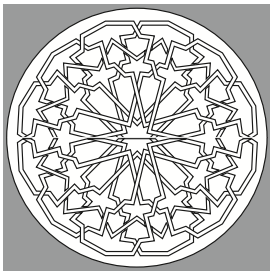

إعلانات الجمعيات الخيرية في ضوء الفقه الإسلامي

د/ أحمد خيري أحمد عبد الحفيظ
مدرس الفقه في كلية الشريعة والقانون بالقاهرة
جامعة الأزهر

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

الحمد لله الغفور الودود، ذي العرش المجيد، الفعال لما يريد، خلق الخلق وكما بدأهم يعيد، وجعل منهم الشقي والسعيد، وأخذ كُلًّا بعمله، وما ربك بظلام للعبيد.

وأشهد أن لا إله إلا الله، وحده لا شريك له، وأشهد أن محمدًا عبده ورسوله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، وصفيه من خلقه وخليله، صلى الله عليه وعلى آله الطيبين الطاهرين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

فإن الإسلام بتشريعاته الخالدة ومبادئه السامية، وأنظمته العادلة، وتوجيهاته الصادقة حقَّق للمجتمع أرقى صُوَر التكافل بالمفهوم الواسع الشامل؛ وذلك حين أمر الناس جميعًا بالتعاون على كل بر وإحسان، والتناهي عن كل إثم وطغيان، قال الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ **وَتَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡبِرِّ وَٱلتَّقۡوَىٰۖ وَلَا تَعَاوَنُواْ عَلَى ٱلۡإِثۡمِ وَٱلۡعُدۡوَٰنِۚ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۖ إِنَّ ٱللَّهَ شَدِيدُ ٱلۡعِقَابِ** ﴾ [المائدة: ٢].

ومِـن أجْـل التكافل الاجتماعي أوجَب الإسـلامُ حقًّـا خاصًّا في المال هـو الزكاة، ونَـدَبَ إلى أداء صور أخرى؛ كرعايـةِ المحتاجين، وتفقُّد المعوزين، وبذلِ شـيءٍ من المال لهم، ونَدَب كذلك إلى التصدق بفضول الأموال؛ لتتحقق المودة، ويسود الإخاء بين أفراد المجتمع الواحد، ويصير المسلمون جميعًا كالجسد الواحد، «**إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى**»[1].

ومـن أهم صور التكافل الاجتماعي ما تقوم به الجمعيات الخيرية، والتي انتشـرت انتشـارًا واسـعًا؛ حيث تقوم بدور فعَّال، وجهد ملموس في خدمـة المجتمع، وتُقدِّم يد العون والمسـاعدة للمحتاجين والمعوزين، فاكتسبت ثقة الناس وتقديرهم، وتوجهوا إليها بأموالهم، واطمأنوا إليها في أداء صدقاتهم وزكواتهم.

ولما كانت أنشطة هذه المؤسسـات والجمعيات متوسعة، ومجالاتها وتخصصاتها متعـددة ومتنوعـة، اتسـعت بالضـرورة مصروفاتها ونفقاتهـا الإدارية، ما بيـن النفقات الخاصة بتدريب عمالها ومنسـوبيها؛ بهدف صقلهـم وتطوير أدائهم، ونفقات الإعلان عـن المؤسسـة بصورهـا المختلفـة؛ بقصـد التعريـف بالمؤسسـة الخيريـة، وجذب المتبرعين إليها والمساهمين فيها.

وفي الآونة الأخيرة انتشرت بكثافة إعلانات الجمعيات الخيرية، وبخاصة الإعلانات التليفزيونية، لا سيما في شهر رمضان المبارك، ولا يخفى ما تحتاج إليه هذه الإعلانات من أموال طائلة تنفقها هذه المؤسسات وتلك الجمعيات الخيرية، ولا يخفى كذلك أن نفقات الإعلانات تغطيها المؤسسـة الخيرية -في الغالـب- من أموال المتبرعين، التي هـي عبـارة عن زكاة مفروضة، حـدد الله مصارفها، وبيَّن مسـتحقيها، أو هي عبارة عن صدقات وتبرعات قصد أصحابها إنفاقها في وجوه الخير المتعددة.

(١) أخرجـه مسـلم في صحيحـه، كتاب: البـر والصلة، بـاب: تراحم المؤمنيـن وتعاطفهم وتعاضدهـم، حديث رقم (٢٥٨٦). (المسـند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسـول الله ﷺ، صحيح مسـلم، مسـلم بن الحجاج أبو الحسـن القشيري النيسـابوري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، ٤/ ١٩٩٩، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، بدون تاريخ).

تساؤلات البحث:

يجيب هذا البحث عن عدة تساؤلات، أهمها: هل يسوغ للمؤسسات الخيرية الإقدام على مثل هذه الإعلانات على الرغم من وجود أموال طائلة لديها؟ وهل يجوز للجمعيات والمؤسسات الخيرية أن تنفق من هذه الأموال -أموال الزكاة أو التبرعات- على إعلاناتها؟ وهل تدخل هذه الأموال تحت مصرف من مصارف الزكاة الثمانية؟ وهل يُعَدُّ ذلك من قبيل الوسائل المشروعة وصولًا لغاية وهدف ومقصد أعظم؟ وهل هناك ضوابط شرعية وقانونية لإعلانات الجمعيات الخيرية؟ وما الحكم لو أساءت الجمعيات والمؤسسات الخيرية استعمال حق الإعلان لأنشطتها؟

هذا ما سوف نحاول الوصول إلى معرفته من خلال هذا البحث، سائلين الله عَزَّوَجَلَّ أن يجنبنا الخطأ، وأن يهدينا إلى الخير والرشاد.

أسباب اختيار الموضوع:

١- انتشار الجمعيات والمؤسسات الخيرية، وتنوع أنشطتها، وتوسع أعمالها، على نحو يتطلب توضيح الرأي الفقهي لكافة تلك الأنشطة، والوصول إلى الراجح منها.

٢- المساهمة الجادة والمشاركة الحثيثة في إبراز جانب مهم من فقه تصرف الجمعيات والمؤسسات الخيرية في الصدقات والزكوات، التي أوكل إليها أمر جمعها وتوزيعها، وهو جانب الإعلان.

٣- تقديم رؤية متكاملة للجهات المختصة بالعمل الخيري من ضوابط شرعية وقانونية حول ما يتعلق بالإعلان عن أنشطتها؛ ليتسنى لها الإعلان عن أنشطتها دون إساءة أو تعسف.

الدراسات السابقة:

تعددت المؤلفات والدراسات الفقهية التي تناولت فقه الجمعيات الخيرية بشكل عام، وهذه المؤلفات تتفق مع هذا البحث من حيث وحدة الموضوع، وتختلف في جوهره ولُبه، ومن هذه المؤلفات:

١- المؤسسات الخيرية حكمها وضوابط القائمين عليها وحدود صلاحيتهم، للباحثة: دعاء عادل قاسم، وهي رسالة ماجستير في الفقه المقارن في كلية الشريعة والقانون بالجامعة الإسلامية- غزة- فلسطين، ١٤٣٣هـ- ٢٠١٢م، ولم تتناول فيه الباحثة إعلانات الجمعيات الخيرية مطلقًا، بل انصب اهتمامها على علاقة المؤسسات الخيرية بموارد الدولة، والضوابط العامة لعمل المؤسسات الخيرية.

٢- أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة دراسة فقهية تطبيقية، للباحث: عبد الله بن محمد بن سليمان السالم، دار كنوز إشبيليا للنشر والتوزيع، السعودية، الطبعة الأولى، ١٤٣٥هـ- ٢٠١٤م، وهو في الأصل رسالة علمية تقدم بها الباحث لنيل درجة التخصص (الماجستير) من قسم الفقه في كلية الشريعة والدراسات الإسلامية بجامعة القصيم، عام ١٤٣٣هـ.

وقد اهتمت هذه الدراسة بإبراز مكانة العمل الخيري، وأحكام توزيع الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة على المستحقين، ونقل أموال الزكاة واستثمارها، والمصروفات الإدارية للجمعيات؛ كالرواتب والتجهيزات، وقد ألمح الباحث في الفصل السابع من رسالته في صفحتين اثنتين فقط إلى مسألة تمويل الدعاية والإعلام في الجمعيات الخيرية.

٣- إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، للباحث: محمد عبد الكريم عبد المطلب، وهي رسالة علمية حصل بها الباحث على درجة التخصص (الماجستير) في الفقه من كلية الشريعة والقانون بالقاهرة، عام ١٤٤٠هـ- ٢٠١٩م.

وقد عُنيت هذه الدراسة بانتهاك الجمعيات الخيرية للخصوصية في نشاطها الإعلاني، وما يترتب على ذلك من مسؤولية مدنية وجنائية، وبذلك تتفق من حيث الموضوع مع المطلب الرابع من هذا البحث.

وعلى الرغم من وجود هذه المؤلفات، واستفادتي منها، إلا أنني لم أجد -فيما اطلعت عليه- دراسة تناولت هذا الموضوع من الوجهة التي قمت بعرضها، والمحتوى الذي

تضمنه هذا البحث، وكل ما اطلعت عليه -بخلاف الدراسات التي ذكرتها- هو بعض الفتاوى والمقالات المتناثرة في المجلات والجرائد، تناول أصحابها الموضوع بشكل مقالي سريع، دون الوقوف على النقاط والقضايا المهمة التي تناولها هذا البحث.

خطة البحث:

اقتضت طبيعة هذا البحث أن يشتمل على تمهيد، وثلاثة مباحث:

أما التمهيد: فيحتوي على مفردات عنوان البحث، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: ماهية الجمعيات الخيرية والألفاظ ذات الصلة بها.

المطلب الثاني: ماهية الإعلان والألفاظ ذات الصلة به.

وأما المبحث الأول فعنوانه: سمات الجمعيات الخيرية وأهدافها، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: سمات الجمعيات الخيرية.

المطلب الثاني: أهداف الجمعيات الخيرية.

وأما المبحث الثاني فعنوانه: أهمية الإعلان الخيري ووسائله، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: أهمية الإعلان الخيري.

المطلب الثاني: وسائل الإعلان الخيري.

وأما المبحث الثالث فعنوانُهُ: الأحكام الفقهية المتعلقة بإعلانات الجمعيات الخيرية، وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: التكييف الفقهي لإعلانات الجمعيات الخيرية.

المطلب الثاني: مدى مشروعية إعلانات الجمعيات الخيرية وتوثيق أنشطتها، وفيه ثلاثة فروع:

الفرع الأول: مشروعية الإعلان للجمعيات الخيرية.

الفرع الثاني: حكم الإنفاق على إعلانات الجمعيات الخيرية، وفيه مسألتان:

المسألة الأولى: الجمعيات التي يجوز لها الإعلان.

المسألة الثانية: الإنفاق على الإعلانات من أموال الزكاة.

الفرع الثالث: حكم توثيق أنشطة الجمعيات الخيرية.

المطلب الثالث: ضوابط إعلانات الجمعيات الأهلية.

المطلب الرابع: تعسف الجمعيات الخيرية في الإعلان عن أنشطتها، والآثار المترتبة عليه.

وأما الخاتمة، ففيها النتائج والتوصيات، ثمّ ثبت لأهمِّ المصادر والمراجع، ثمَّ فهرس موضوعات البحث.

منهج البحث:

اتّبعتُ في هذا البحث المنهج المقارن، الذي يقارن بين الأقوال الفقهية المختلفة؛ بهدف الوصول إلى الرأي الراجح في المسألة، واعتمدتُ في تحقيق هذا المنهج على الخطوات الآتية:

١- ذكر أقوال الفقهاء في المسألة، مع عزو كل قول لقائله، معتمِدًا في ذلك على أمهات المصادر والمراجع الأصلية في التحرير والتوثيق والتخريج والجمع.

٢- تحرير محل النزاع في المسائل الخلافية؛ للوقوف على موطن الاتفاق والاختلاف، وسبب الخلاف.

٣- ذكر أدلة الأقوال، مع بيان وجه الدلالة منها، وذكر المناقشات الواردة عليها، وما ورد عليها من أجوبة وردود.

٤- بيان القول الراجح مع الإشارة إلى سبب الترجيح.

٥- ذكر مذاهب أهل السنة من الأئمة الأربعة، من خلال كتب المذاهب وكتب الخلاف.

٦- الإشارةُ إلى مواطن الإجماع حيث وجدت، معتمدًا في ذلك على كتاب «الإجماع» لابن المنذر، و«مراتب الإجماع» لابن حزم، أو على توثيق الإجماع من كتب الخلاف، مثل: «بدائع الصنائع» للكاساني، و«بداية المجتهد» لابن رشد، و«المجموع» للنووي، و«المغني» لابن قدامة، و«المحلى» لابن حزم... وغيرها.

٧ – بيان المصطلحات والألفاظ الغريبة الواردة في البحث.

٨– عزو الشواهد القرآنية، وذلك من خلال ذكر اسم السورة ورقم الآية.

٩– تخريج الأحاديث من مصادرها في كتب السنة، مع بيان أحوالها من حيث القبول والرد، من خلال كتب التخريج وأقوال علماء هذا الشأن، وإذا كان الحديث في الصحيحين أو أحدهما اكتفيت بعزوه فقط إليهما، ولا أتوسع بذكر من أخرجه غيرهما، ففيهما غنية عن غيرهما.

١٠– الترجمة في الهامش للأعلام غير المشهورين الواردة أسماؤهم في البحث، ولا أترجم للصحابة، والأئمة المتبوعين أصحاب المذاهب الأربعة.

١١– وضع خاتمة في نهاية البحث، مبيِّنًا فيها أهم ما توصلت إليه من نتائج وتوصيات.

هذا، وقد بذلت في إعداد هذا البحث قصارى جهدي، مستشعرًا أهمية هذا الموضوع وخطورته، فإن وفقت فيما أصبو إليه فذلك فضل الله تعالى عليَّ، وإن كانت الأخرى فمن نفسي ومن الشيطان، والله ورسوله منه بريئان، واللهَ تعالى أسأل أن يتقبل مني عملي، وأن يجعله خالصًا لوجهه الكريم.

والحمد لله رب العالمين

تمهيد

مفردات عنوان البحث

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: ماهية الجمعيات الخيرية، والألفاظ ذات الصلة بها.

المطلب الثاني: ماهية الإعلان ، والألفاظ ذات الصلة به.

المطلب الأول:
ماهية الجمعيات الخيرية،
والألفاظ ذات الصلة بها

تُعَدُّ الجمعيات الخيرية[1] من المظاهر الحضارية في أي مجتمع، بل هي دليل واضح على مدى الرقي الإنساني والأخلاقي الذي وصل إليه أفراد هذا المجتمع، وكلما كثرت هذه الجمعيات وتعددت أنشطتها، كلما عَمَّ النفع للفئات المستفيدة منها، ومن المناسب قبل الخوض في غمار البحث بيانُ معنى الجمعيات الخيرية، وذلك على النحو الآتي:

أولًا: ماهية الجمعيات في اللغة:

الجمعيات في اللغة: الجيم والميم والعين أصل واحد، يدل على تضام الشيء[2].

