ISSN: P 2789-1879
ISSN: E 2789 -1887
تاریخ دریافت ۱۴۰۳/۳/۱۰هـ.ش
تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۸/۲۰هـ.ش
فصل‌نامه‌ی علمی – تحقیقی رنا، سال هشتم، شمارهٔ ۳، خزان ۱۴۰۳

په سوداګریزو اعلانونو کې د انځورونو او غږونو خپرولو حکم

محمدابراهیم زین صافی[1]

لنډیز

په دې مقالـه کې د سـوداګریزو اعلانونـو پـه برخـه کـې د انځورونـو او غږونـو کـارونې شرعـي حیثیـت څېـړل شـوی دی. لـومړی، د اسـلامي شریعـت اصـول او د فقهـي قواعـدو پـر بنسـټ د دې مو ضوع اهمیـت روښـانه شـوی دی. وروسـې، پـه سـوداګریزو اعلانونـو کـې د انځـور او غـږ خپرولـو اړونـد بېلابېـل احکـام د علـماوو لـه ځرګنـدونو څخـه اخیسـتل شـوي چـې موخـه یـې اوسـنی اړتیـاوې د اسـلامي شریعـت د لارښـوونو سره پـه متـوازن شـکل وړانـدې کـول دي. دغـه څېړنـه د معـاصرو اعلانونـو نمـونې هـم ارزوي، ترڅـو د هغـو ټـولنیزې، اخلاقـي، او اقتصـادي اغېـزې پـه ګوتـه شي. د دې ترڅنـګ، د قـرآن او حـدیث پـه رڼـا کـې د انځـور او غـږ د کـارونې حـدود بیـان شـوي او د اسـلامي اصـولو سره سـم د اعلانونـو لپـاره عمـلي لارښـوونې وړانـدې شـوې دي. د مقـالې پایلـه پـه دې ټینګـار کوي چې سوداګریز اعلانونـه بایـد د اسـلامي اخلاقـو او عـدالت اصـولو تـه ژمـن وي، او هغـه اعلانونـه چـې اخلاقـي فسـاد، بـې عـدالتی او یا د خلکو دوکه کولو ته لار هواروي، شرعاً جایز نه دي.

کلیدي کلمات: سوداګري، اعلان، د ساه کښ انځور، د بې ساه انځور، غږونه

[1] د رنا پوهنتون رئیس

ISSN: P 2789-1879
ISSN: E 2789 -1887
Received: 2024/5/10
Accepted: 2024/22/10 *Rana Academic & Research Journal – Volume 8, Issue 03 - 2024*

The Ruling on the Use of Images and Sounds in Commercial Advertisements

Mohammad Ibrahim Zain Safi [1]

Abstract

This article examines the Shariah perspective on the use of images and sounds in commercial advertisements. First, the importance of this topic is highlighted based on the principles of Islamic Shariah and jurisprudential rules. Subsequently, various rulings related to the dissemination of images and sounds in commercial advertisements are derived from the statements of scholars, aiming to present a balanced approach that aligns contemporary needs with Islamic guidelines. The study also evaluates modern advertisement samples to identify their social, moral, and economic impacts. Furthermore, the boundaries for the use of images and sounds are explained in the light of the Qur'an and Hadith, and practical guidelines for advertisements in accordance with Islamic principles are provided. The conclusion of the article emphasizes that commercial advertisements must adhere to Islamic ethics and principles of justice. Advertisements that promote moral corruption, injustice, or deception are deemed impermissible under Shariah.

Keywords: Commerce, Advertisement, Animate Image, Inanimate Image, Sounds

[1] President of Rana University

سریزه

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ، نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ، مَنْ يَهْدِهِ اللهُ فَلاَ مُضِلَّ لَهُ، وَمَنْ يُضْلِلْ فَلاَ هَادِيَ لَهُ، وَأَشْهَدُ أَنْ لاَ إِلَهَ إِلاَّ اللهُ وَحْدَهُ لاَ شَرِيكَ لَهُ، وَأَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. أَمَّا بَعْدُ:

د اسلام مبارک دین چې جامع او شامل نظام دی، د عباداتو تر څنګ یې د معاملاتو احکام هم بیان کړي او په معاملاتو کې یې د انسانانو مصلحتونه په پام کې نیولي دي، په سوداګریزو احکامو کې یې ډېر څه د معامله کوونکو رضا او ګټې ته پرېښې او په عرف او عادت یې بنا کړي دي، دا چې د سوداګرۍ د پرمختګ لپاره اړین بنسټ اعلان دی او په اوسني وخت کې ورته ډېره پاملرنه کېږي او په مختلفو اشکالو سره وړاندې کېږي، په سوداګریزو اعلانونو کې د ډېرو مبالغو څخه کار اخیستل کېږي او په حقیقت بنا نه وي، دا چې په اعلانونو کې مبالغه کول څه حکم لري او کوم احکام پرې مرتب دي، په دغه څېړنه کې څېړل شوي دي.

اوس مهال ډېری سوداګریز اعلانونه د ښځو په غږونو او همدا راز په بېلابېلو انځورونو مشتمل دي، چې دې چارې اسلامي سوداګري زیانمنه کړې او اړتیا لیدل کېږي چې په اړه یې د شرعي اصولو په رڼا کې څېړنه ترسره او ټول اړخونه یې بیان کړي. په سوداګریزو اعلانونو کې د انځور او غږ خپرونه که د شریعت د اصولو، اخلاقي معیارونو، او ټولنیزو ارزښتونو مطابق وي، نو د خلکو پر دیني شعور، اقتصادي باور او بازار موندنې پایلو مثبت اغېز لري؛ خو بر عکس که په اعلان کې د اسلامي اصولو او ټولنیزو ارزښتونو خلاف شیان وکارول شي او خپاره شي، نو په سوداګریزو توکو د اسلام‌پاله خلکو باور کموي او د سوداګرۍ د ناکامېدو لامل کېدلای شي.

د سوداګریزو اعلانونو اړوند احکام (په سوداګریزو اعلانونو کې د انځور او غږ خپرولو احکام) څېړل په اوسني وخت کې د اړینو موضوعاتو څخه دي، چې د اهمیت ځینې نکتې یې په دې ډول دي: ۱- سوداګریز اعلانونه اوس مهال ډېر شوي او له ګڼو لارو خپرېږي، خو ډېری سوداګر او عوام مسلمانان د دې له شرعي او قانوني احکامو څخه ناخبره دي او د دې څېړنې په ترسره کولو سره کېدلای شي چې یوه برخه مسلمانان د سوداګریزو اعلانونو د اړوند احکامو څخه خبر شي. ۲- سوداګریز اعلانونه ځینې روا او ځینې یې ناروا دي، خو ډېر خلک یې تر منځ توپیر نه شي کولای، نو ځکه داسې څېړنه اړینه بلل کېږي چې د دغه اعلانونو احکام پکې بیان شوي وي.

دا څېړنه اوس مهال ځکه اړینه ده چې د سوداګرۍ په برخه کې پرمختګ شوی او د سوداګرۍ د پرمخ بیولو او ولاړ ساتلو لپاره سوداګریزو اعلانونو ته اړتیا ده، خو د دې لپاره چې اعلان پر لیدونکو او اورېدونکو اغېزناک تمام شي، په هغې کې د انځورونو او غږونو څخه هم استفاده کېږي، دا چې د انځور خپرول او یا هم د اعلان سره د غږ خپرول په شریعت کې روا دي که نه، د پېژندنې لپاره یې د څېړنې ترسره کول اړین دي.

