُهُ، وَمِنْ طَرِيقِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ مَهْدِيٍّ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ الثَّوْرِيُّ عَنْ مُطَرِّفٍ عَنْ الشَّعْبِيِّ قَالَ: يَضْمَنُ الصَّائِغُ مَا أَغْنَتْ يَدُهُ، وَلَا يَضْمَنُ مَا سِوَى ذَلِكَ (١).

٢- من المعقول:

- بأن عمله غير مضمون عليه، فلم يضمن ما تلف به، كالقصاص، وقطع يد السارق.

- ولأنه نائب عن المالك في صرف منفعه فيما أمر به، فلا يضمن كالوكيل (٢).

قال المرغيناني: "ولا ضمان على الأجير الخاص فيما تلف في يده ولا ما تلف من

عمله... لأن العين أمانة في يده" (٣).

وقال الخرشي: "الأجير الخاص لشخص أو لجماعة مخصوصين، فإنه لا ضمان عليه" (٤).

وفي تكملة المجموع: "فأما الأجير الخاص فهو الذي يستأجره مدة، فلا ضمان عليه ما لم

يتعد" (٥).

وفي المغني: "ولا ضمان على الأجير الخاص-وهو الذي يسلم نفسه إلى المستأجر-فيما

يتلف في يده إلا أن يتعدى" (٦).

(١) المحلى-لابن حزم-ج٢٩/٧.

(٢) المغني-لابن قدامة-ج١٠٤/٨، المبدع-لابن مفلح-ج٤٤٥/٤.

(٣) الهداية بشرح العناية-للمرغيناني-ج١٢٩/٩.

(٤) شرح الخرشي على مختصر خليل-للخرشي-ج٢٨/٧.

(٥) تكملة المجموع-للمطيعي-ج١٠٠/١٥.

(٦) المقنع في فقه الإمام أحمد-لابن قدامة-ص٢٠٩، الناشر: مكتبة السوادى-جدة-ط. الأولى ١٤٢١هـ-٢٠٠٠م.

القول الثاني:

قول عند الشافعية عن الإصطخري، والطبري (١)، وَرُويَ ذَلِكَ عَنْ عَلِيٍّ، وَعَنْ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ يَزِيدَ وَغَيْرِهِمَا (٢)، أنه يضمن.

واستدلوا: بالآثار التي تدل على تضمين الصناع عمومًا، دون تفرقة بين مشترك، ومنفرد (خاص).

ويُرد عليه: بأن الأصل في الجميع عدم الضمان، لكن الأجير المشترك يضمن للمحافظة على مصالح الناس، وعدم الإضرار بهم، ويبقى الأجير الخاص على الأصل وهو عدم الضمان.

والراجع:

القول الأول القائل بعدم تضمين الأجير الخاص ما لم يتعد؛ لأن المال في يده يد أمانة، فلا ضمان عليه ما لم يتعد، أو يفرض.

ففي الروضة: "فَإِنْ تَعَدَّى، وَجَبَ الضَّمَانُ قَطْعًا، وَذَلِكَ مِثْلُ أَنْ يُسْرِفَ عَلَى الْخُبْزِ فِي الْإِقَادِ وَيُلْصِقَ الْخُبْزَ قَبْلَ وَقْتِهِ، أَوْ يَتْرُكُهُ فِي النَّوْرِ فَوْقَ الْعَادَةِ حَتَّى يَحْتَرِقَ، أَوْ ضَرَبَ عَلَى التَّأْدِيبِ وَالتَّعْلِيمِ الصَّبِيَّ فَمَاتَ، لِأَنَّ تَأْدِيبَهُ بِغَيْرِ الضَّرْبِ مُمَكِّنٌ" (٣).

وعلى ذلك:

فتقع المسؤولية على الموكل وهو المنتج؛ لأن الشركة تُعد أجيرًا مشتركًا، وقد قامت بما كُلفت به، وأما الأثر فينصرف إلى المؤجر؛ لأنه المسئول عن التغير بالمشتري، وللمشتري

(١) روضة الطالبين - للنووي ج ٥/٢٣٠.

(٢) المحلى - لابن حزم - ج ٣١/٧.

