تشہیر کی معاصر صورتیں اور اسلامی نقطہ نظر

The contemporary aspects of advertisement in an Islamic perspective

محمد فردوس
ایم فل سکالر علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی اسلام آباد
احمد عبد الرحمن
لیکچرار شعبہ فکر اسلامی علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی اسلام آباد ahmed.rehman@aiou.edu.pk
پروفیسر ڈاکٹر محی الدین ھاشمی شعبہ فکر اسلامی علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی اسلام آباد

Abstract:
Advertisement is the announcement and proclamation made to inform the audience or content them about specific targets, goods, services, organizations, and ideologies. Since humans started trading, they started advertising it simultaneously. As it has a vital role in expanding trade and its access to international markets. These advertisements are conveyed to different spheres through different modes of media. For marketing purposes they use prize competitions, television shows, poetries, quizzes, content writing and other lucky draws in which competency of customer is considered and sometimes they stipulate an extent of buying for the client. As a result, prize is given to one or each customer participated in lucky draw. In some cases they offere buy one get one free. Recently, a new advertising tool is introduced in which companies ask membership to increase the number of costumers in which a member is paid for fetching the new member and if new member invite others, both, he and the old one is paid for it, and a chain of members is established. It is called multi-level-marketing tool. A tool is advertising website. it is named "pay to click" of "click to earn." The companies hire websites for advertising and pay for the numbers of ads seen by customers. In this article an analysis is drawn within perspective of Islamic Law for different types of advertisement tools mentioned above as some of the popular examples of the matter.

Keywords: *Advertisement, Islamic Law, Shariah Analysis, Costumers*

تمہید:

تشہیر کی معاصر صورتیں اور اسلامی نقطہ نظر

تشہیر (Advertisement) سے مراد وہ اعلانات اور پیغامات ہیں، جو کسی خاص ٹارگٹ، مارکیٹ یا سامعین کو مصنوعات، خدمات، تنظیموں، یا نظریات کے بارے میں مطلع کرنے یا اس پر رضامند کرنے کی کوشش کرنے کے لیے کیے جاتے ہیں۔ جب سے انسان نے کاروبار اور تجارت کی ابتداء کی تب سے اس کی تشہیر کی بھی ابتداء ہوئی، تجارت کے فروغ اور عالمی منڈیوں تک اس کی رسائی میں تشہیر (Advertisement) کا بڑا عمل دخل ہے، یہ تشہیری اعلانات الیکٹرانک میڈیا، سوشل میڈیا، پرنٹ میڈیا اور آوٹ ڈور میڈیا کے ذریعے مختلف حلقوں تک پہنچائے جاتے ہیں۔

ان تشہیری مقاصد کے لیے کبھی انعامی مقابلے، ٹی وی شوز، مشاعرے، معمہ بازی، مضمون نگاری اور دیگر قرعہ اندازی کے مقابلے منعقد کیے جاتے ہیں، جن میں صارف کی صلاحیت کو معیار بنایا جاتا ہے اور بعض دفعہ اشیاء کی خریداری بھی لازم ہوتی ہے، اور قرعہ اندازی کے ذریعے کسی ایک صارف کو انعام دیا جاتا ہے، جبکہ بعض دفعہ ہر صارف کو انعام دیا جاتا ہے جیسے بعض تجارتی مراکز میں ایک چیز کی خرید پر دوسری مفت دے دیجاتی ہے۔

آج کل ایک اور طریقہ بھی تشہیر کا متعارف کیا گیا ہے، جس میں کمپنیاں صارفین کی تعداد بڑھانے کے لیے ممبر سازی اختیار کرتی ہیں، اور ہر ممبر کو اس کی وجہ سے نئے آنے والے ممبر کا معاوضہ دیا جاتا ہے، اور جب بھی اس سلسلے میں اضافہ ہوتا ہے، تو اس پہلے والے ممبر کو بھی اس کا کچھ معاوضہ ملتا رہتا ہے۔ ایک طریقہ تشہیری ویب سائٹ کا ہے، جن کو Paid to earn / click یا Pay aid seen کہا جاتا ہے، کمپنیاں اپنے اشتہارات ان تشہیری ویب سائٹ کو تشہیر کے لیے دیتی ہیں، اور یہ معاہدہ کرتی ہے کہ جتنے لوگ اس اشتہار کو دیکھیں گے ان کی تعداد کے مطابق اس ویب سائٹ کو اس کی اُجرت دے دی جائے گی، زیر نظر مضمون میں تشہیر کی ان صورتوں اور اس شعبے میں رائج عقود کا فقہی جائزہ لیا گیا ہے۔

1-Advertisement کا مفہوم:

"Advertisement" انگریزی زبان کا لفظ ہے، اس کے لیے عربی لفظ "الترويج ،الإعلان، الاشهار" جب کہ اردو میں "تشہیر اور اعلان" کا لفظ استعمال کیا جاتا ہے۔

اصطلاحی مفہوم:

اس کی جدید اور قدیم صوتوں اور مختلف ذرائع کو دیکھتے ہوئے ماہرین نے اس کی مختلف تعریفات کی ہیں:

AMA[2] نے ایڈورٹائزنگ کی تعریف یوں کی ہے:

"A placement of announcements and messages in time or space by business firms, nonprofit organizations, govern -ment agencies, and individuals who seek to inform or persuade members of a particular target market or audience regarding their products, services, organizations, or ideas" [3].

اشتہار سے مراد: کاروباری فرموں، غیر منفعتی تنظیموں، سرکاری ایجنسیوں، اور ایسے افراد کے ذریعہ وقت یا جگہ پر اعلانات اور پیغامات ہیں، جو کسی خاص ٹارگٹ، مارکیٹ یا سامعین کو مصنوعات، خدمات، تنظیموں، یا نظریات کے بارے میں مطلع کرنا یا اس پر رضامند کرنے کی کوشش کرنا۔

ڈاکٹر عیساوی تشہیر(Advertisement) کی تعریف کرتے ہوئے لکھتے ہیں:

"التقديم المشروع اسلاميا للسلع او الخدمات او التسهيلات اوالمنشات الشرعية وذالك لخلق حالة من الرضي النفسي والقبول لدي الجمهورمقابل اجرمدقوع يقوم بهاوسيط اعلامي اسلامي يتخذمن وسائل الاعلام والاتصالات مفصحا فيه عن شخصية وطبعية المعلن"[4].

اسلام کی جائز کردہ پیشکش، جس میں ذرائع ابلاغ سے تعلق رکھنے والے کو ادا کردہ فیس کے عوض، سامان، خدمات، سہولیات اور اداروں کے بارے میں عوام میں نفسیاتی اطمینان اور قبولیت کی کیفیت پیدا کرنا، اور مواصلاتی ذرائع، سے مشتہر کی شخصیت اور کردار پیش کرنا۔

پس منظر:

[2]American Marketing Association

[3]https://www.ama.org/topics/advertising/,28-Aug-2022,5:50Pm.

[4]عیساوی ،احمد،الدکتور، الاعلان من منظور الاسلامی،الطبعة الاولی،1420ھ/2000 م،مصر،وزارة الاوقاف والشئون الاسلامية، ،ص72.