په اعلانونو کې د انځور او غږ د کارونې شرعي حدود معلومول؛ د اسلامي فقهې د فقهاوو نظرونه د مسئلې په اړه راټولول او د معاصرو اعلانونو په اړه یې د تطبیق زمینه برابرول. دسوداګریزو اعلانونو په ټولنیزو، اخلاقي او رواني اړخونو باندې د انځور او غږ کارونې اغېزو ته اشاره کول. په دې څېړنه کې به راتلونکو پوښتنو ته ځواب وویل شي: **۱-** آیا د اسلامي شریعت او اقتصاد پوهانو له انده د سوداګریز اعلان په تعریف کې کوم توپیر شتون لري؟ **۲-** په سوداګریزو اعلانونو کې د ښځینه وو غږ او انځور خپرول څه حکم لري؟ **۳-** په سوداګریزو اعلانونو کې طبیعي غږونه خپرول جائز دي او که نه؟

نظري جوړښت: د سوداګریزو اعلانونو اهمیت د معاصرې نړۍ په اقتصادي، کلتوري او ټولنیزو برخو کې بې ساری دی. په نننۍ نړۍ کې، سوداګرۍ او تولیدات د اعلانونو له لارې خپرېږي، چې د انځورونو، غږونو، او نورو وسایلو په مرسته خلک متوجه کوي.

په اسلامي شریعت کې د ژوند ټول اړخونه د یوه واضح چوکاټ لاندې راځي، چې د اخلاقو، عدالت او سوکالۍ اصولو ته ژمنتیا تضمینوي. د سوداګریزو اعلانونو په برخه کې د انځورونو او غږ کارول د دیني عالمانو ترمنځ د بحث یوه مهمه موضوع ګرځېدلې ده، ځکه چې دا اعلانونه د خلکو په روان، ټولنیزو اړیکو او اخلاقي حالتونو مستقیم اغېز لري.

په تېرو کلونو کې، ګڼو اسلامي عالمانو او څېړونکو د انځور او غږ د کارونې پر شرعي حدودو څېړنې کړې دي. ځینې یې ددې وسیلو کارول په ځانګړو شرایطو کې جایز بولي، خو بل خوا بیا د هغه شرایطو پر وړاندې چې اخلاقي فساد او بې عدالتۍ ته لاره هواروي، جدي مخالفت ښودل شوی دی. د بېلګې په ډول د ځینو څېړنو یادونه کوم، لکه:

دا چې سوداګریز اعلانونه د پخوا راهیسې رواج دي او د تجارت د کامیابۍ تر ټولو اړینه وسیله بلل کېږي، نو پر همدې اساس یې په اړه ځینې لیکنې هم ترسره شوي دي، چې په دې ځای کې ترې یادونه کېږي. ۱- الاعلان من منظور اسلامي، دا د استاد احمد داود عیساوي لیکنه ده او د قطر د اوقافو وزارت خپره کړې ده.

په دغه څېړنه کې لیکوال د اعلان په اړه عمومي معلومات وړاندې کړي دي او د اسلامي ثقافت اړوند لیکنه ده، فقهي احکام پکې نه دي بیان شوي. ۲- الاعلانات التجاریة وضوابطها في الفقه الاسلامي د دکتور عبد المجید الصلاحین لیکنه ده، چې د اردن پوهنتون د شرعیاتو پوهنځي په مجله کې خپره شوې ده.

په یاده لیکنه کې ډېره برخه د سوداګریزو اعلانونو ضوابطو ته ځانګړې شوې ده او همدا راز د سوداګریزو اعلانونو یوازې فقهي اړخ یې څېړلی او د قوانینو یادونه پکې نه ده شوې او په بحث کې د اختصار څخه کار اخیستل شوی دی.

التسویق في الاقتصاد الاسلامي، د فتحي یعقوب لیکنه چې په جامعة الیرموك کې په ۲۰۰۰م کال کې د ماسترۍ تیزیس په حیث لیکل شوې او خپره شوې نه ده.

په دغه څېړنه کې ډېره برخه د اسلام له نظره بازار موندنې ته ورکړل شوې او د بازار موندنې یوه وسیله اعلان دی، بناء یاده لیکنه د اعلان احکامو ته ځانګړې شوې نه ده.

په دې اړه ځینې نورې لیکنې هم شته چې زیاتې یې د اقتصاد اړوند دي او د بازار موندنې او سوداګریزو اعلانونو په اړه لیکل شوي او یوازې د اقتصاد له پلوه یې څېړنه کړې ده.

په پخوانیو لیکنو تبصره

دې مقالې ته اړتیا له دې ځایه پیدا کېږي چې په پخوانیو لیکنو کې د اعلانونو په اړه عام احکام بیان شوي او دې ته ځانګړې شوې نه ده، خو په دې څېړنه کې د اعلانونو لپاره د انځور او غږ د کارونې شرعي حیثیت روښانه شوی او د اسلامي اصولو په رڼا کې د دغه مسئلې عملي لارښود وړاندې شوی. دا څېړنه د معاصر وخت د اړتیاوو او اسلامي شریعت د اصولو ترمنځ یو متوازن تحلیل دی.

د څېړنې تګلاره: ۱- په څېړنه کې د بېلابېلو اوسنیو او پخوانیو لیکنو څخه استفاده شوې ده. ۲- په لیکنه کې د معتمدو ماخذونو څخه معلومات به په مناسب شکل راټول شوي او ترتیب شوي دي. ۳- څېړنه په کتابتوني (توصیفي) شکل ترسره شوې، چې د موضوع په اړه د فقهاوو اقوال د هغوی د معتمدو مصادرو څخه اخیستل شوي، دلائل یې راوړل شوي، د دلائلو مناقشه شوې او بیا غوره قول دلائلو ته په کتلو سره په ګوته شوی دی. ٤- هغه موارد چې فقهاء یې په اړه اختلاف نه لري او یا هم نوي مسائل دي، په اړه یې حکم بیان شوی او د اختلاف د نه شتون له امله په کمو دلائلو بسنه شوې ده. ٤- قرآني آیتونه د عثماني رسم الخط سره سم لیکل شوي. او ۵- احادیث د اصلي مصادرو څخه اخیستل شوي او د اړتیا پر مهال یې حکم بیان شوی دی.

۱. وضعي اقتصادپوهانو له انده د سوداګريز اعلان پېژندنه

د اعلان لپاره ګڼ تعريفونه شوي، چې تر ټولو جامع يې داسې کېدلای شي: «الإعلان علم وفن التقديم المغري للسلعة أو الخدمة أو الفكرة أو التسهيلات في جمهور المستقبلين بوسائل الإعلان المختلفة لسلوك الطريق الاستهلاكي الذي يرضى عنه المعلن والمنتج معا مقابل أجر مدفوع تبدو فيه صفة المعلن» (العيساوي، ۱۹۹۹: ٤٥).

ژباړه: اعلان د پلور توکو، خدمتونو، فکرونو او اسانتياوو د وړاندې کولو لپاره هڅوونکی علم دی چې عامو خلکو ته د اعلان د مختلفو وسيلو له لارې خپرېږي، تر څو دوی د مصرفولو داسې لار غوره کړي چې اعلانوونکی او توليدوونکی دواړه ترې راضي وي او اعلان د معلوم مزد په مقابل کې وړاندې کېږي چې د اعلان شوي شي صفت پکې ښکاره وي.

۲. د اسلامي اقتصادپوهانو له انده د سوداګريز اعلان پېژندنه

د اسلامي اقتصاد پوهانو له انده د سوداګريز اعلان تعريف داسې شوی دی: «وصف سلع أو منفعة مباحة بأسلوب مباح بغرض ترويجها بوسائل نشر عامة، وذلك نظير مبلغ معين يدفعه المعلن أو من خلال الاتصال الشخصي بين المنتج والمستهلك» (الصلاحين، ١٤٢٥: ٢٩). ژباړه: په مباح توګه د خپراوي د عامو وسائلو په ذريعه د تشهير په موخه د پلور توکي يا مباح منفعت وصف څرګندول دي، چې د معلوم مزد په مقابل کې، چې اعلان سپارونکی يې ورکوي، ترسره کېږي او يا هم د توليدوونکي او مصرفوونکي تر منځ په شخصي تړاو ترسره کېږي.