(٣) روضة الطالبين - ج ٥/٢٢٩، ٢٢٨.

الرجوع بالتعويض على المنتج مباشرة، أو الرجوع على الشركة التي صممت وروّجت للإعلان المُغرر، ثم ترجع الشركة على المنتج بعد ذلك.

الحالة الثانية:

إذا كانت شركة الإعلان تعلم بالعيوب في السلعة التي ستُعلن عنها، ومع ذلك وافقت المنتج على ذلك، فمسئولية التغير بالضمان والتعويض تقع عليهما معاً؛ لأنهما اشتركا في فعل التغير بالمشتري عمداً.

الحالة الثالثة:

إذا قدم المنتج المعلومات الصادقة لشركة الإعلان، إلا أنها قامت بزيادة في إضفاء مزايا، ومواصفات ليست موجودة في المبيع، أو أغفلت بعض التنبيهات للاستخدام، والتي ذكرها وحذّر منها المنتج، وذلك رغبةً منها في زيادة التوزيع للمنتج طمعاً في الربح من انتشار الإعلان، أو زيادة مدة عرضه، أو كان لها نسبة عن المبيعات من المنتج، ففي هذه الحالة تكون الشركة قد خالفت شروط الوكالة بأجر، كأجير خاص، أو أجير مشترك، وتحمل مسؤولية ذلك التغير وحدها دون الرجوع على المنتج؛ لأنها تجاوزت حدود ما وُكلت به، أو ما استأجرت لأجله، فهذا تعدٍ منها تتحمل ضمانه. إلا أن يكون المنتج قد علم بالتغير الذي قامت به شركة الإعلان، ومع ذلك سكت، فهذا إقرار منه به، ويتحمل مسؤوليته مع شركة الإعلان، وفقاً لقاعدة: "لا يُنسب إلى ساكت قول، ولكن السكوت في معرض الحاجة بيان"^(١)،

وكان يجب عليه أن يوضّح ذلك، أو يأمر بإيقاف الإعلان المضلل، لكنه لم يفعل فيتحمل تبعات ذلك من ضمان أو تعويض لمن أصابه الضرر من التغير.

(١) درر الحكام في شرح مجلة الأحكام-علي حيدر- ج ١/ ٦٦، الناشر دار الجيل- ط. الأولى ١٤١١هـ.

ويقع على القضاء عبء الفصل في المسؤولية عن التغيرير، وما يترتب عليه من أثر، وفقاً لما يُقدّم إليه من أوراق ومستندات من مختلف الأطراف، مع مراعاة الملابسات والأعراف التجارية القائمة.

المبحث الثالث

تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية الذي يقع من الموزّع

الموزّع: هو الذي يقوم بتوزيع المنتج للمؤسسة أو الشركة التي أنتجته مقابل مبلغ معين، أو نسبة مئوية عن التوزيع، فهو وكيل بأجر، أجير خاص، والجير الخاص لا يضمن إلا إذا ثبت تعديه.

والذي يقوم بالإففاق على الإعلان، والإعداد له غالباً هو المنتج، وليس الموزّع. وعلى ذلك: إذا حدث تغيرير بسبب الإعلان التجاري فالمسؤولية كلها على المنتج؛ لأنه المتسبب في الضرر، وللمشتري المغرّر به بداية الرجوع على الموزّع، والموزّع يرجع بدوره بعد ذلك على المنتج.

ولكن قد يقوم الموزّع بعمل إعلانات لحسابه، ليروّج أنه الموزع لمنتج معين، أو شركة معينة، ثم يذكر مواصفات مضللة في الإعلان، وهنا تقع مسؤولية التغيرير عليه؛ فهو وإن كان أجير خاص لا يضمن، إلا أنه في هذه الحالة قد تعدى، فهو الذي قام بالتغيرير بالمستهلكين رغبةً منه في زيادة التوزيع، بشرط عدم علم المنتج بذلك، فإذا علم المنتج بذلك وسكت فهذا إقرار منه، ويتحمل معه المسؤولية عن التغيرير من الضمان والتعويض للمغرور؛ لأنهما اشتركا في عملية التغيرير.