ماہرین آثار قدیمہ نے عراق میں 1800 قبل مسیح کے ایسے نمونے دریافت کیے ہیں جن میں کاشت کے طریقے اور فصلوں کے آفات سے بچاؤ کے طریقوں کی تشہیر کی گئی تھی[5]، سابقہ ادوار میں چونکہ انسانی زندگی محدود تھی تو تجارت کے فروغ اور اس کی ترویج کے لیے استعمال ہونے والے طریقے بھی محدود تھے، تاریخ دانوں کے مطابق عراق کے شہر بابل اور جزائر کے شہر تبسہ (ثارّت – Ta rret) کے باشندہ لوگ اپنی دکانوں کے سامنے اور گھروں کی دیواروں پر مختلف اعلانات لکھتے تھے، یہ Outdoor Advertisement کی قدیم ترین دریافت ہے، 1000 سال قبل مسیح میں مصر کے بادشاہ غلام بھاگ گیا، اس نے غلام لانے والے کے لیے انعام کا اعلان اور کاغذ کے ایک پرزے پر لکھ کر اس کی تشہیر کی۔ یہ دنیا کی پہلی Print Advertisement تھی۔ دلالوں کے ذریعے آوازیں لگانا، دف بجانا، وغیر تو عرب میں بھی رائج تھا[6]۔

اور خود آپ ﷺ کے زمانے میں بھی یہ طریقے رائج تھے[7]۔ زمانے کے گذرنے اور جدید ذرائع کے ساتھ ساتھ اس کے طریقے تبدیل ہوتے رہے، بقول خالد حسین گورایہ (فاضل مدینہ یونیورسٹی) کے گذشتہ اڈھائی صدیوں سے جب دنیا اتنی پھیل گئی اور ہر ایک کی دوسرے تک رسائی بھی آسان ہوگئی تو بین الاقوامی تجارت نے زور پکڑا جس کا تقاضا یہ تھا کہ دوسرے علاقے کے بسنے والوں کو اپنی پروڈکس سے آگاہ کیا جائے، اس آگاہی کے لیے ایڈورٹائزنگ کے شعبہ کو بے انتہا ترقی ملی[8]۔ اور تاجر یہ کہنے پر مجبور ہوگئے "Nothing kills a bad product faster than good advertisement" اس زمانے میں ابتدائی طور پر سائن بورڈ اور مختلف دیواری اشتہارات، یا ریڈیو، سنیما، اخبارات ورسائل وغیرہ کے ذریعے سے یہ خدمات انجام دی جاتی تھیں، اب اکیسویں صدی میں تو میڈیا اور

---

[5] حسن محمدخیرالدین ،الدکتور،العلاقات العامة.المبادی والتطبیق، عین شمس،قاهرة،الطبعة الثانية،1960ھ،ص12

[6] القرطبي ، أبو عبد الله محمد بن أحمد (المتوفى: 671ھ) الجامع لأحكام القرآن = تفسير القرطبي،تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، الطبعة الثانية، 1384ھ/1964م، القاهرة، دار الكتب المصرية ،ج18،ص 109.

[7] صحيح مسلم ، كِتَابُ الْإِيمَانَ، بَابُ قَوْلِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا ، الرقم:102

[8] گورایہ، خالد حسین ،ایڈورٹائزنگ کے شرعی اصول وضوابط، رسالہ البیان378-409، ص378.

انفارمیشن ٹیکنالوجی نے اس شعبے کی نت نئی شکلیں متعارف کیں، چنانچہ اب اس کاروبار کا زیادہ تر حصہ الیکٹرانک میڈیا اور انفارمیشن ٹیکنالوجی کی مدد سے انجام پاتا ہے، یوں یہ شعبہ کاروباری دنیا میں انتہائی اہمیت اختیار کر گیا۔

2-Advertisement کے بنیادی اقسام:

1. **Informative Advertising**: وہ اشتہار جس سے برانڈز، مصنوعات، خدمات اور آئیڈیوں سے آگاہی پیدا ہوتی ہے۔ یہ نئے پروڈکٹس اور پروگراموں کا اعلان کرتا ہے اور لوگوں کو نئے یا قائم کردہ مصنوعات کی خصوصیات اور فوائد کے بارے میں آگاہ کر سکتا ہے۔
2. **Persuasive Advertising**: وہ اشتہار ہے جس کے ذریعے کسی کمپنی کی خدمات یا مصنوعات کی بہتری یا کسی کمپنی یا مصنوع کی تبدیل کرنے اور اسے بہتر بنانا ہوتا ہے۔ اس کا مقصد صارفین کو اشیاء کے استعمال کرنے اور برانڈز کو تبدیل کرنے، نئی مصنوع آزمانے، یا موجودہ برانڈ کے وفادار رہنے کے لئے متاثر کرنا ہے۔
3. **Reminder Advertising**: وہ اشتہار لوگوں کو کسی مصنوع یا خدمت کی ضرورت، یا وہ خصوصیات اور فوائد کے بارے میں یاد دلاتا ہے جب وہ فوری خریداری کرتے ہیں[9]۔

3- Advertisement کا حکم:

اسلام کے بنیادی اصولوں سے یہ بات معلوم ہوتی ہے کہ اسلام نفس کاروبار اور اشیاء کی تشہیر کرانے کی مخالفت نہیں کرتا، بلکہ عقود میں اصل جواز اور صحت کو قرار دیا ہے[10]، اور سامان تجارت کی تشہیر کا جواز تو بعض

---

[9]https://courses.lumenlearning.com/suny-marketing-spring2016/-chapter/reading-advertising/,28-Aug-2022,5:53Pm.

[10]المرداوي،علاء الدين،علي بن سليمان(المتوفى:885ھ)الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف ،الطبعة الثانية ، دار إحياء التراث العربي،ج14،ص329، الرحيباني، مصطفى بن سعد (المتوفى: 1243ھ)مطالب أولي النهى في شرح غاية المنتهى، الطبعة الثانية،1415ھ/1994م، المكتب الإسلامي،ج3،ص608.

روایات سے بھی معلوم ہوتا ہے[11] ،اس لیے فی نفسہ کاروبار کی تشہیر مباح ہے ،لیکن موجودہ دور میں تشہیر(Advertisement)کے ساتھ ساتھ ایسے تعریفی کلمات بھی دہرائے جاتے ہیں جس سے لوگوں کو اس برانڈ کے خریدنے پر آمادہ کیا جاسکے[12]،جب کہ اسلام خودستائشی سے منع کرتا ہے،ارشاد باری تعالی ہے:

{ فَلَا تُزَكُّوا أَنْفُسَكُمْ }[13].

لہذا تم اپنے آپ کو پاکیزہ نہ ٹھہراؤ۔

علامہ قرطبی اس آیت کے ذیل میں لکھتے ہیں:

" فَقَدْ دَلَّ الْكِتَابُ وَالسُّنَّةُ عَلَى الْمَنْعِ مِنْ تَزْكِيَةِ الْإِنْسَانِ نَفْسَهُ..."[14].
قرآن وحدیث انسان کی اپنی صفائی(خودستائشی)سے منع کرتا ہے۔۔۔

لیکن جب تک اپنی مصنوعات(Products)کی تعریف نہ کی جائے تو کاروباری ضرورت پوری نہیں ہوتی ،اور مارکیٹ میں جگہ بنانے کے لیے درکار تشہیر(Advertisement)نہیں ہوسکتی،اس سلسلے میں حضرت یوسف علیہ السلام کے قول:

{اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ}[15].
آپ مجھے ملک کے خزانوں(کے انتظام)پر مقرر کردیجیے،یقین رکھیے کہ مجھے حفاظت کرنا خوب آتا ہے(اور)میں (اس کام کا)پورا علم رکھتا ہوں۔

---

[11]تفسير القرطبي، ،ج18،ص109، الطبراني ، سليمان بن أحمد ،(المتوفى: 360ھ)المعجم الأوسط،تحقيق: طارق بن عوض الله ،عبد المحسن بن إبراهيم، القاهرة، دار الحرمين،ج7،ص 174.

[12]دیکھئے ; نذیر ،محمد مبشر ،ایڈورٹائزنگ کا اخلاقی پہلوسے جائزہ،بدون الطبع،2003ء ، ص2.

[13]سورة النجم: 32.

[14] تفسير القرطبي ،ج5،ص246.

[15]سورة يوسف: 55.

اس سے استدلال کرتے ہوئے علامہ زحیلی لکھتے ہیں:

" للإنسان أن يصف نفسه بما فيه من علم وفضل إذا دعته الضرورة إليه، كالكسب المعيشي ونحوه"[16].