اعلان چمتو کوونکي ځينې مهال اړ کېږي چې د فکرونو څخه د تعبير او نورو ته د نقل کولو په لړ کې د ثابتو او متحرکو انځورونو څخه کار واخلي.

انځورونه او رسمونه د اعلان په بريالي کېدو او ناکامېدو کې رغنده رول لري، ځکه انځور کولای شي د هغه توکي پوره حقيقت او ځانګړنې څرګندې کړي چې د هغې د ترويج لپاره اعلانېږي او پکې د هڅونې عناصر راښکاره کړي (العلاق ١٤١٨: ٣٦٦). په سوداګريز اعلان کې کارېدونکي انځورونه پر دوه ډوله دي: ۱- لومړی ډول: د ساه لرونکو انځورونه. دا هغه انځورونه دي چې پکې ژوندي شيان ښکاري، لکه انسان، حيوان او داسې نور. ۲- د بې ساه انځورونه: دا هغه انځورونه دي چې پکې بوټي، مېوې، ونې، ډبرې، ويالې، سيندونه، لمر، سپوږمۍ او داسې نور شيان ښکاري. په سوداګريز اعلان کې د دې هر يو انځور حکم په راتلونکو مطلبونو کې په جلا جلا ډول بيانېږي.

۱،۱. د ساه لرونکو انځورونه

مخکې له دې چې په دې ځای کې په سوداګريز اعلان کې د ساه لرونکي انځور خپرولو حکم څرګند شي، اړينه ده چې لومړی بايد د انځور اخيستلو او چاپ کولو او د فوتوګرافي انځور حکم څرګند شي او ورپسې بيا په اعلان کې د انځور خپرولو حکم بيان شي.

ټول علماء پر دې متفق دي، چې د ساه لرونکي انځور جوړول حرام دي، د دې حکم لپاره په ډېرو احاديثو استدلال کوي، چې په هغې کې د ساه لرونکو د انځور جوړولو حرمت بيان شوی دی او علت يې د الله تعالی د پيدايښت سره مشابهت ښودل شوی دی. ۱- عن عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا: قَدِمَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ سَفَرٍ، وَقَدْ سَتَرْتُ بِقِرَامٍ لِي عَلَى سَهْوَةٍ لِي فِيهَا تَمَاثِيلُ، فَلَمَّا رَآهُ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هَتَكَهُ وَقَالَ: «أَشَدُّ النَّاسِ عَذَابًا يَوْمَ القِيَامَةِ الَّذِينَ يُضَاهُونَ بِخَلْقِ اللَّهِ» (البخاري ١٤٢٢: ج١٦٨/٧، رقم: ٥٩٥٤؛ مسلم ج١٦٦٨/٣، رقم: ٢١٠٧). ژباړه، له عائشې رضي الله عنها څخه روايت دی وايي: رسول الله صلی الله عليه وسلم د سفر څخه راغی او ما خپله يوه تاخچه په داسې پرده پټه کړې وه چې انځورونه پکې وو، کله چې رسول الله صلی الله عليه وسلم وليده، ويې شکوه او ويې ويل: ((د قيامت په ورځ تر ټولو سخت عذاب د هغه چا دی چې د الله تعالی د پيدايښت سره مشابهت کوي) ۲- په بل حديث شريف کې راغلي دي: عَنْ نَافِعٍ، أَنَّ عَبْدَ اللَّهِ بْنَ عُمَرَ، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَخْبَرَهُ: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "إِنَّ الَّذِينَ يَصْنَعُونَ هَذِهِ الصُّوَرَ يُعَذَّبُونَ يَوْمَ القِيَامَةِ، يُقَالُ لَهُمْ: أَحْيُوا مَا خَلَقْتُمْ" . (البخاري ١٤٢٢: ج١٦٧/٧، رقم: ٥٩٥١). ژباړه، نافع له عبد الله بن عمر رضي

الله عنه څخه روایت کوي چې رسول الله صلی الله علیه وسلم فرمایلي دي: ((بېشکه هغه کسان چې دا انځورونه جوړوي، د قیامت په ورځ به ورته عذاب ورکول کېږي، ورته ویل کېږي به: هغه چې تاسې جوړ کړئ ژوندي یې کړئ).

په پورته حدیثونو کې په صراحت سره د دې بیان شوی دی، چې څوک په لاس باندې انځور جوړوي چې هغه جسم ولري یا یې د تارونو څخه جوړوي، چې سیوری ولري، نو د ساه لرونکو شیانو داسې انځورونه جوړول حرام او په قیامت کې د عذاب لامل کېږي، ځکه په دې کې د الله تعالی د پیدایښت سره ورته والی دی، څرنګه چې الله تعالی انسان جوړ کړی او بیا یې ژوندی کړی دی، نو همداسې دوی هم یو شی جوړوي، پر دې اساس د دوی عذاب هم سخت دی او په قیامت کې به یې د عذاب یوه برخه دا وي چې دوی ته به ویل کېږي، هغه چې تاسې جوړ کړي، ساه پکې واچوئ او دوی پکې ساه نشي اچولای.

البته هغه انځور چې د کامرې په واسطه اخیستل شوی وي، چې اصلي څېره یې انعکاس کړي وي او په جوړولو کې یې د انځور اخیستونکي رول نه وي، نو دا ډول انځورونه په پخوا وخت کې نه وو، بلکې اوس رامنځته شوي دي او د معاصرو علماوو څخه یې د حکم په اړه دوه قولونه نقل شوي دي: ۱- د کامرې په واسطه اخیستل شوی انځور چې اوس مهال ورته فوټوګرافي (Photography) انځور ویل کېږي، حرام دی، البته هغه چې د اړتیا لپاره وي، مباح دي، لکه د تذکرې، آی ډي کارت، پاسپورټ، ټکټ، د زده کړې کارت، د دندې کارت او داسې نورو لپاره انځور اخیستل. دا د شیخ محمد آل الشیخ، شیخ عبد العزیز بن باز او شیخ محمد ناصر الدین الالباني رحمهم الله قول دی(الحبش ۱۴۰۷: ۶۷؛ واصل ۱۴۲۰: ۳۱۴, ۳۲۸). ۲- د کامرې په واسطه د انځور اخیستل مباح دي. دا د شیخ محمد الخضر حسین، شیخ محمد نجیب المطیعي، شیخ حسنین محمد مخلوف، شیخ محمد متولي شعراوي ، شیخ محمد بن العثیمین او شیخ سید سابق رحمهم الله قول دی (الحبش ۱۴۰۷: ۶۷؛ واصل ۱۴۲۰: ۳۱۴, ۳۲۸).

د لومړي قول خاوندانو د فوټوګرافي انځور اخیستلو د حراموالي لپاره د راتلونکو دلائلو څخه استدلال کړی دی: ۱- قیاس: دوی فوټوګرافي انځورونه په هغه انځورونو قیاس کړي دي چې په شریعت کې یې حرمت بیان شوی دی او د دواړو تر منځ مشترک علت دا وایي چې دواړه انځورونو کې د الله تعالی د پیدایښت سره یو شان والی دی. پر دې استدلال داسې نیوکه کېږي چې دا قیاس مع الفارق دی؛ ځکه د کوم علت له امله چې د نبي صلی الله علیه وسلم په وخت کې پېژندل شوي انځورونه حرام شو یدي، د الله تعالی د پیدایښت سره یو شان والی او د بُت پرستی څخه وېره وه چې هغه وېره د کامرې په واسطه اخیستل شوي انځور کې نشته؛ بل دا چې په دې انځور کې د الله تعالی د پیدایښت سیوری پر پاڼه باندې ثابت پاتې کېږي او چاپ کېږي، پرته له دې چې انځور اخیستونکی د هغې په ډیزاین او د غړو په تحدید کې ونډه ولري او په دې شکل د یو شي انځور اخیستل د نشت څخه د هغې شته کول نه دي، نو حرام هم نه دی. ۲- د کامرې په واسطه د انځور اخیستل ځکه حرام دي، چې په دې کې احتیاط دی چې شخص په حرامو کې واقع نه شي، ځکه فوټوګرافي انځور د مشتبه شیانو څخه دی او څوک چې په مشتبهاتو کې واقع شو، نو په حرامو کې واقع کېدل یې هم نږدې دي؛ ځکه په حدیث شریف کې راغلي دي: "الحَلاَلُ بَيِّنٌ، وَالحَرَامُ بَيِّنٌ، وَبَيْنَهُمَا مُشَبَّهَاتٌ لاَ يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنِ اتَّقَى المُشَبَّهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ: كَرَاعٍ يَرْعَى حَوْلَ الحِمَى، يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ، ..." (البخاري ۱۴۲۲: ۲۰/۱ رقم: ۵۲).