والجمعيات جمع، ومفرده: جمعية، وهذا اللفْظُ مأخوذ من الجمع، ويقصد به: تأليف المفترق، ويطلق كذلك على: الجماعة من الناس ومن غيرهم؛ كجماعة

(١) هناك العديد من المسميات للجمعيات الخيرية، منها: المنظمات غير الحكومية، والمنظمات أو الجمعيات الأهلية، والمنظمات التطوعية، والمؤسسات الخيرية، لكني عدلت عن كل ذلك إلى التسمية بـ: «الجمعيات الخيرية»؛ جريًا على الاستعمال المنتشر في مصر. (ينظر في بيان معنى هذه المصطلحات: الجمعيات الخيرية وسبل تطويرها (الموارد والأهداف)، للباحثة: رحمة بامحمد، بحث منشور في مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد (٧)، العدد (٤) لسنة ٢٠١٨م، ص: ٢٦٤).

(٢) معجم مقاييس اللغة، أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، ١/ ٤٧٩، الناشر: دار الفكر، ١٣٩٩هـ-١٩٧٩م.

النبات، وجماعة الشجر[١]. ويُطلق على الموضع: مجمَع، ومجمِع، والمجمع يكون اسمًا للناس، ولموضع اجتماعهم[٢].

ثانيًا: التعريف اللغوي لكلمة «الخيرية»:

الخيرية في اللغة: نسبة إلى الخير، فأصلُ الخاء والياء والراء: العطف والميل، ثم يُحمل عليه؛ فالخير: خلاف الشر؛ لأن كل أحد يميل إليه.

قال الراغب الأصفهاني[٣]: «ويطلق على معانٍ، منها: جميع الطاعات والقربات، وكل ما أمر الله عَزَّوَجَلَّ به، ومنه قوله عَزَّوَجَلَّ: ﴿**وَمَا تُقَدِّمُواْ لِأَنفُسِكُم مِّنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِندَ ٱللَّهِ**﴾ [البقرة: ١١٠]. ويطلق أيضًا على متاع الدنيا من مال، وصحة، وسلطان، ومنه قوله عَزَّوَجَلَّ: ﴿**لَّا يَسْـَٔمُ ٱلْإِنسَٰنُ مِن دُعَآءِ ٱلْخَيْرِ**﴾ [فصلت: ٤٩]، وكل شيء نافع يرغب فيه الناس فهو من الخير»[٤].

ومن خلال المعنى اللغوي لكلمتي «جمعية»، و«خيرية» يتضح أنهما يدلان على: مكان يجتمع فيه جماعة من الناس؛ للقيام بأعمال نافعة تقربًا إلى الله تعالى[٥].

ويُطلق الخير في الاصطلاح على: ما فيه نفع وملاءمة لمن يتعلق به[٦].

هذا، ويلاحظ أن الخير في الاصطلاح لا يخرج عن معناه في اللغة؛ من حيث كونه مرغوبًا فيه، ومنتفعًا به.

---

(١) الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، ٣/ ١١٩٨، الناشر: دار العلم للملايين- بيروت، الطبعة الرابعة، ١٤٠٧هـ- ١٩٨٧م.

(٢) لسان العرب، محمد بن منظور، ٨/ ٥٣، مادة «جمع»، الناشر: دار صادر- بيروت، الطبعة الثالثة، ١٤١٤هـ.

(٣) هو: أبو القاسم الحسين بن محمد بن المفضل، أديب من أهل (أصبهان) سكن بغداد، واشتهر حتى كان يُقرن بالإمام الغزالي، من مؤلفاته: «محاضرات الأدباء»، و«الذريعة إلى مكارم الشريعة والأخلاق»، ويسمى: «أخلاق الراغب»، و«جامع التفاسير»، توفي سنة ٥٠٢هـ- ١١٠٨م. (البلغة في تراجم أئمة النحو واللغة، للفيروزآبادي، الناشر: دار سعد الدين للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ١٤٢١هـ- ٢٠٠٠م؛ الأعلام، خير الدين الزركلي، ٢/ ٢٥٥، الناشر: دار العلم للملايين، الطبعة (١٥)، أيار- مايو ٢٠٠٢م).

(٤) المفردات في غريب القرآن، أبو القاسم الحسين بن محمد، المعروف بـ: الراغب الأصفهاني، المحقق: صفوان الداودي، ١/ ٣٠٠، الناشر: دار القلم، الدار الشامية، دمشق- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ.

(٥) ينظر: أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة دراسة فقهية تطبيقية، عبد الله بن محمد بن سليمان السالم، (ص٦٩)، دار كنوز إشبيليا للنشر والتوزيع، السعودية، الطبعة الأولى، ١٤٣٥هـ- ٢٠١٤م.

(٦) التحرير والتنوير «تحرير المعنى السديد وتنوير العقل الجديد من تفسير الكتاب المجيد»، محمد الطاهر بن عاشور التونسي، ٢٠/ ١٠٢، الناشر: الدار التونسية للنشر- تونس، ١٩٨٤هـ.

ثالثًا: تعريف مصطلح «الجمعيات الخيرية» باعتباره علمًا مركبًا:

عـرف معجم اللغة العربية المعاصرة «الجمعيـة الخيرية» بأنها: جمعية غايتها القيام بمساعدة المحتاجين دون مقابل، أو بمقابل زهيد[١].

وقد وردت عدة تعريفات أخرى لمصطلح: «الجمعيات الخيرية»، منها:

١- «كل جماعـة ذات تنظيـم، تهـدف إلـى المسـاهمة في تنميـة الفـرد والمجتمع، وتحقيق متطلباته، وتعظيم قدراته على المشـاركة في الحياة العامة والتنمية المستدامة، دون أن تهدف إلى الربح، ويتم تأسيسـها وفقًا لأحـكام القانون، وتتألف بحد أدنى من عشـرة أشـخاص طبيعيِّين، أو اعتباريين، أو منهما معًا»، وهو تعريف القانون المصري للجمعيات الخيرية[٢].

٢- هيئـة تطوعية تهدف إلى تقديـم الخدمات الاجتماعية، مما له علاقة بالخدمات الإنسـانية، دون أن يكون هدفها الحصول على الربح المادي، أو تحقيق أية أغراض لا تتفق والغرض الذي أُوجدت من أجله[٣].

٣- كيانات ذات شخصيات اعتبارية، تقوم على مساهمات المحسنين، وتهدف إلى تقديـم خدمات خيريـة -اجتماعية، أو دينيـة، أو تعليمية، أو ثقافيـة، أو صحية- ممن له علاقة بالخدمات الإنسـانية؛ سـواء بصفـة نقدية (مالية) أو عينيـة، لأفراد أو جهات معينة[٤].

والواضح من هذه التعريفات أن الجمعيات الخيرية عبارة عن: مجموعة من الأفراد الذين ينشـطون فيما بينهم؛ للقيام بتقديم مساعدات وخدمات مختلفة؛ بهدف مساعدة

(١) معجم اللغة العربية المعاصرة، د. أحمد مختار عبد الحميد عمر، بمسـاعدة فريق عمل، ١/ ٣٩٦، الناشـر: عالم الكتب، الطبعة الأولى، ١٤٢٩هـ- ٢٠٠٨م.

(٢) ينظـر: قانـون رقم ١٤٩ لسـنة ٢٠١٩، الخاص بتنظيم ممارسـة العمل الأهلي، المادة رقـم (١)، بند ٢ من الباب الأول (التعريفات).

(٣) القواعد التنفيذية للائحة الجمعيات والمؤسسـات الخيرية بالمملكة العربية السعودية، الصادرة بقرارٍ من مجلس الوزراء، رقم ١٠٧ في ٢٥/ ٦/ ١٤١٠هـ.

(٤) أفضل الممارسات العملية الصادرة عن مجموعة العمل المالي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا؛ من أجل مكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب حول موضوع: «الجمعيات الخيرية».

المجتمع، ورفع العوز عن كاهله، والعمل على رُقِيِّه وتقدُّمه، وهم لا يبتغون من وراء ذلك ربحًا ماديًّا.

رابعًا: الألفاظ ذات الصلة بمصطلح «الجمعيات الخيرية»:

١- **العمل الأهلي**: وهو كل عمل لا يهدف إلى الربح، ويُمارس بغرض تنمية المجتمع[١].

٢- **المؤسسات الأهلية**: هي عبارة عن شخص اعتباري ينشأ بتخصيص شخص أو أكثر من الأشخاص الطبيعية أو الاعتبارية أو منهم معًا، مالًا لا يقل عن عشرين ألف جنيه عند التأسيس؛ لتحقيق غرض أو أكثر من أغراض العمل الأهلي، دون استهداف الحصول على ربح أو منفعة ما[٢].

ووجه التوافق بين الجمعية الخيرية والمؤسسة: أن كلًّا منهما يضم أشخاصًا طبيعيِّين أو اعتباريِّين، وأنهما لا يهدفان إلى تحقيق ربح مادي، وأنه يحظر عليهما الاشتغال بالسياسة، وأنهما يقومان على ثلاثة أضلاع: العمل الخيري، والتطوع، والهيكل التنظيمي.

ويختلفان في: أن الجمعية تبدأ باجتماع جماعة من الناس لتحقيق غرض مقصود وأهداف محددة، في حين تبدأ المؤسسة بتخصيص مالٍ للغرض المخصوص تحقيقه، ثم إن المؤسسة تخضع لرقابةٍ أشد صرامة، ونظامٍ أكثر دقة من الجمعية[٣].

(١) قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، الباب الأول (التعريفات)، البند الأول من المادة رقم (١).

(٢) قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، الباب الأول (التعريفات)، البند الرابع من المادة رقم (١).

(٣) الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، عبد الرزاق السنهوري، ٥/ ٢٣٠، الناشر: منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٠م؛ إدارة المؤسسات الاجتماعية- أسسها ومفاهيمها، صلاح الدين جوهر، مكتبة جامعة عين شمس، ١٩٧٦م.

المطلب الثاني:
ماهية الإعلان والألفاظ ذات الصلة به

أولًا: ماهية الإعلان:

الإعـلان في اللغة: مصدر للفعل الرباعي «أَعْلَنَ»، وأصل مادته: «عَلنَ»، يقال: علن الأمر يعلن علنًا، إذا شاع وظهر[١]، ولا يقال: «أَعْلَنَ» إلا للأمر[٢].

والإعلان: إظهار الشـيء عن طريق نشـره في الصحف أو غيرها، وبالنظر إلى مادة: «علن» وما يشتق منها يتبين أن لها معاني متقاربة، منها:

١- **الجهر**: يقال: جهرت بالقول أجهر به، إذا أعلنته[٣].

٢- **الإظهـار**: يقال: أعلن الأمر، إذا أظهره، قال الله تعالى: ﴿**أَوَلَا يَعْلَمُونَ أَنَّ ٱللَّهَ يَعْلَمُ مَا يُسِرُّونَ وَمَا يُعْلِنُونَ**﴾ [البقرة: ٧٧]، أي: يعلم ما يخفون ومـا يُظهرون، وفي الحديث عن النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قال: «**أَعْلِنُوا النِّكَاحَ**»[٤]، أي: أظهروه[٥].

٣- **الشيوع والانتشار**: يقال: علن الأمر يعلن علونًا، إذا شاع وانتشر وظهر[٦].

---

(١) تهذيب اللغة، أبو منصور محمد بن أحمد بن الأزهري الهروي، المحقق: محمد عوض مرعب، ٢/ ٢٤٠، مادة: (ع ل ن)، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠٠١م.

(٢) المخصص، أبو الحسـن علي بن إسماعيل بن سيده المرسـي، المحقق: خليل إبراهيم جفال، ١/ ٢٨٦، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٧هـ- ١٩٩٦م.

(٣) لسان العرب، ٤/ ١٥٠.

(٤) أخرجـه ابـن ماجه في سـننه، أبـواب: النكاح، بـاب: إعلان النـكاح، حديث رقم (١٨٩٥)، قال الشـيخ شـعيب الأرناؤوط: إسـناده ضعيف جـدًّا، فيه خالد بن إلياس، متروك الحديث، وقد تابعه عيسـى بن ميمون الأنصاري، وهو مثله متروك أيضًا. (ينظر: سـنن ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، تحقيق: شـعيب الأرناؤوط وآخرين، ٣/ ٩٠، الناشر: دار الرسالة العالمية، الطبعة الأولى، ١٤٣٠هـ- ٢٠٠٩م).

(٥) شـمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم، نشـوان بن سـعيد الحميري اليمني، تحقيق: د. حسـين بن عبد الله العمري، مطهر بن علي الإرياني، د. يوسف محمد عبد الله، ٧/ ٤٧٤٣، الناشر: دار الفكر المعاصر (بيروت- لبنان)، دار الفكر (دمشق- سورية)، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ- ١٩٩٩م.

(٦) المصباح المنير في غريب الشـرح الكبير، أحمد بن محمد بن علي الفيومي الحموي، ٢/ ٤٢٧، الناشـر: المكتبة العلمية- بيروت، بدون تاريخ.

الإعلان في الاستعمال الفقهي:

إن المتتبع لاستعمالات الفقهاء للفظ «إعلان» يتبين له أن التعبير الفقهي لها لا يختلف عن التعبير اللغوي، وأن الفقهاء استخدموا هذا اللفظ بمعنى: الجهر، والإظهار، والانتشار، والشيوع[1].

والمقصود بـ«الإعلان» في الجمعيات الخيرية:

«مختلف نواحي النشاط الذي يؤدي إلى نشر أو إذاعة الوسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور؛ بغرض حثه على التبرع لمؤسسة خيرية، أو القيام بعمل خدمات خيرية، أو من أجل سياقه إلى التقبل الطيب لأفكار منشآت معلن عنها»[2].

ثانيًا: الألفاظ ذات الصلة بمصطلح «الإعلان»:

١ - الدعاية:

المقصود بـ «الدعاية» في الاصطلاح التجاري: كل إجراء يُفعَّل لجذب انتباه المستهلك لسلعة أو خدمة، أو تجارة عن طريق نشر الأخبار عنها، أو المعلومات، أو التقارير، بأي وسيلة كانت[3].

والفرق بين الدعاية والإعلان من ثلاثة أوجه:

الأول: من حيث الدفع؛ فالإعلان مدفوع القيمة، في حين الدعاية غير مدفوعة القيمة.

(١) ينظر: بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين، أبو بكر الكاساني، ٢/ ٢٨٧، دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، ١٤٠٦هـ- ١٩٨٦م؛ المحيط البرهاني في الفقه النعماني، أبو المعالي برهان الدين محمود بن مَازَةَ، المحقق: عبد الكريم الجندي، ٣/ ٩٧، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، الطبعة الأولى، ١٤٢٤هـ- ٢٠٠٤م؛ التاج والإكليل، محمد بن يوسف المواق، ٥/ ١٩٧، دار الكتب العلمية، ١٤١٦هـ-١٩٩٤م؛ التهذيب في فقه الإمام الشافعي، الحسين بن مسعود بن الفراء البغوي، المحقق: عادل أحمد عبد الموجود، علي محمد معوض، ٥/ ٥٠٣، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ- ١٩٩٧م؛ روضة الطالبين وعمدة المفتين، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي، تحقيق: زهير الشاويش، ٧/ ٢٧٤، المكتب الإسلامي، بيروت- دمشق- عمان، الطبعة الثالثة، ١٤١٢هـ- ١٩٩١م؛ المغني، أبو محمد موفق الدين بن قدامة المقدسي، ٧/ ٢٦١، مكتبة القاهرة، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٣٨٨هـ- ١٩٦٨م.

(٢) الإعلان الصحفي، جمعة عبد الفتاح أبو العينين، بحث منشور في كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، ٢٠١٧م، ص١.

(٣) ينظر: معجم مصطلحات الاقتصاد والمال، نبيه غطاس، ص٤٤٣، الناشر: مكتبة لبنان، ١٩٨٠م.