ويقع على القاضي عبء الفصل بالقرائن والأدلة التي تُقدّم إليه من عقود واتفاقيات بين المنتج، والشركة للإعلان، والموزّع، وفحص المعلومات التي تتضمنها تلك العقود.

*خلاصة التكييف لضمان التغرير بالدعاية التجارية الإلكترونية:

تقوم المسؤولية فيها على المسؤولية العقدية، فالعقد سبب من أسباب الضمان، وكذلك تقوم على وجوب إزالة الضرر، أو التسبب في فعل ضار، وكذلك على المسؤولية التقصيرية، حيث يُقَصِّر المنتج، أو شركة الإعلان، أو الموزع فيما يجب عليه بيانه، أو يضيف مواصفات ومزايا غير موجودة بالمنتج.

ويتحمل الضمان، والتعويض عن التغرير: المنتج للسلعة شخصًا عاديًا، أو اعتباريًا (شركة- مؤسسة) إذا كان وحده هو الذي أعطى المعلومات الكاذبة والمضللة لشركة الإعلان. وتحمل معه شركة الإعلان مسؤولية التغرير إذا كانت على علم بالمعلومات المضللة ومع ذلك قامت بتصميم الإعلان والترويج له، طمعًا في المكاسب المالية من جراء انتشاره وتوزيعه؛ ذلك أنها وكيل بأجر (أجير خاص) تخطى حدود وكالته، أو أجير مشترك خالف العمل المُستأجر له، فعليه الضمان والتعويض.

وكذلك الحال للموزع، وهو أقلهم مسؤولية في ذلك، إذ في الغالب هو وكيل بأجر (أجير خاص)، ولا يقوم بعمل إعلان تجاري للسلع التي يوزعها، بل يقتصر دوره على التوزيع لها فقط، وقد يقوم بإعلان أنه الوكيل لتوزيع السلع الخاصة بمنتج معين دون الترويج لها. والله أعلم،،،

الخاتمة

وفيها خلاصة، وأهم نتائج البحث :

- ١- مصطلح التكييف من المصطلحات المعاصرة، ويعني تحديد حقيقة الواقعة المستجدة لإلحاقها بأصل فقهي، وله دور كبير في صحة الحكم والاجتهاد في المسائل المعاصرة.
- ٢- الضمان هو شغل الذمة بما يجب الوفاء به بسبب العقد، أو الالتزام، سواء كان ضمان المال، أو النفس.
- ٣- التغرير يعني الخداع ويختلف عن الغرر، والتدليس، والخلاصة، والتلبيس، وللتغرير أنواع: قولية، فعلية، وبالكتمان.
- ٤- اتفق الفقهاء على حرمة التغرير.
- ٥- الدعاية التجارية الإلكترونية، لها أنواع متعددة، من أهمها الإعلان الإلكتروني.
- ٦- للدعاية التجارية الإلكترونية ضوابط شرعية متعددة أهمها: الصدق، تجنب الغش والخداع، عدم الطعن في سلع الآخرين، وحلّو الإعلان من المحظورات الشرعية، وتجنب الإسراف والتبذير في الدعاية.
- ٧- العقد المشتمل على تغرير فعلي، أو بالكتمان صحيح مع الإثم وفقاً للراجح عند جمهور الفقهاء.
- وكذلك العقد المشتمل على تغرير قولية، خلافاً للظاهرية، وبعض الفقهاء.
- ٨- جمهور الفقهاء على ثبوت الخيار للمشتري المُعَرَّر به قولاً، أو فعلاً، أو كتماناً، أو خلُقاً للصفة.
- ٩- لا بد من توافر شروط لضمان المغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية.
- ١٠- اتفق الفقهاء على ثبوت الضمان في التغرير الفعلي، واختلفوا في القولية، والراجح ثبوته وفقاً لرأي جمهور الفقهاء.
- ١١- يتنوع الضمان في التغرير للدعاية التجارية الإلكترونية، وفقاً للضرر الذي أصاب المغرور، في نفسه، أو بدنه، أو ماله.