ژباړه: حلال هم ښکاره دي او حرام هم ښکاره دي او د دې تر منځ مشتبه شیان دي چې ډېر خلک پرې نه پوهېږي، نو که چا د مشتبه شیانو څخه ځان وساته دین او عزت یې خوندي پاتې شو او که څوک په مشتبه شیانو کې اخته شو، نو داسې دی لکه شپون چې د ناغه شوي ځای په خوا کې ګډې ووزې څروي، نږدې ده چې په ناغه شوي ځای کې به یې واقع کړي.

پر دې استدلال داسې نیوکه کېږي چې په اشیاوو کې اصل اباحت دی، تر څو چې د حرمت لپاره قاطع دلیل نه وي، چې د اصل څخه یې واړوي او په دې ځای کې هیڅ داسې قاطع دلیل نشته چې د کامرې انځور د حلالوالي څخه حراموالي ته واړوي. (واصل ۱۴۲۰: ۳۲۶).

هغه علماء چې وايي د کامرې په واسطه انځور اخيستل جائز دي، د راتلونکو دلائلو څخه استدلال کوي:۱- د کامرې په واسطه انځور اخيستل هغه انځور نه دی چې په شرعي نصوصو کې ترې منع راغلې او وعيد پرې ورکړل شوی دی؛ ځکه په دې کې شکل، ډيزاين او تفصيل نه وي، څنګه چې په لاس سره جوړ شويو انځورونو او مجسمو کې وي او د نبي صلی الله عليه وسلم په وخت کې مشهور وو، بلکې دا د هغه شکل نقلولو دي چې الله تعالی جوړ کړی او په اشياوو کې اصل اباحت دی، تر څو چې د منعې دليل نه وي. ۲- فوتوګرافي انځور د هغه شکل سره ورته دی چې په هنداره يا اوبو کې ښکاري او هيڅا نه دي ويلي چې په اوبو يا هنداره کې کتل ناروا دي، ځکه انځور له همدې څخه جوړېږي. ۳- فوتوګرافي انځور کې ډېر داسې شيان نشته چې د هغې د نشتوالي سره ژوند نه پاتې کېږي، بلکې په دې کې د انځور جسم هم نشته، چې کوم د ټولو غړو اساس بلل کېږي، په دې ټولو شيانو سره د الله تعالی د جوړښت سره يو شان والی له منځه ځي او په دې کې د روح پوکول هم له منځه ځي، ځکه جسم نه لري. (الحبش ۱۴۰۷: ۶۰- ۶۶؛ واصل ۱۴۲۰: ۳۳۰- ۳۳۷).

په دې مسئله کې دويم قول غوره ښکاري، چې د فوتوګرافي انځور اخيستلو د جواز قول کوي او د غوره والي دلائل يې په لاندې ډول دي: ۱- هغه علت چې له امله يې انځور جوړول حرام شوي دي، د بُت پرستۍ وېره او د الله تعالی د جوړښت سره مشابهت دی او په فوتوګرافي انځور کې دا وېره نشته، دا ځکه چې انځور اخيستونکی په دې کې کومه ځانګړې خواري نه کوي او نه کوم مهارت پورې اړه لري، چې د تراشلو، رسامۍ او نقاشۍ مهارت دی، نو ځکه دا کار د الله تعالی د جوړښت سره مشابهت نه دی. ۲- په اشياوو کې اصل اباحت دی، تر څو چې د منعې دليل نه وي او په دې ځای کې د فوتوګرافي انځور د حرمت کوم دليل نشته. ۳-اوس مهال د دې ډول انځورونو اخيستلو ته اړتيا ده او الله تعالی فرمايلي دي: ﴿مَا يُرِيْدُ اللّٰهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِّنْ حَرَجٍ﴾ (سورة المائدة، آيه ٦).

ژباړه: الله تعالی نه غواړي چې پر تاسې باندې حرج (تنګسيا/سختي) راولي). او کوم احاديث چې د ساه لرونکي د انځور څخه د منعې په اړه راغلي دي، نو د هغه انځورونو په حق کې دي چې د نبي صلی الله عليه وسلم په وخت کې مشهور وو، په لاس جوړ شوي او جسم لرونکي وو، لکه تراشل شوي، نقاشي شوي، رسم شوي او اوبدل شوي، نو دغه منع هغه انځورونو ته نه ده شامله چې د کامرې په واسطه اخيستل شوي وي، ځکه په دې کې د انسان رول کوم ځانګړی اغېز نه لري او يوازې د انسان سيوری په يو کاغذ باندې پاتې کېدل دي چې د کامرې په واسطه اخيستل کېږي.

د فقهاوو په اقوالو کې د غوره قول پر اساس ويلای شو چې: په سوداګريز اعلان کې د ساه لرونکو انځور کارول جائز دي، که د انسان انځور وي او که د حيواناتو، خو هله چې راتلونکي شرطونه او ضوابط پکې مراعت شي: ۱- د کوم جنس څخه چې اعلان کېږي، په اعلان کې کارول شوي انځورونه به پر حقيقت ولاړ وي، لکه د څارويو او چرګانو په اړه اعلانونه، چې په دې کې به توکی په حقيقي توګه انځورېږي او په انځور کې به يې عيبونه نه پټېږي. ۲- په انځور کې به اسلامي ارزښتونه په پام کې نيول کېږي، د عورت انځور او د هغه شي انځور به پکې نه وي چې د شريعت خلاف وي، يا يې ښکاره کول ناروا او شهوت پاروونکي وي (طحان ۱۴۱۰: ۲۸). ۳- د هغه شي انځور به نه کارېږي چې د کافرانو تقليد پکې وي، کله چې يو مسلمان اعلانوونکی د يو جنس په اړه عامو مسلمانانو ته اعلان کوي او غواړي هغوی د توکي په اړه خبر ترلاسه کړي، نو داسې انځور به نه خپروي چې په هغې کې د کفارو او غير مسلمو تقليد وي، که تقليد په لباس، خبرو او يا خوراک او څښاک کې وي. ٤- په انځور کې به پليت او حرام حيوانات نه ښکاري، لکه خنزير، سپی او داسې نور، ځکه شريعت د دې حيواناتو څخه په لرې والي امر کړی دی او په سوداګريز اعلان کې يې په ښکاره کېدو سره د شريعت د دغه امر مخالفت راځي (المناصير، ۲۰۰۷: ۹۷).