والثاني: من حيث التحكم؛ فالإعلان يمكن التحكم فيه في أي موقع نريد عرضه، وماذا نريد أن نقول فيه، بخلاف الدعاية.

والثالث: من حيث المصداقية؛ فالجمهور يصدق الدعاية أكثر من الإعلان؛ لأنه إذا تحدث الشخص عن نفسه فالغالب أن الناس قد لا يصدقونه[1].

٢- الإعلام:

وهو عبارة عن: تزويد الناس بالأخبار الصادقة، والمعلومات الصحيحة، والحقائق الثابتة التي تساعد الناس على تكوين رأي صائب في واقعة معينة[2]، مثل: الحملات التي تقوم بها وزارة الصحة؛ لمكافحة فيروس كورونا.

والعلاقة التي تربط الإعلان بالإعلام هي: الوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين[3].

(١) قرار شراء المنتوج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، أزمور رشيد، ص٢٣، مذكرة لنيل شهادة (التخصص) الماجستير من كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، ٢٠١١م.

(٢) ينظر: الإعلام الإسلامي، د/ محمد البر، بحث منشور في مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية بأم درمان، العدد العاشر، ص٢٩٥.

(٣) المرجع السابق، الصفحة نفسها.

المبحث الأول:
سمات الجمعيات الخيرية وأهدافها

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: سمات الجمعيات الخيرية.

المطلب الثاني: أهداف الجمعيات الخيرية.

المطلب الأول:
سمات الجمعيات الخيرية

تتميز الجمعيات الخيرية بعدة سمات، وتُعد هذه السمات معايير أساسية تقوم عليها هذه الجمعيات، وتتلخص فيما يأتي:

١- الاستقلالية:

تتسم الجمعيات الخيرية بالاستقلالية عن الدولة؛ إذ يتم تأسيسها بناءً على حق الفرد؛ تنفيذًا لقرارات المواثيق الدولية، والإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وقوانين الجمعيات الخيرية السائدة في أغلب دول العالم.

وتتعاظم استقلالية الجمعيات الخيرية إذا لم تكن تابعة لأي جهة أو حزب أو فرد أو جماعة لهم توجهات معينة؛ ذلك لأن التجرد وعدم التبعية يوفران لها جوًّا مناسبًا وبيئة خصبة لممارسة دورها الخيري، ويضمنان لها الاستقلال المالي والاقتصادي والسياسي[١].

٢- الخضوع للإشراف عليها من الجهات الحكومية:

على الرغم من استقلالية الجمعيات الخيرية عن الدولة في أنشطتها وكيفية إدارتها، إلا أن هذا لا يعني عدم خضوعها للإشراف والرقابة من الدولة، فقد نص القانون رقم ٨٤ لسنة ٢٠٠٢م على إخضاع الجمعيات الخيرية إلى رقابة الاتحاد العام للجمعيات والمؤسسات الخاصة والاتحادات الإقليمية، وجعل الرقابة الإدارية عليها من

(١) ماهية المؤسسات الخيرية وموارد تمويلها، مرجع سابق، ص١٧.

اختصاص وزارة الشؤون الاجتماعية، فعمل الجمعيات الخيرية لا بد أن يكون في إطار النظام العام والقوانين والتشريعات التي تنظم العمل الاجتماعي التطوعي.

وقد نص القانون على أنه يحق للجهة الإدارية التأكد من مطابقة أعمال مؤسسات المجتمع الأهلي دون إعاقة لعملها، وعليها التحقق من أن أموال تلك الجهات تنفق في الأوجه والمصارف المحددة لها، ولها في سبيل ذلك اتخاذ كافة الإجراءات والقرارات المبينة باللائحة التنفيذية لهذا القانون لتصحيح أي إجراء أو عمل يقع بالمخالفة لأحكام هذا القانون أو لائحته التنفيذية[1].

٣- العمل المؤسسي:

تتميز الجمعيات الخيرية بالعمل المؤسسي، والتنظيم الهيكلي؛ إذ تتنوع أعمالها، وتختلف مهامها بين مختلف أعضائها بشكل منظم له مقره، وهذا البناء الذي يتسم بالمؤسسية منحها القوة والقدرة في الظهور والانتشار والتأثير في شتى دول العالم[2].

٤- العمل التطوعي:

إن المقصود من إنشاء الجمعيات الخيرية هو: العمل التطوعي، وهذا من أهم السمات التي تتميز بها الجمعيات الخيرية، فهي مؤسسات لا تهدف إلى الربح، بل تقوم على العمل الجماعي الناشئ عن رغبة أفرادها في التعاون والتضامن والمساعدة، والمشاركة الجادة في خدمة المجتمع، ومد يد العون إلى المحتاجين والمعوزين[3].

٥- عدم المشاركة في العملية السياسية:

تمارس الجمعيات الخيرية عملها وفقًا للسياسة العامة للدولة، بعيدًا عن التقلبات السياسية، والصراعات الحزبية والطائفية؛ إذ هي ممنوعة قانونًا من التدخل في الخلافات السياسية والمذهبية والطائفية، ومحذور عليها المشاركة فيها.

(١) ينظر المادة (٢٩) من القانون رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م الخاص بتنظيم ممارسة العمل الأهلي.

(٢) دور المؤسسات الخيرية في التنمية الاجتماعية، مؤسسة الشيخ زايد للأعمال الخيرية والإنسانية نموذجًا، حنين دية، ص١١، مذكرة ضمن متطلبات الحصول على الماجستير في العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالجزائر، ٢٠١٤- ٢٠١٥م.

(٣) الجمعيات الخيرية وسبل تطويرها (الموارد والأهداف)، مرجع سابق، ص٢٦٤.

وقـد نص قانون العمـل الأهلي على أنه: «يحظر على الجمعيات الخيرية ممارسـة الأنشطة السياسية أو الحزبية أو النقابية وفقًا للقوانين المنظمة لها، أو استخدام مقرات الجمعية في ذلك[1].

٦- القدرة على التكيف:

من سـمات الجمعيات الخيريـة قدرتها على التكيف مع التطورات والمسـتجدات على السـاحة المحليـة والعالمية، وهذا يتيـح لها البقاء والفاعليـة لأكبر وقت ممكن، وهذا التكيف عادة ما يتضمن ثلاثة أنواع:

- التكيف الزمني: ونعني به بقاء الجمعية الخيرية لأطول مدة ممكنة.

- التكيـف الجيلي: وهو اسـتمرار الجمعية الخيرية وفقًـا لتعاقب الأجيال، خاصة على مستوى القيادة وظهور نُخب متجددة ومتنوعة.

- التكيـف الوظيفـي: وهو قـدرة الجمعيـة الخيرية علـى إحـداث تعديلات على مستوى أنشطتها، بقصد التكيف مع الظروف الجديدة[2].

المطلب الثاني:
أهداف الجمعيات الخيرية

تسعى الجمعيات الخيرية من وراء إنشائها إلى أهداف سامية، وأعمال راقية؛ خدمة لأبنـاء المجتمع، وتحقيقًا للتكافل الاجتماعي بيـن أطيافه وأفراده، ولا تقتصر أهداف الجمعيات الخيرية على تقديم المسـاعدات المالية للمحتاجين والمعوزين وحسـب، بل إنها تستهدف خدمة الأغنياء والميسورين أيضًا، والتخلص من كثير من المشكلات التي تواجه المجتمع، وبيان هذه الأهداف على النحو الآتي:

١- منح الأغنياء فرصة لتقديم مسـاعداتهم إلى الفقراء والمحتاجين، فقد لا يتيسـر للأغنيـاء الوصول إلـى المحتاجين؛ لعـدم معرفتهم بهم، أو عدم رغبتهـم في تولي أمر

(١) جـاء ذلـك في المادة (١٥) من الفصـل الثاني من القانون رقم (١٤٩) والخاص بتنظيـم العمل الأهلي، الصادر في أغسطس ٢٠١٩م.

(٢) ماهية المؤسسات الخيرية وموارد تمويلها، مرجع سابق، ص١٧.

توزيع هذه الصدقات بأنفسهم، فتقوم الجمعيات الخيرية -بما لديها من مسح شامل لأعداد الفقراء والمحتاجين في مكان وجود تلك الجمعية والمناطق المحيطة بها، وتقديرهم لحجم احتياج كل أسرة من تلك الأسر- بالنيابة عن الأغنياء والمُزكين والمتصدقين في توزيع تلك الصدقات على مستحقيها[١].

٢- المساهمة الجادة في المسح الشامل والبحث الميداني لحصر الأسر الفقيرة والأكثر احتياجًا، ومساعدتهم، ودعوة أهل الخير إلى تقديم يد العون والمساعدة إليهم[٢].

٣- جمع الجهود الفردية الخيِّرة في قالب جماعي واحد، واستقطاب طاقات وكفاءات بشرية تطوعية مميزة وفاعلة، بما يعود بمردود أكثر نفعًا وفائدة على أفراد المجتمع من خلال التنظيم والتدريب المناسب لدعم ونجاح عمل الجمعيات، وإيجاد أسس مناسبة للتنسيق والتعاون بجدية لنجاح العمل الاجتماعي[٣].

إضافة إلى ذلك تُسهم الجمعيات الخيرية بنصيب وافر في خدمات مهمة في المجال الاجتماعي والثقافي، ومنها على سبيل المثال:

١- محاربة العادات والتقاليد السيئة، وإظهار مضارها، وآثارها السيئة على الفرد والمجتمع، كغلاء المهور، والأخذ بالثأر، وزواج القاصرات، وغيرها[٤].

٢- الحد من الظواهر غير المستحبة، كظاهرة التسول، وذلك من خلال تقديم المساعدات للفئات العاجزة عن العمل لأسباب مرضية أو غيرها[٥].

---

(١) تصور مقترح لتفعيل دور الجمعيات الأهلية العصرية في مجال تأهيل المعوقين حركيًّا في ضوء خبرات بعض الدول، عزة نادي عبد الظاهر، ص٧٥، مذكرة ماجستير، قسم التربية المقارنة- كلية التربية، جامعة الفيوم- مصر، ٢٠١٢م.

(٢) تنمية الموارد البشرية والقدرات التنظيمية للجمعيات الأهلية العربية دراسة لواقع ومستقبل تدريب الجمعيات في العالم العربي، أماني قنديل، ص١٦، مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان-القاهرة، ١٩٩١م.

(٣) المشاركة الشعبية ودورها في تعاظم أهداف خطط التنمية المعاصرة المحلية الريفية والحضرية، ص٨٧، معهد التخطيط القومي، أبريل، ٢٠٠٢م.

(٤) العمل الخيري وأثره في الاستقرار، د. نصر سليمان، د. سعاد سطحي، ص١٤، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطية- الجزائر.

(٥) نحو معيار موحد لإدارة جهود المتطوعين، سعيد بن دخيل، وخالد الشملان، ص٢، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثالث عشر للجمعيات الخيرية بدولة الإمارات، ١٤٣٦هـ.

٣- المساهمة في حل الخلافات والنزاعات القائمة بين أفراد المجتمع بالطرق القانونية السليمة، والتنسيق مع الجهات ذات الصلة بهذا الشأن[١].

٤- نشر التوعية بين أفراد المجتمع، ومحاربة الأمية، والمساهمة في تعليم الكبار، والمتسربين من التعليم، والتنسيق مع الجهات ذات الصلة[٢].

(١) المشاركة الشعبية ودورها في تعاظم أهداف خطط التنمية المعاصرة المحلية الريفية والحضرية، ص٨٧، مرجع سابق.

(٢) الجمعيات الخيرية وسبل تطويرها (الموارد والأهداف)، مرجع سابق، ص٢٧٢.

المبحث الثاني:
أهمية الإعلان الخيري ووسائله

وفيه مطلبان:

المطلب الأول: أهمية الإعلان الخيري.

المطلب الثاني: وسائل الإعلان الخيري.

المطلب الأول:
أهمية الإعلان الخيري

تهدف الجمعيات الخيرية من وراء الإعلانات التي تقوم بها إلى كسب تأييد أفراد المجتمع على اختلاف طبقاتهم، وتنوع مشاربهم وأفكارهم، ورسم صورة إيجابية وفكرة طيبة عن أنشطتها المختلفة، مما يحقق لتلك الجمعيات الاستمرارية في تحقيق رسالتها، وتمهيد الطريق نحو الوصول إلى توسعها ونهضتها.

ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل تظهر لإعلانات الجمعيات والمؤسسات الخيرية أهمية أخرى تتمثل في[1]:

١- التعريف بالجمعية الخيرية، والترويج لأنشطتها وأهدافها ومشاريعها وخدماتها، ودعوة كافة أطياف المجتمع -لا سيما القادرين- إلى المشاركة الفاعلة في أنشطة وبرامج الجمعية المعلنة.

٢- تساعد الإعلانات في لفت الانتباه، ومن ثم توجيه الرأي العام، وتسويق القضايا الإنسانية والاجتماعية التي تتبناها المنظمة.

(١) ينظر في أهداف الجمعيات الخيرية: (الأحكام الفقهية للمؤسسات الخيرية، فيصل السحيباني، ص٥٥٦، بتصرف، رسالة دكتوراه- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- الرياض. الإعلام وسيلة لتعزيز العلاقة بين الجهات الخيرية والمجتمع، د. ماجد الماجد، ضمن أبحاث اللقاء السنوي السادس للجهات الخيرية الذي نظمته جمعية البر بالمنطقة الشرقية، المملكة العربية السعودية، ١٤٢٦هـ، ص٣٣٢، بتصرف؛ أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة دراسة فقهية تطبيقية، عبد الله بن محمد بن سليمان السالم، ص٣٩٣، بتصرف واختصار؛ إعلانات المنظمات الخيرية، أحمد فتحي النجار، بحث منشور على شبكة الألوكة ١٤٣٧هـ-٢٠١٦م).

٣- حث المسلمين خاصة إلى توجيه صدقاتهم وزكواتهم وتبرعاتهم إلى تلك الجمعية؛ دعمًا لها ولبرامجها، ونشر ثقافة وقيم ومبادئ العمل الخيري بين الجماهير، وتفعيل طاقاتهم وتوجيهها عن طريق تلك الجمعيات الخيرية.

٤- تساعد الإعلانات في زيادة موارد الجمعيات الخيرية، وذلك عن طريق: «زيادة حجم التبرعات- زيادة أعداد المتبرعين»، ومن ثم زيادة الإنفاق على المستفيدين، إضافة إلى زيادة أعدادهم، وتقليص حجم المشكلات العامة لدى الجمعية.

٥- يمكن من خلال الإعلانات نشر العناوين الخاصة بالمنظمة وأفرعها، وأرقام حساباتها، وموقعها الإلكتروني، وطرق التواصل مع إدارتها، وغيرها من المعلومات الضرورية.

٦- حث الناس على المشاركة الجادة في حملات التوعية التي تقوم بها الجمعية، والتي تهدف بها إلى تعزيز القيم الإنسانية، ومعالجة الظواهر والسلوكيات الخاطئة[١].

٧- توثيق صلة الجمعية بالمجتمع، ومحاولة كسب ثقته وتأييده، وكذا كسب ثقة الحكومات وجهات الإشراف على مؤسسات المجتمع المدني، ومنها الجمعيات الخيرية.

ونظرًا لتلك الأهمية البالغة للإعلان في الجمعيات الخيرية، فقد أوصى المتخصصون القائمين على أمر تلك الجمعيات بالتواصل الدؤوب بالجهات الإعلامية المختلفة، وتوثيق الصلة بكافة الصحف والمجلات والقنوات الإلكترونية، والقنوات الفضائية، والإذاعات؛ لأن ذلك يعود بالنفع على تلك الجمعيات، ويطور من أدائها، ويوسع من نشاطها.