١٢- يُبنى الضمان في التغرير بالدعاية التجارية الإلكترونية على أساس الضرر، أو المسؤولية العقدية، أو المسؤولية التقصيرية.

١٣- يقع ضمان التغرير على المنتج للسلعة، أو مُقَدِّم الخدمة إذا كان هو المباشر للإعلان انتاجًا وتوزيعًا.

١٥- يقع الضمان على شركة الإعلانات إذا كانت خالفت ما وُكِّلت به في الإعلان، دون علم المنتج.

١٦- يقع الضمان على الموزع إذا كان أعلن وغرر بالمشتريين دون علم المنتج.

١٧- شركات الإعلان، وكلاء بأجر، ولذا لا ضمان عليهم إلا إذا خالفوا شروط الوكالة بأجر.

١٨- مُصمِّموا الإعلانات، والمروجين لها أجراء مشتركين، لا ضمان عليهم إلا إذا خالفوا شروط الإجارة.

التوصيات:

١- ضرورة التنبيه على حُرمة التغرير بجميع أنواعه، وأنه موجب للضمان في الدنيا، ومستوجب للعقوبة في الآخرة.

٢- العمل على وضع قانون يضبط الإعلانات التجارية الإلكترونية المُغررة، والتي تؤدي إلى التنازع بين الناس.

٣- وضع عقوبات رادعة وواضحة لمن يقوم بالتغرير بجميع أنواعه وصوره.

٤- الضمان في التغرير يُبنى على المسؤولية عن الخداع والتدليس، سواء كان المنتج أو شركة الإعلان أو الموزع، كل على قدر مسؤوليته وفعله.

والله أعلى وأعلم،

وصل اللهم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

ثبت المراجع

كتب التفاسير:

- أحكام القرآن - أبو بكر أحمد بن علي الرازي الجصاص (ت. ٣٧٠هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- تفسير الطبري - محمد بن جرير الطبري (ت. ٣١٠هـ). ط. دار الفكر، بيروت.
- تفسير العز بن عبد السلام - أبو محمد عز الدين عبد العزيز بن عبد السلام (ت. ٦٦٠هـ). ط. دار النوادر، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٣٧هـ / ٢٠١٦م.
- تفسير القرطبي - محمد بن أحمد القرطبي (ت. ٦٧١هـ). دار الكتب العلمية، بيروت.

كتب الحديث وعلومه:

- الأحاديث الطوال - سليمان بن أحمد بن أيوب الطبراني (ت. ٣٦٠هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- الاستذكار - يوسف بن عبد الله بن محمد بن عبد البر القرطبي (ت. ٤٦٣هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- البحر المحيط الشجاع في شرح صحيح مسلم بن الحجاج - محمد بن علي بن آدم الأثيوبي (معاصر). ط. دار ابن الجوزي، الدمام، الطبعة الأولى، ١٤٢٦هـ / ٢٠٠٥م.
- البدر المنير في تخريج الأحاديث والآثار الواقعة في الشرح الكبير - عمر بن علي بن أحمد بن الملقن (ت. ٨٠٤هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- الجامع الصحيح للسنن والمسانيد - صهيب عبد الجبار - الشاملة.
- شرح السنة - الحسين بن مسعود البغوي (ت. ٥١٦هـ).
- شرح بلوغ المرام - سليمان بن محمد اللهميد. المكتبة الشاملة.