د پورته ضوابطو له مخې په سوداګريزو اعلانونو کې د ښځينه وو عکسونه په مطلق ډول خپرول حرام دي، ځکه د ښځې ټول بدن عورت دی او د نارينه عکس هغه مهال په سوداګريز اعلان کې خپرېدای شي، چې په صريحې يا ضمني توګه يې اجازه کړې وي، خو زما په اند بايد د انساني کرامت د خونديتوب لپاره په هغه شيانو کې چې د استعمال وروسته غورځول کېږي، د نارينه وو عکسونه خپرول هم نه دي پکار، ځکه چې تر غورځولو وروسته تر پښو لاندې کېږي او انساني کرامت زيانمنېږي. پر دې اساس هغه عکسونه چې ويښتانو جوړوونکو د خپلو دکانونو په مخه لګولي وي او د غير

شرعي ويښتانو ترويج پکې وي، يا د بدن د ښکلا کلبونو په اعلانونو کې ورکړي وي، چې د نارينه عورت پکې ښکاري او داسې نور، د اسلامي شريعت خلاف دي او اسلامي دولت يې بايد مخه ونيسي.

همدا راز د ښځينه وو هر ډول انځورونه په سوداګريزو اعلانونو کې بايد بند کړی شي، البته د شرعي حجاب او لباس د ترويج لپاره ورکړل شوي انځورونه چې په هغې کې يوه مسلمانه ښځه په شرعي لباس پټه وي، يا په شرعي لباس کې روانه وي، يا دنده اجراء کوي او داسې نور، جائز دي، ځکه د ټولو فقهاوو په اتفاق سره د ښځې لباس عورت نه دی او کله چې ښځه په شرعي لباس پټه وي او د نورو د تشويق لپاره يې انځور اعلان کړی شي، کوم شرعي محظور نه لري.-ان شاء الله-.

۱,۲. د بې ساه انځورونه

د بې ساه شيانو لکه ونې، بوټي، ډبرې، سمندر او داسې نورو انځور جوړول، رسمول او نقاشي کول جائز دي او پر دې د ټولو پخوانيو او اوسنيو فقهاوو اتفاق دی (کاساني ج۱: ۱۱۶؛ حطاب۱٤۲۳ج٤: ٤)؛ شربيني ۱۹۹٤ ج٤: ٤۰۹). د دې ډول انځور جوړولو د جواز لپاره دليل راتلونکي مبارک حديث دی: عَنْ سَعِيدِ بْنِ أَبِي الحَسَنِ، قَالَ: كُنْتُ عِنْدَ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، إِذْ أَتَاهُ رَجُلٌ فَقَالَ: يَا أَبَا عَبَّاسٍ، إِنِّي إِنْسَانٌ إِنَّمَا مَعِيشَتِي مِنْ صَنْعَةِ يَدِي، وَإِنِّي أَصْنَعُ هَذِهِ التَّصَاوِيرَ، فَقَالَ ابْنُ عَبَّاسٍ: لاَ أُحَدِّثُكَ إِلَّا مَا سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: سَمِعْتُهُ يَقُولُ: «مَنْ صَوَّرَ صُورَةً، فَإِنَّ اللَّهَ مُعَذِّبُهُ حَتَّى يَنْفُخَ فِيهَا الرُّوحَ، وَلَيْسَ بِنَافِخٍ فِيهَا أَبَدًا» فَرَبَا الرَّجُلُ رَبْوَةً شَدِيدَةً، وَاصْفَرَّ وَجْهُهُ، فَقَالَ: وَيْحَكَ، إِنْ أَبَيْتَ إِلَّا أَنْ تَصْنَعَ، فَعَلَيْكَ بِهَذَا الشَّجَرِ، كُلِّ شَيْءٍ لَيْسَ فِيهِ رُوحٌ (البخاری ۱۴۲۲:ج ۸۲/۳، رقم: ۲۲۲۵).

ژباړه: له سعيد بن ابي الحسن څخه روايت دی وايي: زه له عبد الله بن عباس رضي الله عنه سره وم، چې يو سړی راغی ويې ويل: د عباس پلاره، زه داسې انسان يم چې کاروبار مې د لاسي صنائعو څخه دی، زه دغه انځورونه (شکلونه) جوړوم، نو ابن عباس رضي الله عنه ورته وويل: زه تا ته يوازې هغه خبره کوم چې د نبي صلى الله عليه وسلم څخه مې اورېدلې ده هغه ويلي: ((چا چې يو انځور جوړ کړ، نو الله تعالى به ورته تر هغې عذاب ورکوي چې ساه پکې واچوي او په دې کې هيڅکله ساه نه شي اچولی)) هغه سړی ډېر سخت ولړځېده (ووېرېده) او مخ يې زېړ شو، نو ورته ويې ويل: خوار شې، که خامخا يې کوې، نو د دې ونو شکلونه جوړوه، د هر هغه شي انځور جوړوه چې ساه پکې نه وي.

له پورته حديث څخه څرګنده شوه چې د بې ساه شيانو انځورونه جوړول که په تار باندې وي، که له ختې څخه وي او که په تراشلو، نقاشۍ او يا رسامۍ سره وي، جائز دي او هيڅ حرج پکې نشته، لکه د سمندر عکس، اسمان، سپوږمۍ، ستوري، ډبرې، ونې، د ونې پاڼه، قلم، کتابچه او داسې نور او د دې يوازې جوړول نه، بلکې د دې جوړول، خرڅول او اخيستل يې هم جائز دي.

پر دې اساس که په سوداګريز اعلان کې د داسې شيانو انځورونه وي چې ساه نه لري، نو دې کې هيڅ حرج نشته او جائز دي، خو په دې شرط چې راتلونکي ضوابط به پکې مراعتېږي: **۱-** هغه توکی چې په اعلان کې د هغې انځور خپرېږي، مباح به وي، پر دې اساس د شرابو او نيشه يي توکو انځور په اعلان کې خپرول هم جائز نه دي، البته که د خلکو د منع کولو او له زيانونو څخه يې د خلکو د خبرولو لپاره اعلان کېږي او په داسې شکل پکې اعلان شي چې د خلکو نفرت ترې پيدا شي، نو بيا پکې حرج نشته. **۲-** په اعلان کې به رښتيا غالب وي او انځور به په داسې شکل نه وي جوړ شوی، چې خلک پرې دوکه شي (المناصير، ۲۰۰۷: ۹۸).

پر دې اساس که د کور، موټر، لوښي يا بل شي انځور ورکول کېږي، نو د حقيقت پر اساس به خپرېږي او دروغ به پکې نه وي، خو که د موټر پلورنځي مالك او يا د معاملاتو د لارښوونې د فتر مسؤول په اعلان کې د ښايسته موټر او کورونو انځورونه د خلکو د تشويق په موخه خپاره کړي، چې وروسته خلك ورشي او د خپلې خوښې شی ووينې او تر ليدلو او خوښولو وروسته يې واخلي، نو په دې کې حرج نشته، ځکه په دې ځای کې انځور د دې لپاره نه وي چې خلك پرې دوکه شي او نه يوازې د تصوير په ليدلو عقد کېږي، تر څو چې جنس ليدل شوی او خوښ شوی نه وي، خو په

الکتروني بیوعو کې بیا د داسې انځورونو خپرول چې د حقیقت څخه پکې مبالغه شوي وي او د توکي عیبونه پکې پټ شوي وي یا پکې توکی د حقیقت څخه وراخوا ښایسته شوی او معیاري ښکاره شوی وي، دوکه او تګي ده چې شریعت ترې منع کړې او ناروا یې بللې ده. ۳- په انځور کې به د کافرو تقلید نه وي، که لباس وي، که خوراک او څښاک یا خبرېی. ٤- د اسلامي شریعت د شعائرو انځور به نه وي، لکه مصحف، کعبه، حرمین، مسجد اقصی او داسې نور، ځکه په عام وخت کې د اعلان لوحه د وخت تر تېرېدو وروسته پر ځمکه، ډېران (خځلځای) او ویالې کې پرېووځي او په لار کې ورباندې خلک پښې ږدي، چې په دې سره د اسلام د شعائرو بې حرمتي راځي او دا ناروا ده.