وهذا ما أوصى به المجتمعون في المؤتمر العالمي السابع للزكاة، حيث ورد في توصياتهم: «التأكيد على ما ورد في توصيات المؤتمرات العالمية للزكاة السابقة بخصوص استعمال كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة بجميع أشكالها في توعية المسلمين بأهمية الزكاة ومكانتها وتطبيقاتها المعاصرة»[٢].

(١) الإعلان، أحمد عادل راشد، ص٣٠، دار النهضة العربية- بيروت، لبنان، ١٩٨١م.

(٢) توصيات المؤتمر العالمي السابع للزكاة، المنعقد في دولة الكويت، في الفترة من ٥: ٦ ربيع الأول ١٤٢٨هـ، ص٢٠١.

المطلب الثاني:
وسائل الإعلان الخيري

إن النص الإعلاني قد يكون مقروءًا، كما في إعلانات المجلات والصحف، والمواقع الإلكترونية وغيرها، وقد يكون مسموعًا، كما في إعلانات المحطات الإذاعية المسموعة، وقد يكون مسموعًا ومرئيًا كما في إعلانات التلفاز، وغيره من الوسائل الإعلانية المرئية[1]، وسوف ألقي الضوء على أهم الوسائل الإعلانية التي تتبعها المؤسسات والجمعيات الخيرية في الترويج لأنشطتها، وذلك على النحو الآتي:

١ - الإذاعة:

ويقصد بها الإعلانات التي تُبث عن طريق محطات الراديو، وهي من أهم الوسائل الإعلانية؛ نظرًا لطول فترة البث، ووصول المحتوى الإذاعي لأكبر عدد من المستمعين، وينبغي أن تحتوي تلك الإعلانات على التأثير اللافت لانتباه المستمع[2].

٢ - التليفزيون:

وهذا النوع من الإعلانات هو أكثرها تأثيرًا، فعلى الرغم من قصر مدته التي قد لا تتجاوز نصف دقيقة، إلا أنه يمكن أن يحقق أفضل النتائج للمنظمة والمستفيدين منها إذا تم ترويجها على النحو الأمثل.

٣- اللوحات الإعلانية:

تُعد هذه الوسيلة هي أقل الوسائل التي تعتمد عليها الجمعيات الخيرية، وهي عبارة عن لافتات خارجية كبيرة أو متوسطة الحجم، توضع في أماكن حيوية، كالتجمعات السكانية، والمحاور، والطرق، والجسور، وتقدم مادة إعلامية وصورًا تحمل شعار الجمعية[3].

---

(١) الإعلان من منظور إسلامي، د. أحمد عيساوي، ص١٧٢، ضمن مطبوعات وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدولة قطر، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ- ١٩٩٩م.

(٢) قرار شراء المنتوج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، مرجع سابق، ص٣٠.

(٣) محاضرات في هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، عبد السلام أبو قحف، ص٢٥٣، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى، ١٩٩٦م.

٤- الملصقات والمنشورات:

يُقصد بالملصقات: الأوراق المطبوعة المُصنعة من مادة قوية، وكبيرة الحجم، ويتم لصقها في أماكن عامة، ويراعى في إعدادها جودة الخط، ووضوح الألوان، وأن تكون لافتة للانتباه، أما المنشورات فهي: أوراق مطبوعة يتم توزيعها في الأماكن العامة، وتهدف الجمعيات الخيرية من توزيعها إلى التعريف بها وبأهدافها، وتوضيح نتائج أعمالها، وطرق التعاون معها[١].

وهناك أنواع أخرى من الإعلانات، كالتقارير الصحفية، والمؤتمرات والندوات والفاعليات، والإعلان عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الجمعيات الخيرية لا تميل إلى هذه الوسائل كثيرًا في الإعلان عن أنشطتها[٢].

(١) إعلانات المنظمات الخيرية، أحمد فتحي النجار، بحث منشور على شبكة الألوكة، بتاريخ ١٤٣٧هـ- ٢٠١٦م.
(٢) المرجع السابق.

المبحث الثالث:
الأحكام الفقهية المتعلقة بإعلانات الجمعيات الخيرية

وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: التكييف الفقهي لإعلانات الجمعيات الخيرية.

المطلب الثاني: مدى مشروعية إعلانات الجمعيات الخيرية وتوثيق أنشطتها.

المطلب الثالث: ضوابط إعلانات الجمعيات الأهلية.

المطلب الرابع: تعسف الجمعيات الخيرية في الإعلان عن أنشطتها، والآثار المترتبة عليه.

المطلب الأول:
التكييف الفقهي لإعلانات الجمعيات الخيرية

أعني بالتكييف الفقهي لإعلانات الجمعيات الخيرية: توصيف العلاقة بين الجمعية الخيرية بصفتها معلِنة، ووكالة الإعلان التي تتولى إعداد هذا الإعلان، وقد تتولى نشره أيضًا، وقد اختلف الباحثون حول تكييف العلاقة بين الجمعية الخيرية (المعلِن) والوكالة الإعلانية على ثلاثة أقوال:

القول الأول: يرى بعض الباحثين أن الإعلان عبارة عن عقد استصناع[1] بين الجمعية الخيرية المُعلِنة، وشركة الإعلان؛ حيث تلجأ الجمعية الخيرية إلى إحدى

---

(١) **الاستصناع في اللغة:** صنعه يصنعه صنعًا، فهو مصنوع، وصنع عمله، ومنه قوله تعالى: ﴿ **صُنْعَ ٱللَّهِ ٱلَّذِىٓ أَتْقَنَ كُلَّ شَىْءٍ** ﴾ [النمل: ٨٨]، والصُنع بالضم: مصدر قولك: صنع إليه معروفًا، وصنع به صنيعًا قبيحًا؛ أي فعل». والاصطناع: افتعال من الصنيعة، والصناعة: حرفة الصانع. (ينظر: مختار الصحاح، ١/ ١٧٩، مادة «ص ن ع»؛ لسان العرب، ٨/ ٢٠٩، مادة: «ص ن ع»).

عرف الكاساني الاستصناع بأنه: عقد على مبيع في الذمة، شرط فيه العمل. (بدائع الصنائع، ٥/ ٢).

وجاء في تحفة الفقهاء: «عقد على مبيع في الذمة، وشرط عمله على الصانع». (تحفة الفقهاء، محمد بن أحمد بن أبي أحمد، أبو بكر علاء الدين السمرقندي، ٢/ ٣٦٢، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، الطبعة الثانية، ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م).

شـركات الإعلان بغرض صناعة وتصميم إعلان بمواصفات خاصة، يهدف إلى حث الناس على التبرع لها، والمساهمة في أنشطتها[١].

القول الثاني: يرى أصحابه التفريق بين أمرين:

أحدهمـا: أن تعهـد الجمعية الخيرية إلى إحدى شـركات الدعايـة والإعلان لتقوم بتصميمـه، وتعهد كذلك إلى إحدى وسـائل النشـر بهدف نشـر هـذا الإعلان، فيمكن تكييف العلاقة على أنها وكالة بأجر.

والثاني: أن تقوم الجمعية الخيرية بالاتصال المباشر بالمؤسسة وتعهد إليها بتصميم الإعلان وتنفيذه ونشره، دون اللجوء إلى شركة دعاية لتصميم الإعلان، ويمكن تكييف هذه العلاقة على أنها إجارة[٢].

القول الثالث: يـرى أصحابه تكييف العلاقة بين الجمعيـة الخيرية ووكالة الإعلان علـى أنها عقد مقاولـة[٣]، حيث تلتزم وكالـة الإعلان بكل ما يتعلـق بالإعلان، وتلتزم المؤسسة الخيرية بدفع ثمنه[٤].

---

(١) إسـاءة اسـتخدام المؤسسـات الخيرية لنشـاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، محمـد عبد الكريم عبد المطلب، ص٤٧، رسالة ماجستير بكلية الشريعة والقانون بالقاهرة، ١٤٤٠هـ- ٢٠١٩م.

(٢) قال بهذا الرأي الدكتور: عبد المجيد الصالحين في بحث له تحت عنوان: «الإعلانات التجارية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسـلامي»، ص٤٢، والدكتور: علي عبد الكريم المناصير في كتابه: الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسـلامي، ص٧٠، والباحث: حمزة بن شـلوبة، في رسـالته «الإعلانات التجارية في الفقه الإسـلامي»، ص: ٤٦، ٤٧.

(٣) **أوردت المـادة (٦٤٦) مـن التقنيـن المـدني تعريفًا لعقـد المقاولة، حيث عرفتـه بأنه**: عقد يتعهـد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يصنع شيئًا أو أن يؤدي عملًا لقاء أجر يتعهد به المتعاقد الآخر. (ينظر: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، د. عبد الرزاق أحمد السنهوري، ٧/ ٥).

وقد اعتمد مجمع اللغة العربية في مصر مصطلح (مقاولة)، ووضع له التعريف الآتي: «اتفاق بين طرفين يتعهد أحدهما بأن يقوم للآخر بعمل معين بأجر محدد في مدة معينة».

وعرفـه الدكتور رفيق المصـري بأنه: اتفاق يتعهد بمقتضاه أحـد المتعاقدين بأن يصنع للمتعاقد الآخر شـيئًا أو يؤدي عمـلًا، بمقابـل مالي يتعهد بـه هذا المتعاقد للآخر.(الجامـع في أصول الربا، د. رفيق يونـس المصري، ص٣٨٠، دار القلم- دمشق، الطبعة الثالثة، ٢٠٠١م).

(٤) ينظـر: نطاق مسـؤولية مقاول البناء من الباطن تجاه المقـاول الأصلي من حيث الأعمال في القانون المدني والفقه الإسلامي، د. محمد رأفت محمد، ص١٦.

الأدلة:

أدلة أصحاب القول الأول:

استدل القائلون بتكييف العلاقة على أنها عقد استصناع بين الجمعية الخيرية المُعلِنة، وشركة الإعلان بأدلة، منها:

١- أن المؤسسة الخيرية تهدف إلى زيادة رصيدها من التبرعات، ومن ثم تعمد إلى إحدى وكالات الإعلان ذات الخبرة والكفاءة والإتقان لصناعة إعلان بمواصفات خاصة، فالجمعية مستصنِع، ووكالة الإعلان صانع، ومحل الصنعة هو إعداد الإعلان وتصميمه، وهذا هو مضمون عقد الاستصناع المعروف عند الحنفية[1].

(١) جدير بالذكر أن الجمهور لا يذكرون عقد الاستصناع بتعريف مستقل، وإنما يذكرونه في باب السلم: في بيع شيء موصوف في الذمة مما تدخله الصنعة، ويصرحون بعدم جوازه إذا لم تتوفر فيه شروط السلم. (ينظر: حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، محمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي المالكي، ٣/ ٢١٧، الناشر: دار الفكر، الطبعة: بدون طبعة وبدون تاريخ. النجم الوهاج في شرح المنهاج، كمال الدين، محمد بن موسى بن عيسى بن علي الدميري، ٤/ ٢٥٧، الناشر: دار المنهاج (جدة)، الطبعة الأولى، ١٤٢٥هـ- ٢٠٠٤م. الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان بن أحمد المرداوي، تحقيق: الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركي- الدكتور عبد الفتاح محمد الحلو، ١١/ ١٠٥، الناشر: هجر للطباعة والنشر والتوزيع والإعلان، القاهرة- جمهورية مصر العربية، الطبعة الأولى، ١٤١٥هـ- ١٩٩٥م).

أما الحنفية: فهم يعدونه عقدًا مستقلًّا متميزًا بأحكامه، كما يتميز الصرف والسلم، فكما أن الصرف والسلم نوعان من البيوع، وهما عقدان مستقلان، ولهما أحكام خاصة، لا تجري في البيع المطلق العادي، فكذلك الاستصناع.

وتظهر ثمرة الخلاف بين قول الحنفية والجمهور من وجوه:

الأول: يشترط الجمهور تقدم الثمن؛ لأن من شرط صحة السلم أن يقدم الثمن، بينما الحنفية لا يرون هذا الشرط لازمًا في عقد الاستصناع، على اعتبار أنه ليس من بيوع السلم، وإنما هو عقد خاص جرى على خلاف القياس استحسانًا.

الثاني: التأجيل شرط في صحة عقد السلم عند الحنفية والمالكية والحنابلة، وأما في عقد الاستصناع فيرى الحنفية أن اشتراط الأجل فيه ليس بشرط.

الثالث: السلم بيع دين في الذمة، وهو غالبًا ما يكون في المثليات فقط، وفي القيمي إذا كان مما يمكن ضبط صفاته، وأما الاستصناع فإنه بيع عين في الذمة، ويكون في المثلي، وغير المثلي.

الرابع: العقد في السلم عقد لازم، إذا توفرت شروطه، والعقد في الاستصناع عقد غير لازم قبل إتمام العمل، وإذا تم العمل كان عقدًا غير لازم في حق المستصنع، ولازمًا في حق الصانع إذا رآه المستصنع بحسب رأي أبي حنيفة؛ لأن المشتري اشترى ما لم يره، فكان له الخيار، وقيل إذا تم العمل يكون عقدًا لازمًا حتى في حق المستصنع بشرط أن يكون مطابقًا للمواصفات، وهذا رأي أبي يوسف.

الخامس: السلم عقد بالاتفاق، والاستصناع جرى فيه خلاف، هل هو عقد أو وعد؟

السادس: السلم عقد بيع، وأما الاستصناع فجرى فيه خلاف، هل هو بيع أو إجارة؟

ونوقش بأنه:

- يستلزم من تكييف العلاقة بينهما على أنها استصناع أن تنتهي علاقة الوكالة الإعلانية بالجمعية الخيرية عند إنتاج المادة الإعلانية وتسلمها للثمن المتفق عليه، لكن التزامات الوكالة في عقد الإعلان تجاه المعلن لم تنته بعد؛ إذ يتبقى نشر المادة الإعلانية، فلا يستقيم تكييف العلاقة على أنها استصناع؛ لعدم اشتمال عقد الاستصناع على النشر، فنحتاج معه إلى عقد جديد لنشر هذا الإعلان، وهو عقد إجارة.

- إن تكييف عقد الإعلان بأنه عقد استصناع يستلزم تماثل العقدين في الالتزامات، وهو متعذر هنا؛ لأن دور الوكالة في عقد الاستصناع ينتهي بمجرد إعداد المادة الإعلانية، فلا يفي عقد الاستصناع بكل الالتزامات المطلوبة في عقد الإعلان، والتي منها: النشر والتوزيع والتقويم، ولو التزمت الوكالة بالنشر والتوزيع فثمة عقد آخر، وهو عقد إجارة، وهما عقدان مختلفان، فالاستصناع يقتضي تمليك العين، والإجارة تقتضي تمليك المنفعة، ومع إمكان الجمع بينهما في عقد واحد إلا أن هناك إشكالية، وهي: أيهما نعتبر؟[1].

أدلة أصحاب القول الثاني:

استدل القائلون بالتفصيل بأدلة، منها:

١- إن شركة الدعاية والإعلان تتقاضى أجرًا من الجهة المعلِنة في مقابل تصميم وإعداد الإعلان، فكأن الجمعية الخيرية وكلت وكالة الإعلان في هذا مقابل أجر، وتراعى في هذه العلاقة القيود والشروط الشرعية اللازمة في الوكالة بأجر[2].