انسان کو ضرورت کی بناءپر اپنی تعریف کرنا، علم وفضل بیان کرنا جائز ہے، جیسے معاش کی کمائی(کے لیے اپنی قابلیت بتانا)

لہذا جب باوجود صریح ممانعت کے انسان کو ضرورتاً اپنی تعریف کرنا اور اپنی قابلیت کا اظہار کرنا جائز ہے ،تو سامان تجارت میں مصنوعات(Products)کی تعریف اور اس کی خوصیات مشتہر کرنا بدرجہ اولی جائز ہو گا، کیونکہ اس کے بارے میں تو صریح ممانعت بھی نہیں ہوئی۔اس کے ساتھ بعض روایات سے بھی اس کی تائید ہوتی ہے جیسے حضرت علی رضی اللہ عنہ کے بارے میں ہے:

" يَعْرِضُ سَيْفًا لَهُ فِي رَحَبَةِ الْكُوفَةِ، وَيَقُولُ: «مَنْ يَشْتَرِي مِنِّي سَيْفِي هَذَا؟ فَوَاللَّهِ لَقَدْ جَلَوْتُ بِهِ غَيْرَ كُرْبَةٍ عَنْ وَجْهِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، وَلَوْ أَنَّ عِنْدِي ثَمَنَ إِزَارٍ مَا بِعْتُهُ"[17].

حضرت علی رضی اللہ عنہ نے اپنی تلوار کوفہ کے بازار میں بیچنے کے لیے پیش کی اور اعلان کیا، کون ہے جو مجھ سے یہ تلوار خریدے گا، میں نے اس کے ساتھ رسول کریم صلی اللہ علیہ وسلم کے سامنے کئی تکلیف دینے والوں کو ہٹایا ہے، اگر میرے پاس ایک تہہ بند کے بھی پیسے ہوتے تو میں اس کو کبھی نہ بیچتا۔

اس سے معلوم ہوا کہ ضرورت کے تحت مصنوعات(Products)کی خصوصیات بتلانا بھی جائز ہے، لیکن اس میں مبالغہ آرائی، اور جھوٹ کی اجازت نہیں دی جاسکتی، کہ وہ دھوکہ اور گناہ ہے۔

---

[16]الزحيلي ، وهبة بن مصطفى،الدكتور(1436ھ) التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج، الطبعة الثانية،1418 ھ، دمشق ،دار الفكر المعاصر،ج13،ص 12،11.

[17]المعجم الأوسط ،ج7،ص 174.

4- معاصر صورتیں اور ان کی فقہی تکییف:

Advertising کے مختلف طریقے اور الگ الگ ارکان ہیں، اگرچہ ان کا بنیادی مقصد ایک ہی ہے، اس لیے Advertising کے احکام کو بنیادی طور پر دو حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

الف۔ تھیم (Theem) کے احکام ب۔ اسکیم (Scheme) کے احکام

الف۔ تھیم (Theme):

یعنی نت نئے آئیڈیاز کے ذریعے اشتہارات کی تیاری، میڈیا کے ذریعے ان کے پھیلاؤ، ان کے ذریعے عوام الناس کے ذہنوں پر مخصوص اثرات مرتب کرنا اور اس طرح اپنے برانڈ کی سیل میں اضافہ کرنا تھیم کہلاتا ہے[18]۔

اس میں چونکہ تجارتی کمپنی اور اس کی مصنوعات کی تشہیر کے لیے مشتہر (Advertiser) کمپنی اہم کردار ادا کرتی ہیں، اس لیے تھیم سے متعلق تمام احکام میں بنیادی حیثیت: تجارتی کمپنی، مشتہر (Advertiser) کمپنی، اشتہار اور مصنوعات Products کو حاصل ہوگی۔ تجارتی کمپنی اور مشتہر (Advertiser) کے درمیان عقد اور اس کی مروجہ صورتوں کو ہم تین بنیادی اقسام میں تقسیم کرسکتے ہیں:

1۔ اجارہ 2۔ وکالۃ 3۔ اجارہ مع وکالۃ

1۔ اجارہ:

اجارہ کی صورت تو یہ ہے کہ گاہک کسی شخص یا کمپنی کو تشہیر کا آڈر دیتا ہے، اور وہ مشتہر (Advertiser) کمپنی خود ہی اس کے تمام مراحل مکمل کرتی ہے، خود ہی اشتہار ڈیزائن کرتی ہے، اور خود ہی اس کی تشہیر بھی کرتی ہے، جیسے مطبوعاتی اشتہارات میں اخبار، رسائل وجرائد، میں چھپنے والے اشتہارات کہ

---

[18]- ایڈورٹائزنگ کا اخلاقی پہلو سے جائزہ، ص2.

News Agenciesخود اشتہارات کے آڈر بک کرتی ہے اور خود ہی اس کی ڈیزائننگ اور چھپائی کا کا سرانجام دیتی ہے ،بعض دفعہ انفرادی طور پر بھی یہ خدمات سرانجام دی جاتی ہیں، کہ کوئی شخص خود آڈر لے کر اشتہار ڈیزائن کرے اور پھر اس کی تشہیر کرے ،ایسی صورت میں تجارتی کمپنی کی حیثیت مستأجر اور مشتہر(Advertiser) کمپنی/ شخص کی حیثیت اجیر مشترک کی ہوتی ہے[19] ، گویامشتہر(Advertiser) کمپنی/ شخص اس عقد میں دو خدمات سرانجام دیتاہے،ایک اشتہار بنانا،ڈیزائننگ کرنا، Multi Mediaاشتہارات میں سکریپٹ تیار کرنا وغیرہ، اور دوسرا اشتہار کی نشرواشاعت کرنا۔ایسی صورت میں دونوں کی الگ الگ اُجرت بھی متعین کی جاسکتی ہے۔اور ایک ہی اُجرت میں بھی دونوں کو جمع کیا جاسکتاہے۔

2۔وکالة بالأُجرة:

دوسری صورت یہ ہوتی ہے کہ مشتہر(Advertiser) کمپنی/ شخص خود تو اشتہار نہیں بناتا اور نہ ہی اس کی نشرواشاعت کرتاہے بلکہ وہ صرف تاجر سے آڈر لیتاہے۔اور پھر اشتہار بنانے اور اس کو نشر کرنے والی کسی کمپنی کی خدمات حاصل کرتاہے ، اس کمپنی کا انتخاب بعض اوقات گاہک کرتاہے اور بعض اوقات مشتہر(Advertiser) کمپنی/ شخص اس کا انتخاب کرتی ہے،ایسی صورت میں تجارتی کمپنی اور مشتہر(Advertiser) کمپنی/ شخص کے درمیان عقد"وكالة بالاجرة"کاہوگا۔

یعنی مشتہر(Advertiser) کمپنی/ شخص کی حیثیت محض وکیل کی ہوگی،اور تاجر/ تجارتی کمپنی کی حیثیت مؤکل کی ہوگی،اور اس وکالہ کی وجہ یہ ہوتی ہے کہ بعض دفعہ تجارتی کمپنی کی رسائی ایسی جگہوں تک نہیں ہوتی ،یابلاواسطہ نشرواشاعت کے اداروں کے ساتھ عقد کرنے کے میں اخراجات بہت زیادہ ہوتے ہیں،اس لیے ایسے اداروں کی خدمات حاصل کی جاتی ہیں،تاکہ سہولت سے یہ خدمات حاصل کی جاسکیں۔شرعاًوکالت کی اجرت لینا جائز

---

[19]السرخسي ، محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة (المتوفى: 483ھ)المبسوط ، بدون طبعة ،1414ھ - 1993م،بيروت ، دار المعرفة ،ج15،ص80 ،لجنة مكونة من عدة علماء وفقهاء في الخلافة العثمانية، مجلة الأحكام العدلية،تحقيق: نجيب هواويني ، كراتشي ،نور محمد، كارخانه ، آرام باغ، ط-ن،ت-ن ، الْمَادَّةُ 421 ، ص81.