۳. په سوداګریز اعلان کې د انسان غږ خپرول

په سوداګریزو اعلانونو کې کارېدونکي غږونه په درې ډوله دي: د سړو غږونه، د ښځینه وو غږونه او د ماشومانو غږونه چې د دې هر یو حکم په راتلونکو جزونو کې بیانېږي.

۱،۳. د سړیو غږونه خپرول

د ټولو فقهاوو په تفاق سره د سړي غږ عورت نه دی، نو په سوداګریز اعلان کې یې هم کارول جائز دي او له دې لارې عامو خلکو د معلوماتو وړاندې کول مباح امر دی، بل دا چې نبي صلی الله علیه وسلم په بازار کې د خلکو غږونه اورېدلي چې د خپلو توکو د پلورلو لپاره یې کول او هغوی یې له دې څخه نه دي منع کړي، سره له دې چې په بازار کې د توکي د پلور اعلان د سوداګریز اعلان یو پخوانی ډول وو.

البته په سوداګریز اعلان کې د نارینه وو د غږ خپرولو پر مهال باید دې ته پام وشي چې بېهوده او د حیاء او اخلاقو منافي الفاظ پکې ونه کارول شي (المناصیر، ۲۰۰۷: ۱۰۲). ځکه په حدیث شریف کې راغلي دي: عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّه صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ باللَّه واليَوْمِ الآخِرِ فَلاَ يُؤْذِ جَارَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَاليَوْمِ الآخِرِ فَلْيُكْرِمْ ضَيْفَهُ، وَمَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَاليَوْمِ الآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْراً أَوْ لِيَصْمُتْ». (البخاري ۱٤۲۲:ج ۱۱/۸، رقم: ٦۰۱۸). ژباړه، له ابو هریرة رضي الله عنه څخه روایت دی وایي: رسول الله صلی الله علیه وسلم فرمایلي دي: ((څوک چې پر الله تعالی او د آخرت په ورځ ایمان لري، نو ګاونډي ته دې زیان نه رسوي، څوک چې پر الله تعالی او د آخرت په ورځ ایمان لري نو د مېلمه عزت دې وکړي او څوک چې پر الله تعالی او د آخرت په ورځ ایمان لري، نو ښې خبرې دې کوي او یا دې چُپ پاتې شي)).

د دې حدیث پر اساس مسلمان ته ښایي یوازې هغه خبرې وکړي چې د ده پکې د دنیا یا آخرت خیر او ګټه وي، بېهوده، عبث او بې حیا خبرې ونه کړي. په بل حدیث شریف کې راغلي دي: «ثَكِلَتْكَ أُمُّكَ يَا مُعَاذُ، وَهَلْ يَكُبُّ النَّاسَ فِي النَّارِ عَلَى وُجُوهِهِمْ أَوْ عَلَى مَنَاخِرِهِمْ إِلَّا حَصَائِدُ أَلْسِنَتِهِمْ». (الترمذي ۱۳۹٥:ج ۱۲/٥، رقم: ۲٦۱٦)[1] ژباړه، معاذه پر تا دې مور بوره شي، په اور کې خو د خپلو ژبو لو خلک پړمخې غورځوي. د دې حدیث پر اساس په ژبه باندې یوازې هغه خبره کول پکار دي چې ګټه پکې وي او د ګناه خبرې په ژبه ویل ناروا دي، ځکه د انسان څخه د دې پوښتنه کېږي.

۲،۳ د ښځینه وو غږونه خپرول

جمهور فقهاء (حنفي، مالکي، شافعي او حنبلي) په دې اند دي چې د ښځې غږ په خپله عورت نه دی، نو دې ته غوږ نیول او اورېدل یې هغه مهال جائز دي چې د فتنې وېره نه وي، په دې شان چې د میلانوونکو الفاظو څخه خالي وي او په داسې توګه نه وي چې د سړیو شهوت د هغې په وړاندې راوپارېږي(ابن عابدین، ج۲: ۷۹؛ حطاب ۱٤۳۳، ج۱: ٤۳٥؛ خرشي، ۱٤۱۷، ج۱: ٤٤۳؛ شربیني ۱۹۹٤ ج٤: ۲۱۰؛ بهوتي، ۱٤۱٦: ٦٦۷)، او د سعودي عربستان د اللجنة الدائمة للبحوث العلمیة والافتاء نظر هم دی(ابو الفداء ۱٤۲٥: ۱۰٥۲). په دې مساله کې د علماوو ځینې عبارتونه په دې ډول دي: د حنفي فقهاوو په کتابونو کې راغلي دي: "وصوتها لیس بعورة علی القول الراجح". (ابن عابدین ۱٤۱٤ج۲: ۷۹). ژباړه: د غوره قول پر اساس د ښځې غږ عورت نه دی.

---

[1] امام ترمذی رحمه الله حسن صحیح بللی دی

مالکي فقهاوو ویلي دي: ((المعتمد أن صوتها لیس بعورة في المعاملات وغیرها ما لم یعرض موجب التحریم)). الخرشي ۱٤۱۷ ج۱: ٤٤۳). ژباړه، د باور وړ خبره دا ده چې د ښځې غږ په معاملاتو او نورو کې عورت نه دی، تر څو چې د حراموالي سبب ورته عارض نه شي.

شافعي فقهاوو ویلي دي: "وصوت المرأة لیس بعورة" (الغزالي، ۱٤۱۸هـ: ج ۲: ٤۳۸).ـژباړه، د ښځې غږ عورت نه دی.ـاو حنبلي فقهاوو ویلي دي: (صوت الأجنبیة لیس بعورة). (بهوتي، ۱٤۱٦ ج۲: ٦٦۷).ـژباړه، د پردۍ ښځې غږ عورت نه دی. جمهور فقهاء د ښځو د غږ اورېدو د اباحت لپاره د راتلونکو دلائلو څخه استدلال کوي: ۱- صحابه کرامو رضوان الله علیهم اجمعین د امهات المؤمنین څخه احادیث روایت کړي دي. ۲- د صحابه کرامو په وخت کې به ښځو د مسائلو په اړه پوښتنې کولې، مشورې به یې غوښتلې او ورکولې او داسې نور کارونه به یې کول چې په هغې کې به یې پردیو نارینه وو هم غږ اورېده (حطاب، ۱۹۹٤ ج۱: ٤۳۵).

د پورته څېړنې پر اساس د ښځې په غږ سوداګریز اعلان نورو خلکو ته اورول او خپرول په اصل کې جائز دي، کله چې د فتنې وېره نه وي؛ خو سربېره پر دې غوره دا ده چې دا کار ونه کړی شي، ځکه اوس موږ وینو چې په سوداګریزو اعلانونو کې د ښځینه وو د غږونو او انځورونو څخه ډېره استفاده کېږي، که د ښځو اړوند توکي وي او که نه وي او دغه کارونه دې حد ته رسېدلې چې په اړه یې داسې هم ویل کېدای شي چې: په سوداګریزو اعلانونو کې ښځه یوازې د هڅونې وسیله ګرځېدلې ده، ځکه د ښځې په غږ کې ځانګړی کشش، انکسار او نرمښت دی چې د خلکو احساسات راپاروي او د ښځې په شکل کې فیشن او سینګار وي چې شهوت پاروي؛ خو د دې سره بیا هم که په اعلان کې د ښځې غږ کارول کېږي، نو باید چې د هر ډول میلانوونکو الفاظو څخه خالي وي چې د اورېدونکو شهواني ځواک ونه پاروي (المناصیر، ۲۰۰۷: ۱۰۳).