- شرح زاد المستقنع - محمد بن محمد المختار الشنقيطي . المكتبة الشاملة.
 - شرح صحيح البخاري - ابن بطل أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك (ت ٤٤٩ هـ) - ج ٦/٢٣٠ - دار النشر: مكتبة الرشد - السعودية، الرياض.
 - صحيح البخاري - محمد بن إسماعيل البخاري (ت ٢٥٦ هـ). الطبعة: الثانية، ١٤٢٣ هـ - ٢٠٠٣ م - الشاملة.
 - صحيح مسلم - مسلم بن الحجاج النيسابوري المستدرک علی الصحيحین - محمد بن عبد الله الحاكم النيسابوري (ت. ٤٠٥ هـ). ط. مكتبة المعارف، الرياض.
 - مرقاة المفاتيح شرح مشكاة المصابيح - الملا علي القاري - ج ٥/ ١٩٧٥، الناشر: دار الفكر - ط. الأولى ١٤٢٢ هـ
 - الموطأ - مالك بن أنس الأصبحي المدني (ت ١٧٩ هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
 - نصب الراية - عبد الله بن يوسف الزيلعي (ت ٧٦٢ هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- الفقه الحنفي:
- البحر الرائق شرح كنز الدقائق ومنحة الخالق - محمد بن إبراهيم بن محمد الطوري المعروف بابن نجيم (ت ٩٧٠ هـ). ط. دار الكتاب الإسلامي، القاهرة.
 - التجريد - أحمد بن محمد بن جعفر القدوري (ت ٤٢٨ هـ). ط. دار السلام، الرياض، الطبعة الثانية، ١٤٢٧ هـ / ٢٠٠٦ م.
 - تحفة الفقهاء - علاء الدين أبو بكر بن مسعود الكاساني (ت ٥٨٧ هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
 - درر الحکام شرح غرر الأحكام - محمد بن فرامرز منلا خسرو الحنفي (ت ٨٨٥ هـ).

- درر الحكام في شرح مجلة الأحكام - علي حيدر (ت ١٣٥٣هـ). ط. دار الجيل، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١١هـ.
- الفتاوى الهندية (العالمكية) - جماعة من علماء الهند. ط. دار الفكر، بيروت.
- لسان الحكام لمعرفة الأحكام - أحمد بن محمد بن محمد، أبو الوليد، لسان الدين ابن السيِّحنة الثقفي الحلبي (ت ٨٨٢هـ) - ص ٢٨٩ ط. الحلبي - الثانية - ١٩٩٣هـ.
- المبسوط - محمد بن أحمد السرخسي (ت ٤٨٣هـ) ط. دار الفكر، بيروت.
- مجلة الأحكام العدلية - لجنة من علماء العثمانيين. المكتبة الشاملة.
- نتائج الأفكار في كشف الرموز والأسرار - شمس الدين، أحمد بن قودر، المعروف بقاضي زاده أفندي - ، الناشر: شركة مكتبة ومطبعة الحلبي بمصر ط. الأولى، ١٣٨٩ هـ - ١٩٧٠ م .
- الهداية في شرح بداية المبتدي - علي بن أبي بكر المرغيناني (ت ٥٩٣هـ) ط. دار الكتب العلمية، بيروت.

الفقه المالكي:

- الإشراف على نكت مسائل الخلاف - للقاضي عبد الوهاب - الناشر: دار ابن حزم - ط. الأولى ١٤٢٠هـ
- بغية المقتصد شرح بداية المجتهد - محمد بن حمود الوائلي - ج ١٢ / ٧٣٠١، دار ابن حزم - الأولى - ١٤٤٠هـ.
- جواهر الدرر في حل ألفاظ المختصر - لأبي عبدالله شمس الدين محمد بن إبراهيم التتائي المالكي - ج ٨ / ٤٥، الناشر: دار ابن حزم - ط. الأولى ١٤٣٥هـ.
- شرح التلقين - محمد بن علي المازري المالكي (ت ٥٣٦هـ). ط. دار الغرب الإسلامي، بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨م.