ہے[20]۔

البتہ اس وکیل اور اشتہار بنا کر نشر کرنے والی کمپنی کے درمیان عقد اجارہ کا ہی ہو گا[21]،اس طور پر کہ وکیل مستأجر اور نشرواشاعت والی کمپنی اجیر مشترک کہلائے گی[22]۔

3۔اجارة مع الوكالة :

ایک اور صورت یہ بھی ہوتی ہے کہ مشتہر (Advertiser) کمپنی / شخص خود صرف اشتہار بناتا ہے(یعنی اشتہار کی عبارت،ڈیزائننگ، سمعی وبصری مواد کا اسکرپٹ) ،اور خود چونکہ وہ اس کی نشر واشاعت (Broadcasting) نہیں کر سکتا، جس کے لیے کسی دوسری کمپنی کی خدمات مہیا کرنے کی ذمہ داری لیتا ہے۔

ایسی صورت میں گاہک اور کمپنی کے درمیان ایک عقد اجارہ کا ہو گا، جس کے نتیجے میں کمپنی مطلوبہ اشتہار بنائے گی یا اس کے لیے کسی مجلس (Show) کا اہتمام کرے گی، جیسے TV پروگرام وغیرہ،اور چونکہ یہ کمپنی کسی دوسری کمپنی سے اس کی نشرواشاعت (Broadcasting) کی کرواتی ہے ،اور اس کی بھی اجرت وصول کرتی ہے ۔اس صورت میں یہ دوسرا عقد وکالۃ بالاجرۃ کا ہو گا،یعنی مشتہر (Advertiser) کمپنی / شخص تجارتی کمپنی کی جانب سے وکیل بن کر اس کی نشرو اشاعت کرائے گا۔اور اس وکالت پر اجرت وصول کرے گا۔اور یہ عقد بھی جائز ہے[23]۔

ان تینوں صورتوں میں اُجرت کی ایک وحدت متعین ہوتی ہے، جیسے منٹ / گھنٹہ ،لفظ وغیرہ، پوری اجرت متعین نہیں ہوتی، جس سے اُجرت کی مکمل مقدار تو معلوم نہیں ہوتی، لیکن فی الجملہ اجرت متعین ہوتی ہے، جو مفضی

---

20 - ابن خُزَيمة، محمد بن إسحاق(المتوفى:311هـ)صحيح ابن خزيمة تحقيق:محمد مصطفى الأعظمي، الطبعة الثالثة، 1424هـ/2003م،المكتب الإسلامي، كِتَابُ الزَّكَاةِ ،بَابُ إِعْطَاءِ الْعَامِلِ عَلَى الصَّدَقَةِ مِنْهَا رِزْقًا لِعَمَلِهِ،الرقم: 2364.

[21] - المبسوط للسرخسي، ج15، ص74.

[22] - المبسوط للسرخسي ،ج15،ص80 ، مجلة الأحكام العدلية ، الْمَادَّةُ ، 421، ص81.

[23] - صحيح ابن خزيمة كِتَابُ الزَّكَاةِ ، بَابُ إِعْطَاءِ الْعَامِلِ عَلَى الصَّدَقَةِ مِنْهَا رِزْقًا لِعَمَلِهِ ، الرقم : 2364.

الی النزاع نہیں ہوتی،لہذا اجرت کی یہ تعیین بھی درست ہو گی۔ البتہ ان تمام صورتوں میں اسلامی اقدار کی رعایت رکھنا ضروری ہے۔

Theme کے جواز کی شرائط:

آ. اشتہار حلال چیز / حلال کاروبار کا ہو[24]۔

ب. قانوناً اس کاروبار / چیز کی اجازت ہو[25]۔

ج. Printed اشتہارات میں ذی روح کی تصویر نہ ہو[26]۔

د. اشتہار فحش مواد پر مشتمل نہ ہو۔

ہ. جھوٹ،مبالغہ آرائی پر مشتمل نہ ہو[27]۔

و. اسلامی عقائد و نظریات کے خلاف نہ ہو[28]۔

ز. لکھائی کی زبان،الفاظ کی مقدار اور اشتہار کے دیگر لوازمات،صفحہ کی تعیین،مقدار،مدت متعین ہو[29]۔

---

[24]ابن قيم ، محمد بن أبي بكر ،الجوزية (المتوفى:751ھ) إعلام الموقعين عن رب العالمين ، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم ، الطبعة الأولى، 1411ھ/1991م،بيروت ، دار الكتب العلمية ،ج3،ص125، الشِّلْبِيُّ ،شهاب الدين،أحمد بن محمد(المتوفى:1021ھ) حاشية الشلبي على تبيين الحقائق،الطبعة الأولى،1313 ھ/1895م، القاهرة، بولاق، المطبعة الأميرية،ج5،ص125.

[25]تهانوی ،اشرف علی (1362ھ)امدادالفتاویٰ،طبع جدید،1413ھ/2010م،کراچی، مکتبه دارالعلوم ،ج4، ص140، محمود،مفتی(متوفی:1980ء) فتاویٰ مفتی محمود ،ط- ن،1429ھ/ 2008م ،لاهور ،جمعية پبليكشنز ، ج11،ص169.

[26] { وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ} سورة المائدة: 2.

[27] {فَنَجْعَلْ لَعْنَتَ اللَّهِ عَلَى الْكَاذِبِينَ } سورة آل عمران: 61.

[28]ابن ماجة، أبو عبد الله محمد بن يزيد (المتوفى: 273ھ) سنن ابن ماجه،تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي،دار إحياء الكتب العربية ،أَبْوَابُ السُّنَّةِ،بَابُ مَنْ سَنَّ سُنَّةً حَسَنَةً أَوْ سَيِّئَةً،الرقم:205.

[29]الكاساني ، علاء الدين، أبو بكر بن مسعود (المتوفى: 587ھ)بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع ،بيروت، دار الكتب العلمية ، الطبعة: الثانية، 1406ھ/1986م ،ج4،ص180.

ح. سمعی اور بصری اشتہار جیسے ٹی وی، سوشل میڈیا اور ریڈیو وغیرہ میں وقت کی مقدار اور نشر کا وقت متعین ہو[30]۔

ب۔ سکیم (Scheme):

یعنی پراڈکٹ کے بارے میں ایسی سکیم، جس کے نتیجے میں سیل میں اضافہ ہو، ان کی مثالوں میں مختلف طرز کی انعامی سکیمیں۔۔۔ اور چیز بطور تحفہ دینا۔۔۔ شامل ہیں[31]۔

آج کل کے کاروباری معاملات میں انعامات کو اشیاء کی فروخت بڑھانے کے لیے مرکزی کردار کے طور پر استعمال کیا جاتا ہے، چنانچہ انعام کی لالچ گاہک کو ان اشیاء کی خریداری میں دلچسپی پیدا کرتی ہے، ان میں سے بعض کا تعلق اجارہ، جبکہ دیگر بعض کا تعلق جعالہ سے ہے، ایڈورٹائزنگ کی ان مروجہ صورتوں کو دو اقسام میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

1۔ مقابلاتی ذرائع (Competitive Sources):

اس سے مراد ایڈورٹائزنگ کے وہ ذرائع ہیں جن میں انعامی اسکیم میں شریک لوگوں کو کسی کام کے سرانجام دینے کی دعوت دی جاتی ہے اور کامیاب امیدواران کو انعامات دیئے جاتے ہیں۔ فی نفسہ مقابلوں کا انعقاد خود

---

[30] نفس المرجع.

[31] ایڈورٹائزنگ کا اخلاقی پہلو سے جائزہ، ص2.

رسول اللہ ﷺ اور صحابہ کرام سے ثابت بھی ہے[32]،اور امت کے تمام فقہاء کے نزدیک جائز ہیں[33]،اسی طرح فی نفسہ انعامات دینا بھی جائز ہے چاہے کسی دینی مقصد کے لیے ہو یا دنیاوی مقصد کے لیے[34]،جیسے لوگوں کو کاروبار اور مصنوعاتProducts کی طرف راغب کرناوغیرہ، البتہ جن انعامی مقابلہ جات میں امیدوار کو اپنی صلاحیت استعمال کرنی ہو،اس کے جواز کے بارے میں فقہاء کی آراء مختلف ہیں:

پہلی رائے:

جمہور فقہاء(حنفیہ،مالکیہ،شافعیہ اور حنابلہ) کے نزدیک صرف ایسے انعامی مقابلے جائز ہیں،جو نص سے ثابت ہیں،اس کے علاوہ تمام انعامی مقابلے ناجائز ہیں۔ جیسے کہ علامہ مرداوی لکھتے ہیں:

"ولا تَجُوزُ بعِوَضٍ، إلَّا في الخَيلِ، والإبِلِ، والسِّهامِ. هذا المذهبُ بلا رَيبٍ، وعليه جماهيرُ الأصحابِ"[35].