٢- إن الصفة العقدية لطرفي هذه العلاقة تقتضي أن المعلِن (الجمعية الخيرية) يُعد مستأجرًا لوكالة الإعلان في تصميم الإعلان ابتداءً، وموكلًا لها مقابل أجر في الاتصال مع الوسيلة الإعلانية لاستئجار الحيز الإعلاني اللازم لنشر الإعلان انتهاءً، ولذا لا بد

(١) العقود المركبة في الفقه الإسلامي، د. نزيه حماد، ص٢٤، دار القلم- دمشق، الطبعة الأولى، ١٤٢٦هـ- ٢٠٠٥م.
(٢) ومنها: علم الوكيل، وأن تكون الوكالة في أمر مباح، والتزام الوكيل وتقيده بما تم الاتفاق عليه مع من وكله، وغير ذلك. (مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي، ٣/ ٢٤٣، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١٥هـ- ١٩٩٤م).

مـن مراعاة الشـروط اللازمة والمعتبرة لصحة عقدي الإجـارة والوكالة في العلاقة بين المعلن ووكالة الإعلان[١].

ونوقش هذا الاتجاه بأمور، منها:

– حقيقـة الوكالـة بأجر أنها إجارة على عمل؛ لأن الوكيل يتقاضى أجرة على العمل الموكـول إليـه، فتكييف العلاقة بيـن الجمعية المعلنة ووكالة الإعـلان على أنها وكالة بأجر لا تصح؛ لأن الوكالة الإعلانية تتحمل أعباء إنتاج الرسالة الإعلانية، ثم تعود بعد ذلـك على الجمعية المعلنـة للمطالبة بثمن الإعلان، وهذا مخالـف لمقتضى الإجارة التي هي تمليك منفعة بعوض[٢].

– إن تكييـف العلاقـة على أنها وكالة بأجـر يعني أن تكون الوكالـة الإعلانية وكيلًا عـن الجمعيـة الخيريـة في تصميـم الإعلان ونشـره، وهذا يعنـي أن الوكالـة الإعلانية ستتعاقد مع نفسـها لتصميم هذا الإعلان ونشره للجهة المعلنة، وبالتالي يرد على هذه الصفـة عدة إشـكالات؛ لأن الوكيل سـيجمع فيها بين كونه مسَـلِّمًا ومتسـلمًا، مطالِبًا ومطالَبًا في آن واحد، ثم كيف يوفق بين الاسـتقصاء لموكله والاسترخاص لنفسه، وفي هـذا من التضـاد في الأحكام والتنـافي بينها ما فيه، وهـذا الذي حمل كثيـرًا من الفقهاء علـى القـول بعدم جـواز تعاقـد الوكيل مع نفسـه[٣]، ولهذا لا يسـتقيم هـذا التكييف؛ لعدم وجاهته[٤].

(١) ينظـر: الإعلانـات التجاريـة مفهومها وأحكامها في الفقه الإسـلامي، علـي عبد الكريم المناصيـر، ص٥٦، كلية الدراسات العليا– الجامعة الأردنية، ٢٠٠٧م.

(٢) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان، مرجع سابق، ص٥٣.

(٣) ينظر: البحر الرائق شرح كنز الدقائق، زين الدين بن إبراهيم بن محمد، المعروف بابن نجيم المصري، ٧/ ١٦٦، الناشر: دار الكتاب الإسلامي، الطبعة الثانية– بدون تاريخ؛ الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، أحمد بن غانم، شـهاب الدين النفراوي الأزهري المالكي، ٢/ ٢٣٠، الناشـر: دار الفكر، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤١٥هـ– ١٩٩٥م؛ أسنى المطالب في شرح روض الطالب، زكريا بن محمد بن زكريا الأنصاري، زين الدين أبو يحيى السنيكي، ٢/ ٢٦٨، الناشر: دار الكتاب الإسلامي، بدون طبعة وبدون تاريخ؛ المغني لابن قدامة، ٥/ ٨٤.

(٤) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان، مرجع سابق، ص٥٣، ٥٤.

أدلة أصحاب القول الثالث:

استدل القائلون بأن العلاقة بين الجمعية ووكالة الإعلان عقد مقاولة بأدلة، منها:

١- أن هذا التكييف يتوافق مع تعريف القانون المصري لعقد المقاولة، حيث عرفه بأنه: عقد يتعهد بموجبه أحد الطرفين بأن يصنع شيئًا، أو يؤدي عملًا لقاء بدل يتعهد به الطرف الآخر.

وبالنظر إلى تلك العلاقة نجد أن الوكالة الإعلانية ملتزمة بإعداد وتصميم هذا الإعلان، وعمل ما يلزم هذه الغاية، وهذا عمل المقاول، مقابل التزام طالب الخدمة «الجمعية الخيرية» بدفع ثمنه(١).

٢- أن العلاقة بين الوكالة الإعلانية والجمعية الخيرية تشتمل على عقدين منفصلين، عقد الإجارة في جانب نشر الإعلان، وعقد الاستصناع في جانب إعداده وتصميمه، وكلاهما معتبر، والجمع بينهما متصور؛ لعدم وجود تنافر بينهما، لكن تبقى إشكالية اعتبار أيهما، وعقد المقاولة يسعهما معًا دون إشكال، فناسب تكييف العلاقة على أساسه(٢).

الترجيح:

بعد عرض الأقوال في المسألة، وبيان ما استدل به أصحاب كل رأي، وما ورد عليه من مناقشات أرى ترجيح القول الثالث الذي يرى أصحابه تكييف العلاقة بين الجمعية الخيرية والوكالة الإعلانية على أنها عقد مقاولة، وسند الترجيح من وجوه:

١- إن هذا القول هو الأقرب إلى طبيعة الإعلان، كما أنه عقد مستقل أصيل وليس تابعًا لغيره.

٢- اشتمال هذا العقد على سائر محاور وخطوات الإعلان، تصميمًا، ونشرًا، وتوزيعًا، دون حاجة إلى إدخال عقد جديد.

(١) ينظر: نطاق مسؤولية مقاول البناء من الباطن تجاه المقاول الأصلي من حيث الأعمال في القانون المدني والفقه الإسلامي، د. محمد رأفت محمد، ص١٦.

(٢) العقود المركبة في الفقه الإسلامي، د. نزيه حماد، ص٢٤.

المطلب الثاني: مدى مشروعية إعلانات الجمعيات الخيرية وتوثيق أنشطتها

سينتظم الكلام في هذا المطلب على مشروعية الإعلان للجمعيات الخيرية من حيث الأصل، وحكم إنفاق الجمعيات الخيرية على إعلاناتها من أموال التبرعات والزكوات، وحكم توثيق أنشطتها، وذلك في الفروع الثلاثة الآتية:

الفرع الأول: مشروعية الإعلان للجمعيات الخيرية

تُعد الإعلانات وسيلة ترويجية، فإذا كانت السلعة أو المنظمة أو المؤسسة المعلن عنها ذات نشاط مشروع فإن الإعلان عنها يستمد منها هذه المشروعية، ولما كان الهدف من إنشاء الجمعيات الخيرية مشروعًا، فإن الإعلان عنها والتعريف بها من خلال الإعلانات أمر جائز مشروع، بل قد يصل إلى حد الاستحباب والندب، بشرط الالتزام بالضوابط الشرعية والقانونية، وعدم مخالفتها، ويدل لهذه المشروعية أدلة، منها:

أولًا: القرآن الكريم:

١- قول الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ **قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ ٱللَّهِ ٱلَّتِيٓ أَخْرَجَ لِعِبَادِهِۦ وَٱلطَّيِّبَٰتِ مِنَ ٱلرِّزْقِۚ...** ﴾ [الأعراف: ٣٢].

وجه الدلالة:

أباح الله عَزَّوَجَلَّ لعباده الطيبات من الرزق، وشنع على من حرم عليهم ما أحله الله لهم من المآكل، والمشارب، والملابس[(١)]، وإذا أباح الله عَزَّوَجَلَّ شيئًا أباح الوسائل الدالة عليه، وإقامة الجمعيات الخيرية وأعمالها وأنشطتها أمر مشروع، والإعلان عنها من الوسائل الدالة عليها، فيكون مشروعًا[(٢)].

(١) ينظر: تفسير القرآن العظيم، أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي، ٣/ ٣٦٧، تحقيق: محمد حسين شمس الدين، الناشر: دار الكتب العلمية- بيروت، الطبعة الأولى- ١٤١٩هـ.

(٢) الأحكام الفقهية للمؤسسات الخيرية، للسحيباني، ص٥٥٦.

٢- قول الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ قَالَ ٱجۡعَلۡنِي عَلَىٰ خَزَآئِنِ ٱلۡأَرۡضِۖ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٞ ﴾ [يوسف: ٥٥].

وجه الدلالة:

دلت الآية على أنه يجوز للإنسان أن يكشف عن مزاياه وصفاته الحميدة، إن جُهل أمره، وكان في الكشف عنها مصلحة مشروعة تعود عليه أو على غيره بالنفع، وهذا بمثابة الإعلان عن الصفات المحمودة[١]، وإذا جاز هذا الإعلان للناس، فمن باب أولى جوازه في عرض أنشطة المؤسسات والهيئات والجمعيات، وإعلانات الجمعيات الخيرية لا تخرج عن هذا المعنى[٢].

٣- قول الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ وَلۡتَكُن مِّنكُمۡ أُمَّةٞ يَدۡعُونَ إِلَى ٱلۡخَيۡرِ وَيَأۡمُرُونَ بِٱلۡمَعۡرُوفِ وَيَنۡهَوۡنَ عَنِ ٱلۡمُنكَرِۚ وَأُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلۡمُفۡلِحُونَ ﴾ [آل عمران: ١٠٤].

وجه الدلالة:

أمر الله عَزَّوَجَلَّ المؤمنين بنهوض جماعة منهم للدعوة إلى الخير؛ يعني: إلى الإسلام وشرائعه التي شرعها الله لعباده[٣]، وكل ما فيه صلاح ديني ودنيوي[٤]، وإعلانات الجمعيات الخيرية من هذا الباب؛ إذ هي من وسائل الدعوة لأداء الزكاة، وبذل الصدقات، ومساعدة المحتاجين، فتكون من قبيل الدعوة إلى الخير[٥].

ثانيًا: السنة النبوية:

أفادت السنة النبوية إقرار النبي صَلَّىٱللَّهُعَلَيۡهِوَسَلَّمَ على جواز الإعلان ومشروعيته؛ باعتباره وسيلة إلى الخير، وقد ظهر ذلك من عدة وقائع، أذكر منها:

(١) ينظر: تفسير القرآن العظيم، مرجع سابق، ٤/ ٣٩٥.

(٢) المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي، ياسر كراوية، بحث منشور على الشبكة العنكبوتية؛ الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، مرجع سابق، ص٤٧ بتصرف.

(٣) تفسير الطبري، جامع البيان عن تأويل آي القرآن، محمد بن جرير الطبري، تحقيق: الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركي، ٥/ ٦٦٠، الناشر: دار هجر للطباعة، الطبعة الأولى، ١٤٢٢هـ- ٢٠٠١م.

(٤) محاسن التأويل، محمد جمال الدين القاسمي، تحقيق: محمد باسل عيون السود، ٢/ ٣٧٤، الناشر: دار الكتب العلمية- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ.

(٥) أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة، مرجع سابق، ص٣٩٦.

١ - عن أبي هريرة «**أن رسول الله** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ **مر على صبرة طعام فأدخل يده فيها، فنالت أصابعه بللا فقال: ما هذا يا صاحب الطعام؟. قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: **أفلا جعلته فوق الطعام كي يراه الناس، من غش فليس مني**»[(١)].

وجه الدلالة:

لم ينكر النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ على هذا التاجر أن يَعرض بضاعته (صبرة الطعام) ليراها الناس فيُقبلون على شرائها، بل أنكر عليه أن يَعرضها بطريقة فيها غش وتدليس وخداع، فدل ذلك على أن الإعلان الموافق للضوابط الشرعية جائز، وإذا كان هذا في البيع والشراء فهو في الجمعيات ذات النشاط الخيري من باب أولى[(٢)].

٢ - عن ابن عباس أن النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بعث معاذًا إلى اليمن، فقال: «**ادْعُهُمْ إِلَى شَهَادَةِ أَنْ لا إِلَهَ إِلَّا اللهُ، وَأَنِّي رَسُولُ اللهِ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ، فَأَعْلِمْهُمْ أَنَّ اللهَ قَدِ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ خَمْسَ صَلَوَاتٍ فِي كُلِّ يَوْمٍ وَلَيْلَةٍ، فَإِنْ هُمْ أَطَاعُوا لِذَلِكَ، فَأَعْلِمْهُمْ أَنَّ اللهَ افْتَرَضَ عَلَيْهِمْ صَدَقَةً فِي أَمْوَالِهِمْ تُؤْخَذُ مِنْ أَغْنِيَائِهِمْ وَتُرَدُّ عَلَى فُقَرَائِهِمْ**»[(٣)].

وجه الدلالة:

أمر النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ معاذًا بإعلامهم بوجوب الزكاة عليهم إن أسلموا، وهذا يدل على مشروعية دعوة المسلمين إلى أداء زكاة أموالهم بشتى الوسائل المشروعة، وإعلانات الجمعيات الخيرية من قبيل دعوة المسلمين إلى أداء الزكاة والصدقات والتبرعات.

---

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، ١/ ٩٩، كتاب: الإيمان، باب قول النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «(**من غشنا فليس منا**)»، حديث رقم (١٠٢).

(٢) ينظر: الإعلانات التجارية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي، د. عبد المجيد الصلاحين، ص٣٦، بحث منشور بمجلة الشريعة والقانون- الجامعة الأردنية، العدد ٢١، ربيع الآخر ١٤٢٥هـ- ٢٠٠٤م.

(٣) أخرجه البخاري في صحيحه، ٢/ ١٠٤، كتاب: الزكاة، باب: وجوب الزكاة، حديث رقم (١٣٩٥)؛ ومسلم في صحيحه، ١/ ٥٠، كتاب: الإيمان، باب: الدعاء إلى الشهادتين وشرائع الإسلام، حديث رقم (١٩).

٣- عن أبي هريرة، أن رسول الله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قال: «**مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى، كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا، وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا**»[(١)].

وجه الدلالة:

أفاد الحديث أن من دل جماعة على خير أو عمل صالح، فعمل أولئك الجمع على ذلك الخير، أو عملوا بذلك العمل الصالح، يحصل للذي دلَّهم على الخير من الأجر والثواب مثل ما حصل لكل واحد منهم؛ لأنه كان سبب حصول ذلك الخير لهم[(٢)]، والجمعيات الخيرية تحث على الخير وتدعو إلى الهدى، وإعلاناتها تُعرِّف بها، وتدعو إلى التبرع لها، فتكون من باب الدعوة إلى الهُدى والخير[(٣)].

الإجماع:

لم يُعلم عن أحد من علماء المسلمين المتقدمين أو المتأخرين أنه أنكر على من يعلنون عن سلعهم وبضائعهم بطريقة مشروعة بقصد تسويقها، فكان هذا إجماعًا على جواز الإعلان عن كل عمل مشروع، ومنها أعمال وأنشطة الجمعيات الخيرية إجمالا[(٤)].