- شرح الزرقاني على مختصر خليل وحاشية البناني - عبد الباقي بن يوسف الزرقاني (ت ١١٢٢هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٢٢هـ.
- عقد الجواهر الثمينة في مذهب عالم المدينة - أبو محمد جلال الدين عبد الله بن نجم بن شاس بن نزار الجذامي السعدي المالكي ت ٦١٦هـ - الشاملة.
- قوانين الأحكام الشرعية - لابن جزى المالكي - المكتبة الشاملة.
- الكافي في فقه أهل المدينة - لأبي عمر يوسف بن عبد الله بن عبد البر النمري (ت ٤٦٣هـ) ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- المدونة - مالك بن أنس (ت ١٧٩هـ) ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- المختصر الفقهي - محمد بن عرفة المالكي (ت ٨٠٣هـ) ط. دار الغرب الإسلامي، بيروت.
- المقدمات الممهديات - محمد بن أحمد ابن رشد الجد (ت ٥٢٠هـ) ط. دار الغرب الإسلامي، بيروت.
- المعونة على مذهب عالم المدينة - للقاضي عبد الوهاب بن علي البغدادي المالكي (ت ٤٢٢هـ) ط. المكتبة التجارية، مكة المكرمة.
- مواهب الجليل - لأبي عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربي - المعروف بالحطاب (ت ٩٥٤هـ) ط. دار الفكر، بيروت.
- مواهب الجليل من أدلة خليل - المختار بن عبد الله الشنقيطي - ط. إدارة إحياء التراث الإسلامي، الكويت، الطبعة الأولى، ١٤٠٣هـ.
- النوادر والزيادات - عبد الله بن أبي زيد القيرواني (ت ٣٨٦هـ) ط. دار الغرب الإسلامي، بيروت، الطبعة الأولى، ١٩٩٩م.

الفقه الشافعي:

- الأم - محمد بن إدريس الشافعي (ت ٢٠٤هـ).
- البيان في مذهب الإمام الشافعي - يحيى بن أبي الخير بن سالم العمراني (ت ٥٥٨هـ). ط. دار المنهاج، جدة، الطبعة الأولى، ١٤٢١هـ / ٢٠٠٠م.
- تحفة المحتاج - أحمد بن حمزة الرملي (ت ٩٥٧هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- التنبيه في الفقه الشافعي - إبراهيم بن علي الشيرازي (ت ٤٧٦هـ). ط. عالم الكتب، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٣هـ / ١٩٨٣م.
- روضة الطالبين - يحيى بن شرف النووي (ت ٦٧٦هـ). ط. دار الفكر، بيروت.
- الغاية في اختصار النهاية - للعز بن عبد السلام - الناشر: دار النوادر - بيروت - ط. الأولى ١٤٣٧هـ - ٢٠١٦م
- فتح العزيز لشرح الوجيز - عبد الكريم بن محمد الرافعي (ت ٦٢٣هـ). ط. دار الفكر ودار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٧هـ / ١٩٩٧م.
- المجموع - يحيى بن شرف النووي (ت ٦٧٦هـ). ط. دار الفكر، بيروت.
- المهذب - إبراهيم بن علي الشيرازي (ت ٤٧٦هـ). ط. دار الفكر، بيروت.
- مغني المحتاج - محمد بن أحمد الخطيب الشربيني (ت ٩٧٧هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- نهاية المطلب في دراية المذهب - عبد الملك بن عبد الله بن يوسف الجويني (ت ٤٧٨هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- الوسيط - محمد بن محمد الغزالي (ت ٥٠٥هـ). ط. دار الفكر، بيروت.

الفقه الحنبلي:

- التعليقة الكبيرة- للقاضي أبي يعلى - ج ٣ / ١٦٩ - الناشر: دار النوادر- ط. الأولى ١٤٣١هـ.
- شرح الزركشي على مختصر الحزقي - محمد بن عبد الله الزركشي (ت ٧٩٤هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- شرح منتهى الإرادات- للبهوتي - المكتبة الشاملة.
- الفتاوى الكبرى - أحمد بن عبد الحلیم بن تیمیة (ت ٧٢٨هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- المبدع في شرح المقنع - إبراهيم بن محمد بن عبد الله بن مفلح (ت ٨٨٤هـ) ط. دار الكتب العلمية، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ / ١٩٩٧م.
- مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى- الرحيباني - الشاملة.
- المطلع على دقائق زاد المستقنع-عبد الكريم محمد اللاحم- الشاملة.
- المغني - عبد الله بن أحمد بن قدامة (ت ٦٢٠هـ) ط. مكتبة القاهرة، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٣٨٨هـ / ١٩٦٨م.
- المنهج الصحيح في الجمع بين ما في المقنع والتنقيح - أحمد بن محمد العسكري. - ط. مكتبة أهل الأثر، الكويت.

الفقه الظاهري:

- المحلى بالآثار - علي بن أحمد بن حزم (ت ٤٥٦هـ) ط. دار الفكر، بيروت.