انعامی مقابلے معاوضہ پر جائز نہیں ہیں،سوائے گھوڑوں،اونٹوں اور تیروں کے مقابلے کے۔اس نظریہ میں کوئی شک نہیں ہے،اور صحابہ کرام کی اکثریت اس پر ہے۔

لہذا ایسے انعامی مقابلوں میں رقم خرچ کرنا بھی جائز نہیں ہو گا۔

---

[32] القشيري، مسلم بن الحجاج (المتوفى: 261هـ)المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم= صحيح مسلم، كِتَابُ الْإِمَارَةِ ، بَابُ الْمُسَابَقَةِ بَيْنَ الْخَيْلِ وَتَضْمِيرِهَا، الرقم:1870، ابن حجر، أبو الفضل أحمد بن علي ، العسقلاني (852هـ) فتح الباري ، تعليق:عبد العزيز بن عبد الله ،م-ن ،1379هـ/1360م، بيروت، دار المعرفة،ج 6،ص72، ابن عابدين، محمد أمين بن عمر(المتوفى: 1252هـ)رد المحتار على الدر المختار، الطبعة الثانية، 1412هـ/1992م،بيروت، دار الفكر، ج6، ص402، البُجَيْرَمِيّ، سليمان بن محمد (المتوفى:1221هـ) حاشية البجيرمي على الخطيب، م- ن، 1415هـ/1995م، دار الفكر، ج4، ص349.

[33]وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، الموسوعة الفقهية الكويتية، الطبعة الثانية، بدون التاريخ، الكويت، دارالسلاسل ،ج15،ص79.

[34] نفس المرجع ،ج15،ص77.

[35] الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف ،ج15،ص8، الدر المختار وحاشية ابن عابدين ج 6، ص402.

دوسری رائے:

جمہور فقہاء سے ایک روایت یہ بھی ہے کہ نص میں وارد اشیاء یا ان کے علاوہ وہ چیزیں جو نص کے مدلول میں شامل ہوں یا نص میں موجود چیزوں کے جواز کی علت جن اشیاء میں پائی جاتی ہے، ان تمام چیزوں میں انعامی مقابلے منعقد کیے جاسکتے ہیں[36]۔ یہی رائے علامہ ابن تیمیہ، علامہ ابن القیم، شیخ یوسف القرضاوی اور شیخ زحیلی کی بھی ہے[37]۔ یہی راجح معلوم ہوتا ہے، کہ ایسے تمام مقابلے جو اعتدال کے ساتھ ہوں اور کسی حرام امر پر مشتمل نہ ہوں، بعوض / بلاعوض منعقد کیے جاسکتے ہیں، لیکن ان میں انعامات کے لیے فقہاء کی ذکر کردہ شرائط کا ہونا ضروری ہے، تاکہ جوے سے بچا جاسکے[38]۔

انعامی مقابلہ جات کی صورتیں:

تشہیر (Advertisement) کے لیے ان انعامی مقابلہ جات کے انعقاد میں سب سے بڑی خرابی غرر اور قمار کا ہونا ہے، جو اسلام میں منع ہیں، لہذا تجارتی کمپنیوں اور مقابلے میں شریک افراد کے درمیان ہونے والے عقد میں اگر غرر اور قمار نہ ہو تو ایسے مقابلوں کا انعقاد بھی جائز ہوگا، اور اگر عقد میں غرر و قمار ہو تو ناجائز ہوگا۔ ایسی سکیموں

---

[36] أفندي، عبد الرحمن بن محمد (المتوفى: 1078ھ) مجمع الأنهر في شرح ملتقى الأبحر، م-ن، ت-ن، دار إحياء التراث العربي، ج2، ص549، الحطاب، أبو عبد الله، محمد بن محمد، الرُّعيني (المتوفى: 954ھ) مواهب الجليل في شرح مختصر خليل، الطبعة الثالثة، 1412ھ/1992م، دار الفكر، ج3، ص390.

[37] ابن تيمية، تقي الدين، أحمد بن عبد الحليم (المتوفى: 728ھ) الفتاوى الكبرى، الطبعة الأولى، 1408ھ/1987م، بيروت، دار الكتب العلمية، ج5، ص515، ابن قيم، محمد بن أبي بكر، الجوزية (المتوفى: 751ھ) الفروسية، تحقيق: مشهور بن حسن، الطبعة الأولى، 1414ھ/1993م، السعودية، حائل، دار الأندلس، ص97، القرضاوي، يوسف، الدكتور، فقه اللهو والترويح، م-ن، ت-ن، القاهرة، مكتبة وهبة، ص165، الجزيري، عبد الرحمن بن محمد عوض (المتوفى: 1360ھ) الفقه على المذاهب الأربعة، الطبعة الثانية، 1424ھ/2003م، بيروت، لبنان، دار الكتب العلمية، ، ج2، ص46.

[38] تفصیل کے لیے ملاحظہ ہو: فراس، محمد رضوان، المسابقات التجارية في الفقه الاسلامي وتطبيقلتها المعاصرة، اشراف مازن اسماعل هنية، رسالة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة

کی چار قسمیں ہمارے ہاں رائج ہیں:

الف۔ صارف کی صلاحیت کے استعمال پر انعام:

کمپنی کی جانب سے مقابلے میں عمومی افراد کو شریک کیاجائے اور اس کے لیے اشیاء صرف(Consumer Goods) کے خریدنے کی کوئی شرط نہ ہو، جیسے:

1. معمہ بازی: اخبارات، رسائل وجرائد میں یاچوکوں چراہوں اور بازاروں میں مختلف، پزل گیمز، اور جملوں ملاکر کہانیوں کی تکمیل، جملوں میں خالی جگہ کی تکمیل اور مصنوعاتProducts سے متعلق سوالات شائع کر دیئے جاتے ہیں، اور مقابلے کے خواہشمند افراد اس مقابلاتی پزل کے معموں کو حل کر کے متعینہ پتہ پر ارسال کرتے ہیں، صحیح حل کرنے والے امیدوار کامیاب تصور کیے جاتے ہیں کااورانعام کے مستحق کہلاتے ہیں۔
2. TV پروگرام: مختلف کمپنیاں اپنی مصنوعات کی تشہیر کے لیے ٹی وی پروگرام منعقد کرتی ہیں، جن میں مختلف لوگوں کو بلایاجاتاہے، اور ان سے مختلف سوالات کیے جاتے ہیں، جس میں مصنوعاتProducts سے متعلق سوالات یادیگر تفریحی اور معلوماتی سوالات شامل ہوتے ہیں، یامختلف انعامی ڈبوں میں موجود چیزوں کے بارے میں پوچھا جاتاہے، جو پزل ہی کی ایک شکل ہے۔اور صحیح جواب پر انعام کا مستحق قراردیاجاتاہے۔
3. مشاعرے: بعض کمپنیاں تشہیر کے لیے مشاعروں کا انعقاد کرواتی ہیں، جن میں مختلف شعراء اپناکلام پیش کرتے ہیں، یا مختلف لوگ شعربازی کے مقابلے کرتے ہیں۔ اور کامیاب امیدواران کو انعامات دیئے جاتے ہیں۔
4. مضمون نگاری: اکثر سکول، کالج اور یونیورسٹیاں اپنی خدمات کی تشہیر کے لیے مضمون نویسی کے مقابلے منعقد کرتی ہے، جن مختلف لوگوں کو حصہ لینے کی دعوت دی جاتی ہے، اور اچھے مضمون نگاروں کو انعامات

سے نوازا جاتا ہے۔

ب۔ صلاحیت کے استعمال کے ساتھ چیز کو خریدنا بھی لازم ہو:

کمپنی کی جانب سے مقابلے میں شرکت کے لیے اشیاء صرف (Consumer Goods) کا خریدنا ضروری ہو، اس کی صورت یہ ہوتی ہے کہ کمپنی مقابلے میں شرکت کے لیے جو کارڈ جاری کرتی ہے وہ ان اشیاء کے اندر ہی رکھے گئے ہوتے ہیں۔ جیسے: مختلف اشیاء صرف کے ڈبوں میں رکھے گئے کارڈ جو سوالات، کوئز، پزل گیمز وغیرہ پر مشتمل ہوتے ہیں، اس سے لوگوں کا اس چیز کے خریدنے کا رجحان بن جاتا ہے۔

ج۔ صرف اشیاء کی خریداری ضروری ہو:

کمپنی مقابلے میں شرکت کے لیے اشیاء صرف کی خریداری کی شرط لگائے، اور کارڈ انہی اشیاء صرف کے اندر ہوں لیکن اس میں مقابلے میں شریک افراد کو کسی صلاحیت کا استعمال نہ کرنا پڑے، جیسے: کچھ کمپنیاں اشیاء صرف (Consumer Goods) میں Coupon Cards رکھ دیتی ہیں اور خریدار اس کوپن کو پر کر کے کمپنی کو ارسال کرتا ہے۔ کمپنی ان تمام Coupon Cards کی قرعہ اندازی کرتی ہے اور کامیاب شخص انعام کا مستحق قرار پاتا ہے[39]۔

د۔ اشیاء کی خریداری اور صلاحیت کا استعمال لازم نہ ہو:

کمپنی مقابلے میں شرکت کے لیے کسی چیز کی خریداری کی شرط نہ لگائے اور نہ ہی مقابلے میں شریک افراد کسی صلاحیت کو استعمال کریں، بلکہ صرف اخبار، رسالہ اور کیلنڈر وغیرہ پر دیئے گئے کوپن پُر کر کے کمپنی کے حوالے کریں، اور کمپنی بذریعہ قرعہ اندازی ان میں سے کامیاب شخص کو انعام کا مستحق قرار دے۔

---

[39] عثمانی، محمد شفیع، مفتی (متوفی:1976ء) جواہرالفقہ، طبع جدید، 1341ھ/2010ء، کراچی، مکتبہ دارالعلوم، ج4، ص564.

ایڈورٹائزنگ کے لیے استعمال ہونے والے ان تمام صورتوں میں امیدوار کو ملنے والی چیز کی حیثیت محض انعام کی ہوتی ہے،لہذا یہ تمام طریقے جائز ہیں،البتہ درج ذیل شرائط کالحاظ انتہائی ضروری ہے:

اَ. ایسے مقابلے منعقد کرائے جائیں جن میں انسان کا جسمانی،ذہنی اور علمی،تربیتی فائدہ ہو۔

ب. مقابلے میں شریک امیدواران سے کسی قسم کی رقم کا مطالبہ نہ ہو،بلکہ یہ محض اس مشتہر(Advertiser) کمپنی کی جانب سے تحفہ اور ہدیہ ہو گا۔اگر اس مقابلے میں شرکت کے لیے صارف سے کسی رقم کا مطالبہ کیا گیا،تو پھر یہ جوئے کی صورت ہو جائے گی[40]۔اور اس کو حرام قرار دیا گیا ہے[41]۔

ج. اشیاء صرف(Consumer Goods) کی خریداری لازمی ہونے کی صورت میں اشیاء کو بازاری قیمت پر فروخت کیا جائے،انعام کی وجہ سے قیمت میں اضافہ نہ ہو،کیونکہ اضافہ کی صورت میں اضافی رقم انعام کے مقابلے میں ہو گی،لہذا یہ انعام تحفہ نہیں کہلائے گا،بلکہ قمار کی صورت بن جائے گی[42]۔

د. انعام سے مقصود گھٹیا اور ملاوٹ والی چیز کی فروخت اور تشہیر نہ ہو[43]۔

ہ. خریدنے والے کا مقصد انعام نہ ہو بلکہ اشیاء صرف ہوں۔کیونکہ خریدار کی نیت اگر اشیاء صرف کی نہ ہو،صرف حصول انعام کی ہو،تو یہ قمار سے مشابہت کی صورت ہو جائے گی[44]۔

---

[40]نفس المرجع، العثماني،محمد تقي ،بن محمد شفيع،المفتي ، بحوث في قضايا فقهية معاصرة ، الطبعة الثانية، 1424ھ/ 2003 م ، دمشق ، دار القلم ،ج2،ص156.

[41]يَاأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَاالْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ ...سورة المائدة: 90.

[42] بحوث في قضايا فقهية معاصرة،ج2،ص159.

[43]عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ: أَنَّ رَسُولَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «مَنْ حَمَلَ عَلَيْنَا السِّلَاحَ فَلَيْسَ مِنَّا، وَمَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا. صحيح مسلم ، كِتَابُ الْإِيمَانَ، بَابُ قَوْلِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا»الرقم:101.

[44] بحوث في قضايا فقهية معاصرة،ج2،ص159.

و. انعامی مقابلوں میں فحاشی، عریانی اور دیگر حرام امور کا ارتکاب نہ ہو[45]۔

2۔ غیر مقابلاجاتی ذرائع: Non-Competitive Sources

تشہیر (Advertisement) کی دوسری صورت غیر مقابلاتی ذرائع کی ہے، اس کی درج ذیل شکلیں رائج ہیں:

أ. یادگاری تحائف (Historical gifts): وہ تحائف جو کمپنیاں کسی خاص موقع پر اپنے Customers کو دیتی ہیں، جس سے ان کی خدمات کا پتہ چلتا ہے، اور ان کی تشہیر کا باعث بھی ہوتے ہیں۔

ب. تعارفی تحائف (Simple gifts): ان تحائف کا اشیاء صرف کے ساتھ کوئی واسطہ نہیں ہوتا، بلکہ کمپنی اپنی مرضی کے مطابق مناسب دکانداروں کو دیتی ہے، جس سے ان کی مصنوعات کی تشہیر ہوتی رہتی ہے۔ جیسے دواساز کمپنیوں کی جانب سے اپنی تیار کردہ دواؤں کی تشہیر کے لیے ڈاکٹروں کو بلا مطالبہ انعامات دینا[46]۔

ج. Bay one Get one free: بعض اشیاء صرف میں روز بروز نئی ورائٹیاں متعارف کی جاتی ہیں، اور لوگ بھی انہی نئی ورائٹی کا مطالبہ کرتے ہیں، چنانچہ بڑے مالز اور دکاندار پرانی ورائٹی ختم کرنے کے لیے یہ اعلان کرتی ہیں "ایک چیز کی خریداری پر ایک چیز مفت" جس سے Customers اس کی طرف متوجہ ہوتے ہیں اور تاجر پرانی ورائٹی کو ختم کرنے میں کامیاب ہو جاتا ہے۔ اور Customers کا نئی ورائٹی کا مطالبہ بھی پورا ہو جاتا ہے۔

د. Coupones: اشیاء صرف کی فروخت بڑھانے کے لیے بعض دفعہ کمپنیاں مختلف چیزوں میں کوپن یا مختلف اشیاء کی تصاویر رکھتی ہیں اور صارفین سے یہ کہا جاتا ہے کہ اتنے کوپن یا تصاویر جمع کر کے لانے پر متعین انعام دیا جائے گا۔ مثلاً: ڈبل روٹی، ببل پرائز گم یا گھی وغیرہ کے کوپن جمع کرنے پر انعامات مثلاً

---

[45] {وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ} سورة المائدة: 2.

[46] کمیشن اور اُس کی مروجہ شکلیں، فقہی اجتماع، منعقدہ 23/ تا 25/ ربیع الثانی 1436ھ مطابق 13 تا 15/ فروری 2015ء.