القياس:

يُستدل لمشروعية الإعلان للجمعيات الخيرية بالقياس على مشروعية «الدلالة»[(٥)]، وهي مشروعة رائجة دون نكير، والجامع بين الإعلان والدلالة: أن الغرض من كليهما:

(١) أخرجه مسلم في صحيحه، ٤/ ٢٠٦٠، كتاب: العلم، باب: من سن سنة حسنة أو سيئة ومن دعا إلى هدى أو ضلالة، حديث رقم (٢٦٧٤).

(٢) المفاتيح في شرح المصابيح، الحسين بن محمود بن الحسن، مظهر الدين الزيداني المُظْهِري، تحقيق ودراسة: لجنة مختصة من المحققين بإشراف: نور الدين طالب، ١/ ٢٦٣، الناشر: دار النوادر، وهو من إصدارات إدارة الثقافة الإسلامية- وزارة الأوقاف الكويتية، الطبعة الأولى، ١٤٣٣هـ- ٢٠١٢م.

(٣) ينظر: أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة، مرجع سابق، ص٣٩٧.

(٤) ينظر: الإعلانات التجارية، عبد المجيد الصلاحين، مرجع سابق، ص٣٨.

(٥) **الدَّلالة في اللغة**: بفتح الدال وكسرها مصدر من الفعل دَلَّ؛ أي: أرشد، والجمعُ دلائلُ ودلالات، وقال ابن دريد: الدَّلالة بالفتح حِرْفة الدَّلَّال. (المحكم والمحيط الأعظم، ٩/ ٢٧١؛ لسان العرب، ١١/ ٢٤٩).

والدَّلاَّل في الاصطلاح: الذي يجمع بين البَيِّعَيْن، أو هو: الذي ينادي على السلعة، وقيل: الدال على مكان السلعة وصاحبها، وقد ذكر ابن عابدين فرقًا بينه وبين السمسار، فقال: إن الدلال هو الذي يحمل السلعة إلى المشتري ويخبر

التعريف بالسلعة ومميزاتها، ودعوة الناس إلى شرائها، وبهذا يتضح جواز الإعلان عن الجمعيات الخيرية وأنشطتها، ودعوة الناس للتبرع لها؛ إلحاقًا لها بعمل الدلال[١].

المعقول:

١- أصبحت الدعاية والإعلان من الوسائل التي تدعو الحاجة إليهما، خاصة في هذا الزمان الذي يشهد تنوعًا وتطورًا كبيرًا في الخدمات والسلع والمنتجات، وسائر ما يمكن تسويقه أو الإعلان عنه، فالوسيلة إلى الخير والبر هي خير وبر، والوسيلة إلى المباح مباحة، وإلى المحرم مُحرمة، وهو ما تقتضيه القاعدة الفقهية: «الوسائل لها حكم المقاصد»[٢].

قال ابن القيم[٣]: «لما كانت المقاصد لا يتوصل إليها إلا بأسباب وطرق تفضي إليها كانت طرقها وأسبابها تابعة لها معتبرة بها، فوسائل المحرمات والمعاصي في كراهتها والمنع منها بحسب إفضائها إلى غاياتها وارتباطاتها بها، ووسائل الطاعات والقربات في محبتها والإذن فيها بحسب إفضائها إلى غايتها؛ فوسيلة المقصود تابعة للمقصود، وكلاهما مقصود، لكنه مقصود قصد الغايات، وهي مقصودة قصد الوسائل»[٤].

بالثمن ويبيع. والسمسار تُجلب إليه السلع والحيوانات ليبيعها بأجر. (ينظر: رد المحتار على الدر المختار= حاشية ابن عابدين، ٨/ ٤٤٥، علاء الدين محمد أمين بن عمر، المعروف بابن عابدين، الناشر: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، بدون تاريخ).

(١) الأحكام الفقهية للمؤسسات الخيرية، للسحيباني، ص٥٥٨.

(٢) الفوائد في اختصار المقاصد، أبو محمد عز الدين بن عبد السلام، الملقب بسلطان العلماء، تحقيق: إياد خالد الطباع، ١/ ٤٣، الناشر: دار الفكر المعاصر، دار الفكر- دمشق، الطبعة الأولى، ١٤١٦هـ.

(٣) هو: أبو عبد الله شمس الدين محمد بن أبي بكر بن أيوب الحنبلي، الشهير بابن قيم الجوزية، ولد سنة ٦٩١هـ، أخذ عن والده، وابن تيمية، وابن عبد الدائم، والحافظ الذهبي، وأخذ عنه الحافظ ابن كثير، وابن رجب، والفيروزآبادي، وخلق كثير، ومن مؤلفاته: الصواعق المرسلة، زاد المعاد، ومفتاح دار السعادة، ومدارج السالكين، وإعلام الموقعين، وكانت وفاته سنة ٧٥١هـ وله من العمر ستون سنة. (ذيل طبقات الحنابلة، زين الدين عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي، تحقيق: د. عبد الرحمن بن سليمان العثيمين، ٥/ ١٧١، الناشر: مكتبة العبيكان- الرياض، الطبعة الأولى، ١٤٢٥هـ- ٢٠٠٥م).

(٤) إعلام الموقعين عن رب العالمين، محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، ٣/ ١٠٨، الناشر: دار الكتب العلمية- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١١هـ- ١٩٩١م.

وبناءً على ما تقدم: فإن الإعلانات التي تقوم بها الجمعيات الخيرية هي وسيلة إلى جذب المتبرعين، فهي دعوة إلى الخير، يستتبعها كثير من وجوه الخير والبر، فتدخل ضمن الاستحباب والندب[1].

الفرع الثاني:
حكم الإنفاق على إعلانات الجمعيات الخيرية من أموال الزكاة

سبق القول بمشروعية قيام الجمعيات الخيرية بالإعلان عن أنشطتها، والدعاية لها، ودعوة الناس إلى التبرع والمساهمة فيها، لكن هذه التبرعات تحتاج إلى نفقات طائلة، قد تُقدر بمئات الآلاف من الجنيهات، وقد تصل إلى الملايين، كما في إعلانات كبرى الجمعيات الخيرية على شاشة التلفاز في شهر رمضان المبارك، وهذا بدوره يطرح عدة أسئلة حول: هل كل جمعية خيرية يجوز لها استعمال الإعلان لأنشطتها؟ وهل يجوز أن تكون هذه النفقات من أموال الزكاة؟ وبيان ذلك في مسألتين على النحو الآتي:

المسألة الأولى: الجمعيات التي يجوز لها الإعلان

إن الجمعيات الخيرية ليست على درجة واحدة، بل هي متنوعة ومتفاوتة، فمنها الجمعيات ذات الأنشطة المحدودة، والعائد المالي القليل؛ نظرًا لقلة المساهمين فيها، والمتبرعين لها، ومنها الجمعيات ذات الأنشطة المتوسعة، والأموال الكثيرة، والفروع المُوزعة جغرافيًّا في عدة أماكن ومناطق مختلفة، كتلك الجمعيات التي يرعاها المشاهير، أو يتولى مجالس إدارتها رجال الأعمال المعروفون[2]، والإنفاق

(١) الأحكام الفقهية للمؤسسات الخيرية، للسحيباني، ص٥٥٦.

(٢) كجمعية «رسالة للأعمال الخيرية»، فإنها تمتاز بفروعها المختلفة في أنحاء الجمهورية، والتي بلغت أكثر من خمسة وعشرين فرعًا، وتدار هذه الفروع من خلال نظم الإدارة اللامركزية، ولكنها جميعًا تشترك في الأهداف والرسالة والرؤية الاستراتيجية، بينما يقع المركز الرئيس لجمعية رسالة بمحافظة القاهرة بمنطقة المهندسين، وكذلك جمعية «مصر الخير»، والتي يرأس مجلس إدارتها د. علي جمعة، مفتي الديار المصرية السابق، وقد أعدت مؤسسة «شركاء من أجل الشفافية» تقريرًا مفصلًا حول مستويات الشفافية والإفصاح والمساءلة لدى مؤسسات العمل الخيرى، ومدى كشفها عن التبرعات وبنود إنفاقها، كشفت من خلاله عن وجود ٢٢ ألف جمعية ومؤسسة خيرية في مصر، منها سبع جمعيات كبرى تستحوذ على ثمانين بالمائة من أموال التبرعات، من هذه الجمعيات: «بنك الطعام، ومصر الخير، ومستشفى ٥٧٣٥٧، وجمعية الأورمان، وجمعية رسالة».

على إعلانات هذه الجمعيات يتفاوت بمقدار حاجة الجمعية الخيرية إليه، ولبيان ذلك أقول:

- إذا كانت الجمعية الخيرية في غير حاجة إلى الإعلانات، بأن كان هذا الإعلان لا يؤثر في زيادة أنشطة الجمعية، ولا يُسهم في إقبال المتبرعين عليها، ولا يُرجى منه ذلك، فمثل هذه الجمعيات لا يجوز لها الإنفاق على عمل إعلانات لأنشطتها، وذلك لأمور، منها:

١- ما يترتب على ذلك من إنفاق المال في غير منفعة مرجوة، فإنفاق المال على هذا النحو إسراف وتبذير، وتعدٍّ على حقوق المُزكين والمتبرعين والمستحقين، والله عَزَّوَجَلَّ يقول: ﴿ وَلَا تُسْرِفُوٓاْ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلْمُسْرِفِينَ ﴾ [الأنعام: ١٤١]، ويقول عَزَّوَجَلَّ: ﴿ وَلَا تَعْتَدُوٓاْ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْمُعْتَدِينَ ﴾ [المائدة: ٨٧].

٢- يراعى في الإنفاق عمومًا، وإنفاق الجمعيات الخيرية على وجه الخصوص أن يكون على وزن يليق بحال المُنفِق، وتُراعى فيه المصلحة العامة، فمن الخطأ التسرع في فتح مجالات وتخصصات هي في أصلها نافعة، لكنها لا تتناسب حاليًّا مع إمكانات المؤسسة الخيرية المادية أو المعنوية أو الإدارية، مما قد يُثقل كاهل المؤسسة، ويوقعها في الديون، ويُشتت أعمالها، ويقلل من تحقيق الأهداف التي وضعت لأجلها، وأي منفعة في الإعلانات التي لا تعود على المعلِن بشيء[(١)].

٣- إن الجمعية الخيرية بمثابة الوكيل عن المزكي في دفع الزكاة لمستحقيها، والوكيل مؤتمن على ما في يده، وما يُدفع إليه من أموال الصدقات أمانة عنده، يجب عليه أن يحفظها ويؤديها، وإلا كان خائنًا، وتَحمَّل وزر الخيانة، فإن تصرف فيها بغير الوجه المحدد، أو قصَّر في حفظها فقد تعدى وأثم، ويكون ضامنًا لذلك المال، ولا تبرأ ذمته منه إلا بدفعه، والله عَزَّوَجَلَّ يقول: ﴿ يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَخُونُواْ ٱللَّهَ وَٱلرَّسُولَ

(١) تطبيقات القواعد والضوابط الفقهية على أحكام العمل الخيري، محمد بن مطلق الرميح، ص٦٩، رسالة جامعية بكلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى- المملكة العربية السعودية، الرقم الجامعي (٤٣٣٧٠٠٨٤).

﴿وَتَخُونُوٓاْ أَمَٰنَٰتِكُمۡ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ﴾ [الأنفال: ٢٧]، وعن أبي هريرة قال: قال النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «**أد الأمانة إلى من ائتمنك ولا تخن من خانك**»[١].

- أما إذا كانت هناك منفعة أو مصلحة مرجوة من وراء هذه الإعلانات التي تقوم بها الجمعيات الخيرية، كأن تسهم هذه الإعلانات في زيادة عدد المتبرعين لها، ومن ثم زيادة أموال التبرعات لديها، فيجوز لها الإعلان لأنشطتها، ويراعى أن يتوافق الإعلان وتكلفته مع إمكانات الجمعية الخيرية، والمصلحة المرجوة من ورائه، مع توفر الشروط والضوابط المعتبرة في الإعلان عمومًا، وإعلانات الجمعيات الخيرية على وجه الخصوص.

المسألة الثانية: الإنفاق على الإعلانات من أموال الزكاة

تحرير محل النزاع:

محل الاتفاق:

اتفقت كلمة العلماء والباحثين المعاصرين على:

١- مشروعية الإعلان من حيث الأصل؛ لأنه وسيلة إلى مقصد وغاية مشروعة، والوسائل لها حكم المقاصد[٢].

٢- عدم جواز الإنفاق من أموال الزكاة على الإعلان عن أنشطة الجمعيات الخيرية متى توفرت لها مصادر أخرى للتمويل، كالتبرعات العامة، والإعانات التي تدعم بها الدولة تلك الجمعيات، أو تبرع رجال الأعمال أو صاحب القناة الفضائية بثمن الإعلان، أو توفرت الرعاية التجارية لإعلانات الجمعية الخيرية[٣].

(١) أخرجه أبو داود في سننه، أبواب: الإجارة، باب: في الرجل يأخذ حقه من تحت يده، حديث رقم (٣٥٣٥)، قال الألباني: حسن صحيح. (سنن أبي داود، سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السِّجِسْتاني، المحقق: محمد محيي الدين عبد الحميد، ٣/ ٢٩٠، الناشر: المكتبة العصرية، صيدا- بيروت، بدون طبع).

(٢) الفوائد في اختصار المقاصد، ١/ ٤٣؛ الإعلانات التجارية، الصلاحين، مرجع سابق، ص٣٨.

(٣) أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة، مرجع سابق، ص٣٩٣؛ إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، مرجع سابق، ص١٠٤.

٣- إذا لـم تكـن هنـاك حاجة فعليـة للإعلان، وأنـه لا ثمرة مـن ورائه، أو سـتؤثر تكاليـف الإعلانات على المصارف الأصلية للـزكاة، بحيث تؤدي إلى إهلاك الأموال في الوسـائل دون الغايات، فإنه لا يجوز إنفاق شـيء من أموال الزكاة أو التبرعات على هـذه الإعلانات؛ لما يترتب علـى هذا الإنفاق من إتلاف المـال في غير منفعة، وهو ما يعود بالضرر على المستحقين للزكاة[١].

محل الخلاف:

اختلـف العلماء المعاصـرون فيما إذا تعينـت أموال الزكاة للإنفـاق على إعلانات الجمعيات الخيرية، وتحقق لدى الجمعية الخيرية أو غلب على ظنها حصول النفع من هذه الإعلانات، فهل يجوز لها تمويل الإعلانات من أموال الزكاة، وذلك على قولين:

القول الأول:

يرى أصحابه جواز إنفاق الجمعيات الخيرية لجزء من أموال الزكاة على الإعلانات، وقد أخذ بهذا الرأي بعض العلماء والباحثين المعاصرين[٢].

القول الثاني:

عـدم جواز إنفاق الجمعيـات الخيرية على الإعلانات من أمـوال الزكاة، وهو قول بعض الباحثين المعاصرين[٣].

(١) المراجع السابقة، الصفحات نفسها.

(٢) ممـن أخـذ بهـذا الـرأي الدكتور وهبـة الزحيلي في بحـث له تحت عنـوان: تقويـم التطبيقات المعاصـرة للزكاة، إيجابيات وسـلبيات، وهو بحث مقـدم للمؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسـلامي-مكة المكرمة، وأيضًا بحث له تحـت عنـوان: مصرف العامليـن عليها، ص٣٩، ضمن أبحـاث الندوة الرابعـة لقضايا الزكاة المعاصـرة المنعقدة في البحريـن ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م؛ والدكتـور عمر الأشـقر في بحث له بعنـوان: والي إدارة أموال الـزكاة، ص٨٠، ضمن أبحاث الندوة الرابعة لقضايا الزكاة المعاصرة؛ وأخذت به موسـوعة الفتاوى الإسلامية في الفتوى رقم ١٤٩٠، تاريخ النشر ٤/ ١٢/ ٢٠١٧م، تحت عنوان: صرف الصدقة في غير ما خصصت له.www.fatawa.com.