أصول الفقه وقواعده:

- الأشباه والنظائر - عبد الرحمن بن أبي بكر السيوطي (ت ٩١١هـ) ط. دار الكتب العلمية، بيروت.

- الأشباه والنظائر - عبد الوهاب بن علي السبكي (ت ٧٧١هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- إعلام الموقعين - محمد بن أبي بكر بن أيوب ابن قيم الجوزية (ت ٧٥١هـ). ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- تحقيق المراد في أن النهي يقتضي الفساد - صلاح الدين خليل بن كيكليدي العلائي (ت ٧٦١هـ). ط. دار الكتب الثقافية، الكويت.
- التخريج عند الفقهاء والأصوليين - يعقوب بن عبد الوهاب الباسين - ط. مكتبة الرشد، الرياض، ١٤١٤هـ.
- الرسالة - محمد بن إدريس الشافعي (ت. ٢٠٤هـ) ط. دار الكتب العلمية، بيروت.
- الفروق - أحمد بن إدريس القرافي (ت. ٦٨٤هـ) ط. دار الفكر، بيروت.
- القواعد - محمد بن عبد المؤمن الحصني (ت ٨٢٩هـ) ط. مكتبة الرشد، الرياض، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ / ١٩٩٧م.
- القواعد الفقهية - عبد الرحمن بن أحمد ابن رجب الحنبلي (ت ٧٩٥هـ) ط. دار ابن حزم، بيروت.
- قواعد الفقه - محمد عميم الإحسان المجددي البركتي (ت ١٤٢٥هـ) ط. الصدف، كراتشي، الطبعة الأولى، ١٤٠٧هـ.
- المسودة في أصول الفقه - لابن تيمية تتابع - على تصنيفها الجد: مجد الدين، والابن: شهاب الدين، والحفيد: شيخ الإسلام ابن تيمية - الشاملة.
- موسوعة القواعد الفقهية - محمد صدقي بن أحمد آل بورنو - ط. مؤسسة الرسالة، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٢٤هـ.

- نفائس الأصول في شرح المحصول - للقرافي - ج ٤ / ١٦٩١، ط. مكتبة نزار مصطفى الباز - مكة - الأولى - ١٤١٦ هـ - ١٩٩٥ م،
- الوجيز في إيضاح قواعد الفقه الكلية - محمد صدقي بن أحمد آل بورنو - ط. دار الرسالة، بيروت.

كتب الفقه العام والمعاصرة:

- أحكام المعاملات الشرعية - علي أحمد الخفيف (ت ١٤٠٤ هـ). ط. دار الفكر، دمشق، الطبعة الأولى، ٢٠٠٨ م.
- الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي - علي المناصير. الجامعة الأردنية، عمان، أطروحة دكتوراه، ٢٠٠٧ م.
- التكييف الفقهي للوقائع المستجدة وتطبيقاته الفقهية - محمد عثمان شبير. ط. دار القلم، دمشق، الطبعة الأولى، ١٤٢٥ هـ / ٢٠٠٤ م.
- الجوانب القانونية للحماية المدنية للمستهلك من الإعلانات التجارية الكاذبة أو المضلة - د. علي السيد حسين - د. وليد محمد بشر - بحث في مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا - العدد ٣٢ - الجزء الثاني.
- السيل الجرار المتدفق على حدائق الأزهار - للشوكاني - الناشر: دار الحزم - ط. الأولى - بدون.
- الفقه الإسلامي وأدلته - وهبة مصطفى الزحيلي (ت ١٤٣٦ هـ). ط. دار الفكر، دمشق، الطبعة الأولى، ١٩٩٨ م.
- المدخل الفقهي العام - مصطفى أحمد الزرقا (ت ١٤٢٠ هـ). ط. دار القلم، دمشق.