سائیکل، استری وغیرہ نکلتے ہیں۔

ہ. Special discount: ایک صورت یہ ہے کہ ان میں خریدار کو ایک خاص مقدار میں خریداری کے ساتھ انعام مشروط کر دیا جاتا ہے، مثلا: یہ کہا جائے کہ اگر خریدار دس ہزار روپے کی خریداری کرے گا تو انعام میں یہ چیز ملے گی۔ یا بعض دواساز کمپنیاں میڈیکل اسٹور کو خاص مقدار میں دواؤں کی فروختگی پر انعام دیتی ہیں۔

و. بعض دفعہ کمپنیاں مختلف اشیاء صرف کے ڈبوں میں ہی مختلف چیزیں رکھ دیتے ہیں، جیسے چائے کی پتی کے ڈبے میں بسکٹ رکھ دیتے ہیں، یا کوئی اور چھوٹی موٹی چیز رکھ دیتے ہیں۔

تشہیر (Advertisement) کے لیے استعمال ہونے والی ان تمام تحائف کے بارے میں مفتی تقی عثمانی اور دیگر معاصر فقہاء کی رائے یہ ہے کہ یہ بھی عام ہدیہ کی طرح ہدیہ ہے[47]، لہذا شرعا یہ تمام صورتیں جائز ہیں۔

ز. (M.L.M) یعنی ملٹی لیول مارکیٹنگ کمپنیوں کا حکم:

تشہیر کی ایک اور صورت بھی آج کل بہت رائج ہوتی جارہی ہے، جس میں تجارتی کمپنیاں مختلف افراد کے ذریعے اپنی مصنوعات کی تشہیر (Advertising) کرتی ہیں، یہ صورت پہلے والی صورتوں سے اس لحاظ سے مختلف ہے کہ ان میں اشیاء کی خریداری کی دعوت اور اس کی خصوصیات اجتماعی طور پر پھیلائی جاتی ہیں، جب کہ اس صورت میں یہ دعوت انفرادی طور پر ہوتی ہے، اس لحاظ سے بھی یہ صورت پہلی والی صورتوں سے جدا ہے کہ اس صورت میں مشتہر (Advertiser) کو اشیاء کی خریداری میں رعایت مل جاتی ہے، اور اس کی دعوت پر آنے والے صارف کا معاوضہ بھی بل جاتا ہے، جب کہ پہلے والی صورتوں میں مشتہر کے ساتھ معاہدہ متعین وقت اور متعین الفاظ وغیرہ کا ہوتا ہے، اس کی عام طور پر یہ صورت اختیار کی جاتی ہے، مثلاً: کمپنی ایک شخص کو Member بناتی ہے، اور اس سے ایک ہزار (1000) روپے MemberShip کی فیس لیتی ہے، اس MemberShip کی وجہ سے Member

---

[47] - عثمانی، محمد تقی، مفتی، فتاوی عثمانی، کتاب البیوع، ج4، ص257.

کو کمپنی کی مصنوعات (Product) سستی ملتی ہیں، مثلاً: جس کی قیمت بازار میں سوروپے ہے ، وہ اسے اسی(80)روپے میں مل جاتی ہے ، اور اس پر لازم ہوتا ہے کہ وہ مزید پانچ ممبرز تیار کرے،اگر وہ ایک آدمی کو Memberبنادے تو کمپنی اس کو پانچ سوروپے دیتی ہے،اور جب پانچ Members ہو جائیں تو اسے مزید ایک ہزار(1000)روپے یعنی کل پندرہ سو(1500)روپے مل جاتے ہیں،اسی طرح کمپنی ہر نئے Memberسے ایک ہزار روپے فیس لیتی ہے،اور اس پر بھی لازم ہوتا ہے کہ وہ پانچ Membersبنائے،اور یوں Members بنانے کا ایک لامتناہی سلسلہ شروع ہو جاتا ہے،اب جب بھی کمپنی میں نئےMemberکا اضافہ ہوتا ہے،تو کمپنی پہلے ممبر کو بلا کسی محنت ومشقت کے تین سوروپے دیتی ہے،اور ڈسکاؤنٹ بھی ملتا رہتا ہے،اگر یہ نئے Members نہیں بنا پاتا تو اس کے لیے ڈسکاؤنٹ بھی ختم ہو جاتا ہے۔

اسی طرح کی ایک اور اسکیم[48] بھی ہے،جس میں کمپنی اپنی تمام مصنوعات کی تشہیر لوگوں ہی کی زبانی کراتی ہے ، اور طریقہ یہ اختیار کرتی ہے کہ ایک شخص کو Member منتخب کرتی ہے،جس کے لیے کمپنی کی کوئی چیز(Product)خریدنا ضروری ہوتا ہے۔اس کے بعد یہ Member کمپنی کو نئے گاہک فراہم کرتا ہے،اور کمپنی نئے گاہک (Customers) بنانے کے عوض اس Member کو معقول معاوضہ ادا کرتی ہے، اس طرح ہر Member کمپنی کے لیے نئے گاہک(Customers)بناتا ہے اور کمپنی اس کے بدلے کمیشن ادا کرتی ہے۔اگرچہ یہ Brokerageہی کی ایک صورت ہے لیکن درج ذیل وجوہات کی بناء پر یہ دونوں صورتیں ناجائز ہیں:

1. اس میں کمپنی اور کلائنٹ کے درمیان اجارہ کے لیے ابتداء مصنوعات کی خریداری لازم ہوتی ہے گویا عقد اجارہ کے ساتھ بیع / وعدہ بیع کی شرط ہوتی ہے،جس کا فائدہ متعاقدین میں سے ایک فریق مؤجر / مستأجر کو ہو رہا ہے۔
2. بعض کمپنیاں MemberShip کے چارجز لیتی ہیں،گویا جس شخص کو اپنا ملازم بنایا جارہا ہے،اس ملازمت کے بدلے رقم ادا کرنے کی شرط ہے۔جس سے مستأجر کا فائدہ مل رہا ہے۔

---

[48]Gold mine international

3. اگر کوئی شخص براہ راست کمپنی کی ممبر شپ حاصل کرتا ہے، تو بھی اس کو کسی نہ کسی ممبر کے واسطے سے ممبر شپ ملے گی، اور اس ممبر شپ کا اسے معاوضہ بھی ملے گا، جب کہ اس ممبر کی اس میں کوئی محنت ومشقت نہیں ہے۔
4. جس ممبر کی دعوت پر نیا ممبر آیا ہے، اس کا معاوضہ جس طرح اس ممبر کو ملتا ہے اس سلسلے میں اس سے پہلے والے ممبران کو بھی ملتا ہے، جب کہ ان کی کوئی محنت اس میں شامل نہیں ہوتی۔

اور مقتضاء عقد کے خلاف ایسی شرط لگانا عقد میں درست نہیں جس سے صرف ایک فریق مستأجر / اجیر کو فائدہ مل رہا ہو[49]، چاہے فریق ثانی کا اس میں نقصان ہو یا نہ ہو[50]۔ لہذا تشہیر Advertising کی یہ صورت ناجائز ہے۔

اس کے ناجائز ہونے کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ اس کی بعض صورتوں میں بلا محنت ومشقت اجیر کو بطور اجرت معاوضہ دینے کا معاہدہ کیا جاتا ہے، جب کہ فقہاء کی عبارات سے یہ معلوم ہوتا ہے کہ جن کاموں کے لیے نہ تو کوئی قابلیت چاہیے ہو اور نہ ہی اس میں کوئی مشقت ومحنت ہو ایسے کام کی اُجرت لینا جائز نہیں ہے[51]۔

ح. Online اشتہارات کی تشہیر (Advertisement)

آج کل انٹرنیٹ کے ذریعے Online تشہیر کا رجحان بڑھتا جارہا ہے، چنانچہ اسی مقصد کے لیے مختلف تشہیری ویب سائٹ بنائی جاتی ہیں جن کو Paid to earn / click یا Pay aid seen کہا جاتا ہے، کمپنیاں اپنے اشتہارات

---

[49] بعض فقہاء کے نزدیک معقود علیه کے فائدے کی شرط بھی اس میں داخل ہے۔ البابرتي ، محمد بن محمد، الرومي (المتوفى: 786ھ) العناية شرح الهداية ، دار الفكر ، م-ن،ت-ن ،ج6،ص443.