(٣) ممـن قال به: الباحث عبد الله محمد السـالم، في كتابه: أحـكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة، ص٤٠١؛ والباحث: محمد عبد الكريم في رسالته: إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان، ص١٠٥.

ويُفهم هذا أيضًا من كلام ابن عثيمين، فقد سـئل رَحِمَهُ ٱللَّهُ: «يرد إلى الصندوق بعض الزكوات العامة وغير المخصصة، هـل يجوز الصرف من هذه الأمـوال رواتب للموظفين العاملين في الصندوق والمصاريـف النثرية المهمة التي تتعلق بسـير العمل واسـتمراره؟ فأجاب : «لا أرى أن يُصرف من الزكاة للعاملين في ذلك؛ لأنهم ليسـوا من العاملين عليها، وأما من الصدقات والتبرعات التي ليست بزكاة فلا بأس». (مجموع فتاوى ورسائل ابن عثيمين، المجلد الثامن عشر، «فتاوى الفقه- باب الزكاة»، ص٣٤٧، جمع وترتيب: فهد بن ناصر السـليمان، دار الثريا للنشـر والتوزيع- الرياض، الطبعة الأولى، ١٤٢٣ه- ٢٠٠٣م).

الأدلة

أدلة أصحاب القول الأول:

استدل القائلون بجواز إنفاق الجمعية من أموال الزكاة على الإعلانات بأدلة، منها:

أولًا: القرآن الكريم:

- قوله عَزَّوَجَلَّ: ﴿۞إِنَّمَا ٱلصَّدَقَٰتُ لِلۡفُقَرَآءِ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱلۡعَٰمِلِينَ عَلَيۡهَا وَٱلۡمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمۡ وَفِي ٱلرِّقَابِ وَٱلۡغَٰرِمِينَ وَفِي سَبِيلِ ٱللَّهِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِۖ فَرِيضَةٗ مِّنَ ٱللَّهِۗ وَٱللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٞ﴾ [التوبة: ٦٠].

وجه الدلالة:

حدد الله عَزَّوَجَلَّ في هذه الآية الكريمة مصارف الزكاة، وجعل من بين تلك المصارف: «العاملين عليها»، وهو وصف شامل للسُعاة الذين يُنصبهم الإمام أو من يقوم مقامه لجمع الزكاة من أهلها، ويشمل القائمين على تفريق الزكاة وتوزيعها عند جمهور الفقهاء[1]، ولا شك أن هذا هو عمل الجمعيات الخيرية، بل قد تقوم بالأمرين معًا الجمع والتوزيع، والتصريح لها من قِبَل الدولة -ممثلة في وزارة التضامن الاجتماعي- يقوم مقام إذن

(١) يتفق الفقهاء في أن المراد بالعاملين عليها هم: السعاة الذين نصبهم الإمام أو من يقوم مقامه لجمع الزكاة، لكنهم يختلفون في تفاصيل هذا المعنى بين موسع ومضيق:

فيرى الجمهور أن وصف العاملين عليها شامل لكل قائم على جمع الزكاة أو تفريقها وتوزيعها على مستحقيها، قال ابن قدامة رَحِمَهُ ٱللَّهُ في وصف العاملين على الزكاة: «والعاملين على الزكاة، وهم السعاة الذين يبعثهم الإمام لأخذها من أربابها، وجمعها وحفظها ونقلها، ومن يعينهم ممن يسوقها ويرعاها ويحملها، وكذلك الحاسب والكاتب والكيال والوزان والعداد، وكل من يحتاج إليه فيها فإنه يعطى أجرته منها؛ لأن ذلك من مؤنتها». (المغني، ٦/ ٤٧٣ بتصرف).

بينما يرى الحنفية الاقتصار على الوصف المذكور، وعدم الزيادة عليه، قال السرخسي رَحِمَهُ ٱللَّهُ: «والعاملين عليها، وهم الذين يستعملهم الإمام على جمع الصدقات ويعطيهم مما يجمعون كفايتهم وكفاية أعوانهم». (المبسوط، محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي، ٣/ ٩، الناشر: دار المعرفة- بيروت، الطبعة: بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤١٤هـ- ١٩٩٣م).

وأرى أن مذهب الجمهور في توسعة معنى العاملين عليها أولى بالقبول؛ لموافقته لمدلول اللفظ، ولأن المقصود من الزكاة هو إيصالها إلى مستحقيها وإغناؤهم بها، وهذا مما لا يتم الواجب إلا به، وليس الجامع للزكاة بأولى من الموزع لها في الأخذ من سهم العاملين عليها؛ لاشتراك الصنفين في القيام بمصلحة الزكاة وإيصالها لمستحقيها.(ينظر: نوازل الزكاة دراسة فقهية تأصيلية لمستجدات الزكاة، عبد الله بن منصور العقيلي، ص:٣٧٦، من إصدارات وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية-دولة قطر، الطبعة الأولى، ١٤٣٠هـ-٢٠٠٩م).

الإمـام[1]. وما دام الأمر كذلـك فإنه يجوز أن يُنفَق من أموال هـذا المصرف على كافة الأمـور الإداريـة المتعلقة بالجمعية الخيريـة، كالرواتب، والتجهيـزات، والتدريبات، والإعلانات[2].

ونوقش بأن:

أ- إقامـة الجمعيـات الخيرية مقام العامليـن على الزكاة أمر فيه نظر؛ إذ يُشـترط في العامليـن على الزكاة المفوض إليهم عموم أمرها: العلـم بأحكام الزكاة، وهذا يتحقق بأن يكون العامل على الزكاة على دراية بفقه الزكاة، فيعرف من تؤخذ منه الزكاة، ومن تُدفـع إليـه، ومقدار ما يؤخذ، وقدر المأخـوذ منه، ونحو ذلك ممـا يتطلبه التولي على الزكاة، فإن لم يكن عالمًا بها صار غير ذي كفاءة لهذا الأمر فلا يُولى؛ لئلا يكون جاهلًا بما هو موكول إلى نظره[3]، والواقع يؤكد أن أغلب القائمين على هذه الجمعيات على غير علم بأحكام الزكاة.

(١) إن منـح الحكومـة الإذن للجمعيات الخيرية التـي تقوم على جمع التبرعات والزكـوات، ووجود جهة رقابية من الدولة عليها، ووجود قانون ينظم شؤونها، كل ذلك يبين أن هذه المؤسسات الخيرية نائبة عن الحكومة فيما أذنت لها فيـه، وأنهـا تقوم مقامها في ذلك، ولا يتوقف هـذا الأمر على أن تصرح الحكومة بوكالتها لهـا، عملًا بالقاعدة الفقهية: «العقـود تصـح بكل ما دل علـى مقصودها من قول أو فعل»، وهـي قاعدة متفرعة على قاعـدة: «الأمور بمقاصدها». (ينظـر: القواعد الفقهيـة وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد مصطفى الزحيلي، ٢/ ٧٢٧، الناشـر: دار الفكر- دمشق، الطبعة الأولى، ١٤٢٧هـ- ٢٠٠٦م؛ تطبيقات القواعد والضوابط الفقهية في العمل الخيري، ص٧٣).

هـذا وقـد انتهـت الندوة الرابعـة لقضايا الـزكاة المعاصرة إلـى أن: «اللجان والهيئـات المرخصة من قبـل الدولة من العامليـن على الزكاة، ويدها يد أمانـة كيد الإمام». (ينظر: الندوة الرابعة لقضايا الـزكاة المعاصرة، بالمنامة، البحرين، بتاريخ ١٤١٤هـ/ ١٩٩٤م).

وبهذا صدر قرار مجمع الفقه الإسـلامي الدولي المنبثق عن منظمة المؤتمر الإسـلامي المنعقد في دورته الثامنة عشرة حيث جاء في الفقرة الخامسـة: «يدخل في العاملين على الزكاة في التطبيق المعاصر: المؤسسـات والإدارات ومرافقها المنتدبة لتحصيل الزكاة من الأغنياء وتوزيعها على الفقراء وفق الضوابط الشرعية». (ينظر: قرار رقم: ١٦٥ (٣/ ١٨) ضمن قرارات وتوصيات مجمع الفقه الإسـلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسـلامي المنعقد في دورته الثامنة عشرة في بوتراجايا (ماليزيا) من ٢٤ إلى ٢٩ جمادى الآخرة ١٤٢٨هـ، الموافق ٩ : ١٣ تموز (يوليو) ٢٠٠٧م).

(٢) مصرف العاملين عليها، د. وهبة الزحيلي، ص٣٩، ضمن أبحاث الندوة الرابعة لقضايا الزكاة المعاصرة المنعقدة في البحرين ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م؛ والي إدارة أموال الزكاة، د. عمر الأشقر، ص٨٠، ضمن أبحاث الندوة الرابعة لقضايا الزكاة المعاصرة المنعقدة في البحرين، ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م.

(٣) هذا ما اشـترطه جمهور الفقهاء من المالكية والشـافعية والحنابلة. (ينظر: حاشـية الدسـوقي على الشرح الكبير، ١/ ٤٥٩؛ الحـاوي الكبيـر في فقه مذهب الإمام الشـافعي، للمـاوردي، تحقيق: علي معوض- عـادل عبد الموجود، ٨/ ٤٩٥، الناشـر: دار الكتـب العلميـة، بيروت- لبنان، الطبعـة الأولى، ١٤١٩هـ- ١٩٩٩م؛ كشـاف القناع عن متن الإقناع، منصور بن يونس البهوتي، ٢/ ٢٧٥، الناشر: دار الكتب العلمية، بدون تاريخ).

ب- إن الأصل إخراج الزكاة على الفور، وعدم جواز تأخيرها، ولذا فإن فقهاء المالكية، قد استثنوا الحارس، والراعي، والخازن من سهم العاملين عليها، بعلة أنه لا حاجة إليهم؛ لوجوب تفرقة الزكاة فورًا، وفي حال الاضطرار إليهم فيعطون من بيت المال[1].

قال الشيخ عليش: «وعطف على فقير فقال: (وجابٍ) للزكاة ممن وجبت عليه (ومُفَرِّق) بضم الميم وفتح الفاء وكسر الراء مثقلة لها على مستحقيها، وكاتبٍ وحاشرٍ، وهو جامع من وجبت عليهم للجابي، وهم العاملون عليها في الآية، لا راع وحارس؛ لعدم الاحتياج إليهما؛ لوجوب تفرقتها فورًا، فإن دعت ضرورة إليهما فأجرتهما من بيت المال»[2].

ثانيًا: القياس:

قياس إنفاق الجمعيات الخيرية من أموال الزكاة على الإعلانات على جواز استثمارها لأموال الزكاة، بجامع طلب النماء في كل، وقد ثبت أن النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ والخلفاء بعده كانوا يجعلون لإبل الصدقات أماكن خاصة لترعى فيها رجاء السِّمَن والنسل، وكان لها رعاة يرعونها، حيث خصصت هذه الأماكن لإنماء أموال الصدقات[3]، فإذا كان الهدف الذي من أجله أجاز الفقهاء استثمار أموال الزكاة هو تنمية المال، فإن الغرض من الإعلان هو توسيع رقعة المتبرعين، وهذا يعود على المال بالنماء، وعلى المستحقين بالمنفعة[4].

(١) منح الجليل، ٢/ ٨٦.

(٢) منح الجليل ٢/ ٨٦، نوازل الزكاة، مرجع سابق، ص٣٧٤.

(٣) يدل لذلك ما جاء في السنة عن أنس: ((**أن ناسًا من عرينة اجتووا المدينة فرخص لهم رسول الله** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ **أن يأتوا إبل الصدقة، فيشربوا من ألبانها، وأبوالها، فقتلوا الراعي، واستاقوا الذود...**)) الحديث. (أخرجه البخاري في صحيحه، ٢/ ١٣٠، كتاب: باب استعمال إبل الصدقة وألبانها لأبناء السبيل، حديث رقم ١٥٠١).

(٤) قال بجواز استثمار أموال الزكاة: دار الإفتاء المصرية، ومجمع الفقه الإسلامي التابع لمنظمة المؤتمر الإسلامي، والندوة الثالثة لقضايا الزكاة المعاصرة، والأستاذ مصطفى الزرقا، والشيخ عبد الفتاح أبو غدة، ود. محمد الأشقر، وآخرون.

ونوقش بأن:

- هـذا القيـاس لا يسـتقيم؛ لأن من شـروط القياس: أن يكـون المقيس عليـه ثابتًا بدليـل متفـق عليـه، وليس الأمر كذلـك، فإن اسـتثمار أموال الزكاة محـل خلاف بين المعاصريـن[1]، ولـم يثبت بدليل متفق عليـه، وإذا كان الأصل محـل اختلاف فكيف يقاس عليه غيره؟

ثالثًا: من المعقول:

١- إن اسـتخدام وسـائل الإعـلام المقروءة والمسـموعة والمشـاهدة، ووسـائل الاتصال الحديثة، وشـبكات التواصل للإعلان عن العمل الخيري، والتسـويق له بين الناس، وسـيلة من وسـائل العمل الخيري، وتأخذ حكمه وجوبًا واستحبابًا، وقد تقرر في القواعد الفقهية أن «الوسائل لها حكم المقاصد»[2].

٢- إن الاسـتقطاع من أموال التبرعات أو الزكوات للإعلان عن الجمعية الخيرية، والدعاية لأنشطتها، وحث الناس على توجيه زكاتهم وتبرعاتهم إليها أمر جائز ما دامت تتحقـق به مصلحـة مرجوة، ولا يفـوت مصلحة أعظـم، خاصة وأنه قد ثبـت أن عائد الإعلانات يمثل أضعاف التكلفة المنفقة عليها[3].

أدلة أصحاب القول الثاني:

اسـتدل القائلون بعدم جواز الإنفاق على الإعلانـات الخاصة بالجمعيات الخيرية من أموال الزكاة بأدلة، منها:

أولًا: من القرآن الكريم:

١- قول الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ **وَٱلَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَوٰةِ فَٰعِلُونَ** ﴾ [المؤمنون: ٤].

---

(١) قال بعدم جواز استثمار أموال الزكاة: المجمع الفقهي الإسلامي التابع لرابطة العالم الإسلامي في دورته الخامسة عشـرة، ومجمع الفقه الإسـلامي بالهند في ندوته الثالثة عشـرة، وبه قـال: د. محمد رأفت عثمـان، د. وهبة الزحيلي، د. عمر الأشقر، د. محمد نعيم ياسين، وآخرون.

(٢) الفوائد في اختصار المقاصد، ١/ ٤٣؛ الإعلانات التجارية، الصلاحين، مرجع سابق، ص٣٨.

(٣) ذكـر ذلك الأسـتاذ محمود وحيد رئيس مجلس إدارة مؤسسـة «معنا لإنقاذ إنسـان»، في حـوار صحفي مع جريدة الفجر، وقد أكد فيه أن: إحصائيات السـوق تؤكد أن كل مليون جنيه يتم صرفها في الدعاية والإعلانات تُحقق تبرعات من ثلاثة إلى خمسة ملايين جنيه».