كتب اللغة والمعاجم:

- تهذيب اللغة - محمد بن أحمد الأزهرى الهروي (ت ٣٧٠هـ) ط. دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم - نشوان بن سعيد الحميري (ت ٥٧٣هـ) ط. دار الفكر المعاصر، بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م.
- الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية - إسماعيل بن حماد الجوهري (ت ٣٩٣هـ) ط. دار العلم للملايين، بيروت، الطبعة الرابعة، ١٤٠٧هـ / ١٩٨٧م.
- العين - أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد بن عمرو الفراهيدي - ط. دار الهلال.
- المصباح المنير - أحمد بن محمد الفيومي (ت ٧٧٠هـ) ط. دار الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٤٢١هـ / ٢٠٠٠م.
- المعجم الوجيز في اللغة العربية - مجمع اللغة العربية بالقاهرة. وزارة التربية والتعليم، القاهرة، الطبعة الأولى، ١٤٢٤هـ / ٢٠٠٣م.
- معجم لغة الفقهاء - محمد رواس قلعه جي - ط. دار النفائس، بيروت، الطبعة الأولى والثانية، ١٤٠٨هـ.
- معجم المصطلحات الفقهية - محمود عبد الرحمن عبد المنعم - ط. دار الفضيلة، القاهرة.
- مقاييس اللغة - أحمد بن فارس بن زكريا الرازي (ت ٣٩٥هـ) ط. دار الفكر، بيروت، الطبعة الأولى، ١٣٩٩هـ / ١٩٧٩م.

فهرس المحتوى

١١٧٣	ملخص البحث.....
	المقدمة: في أهمية الموضوع، وأسباب اختياري له، وأهداف البحث، ومشكلة البحث،
١١٧٨	والدراسات السابقة، وخطة البحث.....
١١٨٥	الفصل الأول: التعريف بمصطلحات عنوان البحث.....
١١٨٥	المبحث الأول: معنى التكيف الفقهي.
١١٨٧	المبحث الثاني: معنى الضمان.....
١١٩١	المبحث الثالث: معنى التغير، وأنواعه، وحكمه، وفيه مطلبان.....
١١٩١	المطلب الأول: معنى التغير، وأنواعه.....
١١٩٨	المطلب الثاني: حكم التغير.....
١٢٠٢	المبحث الرابع: الدعاية التجارية الإلكترونية.....
١٢٠٢	المطلب الأول: معنى الدعاية التجارية الإلكترونية، وأنواعها.....
١٢٠٤	المطلب الثاني: الضوابط الشرعية للدعاية التجارية الإلكترونية.....
١٢١١	الفصل الثاني: ضمان التغير في الدعاية التجارية الإلكترونية.....
١٢١١	المبحث الأول: مدى صحة العقد المشتمل على التغير.....
١٢١٧	المبحث الثاني: مدى ثبوت الخيار في العقد المشتمل على التغير.....
١٢٢٠	المطلب الأول: خيار الرد بالعيب للتدليس.....
١٢٢٥	المطلب الثاني: خيار الرد بسبب التغير القولي.....

- المطلب الثالث: خيار حُلْف الصفة. ١٢٢٨
- المبحث الثالث: مدى ثبوت الضمان للمغرور. ١٢٣٤
- المطلب الأول: شروط التغيرير الموجب للضمان في الدعاية التجارية الإلكترونية. ١٢٣٤
- المطلب الثاني: حكم الضمان للمغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية... ١٢٣٨
- المطلب الثالث: أنواع الضمان للمغرور في الدعاية التجارية الإلكترونية ١٢٤١
- الفرع الأول: ضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية المؤدي لهلاك النفس. ١٢٤٢
- الفرع الثاني: ضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية المؤدي إلى تلف عضو. ١٢٤٦
- المبحث الرابع: العقوبة على الغار في الدعاية التجارية الإلكترونية..... ١٢٤٧
- الفصل الثالث: التكييف الفقهي لضمان التغيرير في الدعاية التجارية الإلكترونية ١٢٥٢
- المبحث الأول: تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية
- الذي يقع من المُعلن(المنتج). ١٢٥٢
- المبحث الثاني: تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية
- الذي يقع من شركة الإعلان..... ١٢٥٨
- المبحث الثالث: تكييف ضمان التغيرير بالدعاية التجارية الإلكترونية
- الذي يقع من الموزّع. ١٢٦٥
- الخاتمة. ١٢٦٧
- ثبت المراجع. ١٢٦٩