[50] الزيلعي، عثمان بن علي ،الحنفي (المتوفى: 743ھ) تبيين الحقائق شرح كنز الدقائق وحاشية الشلبي ، الطبعة الأولى، 1313ھ/1896م، القاهرة ، المطبعة الكبرى الأميرية ،بولاق،ج4،ص131،السنيكي ،أبو يحيى،زكريا بن محمد، الأنصاري (المتوفى:926ھ) أسنى المطالب في شرح روض الطالب، دار الكتاب الإسلامي، م-ن،ت-ن،ج2،ص34.

[51] الدر المختار وحاشية ابن عابدين (رد المحتار) ،ج6،ص95، الرملي،شمس الدين، محمد بن أحمد (المتوفى:1004ھ) نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج ، طبعة أخيرة،1404ھ/ 1984م، بيروت ، دار الفكر،،ج5،ص270.

ان تشہیری ویب سائٹ کو تشہیر کے لیے دیتی ہیں، اور یہ معاہدہ کرتی ہے کہ جتنے لوگ اس اشتہار کو دیکھیں گے ان کی تعداد کے مطابق اس ویب سائٹ کو اس کی اُجرت دے دی جائے گی، یہاں اجرت اگرچہ فی کس متعین ہے، جن کی تعداد بوقت عقد معلوم نہیں لیکن نزاع کا باعث نہ بننے کی وجہ سے جائز ہے۔

اب یہ تشہیری ویب سائٹ اشتہار دیکھنے والوں کی تعداد زیادہ کرنے کے لیے لوگوں کو ان اشتہارات دیکھنے کی دعوت دیتی ہے، اور لوگوں کو راغب کرنے کے لیے اشتہار دیکھنے کا معاوضہ دینے کی Offer کرتی ہے۔ اور اس کے لیے یہ طریقہ اختیار کرتی ہے کہ کوئی بھی شخص جو ان اشتہارات سے معاوضہ کا خواہشمند ہو، وہ اپنی Email کے ذریعے اس کمپنی کے پاس رجسٹرڈ ہوتا ہے، اور بعض کمپنیوں میں اس رجسٹریشن کا معاوضہ بھی لیا جاتا ہے، اس کے بعد یہ رجسٹرڈ شخص جو بھی اشتہار دیکھتا ہے ،اسے ان کا معاوضہ اس تشہیری ویب سائٹ کی جانب سے ملتا رہتا ہے، بعض کمپنیاں Multi-Level Marketing کے ذریعے تشہیر کرتی ہیں، کہ کوئی بھی شخص جو اس کمپنی کے اشتہارات دیکھنے کے معاوضہ کا خواہشمند ہو وہ پہلے والے کسی ممبر کے ذریعے اس کمپنی کے پاس رجسٹرڈ ہو گا، اور معاوضہ جس طرح اس نیے ممبر کو ملتا ہے، اس سلسلے کے پہلے والے ممبر ان کو بھی ملے گا۔ ان تشہیری کمپنیوں کی دعوت پر جو لوگ ان کے پاس رجسٹرڈ ہوتے ہیں وہ اکثر ایک سے زائد Emails کے ذریعے رجسٹرڈ ہوتے ہیں، جس کا مقصد کمپنی کے سامنے اپنے آپ کو الگ شخص ظاہر کر کے زیادہ نفع کمانے کی ہوتی ہے۔ اشتہارات دیکھنے پر معاوضہ کا یہ عقد اگرچہ بنیادی طور پر جائز ہے، لیکن اس کے لیے ان شرائط کا لحاظ ضروری ہے:

ز. اشتہار حلال چیز / حلال کاروبار کا ہو[52]۔ مثلاً: فلم انڈسٹری، سودی کاروبار، انشورنس، شراب وغیرہ کا نہ ہو۔

ح. قانوناً اس کاروبار / چیز کی اجازت ہو[53]۔

ط. اشتہارات خواتین کی تصاویر اور فحش مواد پر مشتمل نہ ہو[54]۔

---

52 المبسوط، ج16، ص38، إعلام الموقعين، ج3، ص125، الشِّلْبِيُّ ،شهاب الدين، أحمد بن محمد(المتوفى:1021ھ) حاشية الشلبي على تبيين الحقائق، الطبعة الأولى، 1313ھ/1895م، القاهرة، بولاق، المطبعة الأميرية، ج5، ص125.

53 امدادالفتاویٰ، ج4، ص140 ، محمود، مفتی(متوفی:1980ء) فتاویٰ مفتی محمود ،بدون الطبع، 1429ھ/ 2008م ،لاهور ،جمعية پبليكشنز ، ج11، ص169.

54{ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ} سورة المائدة: 2.

ي. عقد کے کسی بھی حصے میں دھوکہ سے کام نہ لیا گیا ہو۔

ک. جھوٹ، مبالغہ آرائی پر مشتمل نہ ہو[55]۔

ل. اسلامی عقائد و نظریات کے خلاف نہ ہو[56]۔

م. کسی بھی ممبر کو اس کی محنت کے بغیر صرف اس کے قدیم ممبر ہونے کی وجہ سے اجرت کا عقد نہ ہو، جیسے Multi-Level Marketing میں ہوتا ہے[57]۔

لیکن مروجہ اشتہارات میں عام طور پر مذکورہ شرائط مفقود ہوتی ہیں، اس لیے حتی الامکان اس کام کو ذریعہ معاش بنانے سے اجتناب کرنا چاہیے۔

نتائج

1 تشہیر سے مراد سامان، خدمات، سہولیات اور اداروں کے بارے میں عوام میں نفسیاتی اطمینان اور قبولیت کی کیفیت پیدا کرنا، اور مواصلاتی ذرائع، سے مشتہر کی شخصیت اور کردار کو پیش کرنا ہے۔

2 الیکٹرانک میڈیا، سوشل میڈیا، پرنٹ میڈیا اور آوٹ ڈور میڈیا کے ذریعے تشہیر کے اکثر صورتیں اجارہ کے ضمن میں آتی ہیں، لہذا اس کے لیے اجارہ کے شرعی ضابطوں کا لحاظ کرنا ضروری ہے۔

3 مقابلہ جاتی اور غیر مقابلہ جاتی انعامات میں اگر اشیاء صرف کی خریداری لازم ہو، تو صارف کو ملنے والے معاوضہ کی حیثیت ہدیہ کی ہوتی ہے، البتہ اشیاء صرف کی بازاری قیمت سے زیادہ پر فروخت کرنا درست نہیں ہو گا۔

---

[55] {فَنَجْعَلْ لَعْنَتَ اللَّهِ عَلَى الْكَاذِبِينَ } سورة آل عمران: 61.

[56] عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ:"أَيُّمَا دَاعٍ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، فَاتُّبِعَ، فَإِنَّ لَهُ مِثْلَ وْزَارِ مَنْ اتَّبَعَهُ، وَلَا يَنْقُصُ مِنْ أَوْزَارِهِمْ شَيْئًا...سنن ابن ماجه ،أَبْوَابُ السُّنَّةِ،بَابُ مَنْ سَنَّ سُنَّةً حَسَنَةً أَوْ سَيِّئَةً،الرقم:205.

[57] المحيط البرهاني في الفقه النعماني ،ج7،ص485، الدر المختار وحاشية ابن عابدين (رد المحتار) ،ج6،ص95، نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج ،ج5،ص270

4 وہ مقابلہ جاتی پروگرام جن میں اشیاء صرف کی خریداری لازم نہ ہو، اس میں ملنے والے معاوضہ کی حیثیت ہدیہ کی ہوتی ہے۔

5 ممبر ساز کمپنیوں کا مروجہ تشہیری طریقہ درست نہیں ہے، جس میں پرانے ممبر کو ہر نئے آنے والے ممبر کا معاوضہ دیا جاتا ہے، چاہے اس کی محنت سے آیا ہو یا محنت کے بغیر۔

6 Paid to earn / click یا Pay aid seen ویب سائٹ پر ایڈ کلکنگ کام اجارہ کے ضمن میں آتا ہے، لہذا اس کے لیے مضمون میں ذکر کردہ شرائط کا لحاظ کرنا ضروری ہے۔