۳,۳ د ماشومانو غږونه خپرول

تر څو چې ماشوم بلوغ ته نه وي رسېدلی، غږ یې عورت نه دی، که نارینه وي او که ښځینه، پر همدې اساس په سوداګریزو اعلانونو کې یې کارول جائز دي، چې په دې سره عامو خلکو ته د سوداګریزو توکو او خدمتونو په اړه معلومات ورسېږي، البته غوره دا ده چې په سوداګریزو اعلانونو کې د ماشومانو غږونه ونه کارول شي، ځکه: **۱-** داسې قانوني ضوابط شتون نه لري چې په سوداګریزو اعلانونو کې د ماشومانو د ناوړه کارونې مخه ونیسي او یا په خپله ماشوم د پلور توکي په توګه ونه کارول شي، په دې شان چې ماشوم د خلکو د عاطفې پارولو لپاره د توکي په توګه وکارول شي. په دې اړه د افغانستان د سوداګریزو اعلانونو د تنظیم قانو هم صراحت لري چې د معیوبینو، ښځینه وو او ماشومانو څخه په سوداګریزو اعلانونو کې د خلکو د پارونې لپاره استفاده کول غیر قانوني دي، د یاد قانون په (۸) ماده کې راغلي دي:

((د جنسونو او خدمتونو د سوداګریزو اعلانونو په برابرولو، طبع، نشر او خپرولو کې له لاندې مواردو څخه ګټه اخیستنه ممنوع ده:

- له ناروغانو، ماشومانو، عمر خوړلو او د معلولیت لرونکو اشخاصو څخه په ګټې اخیستنې سره د ترحم احساس راپارول.
- د بل عرضه کوونکي یا تولیدوونکي د جنس یا خدمت بې اعتباره ښکاره کول.
- د مستهلک بې لارې کول او تېر ایستل (د جنسونو او خدمتونو د سوداګریزو اعلانونو د تنظیم مقرره، ۸ ماده).

پر دې اساس د ماشومانو څخه په سوداګریز اعلان کې داسې استفاده کول چې په هغې سره د خلکو ترحم راشي او یاد توکی ترلاسه کړي، د قانون له مخې ممنوع دي. **۲-** هغه ماشومان چې سوداګریزو استهلاکي توکو لپاره اعلان کوي، دوی د استهلاک سره عادي کېږي او په راتلونکي کې بیا له دې خوی څخه اړول ستونزمن کېږي، چې دا کار یې پر اقتصاد ناوړه اغېز کوي او د کورنۍ اقتصاد هم ورسره زیانمنېږي. البته که خامخا په اعلان کې د ماشومانو د کړنو څخه استفاده کول اړین وي، نو باید چې د راتلونکو ضوابطو سره سم ترسره شي:

- د ماشومانو غږونه او حرکات په هغه اعلان کې خپاره شي چې د دوی اړوند وي.

- په سوداګریز اعلان کې ماشوم د هغه کار د کولو پر مهال څرګند نه شي، چې ماشوم ته زیان رسوي، لکه د حشراتو سره نږدې کېدل او په لاس کې یې اخیستل، د چاړې، چاکو یا نورو ضرري شیانو اخیستل، ځکه د دې په لیدلو سره یې نور ماشومان هم دغه ډول کړنو ته زړه ښه کوي او زیان ورته رسېږي.

٤. په سوداګریز اعلان کې له انسان پرته د نورو غږونه خپرول

سوداګریز اعلان ځینې مهال د انسان پرته د حیواناتو، یا نورو مصنوعي آلاتو پر غږونو هم مشتمل وي، چې دا غږونه د موسیقی پرته وي، په دې مطالبو کې به د هر یو حکم په جلا توګه وڅېړل شي.

٤,١ حیواناتو غږونه خپرول

په سوداګریزو اعلانونو کې د حیواناتو غږونه خپرول هم بې له شکه جائز دي، که د هر حیوان غږ وي، لکه غوا، ووزه، ګېډه، اس او داسې نور، چې د غږ په اورېدو سره یې انسان پېژني، که شکل یې هم ونهویني او یا یې نوم واوري.

البته اسلامي شریعت د ځینو حیواناتو د غږ اورېدو سره ځانګړي اذکار مشروع ګرځولي دي، لکه د بانګي د اواز اورېدو سره دعا کول او د خره د رمباړې او د سپي د غپا سره د اعوذ بالله ویل، په حدیث شریف کې راغلي دي: عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رضى الله عنه أَنَّ النَّبِيَّ صلى الله عليه وسلم ، قَالَ: «إِذَا سَمِعْتُمْ صِيَاحَ الدِّيَكَةِ فَاسْأَلُوا اللَّهَ مِنْ فَضْلِهِ، فَإِنَّهَا رَأَتْ مَلَكًا، وَإِذَا سَمِعْتُمْ نَهِيقَ الحِمَارِ فَتَعَوَّذُوا بِاللَّهِ مِنَ الشَّيْطَانِ، فَإِنَّهُ رَأَى شَيْطَانًا». (البخاري ١٤٢٢ج ٤: ١٢٨، رقم: ٣٣٠٣). ژباړه، له ابو هریرة رضي الله عنه څخه روایت دی چې نبي صلی الله علیه وسلم فرمایلي دي: (کله چې تاسې د بانګي غږ واورئ نو له الله تعالی د هغه فضل وغواړئ ځکه ده ملائک لیدلی دی او کله چې د خره رمباړه واورئ، نو په الله تعالی پورې د شیطان څخه پناه وغواړئ، ځکه ده شیطان لیدلی دی).

په سوداګریزو اعلانونو کې د حیواناتو غږونه خپرول جائز دي، البته د خره او سپي د غږ خپرولو څخه پکې ډډه کول پکار دي، ځکه د خره غږ ته په قرآن کریم کې ناکاره غږ ویل شوی دی، الله تعالی د لقمان حکیم نصیحت خپل زوی ته په داسې الفاظو نقل کړی دی: ﴿وَ اقْصِدْ فِيْ مَشْيِكَ وَ اغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ١ؕ اِنَّ اَنْكَرَ الْاَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيْرِ﴾ (سورة لقمان، آیت ١٩)

ژباړه: پخپل تګ کې میانه روي غوره کړه او خپل غږلږتیټ کړه، له ټولو اوازونو څخه ډېر بد اواز د خرو وي. همدا شان په سوداګریز اعلان کې د سپي غږ خپرول هم نه دي جائز، ځکه په ډېرو شرعي نصوصو کې د سپي څخه د ځان ساتنې امر شوی دی او د اړتیا پرته د سپي له ساتلو منع شوې، نو پر همدې اساس په اعلان کې یې غږ خپرول هم نه دي پکار.

د پاتې حیواناتو غږونه په اعلانونو کې خپرول جائز دي، ځکه په دې شیانو کې اصل اباحت دی او په شریعت کې د دې غږونو د اورېدو څخه منع نه ده راغلې، البته که په دغه غږونو کې نور شرعي محظورات راشي، نو بیا یې خپرول ناروا دي، لکه د مسلمانانو ویرول(په حدیث شریف کې راغلي دي: «لاَ يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ أَنْ يُرَوِّعَ مُسْلِمًا» (ابو داود، ج٤/ ٣٠١، رقم: ٥٠٠٤).

ژباړه: یو مسلمان ته نه دي روا چې بل مسلمان وویروي. دا حدیث ښکاره دلیل د ی چې داسې عمل ترسره کول ناروا دي چې مسلمان پرې ویرول کېږي. د غلطو مفکورو او کلتورونو رائجول او داسې نور. (المناصیر، ٢٠٠٧: ١٠٥).

٤,٢ په سوداګریز اعلان کې د طبیعي غږونو خپرول

ډېری داسې غږونه هم شته چې په طبیعت کې د موجودو شیانو څخه راووځي، لکه د هوا (باد) شړنګ، د اوبو شړار، د دریاب شړنګ، د ونو شړنګ او داسې نور غږونه چې کوم شرعي محظور پکې نه وي، شهوت نه راپاروي او بې باکي یا بې حیایي پکې نه وي، نو په سوداګریزو اعلانونو کې د داسې غږونو کارول، د دې لپاره چې د مصرفوونکي پام راواړوي او د توکي ترویج پرې وشي، جائز دي، ځکه په اشیاوو کې اصل اباحت دی، تر څو چې د منعې دلیل یې نه وي او په دې ځای کې هیڅ داسې دلیل نشته چې په سوداګریزو اعلانونو کې د دې شیانو د کارولو مخه ونیسي (المناصیر، ٢٠٠٧:١٠٦).

٤,٣ په سوداګریز اعلان کې د مصنوعي آلاتو غږونه خپرول

مصنوعي آلات پر دوه ډوله دي: یو هغه چې د ټنګ ټکور لپاره جوړ شوي وي، لکه چمبه، ستار، رباب، باجه، شپېلۍ او داسې نور چې دا په اتفاق د علماوو سره حرام دي. بل هغه چې د ټنګ ټکور لپاره نه وي، لکه موټر، الوتکه او داسې نور. انسانان د دا ډول غږونو سره اشنا وي او کولای شي چې پرته له لیدو د هغې غږ وپېژني. د دې آلو څخه راوتلي غږونه د شرعي مخالفتونو څخه خالي دي، نو ځکه د اعلان چمتو کوونکي ته جائز دي چې د دې شیانو د اوازونو څخه په سوداګریز اعلان کې ګټه پورته کړي او په مستقیم ډول یا د اعلان په بګراونډ کې یې وکاروي.

پایله

سوداګریز اعلان له پخوا راهیسې موجود وو، خو د وخت په تېرېدو سره یې بڼې بدلې شوي او نوښت پکې راپیدا شوی دی، له پیل څخه به په بازارونو کې خلکو خپل توکي په ښکاره ځای کې کېښودل او د هغې د خرڅ لپاره به یې غږ پورته کاوه، چې وروسته بیا د توکي د مشخصاتو لیکلو او تر هغې وروسته د دې لپاره د اعلان کولو پړاو ته ورسېد او اوس مهال د ځانګړي علم په توګه په ډېرو علمي مرکزونو کې تدریس کېږي.

د سوداګریز اعلان د تعریف اړوند د اقتصاد پوهانو او فقهاوو تر منځ ډېر توپیر نه ترسترګو کېږي، بلکې د دوی تعریفونه سره نږدې دي، خو دومره ده چې اقتصاد پوهان یې یوازې د اقتصاد له اړخه تعریفوي او د اسلامي شریعت اصول او ضوابطو مراعتول پکې اړین نه بولي او فقهاء پکې د شرعي ضوابطو مراعتول اړین بولي، ترڅو یو مشروع اعلان وګرځي. په سوداګریز اعلان کې د ښځو غږ خپرول د فقهاوو د غوره قول پر اساس چې د ښځې غږ عورت نه ګڼي، جائز دي، البته په دې شرط چې غږ به یې شهوت پاروونکی، د سړیو مائله کوونکی او په فاحشو خبرو مشتمل نه وي. په سوداګریز اعلان کې د ښځو انځور خپرول که د شرعي اصولو سره سم وي، چې ښځه محجبه وي او د انځور خپرولو موخه د حجاب ترویج وي، جائز دی او که له حجاب پرته وي یا بربنډ انځورونه وي، نو په اعلان کې یې خپرول حرام او ناروا دي.

وړاندیزونه

۱) د افغانستان اسلامي امارت د اطلاعات او کلتور وزارت او د سوداګریزو اعلانونو د څار کمیسیون څخه غوښتنه کوم چې په هېواد کې هغه اعلانونه بند کړي، چې د شرعي اصولو خلاف وي.

۲) د افغانستان اسلامي امارت د عدلیې له محترم وزارت څخه غوښتنه کوم چې د جنسونو او خدمتونو د سوداګریزو اعلانونو د تنظیم په مقرره کې زیاتوالی راولي او په سوداګریزو اعلانونو کې شرعي ضوابط هم داخل کړي او د اعلان شرعي ضوابطو ته په یاد قانون کې ځای ورکړي، تر څو د غیر شرعي اعلانونو مخه ونیول شي.

۳) د څېړونکو څخه غوښتنه کوم چې د افغانستان د مستهلك څخه د ملاتړ قانون او د جنسونو او خدمتونو د سوداګریزو اعلانونو د تنظیم مقررې د پرتلیزې څېړنې لاندې ونیسي او په یادو قوانینو کې هغه موارد په ګوته کړي چې د شریعت څخه خلاف وي او د یادو قوانینو د اصلاح او د شریعت سره د برابرونې لپاره یې نظرونه وړاندې کړي.

٤) د اعلان چمتو کوونکو او خپروونکو شرکتونو څخه غوښتنه کوم چې پر حقیقت او واقعیت ولاړ اعلانونه چمتو او نشر کړي او په اعلانونو کې د ټګۍ، دوکې او زیاتې مبالغې څخه ځان وساتي.

۵) په اعلانونو کې باید انساني کرامت ته درناوی وشي او داسې انځورونه پکې خپاره نه شي چې انساني کرامت تر نیوکې لاندې راولي.

اخځلیکونه

۱. قرآن کریم

۲. أبو داود، سلیمان بن الأشعث بن شداد الأزدي السجستاني. (ب.ت) .سنن أبي داود. بیروت-صیدا: المکتبة العصریة.

۳. أبو الفداء، عبد الله بن محمد بن یوسف، وأبو یوسف، ترکي محمد عبد الله .(2004) .فتاوی کبار العلماء في المسائل العصریة المهمة (ط. ۲). القاهرة: المکتبة الإسلامیة.

٤. أبو بكر، محمد بن عبد الله الخرشي .(1996) .حاشية الخرشي على مختصر سيدي خليل (ط. ١). بيروت: دار الكتب العلمية.
٥. أبو السعادات، محمد بن يوسف الكاساني. (د.ت) .بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع .كويتا، باكستان: المكتبة الحبيبية.
٦. أبو زيد، محمد بن عبد العزيز الشربيني .(1994) .مغني المحتاج إلى معرفة ألفاظ المنهاج .بيروت: دار الكتب العلمية.
٧. أبو عبد الله، محمد بن علي البخاري .(2001) .صحيح البخاري .بيروت: دار طوق النجاة.
٨. أبو عيسى، محمد بن عيسى بن سورة السلمي الترمذي. (١٣٩٥هـ) .سنن الترمذي .مصر: دار إحياء الكتب العربية، عيسى البابي الحلبي.
٩. الحبشي، محمد .(1986) .أحكام التصوير في الفقه الإسلامي (ط. ١). دمشق: دار الخير.
١٠. العيساوي، أحمد بن محمود علي .(1999) .الإعلان من منظور إسلامي .الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، عدد ٧١.
١١. الغزالي، محمد بن محمد الغزالي أبو حامد. (١٤١٨هـ) .إحياء علوم الدين .بيروت: دار المعرفة.
١٢. المناصير، علي عبد الكريم محمد .(2007) .الإعلانات التجارية: مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي .الأردن: كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية.
١٣. ابن عابدين، محمد أمين بن عمر. (د.ت) .رد المحتار. بيروت. دار الفكر.
١٤. الطحان، بيان محمد جميل. (١٤١٠هـ) .دراسة اقتصادية للإعلان في الاقتصاد الإسلامي .جامعة أم القرى، كلية الشريعة قسم الدراسات العليا الشرعية.
١٥. الصلاحين، عبد المجيد محمود. (١٤٢٥هـ) .الإعلانات التجارية: أحكامها وضوابطها .مجلة الشريعة والقانون، عدد ٢١.
١٦. واصل، محمد بن أحمد عبد العزيز .(1999) .أحكام التصوير في الفقه الإسلامي (ط. ١). بيروت: دار الطيبة.
١٧. أبو يحيى، محمد بن أحمد البهوتي .(1995) .شرح منتهى الإرادات المسمى دقائق أولي النهى (ط. ٢). بيروت: دار عالم الكتب.