وجه الدلالة: قال الزركشي[1] في تفسيرها: «أي: يأتون بها على سرعة من غير توان في دفع حاجة الفقير»[2]. ولا شك أن الفورية والإنجاز في أدائها مقصد شرعي؛ لدفع حاجة المحتاج، لذا قال البهوتي[3]: «(ويجب) إخراج الزكاة (على الفور مع إمكانه)؛ كنذر مطلق وكفارة؛ لأن الأمر المطلق يقتضي الفورية، وكما لو طالب بها الساعي، ولأن حاجة الفقير ناجزة، والتأخير يخل بالمقصود، وربما أدى إلى الفوات، (إلا لضرر)؛ كخوف رجوع ساع، أو على نفسه، أو ماله ونحوه»[4].

وإنفاق أموال الزكاة أو جزء منها على الإعلانات تأخير لها عن دفعها لمستحقيها دون مبرر، وإخلال بالمقصود من تعجيل الزكاة، وتعطيل للمحتاجين عن بلوغ حقهم الذي شرعه الله تعالى لهم.

ونوقش بأنه:

أ- إن الفورية في إخراج الزكاة إنما تتعلق بالمزكي، وقد تحقق ذلك عند قيامه بواجب تسليم الزكاة للجهة المسؤولة عن جمعها.

ب- يجوز للجهة المسؤولة عن جمع الزكاة أن تؤخر دفع الزكاة لمستحقيها إن كان في التأخير مصلحة مرجوة تعود عليهم[5].

---

(١) محمد بن بهادر بن عبد الله، بدر الدين أبو عبد الله المصري الزركشي، ولد سنة ٧٤٥هـ، أخذ عن الشيخ جمال الدين الإسنوي، والشيخ سراج الدين البلقيني، من مؤلفاته: تكملة شرح المنهاج للإسنوي، والروضة، وكانت وفاته بمصر سنة ٧٩٤ه. (طبقات الشافعية، لتقي الدين ابن قاضي شهبة، تحقيق: د. الحافظ عبد العليم خان، ٣/ ١٦٦، ١٦٧، دار النشر: عالم الكتب- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٧هـ).

(٢) البرهان في علوم القرآن، أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر الزركشي، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، ٤/ ٨٣، الناشر: دار إحياء الكتب العربية، الطبعة الأولى، ١٣٧٦هـ- ١٩٥٧م.

(٣) هو: منصور بن يونس بن صلاح الدين البهوتي الحنبلي، شيخ الحنابلة بمصر وخاتمة علمائهم، من مؤلفاته: الروض المربع شرح زاد المستقنع المختصر من المقنع، وكشاف القناع عن متن الإقناع، ودقائق أولي النهى لشرح المنتهى، وغيرها، وكانت وفاته يوم الجمعة، عاشر شهر ربيع الآخر، سنة ١٠٥١هـ بالقاهرة، ودفن بالمجاورين. (ينظر: الأعلام، ٧/ ٣٠٧؛ معجم المؤلفين، ١٣/ ٢٢).

(٤) الروض المربع بشرح زاد المستقنع، منصور بن يونس البهوتي، تحقيق: د. خالد بن علي المشيقح، د. عبد العزيز بن عدنان العيدان، د. أنس بن عادل اليتامى، ١/ ٥٦٠، الناشر: دار الركائز للنشر والتوزيع- الكويت، الطبعة الأولى، ١٤٣٨هـ.

(٥) أبحاث الندوة الثالثة لقضايا الزكاة المعاصرة، من مناقشة الدكتور حسين حامد حسان لموضوع: استثمار أموال الزكاة، ص٨٠.

ثانيًا: من السنة النبوية:

١ - ما رواه عقبة بن الحارث، قال: «**صلى بنا النبي** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ **العصر، فأسرع، ثم دخل البيت فلم يلبث أن خرج، فقلت أو قيل له، فقال: كنت خلفت في البيت تبرًا من الصدقة، فكرهت أن أبيته، فقسمته**»[(١)].

وجه الدلالة:

في هذا الحديث: حض وندب على تعجيل الصدقات وأفعال البر كلها إذا وجبت[(٢)]، فالأصل الذي يجب أن تتعامل به الجمعيات الخيرية في أموال الزكاة أن تقوم بصرفها في مصارفها المحددة في أسرع وقت، عملًا بظاهر هذا النص، خاصة وأن الزكاة حق مالي واجب الأداء لمستحقيها، وإنفاق أموال الزكاة أو بعضها على الإعلانات منع لهذا الحق، ومخالفة للأمر بالفورية[(٣)]، لا سيما مع وجود المحتاجين، وكثرة الفقراء والمساكين.

ونوقش بأن:

- الفقهاء مختلفون في وجوب الزكاة على الفور أم على التراخي، ولو سلمنا رجحان القول القائل بالفورية فإن الفقهاء قرروا أحكامًا في الزكاة على خلاف الأصل الذي دل عليه ظاهر النص؛ مراعاة لمصلحة المستحقين، وتحقيقًا للمقاصد الشرعية من الزكاة، كجواز إخراج القيمة، وتوظيف مصرف «في الرقاب» لتحرير الدول المسلمة المستعمَرة، فيدخل في هذا جواز تأخيرها وإنفاق جزء منها لتنميتها بالوسائل المشروعة، ومنها الإعلان عن أنشطتها.

(١) أخرجه البخاري في صحيحه، ١١/ ١١٦، كتاب: الزكاة، باب: من أحب تعجيل الصدقة من يومها، حديث رقم (١٤٣٠).

(٢) شرح صحيح البخاري لابن بطال، ٣/ ٤٣٣.

(٣) التعليل المقاصدي لفريضة الزكاة، د. توفيق عبد الرحمن سالم، بحث مقدم للمؤتمر الدولي السابع لمركز لندن للبحوث والدراسات والاستشارات الاجتماعية، تحت عنوان: نحو تفعيل الدور الحضاري لفريضة الزكاة في واقع المجتمعات المعاصرة- البحرين ٢٠١٩م، ص١٤٨١.

ثانيًا: من المعقول:

١ - أن الأصل في صرف الصدقات أن تكون حسب نية المتصدق وشرطه، فالمتصدق بمنزلة الواقف، والواجب التزام شرط الواقف، فلا يُصرف المال إلا حيث أراد، وقد نص الفقهاء على أنه يُشترط في الوكيل أن لا يتصرف إلا في حدود ما أذن له موكله، فإذا شرط الموكل شرطًا وجب على الوكيل الالتزام به، ولم تجز له مخالفته، والجمعية الخيرية في الأصل وكيل عن المزكي في التصرف فيما يَرِد إليها من أموال، والمزكي أو المتبرع إنما يدفع أمواله إلى الجمعيات الخيرية بقصد إنفاقها على المستحقين لها، وليس بقصد استخدامها في الإعلان لأنشطة الجمعية الخيرية[1].

ونوقش بأن:

الغالب في المزكين أنهم يدفعون زكاة أموالهم إلى الجمعيات الخيرية دون شروط معينة، وهذا بمثابة تفويض من المزكي للجمعية الخيرية لإنفاق ماله في المصالح المعتبرة، ومن المقرر فقهًا أنه إذا لم يشترط الموكل شرطًا معينًا، جاز للوكيل التصرف بما تقتضيه المصلحة، وفي السنة ما يدل على ذلك، فقد أخرج البخاري في صحيحه قال: «**حَدَّثَنَا أَبُو الجُوَيْرِيَةِ، أَنَّ مَعْنَ بْنَ يَزِيدَ حَدَّثَهُ، قَالَ: بَايَعْتُ رَسُولَ اللهِ** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ **أَنَا وَأَبِي وَجَدِّي، وَخَطَبَ عَلَيَّ، فَأَنْكَحَنِي وَخَاصَمْتُ إِلَيْهِ، وَكَانَ أَبِي يَزِيدُ أَخْرَجَ دَنَانِيرَ يَتَصَدَّقُ بِهَا، فَوَضَعَهَا عِنْدَ رَجُلٍ فِي المَسْجِدِ، فَجِئْتُ فَأَخَذْتُهَا، فَأَتَيْتُهُ بِهَا فَقَالَ: وَاللهِ مَا إِيَّاكَ أَرَدْتُ، فَخَاصَمْتُهُ إِلَى رَسُولِ اللهِ** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، **فَقَالَ** صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: **لَكَ مَا نَوَيْتَ يَا يَزِيدُ، وَلَكَ مَا أَخَذْتَ يَا مَعْنُ**»[2].

---

(١) إن المزكي إذا أراد إخراج الزكاة، فإن له أن يقوم بتوزيعها بنفسه على مستحقيها، وله أن يعهد بها إلى إحدى الجمعيات الخيرية التي تقوم على جمع الزكاة ودفعها إلى مستحقيها، فإذا دفعها إلى الجمعية الخيرية صارت العلاقة بينه وبينها علاقة وكالة، فكأنه وكل الجمعية الخيرية عنه في دفع زكاته، وهذا جائز باتفاق الفقهاء، وإذا صرح المتبرع أو الواقف بمصرف معين أو شرط معين، فلا يجوز مخالفته من غير ضرورة؛ لوجود عادة للمتبرعين ونحوه؛ لأن هذا شك، وتصريحه يقين يخالفه. (ينظر: ورقة عمل بعنوان: القواعد والضوابط الفقهية في الأعمال الخيرية والوقفية، د. عيسى القدومي، جامعة أم القرى).

(٢) أخرجه البخاري في صحيحه، ٢/ ١١١، كتاب: الزكاة، باب: إذا تصدق على ابنه وهو لا يشعر، حديث رقم (١٤٢٢).

قال الشيخ بدر الدين العيني[١]: «فِيهِ دَلِيل على الْعَمَل بالمُطْلقات على إِطْلَاقهَا؛ لَأن يزيد فوض إِلى الرجل بلفظ مُطلق فنفذ فعله»[٢].

- وفي إعلانات الجمعيات الخيرية منفعة مرجوة، ومصلحة متحققة أو مظنونة لمستحقي الزكاة، فيجوز الإنفاق عليها من أموال الزكاة.

وأجيب بأن:

الوكيل مأمور بالتصرف وفق ما يقتضيه الإذن إن كان ثمة إذن، وإلا فإنه مأمور بالتصرف وفق ما يقتضيه العرف[٣]، وامتناع المزكي عن اشتراط شيء إنما يحمله عليه الثقة في الجمعية التي وجه أموال زكاته إليها، ولو علم أكثر المزكين أن بعض أموالهم تُوجه في الإنفاق على إعلانات الجمعيات الخيرية لأحجموا عن التعامل معها أو دفع الزكاة إليها[٤].

ويُرد بأن:

من المعروف أن المؤسسات الخيرية تستحوذ على نسبة من التبرعات المدفوعة لها، نظير الإشراف على العمل الخيري، وتُقدر هذه النسبة بحسب عُرف المؤسسات والجمعيات الخيرية، ولا يغيب عن جموع المزكين والمتبرعين ذلك، كما لا يغيب عنهم أيضًا قيام هذه الجمعيات بالإعلان عن أنشطتها، ودفع تكاليف هذه الإعلانات

(١) أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى بن أحمد بن حسين الغيتابي الحنفي، بدر الدين العيني، ولد في شهر رمضان في السادس والعشرين منه، سنة ٧٦٢ه، له مؤلفات كثيرة، منها: البناية في شرح الهداية، وفرائد القلائد، ورمز الحقائق شرح كنز الدقائق، وتحفة الملوك في المواعظ والرقائق، ومباني الأخبار في شرح معاني الآثار، وغيرها. توفي رَحِمَهُ ٱللَّهُ سنة ٨٥٥هـ. (ينظر: نظم العقيان في أعيان الأعيان، جلال الدين السيوطي، المحقق: فيليب حتي، ١/ ١٧٤، الناشر: المكتبة العلمية- بيروت؛ الأعلام، ٧/ ١٦٣).

(٢) عمدة القاري شرح صحيح البخاري، أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى الغيتابي الحنفي، بدر الدين العيني، ٨/ ٢٨٨، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، بدون تاريخ.

(٣) يشهد لذلك ما ورد في كلام بعض الفقهاء في باب البيع، قال ابن قدامة رَحِمَهُ ٱللَّهُ: «فصل: لا يبيع الوكيل بدون ثمن المثل، ولا يشتري بأكثر من ثمن المثل: وليس له أن يبيع بدون ثمن المثل، أو دون ما قدره له، ولا يشتري بأكثر من ثمن المثل أو أكثر مما قدر له. وبهذا قال الشافعي، وأبو يوسف، ومحمد؛ لأنه توكيل مطلق في عقد معاوضة، فاقتضى ثمن المثل، كالشراء، فإنه وافق عليه، وما ذكره ينتقض بالشراء». (ينظر: المغني، لابن قدامة، ٥/ ٩٨، بتصرف).

(٤) تطبيقات القواعد والضوابط الفقهية على العمل الخيري، محمد بن مطلق الرميح، ص٤١٤.

مـن أمـوال زكاتهم وتبرعاتهم، فـلا حاجة عندئذ لبيـان ذلك لهم، فـإن الثابت بالعرف كالثابت بالنص[١].

٢- لا شـك أن مثل هذه الإعلانات، وخاصة الإعلانات المتلفزة تحتاج إلى أموال طائلـة، وتؤدي تكلفتها إلى إنقاص الميزانية المرصودة لحالات الإغاثة ونحوها، وقد تـأتي بنتيجة عكسـية، فتُوقع الجمعية نفسـها في الديون بدلًا من جني المـال[٢]، فيمتنع الإنفاق على الإعلانات من أموال الزكاة؛ حفاظًا عليها، وخوفًا من التسبب في ضياعها، إعمالًا للقاعدة الفقهية: «المكمِّل إذا عاد على الأصل بالنقض سقط اعتباره»[٣].

ونوقش بأن:

الغالـب أن الجمعيـات الخيرية تدرس الجدوى من وراء هـذه الإعلانات، وتوازن بيـن تكاليفها والثمرة المرجوة منها، فلا تُقْدِم عليهـا إلا إذا تأكد لديها أن عائد الحملة الإعلانيـة أعلى بكثيـر من تكلفتها؛ إذ لا يُستحسـن ترك المصلحـة المحققة من أجل مفسدة مظنونة أو متوهمة[٤].

٣- إن الجمعيـات الخيريـة مُلزمـة بالحـرص والحـذر علـى الأمـوال التـي تقوم بتحصيلهـا من خلال التبرعات عامة، وأموال الزكاة بصفة خاصة؛ إذ يتشـدد فيها ما لا يتشـدد في غيرها، ويُحتاط لها مـا لا يُحتاط لغيرها، وتُوضع لهـا القيود أكثر من غيرها بناءً على القاعدة الفقهية: «الشـيء إذا عظم قدره شُدد فيه وكثرت شروطه»[٥]، وإنفاق الجمعيات الخيرية على الإعلانات من أموال الزكاة ينافي هذا الحرص، ويبعد عن هذا الاحتياط.

---

(١) ينظر: شـرح القواعد الفقهية، أحمد محمد الزرقا، ١/ ٢٠٩، الناشـر: دار القلم- دمشـق، سـوريا، الطبعة الثانية، ١٤٠٩هـ- ١٩٨٩م؛ تطبيقات القواعد والضوابط الفقهية في العمل الخيري، ص١٠٢٩.

(٢) أحكام إدارة الجمعيات الخيرية، ص٣٩٨.

(٣) الموافقات، إبراهيم بن موسـى بن محمد اللخمي الغرناطي، الشـهير بالشـاطبي، تحقيق: أبي عبيدة مشـهور بن حسن آل سلمان، ١/ ٢٨٨، الناشر: دار ابن عفان، الطبعة الأولى ١٤١٧هـ- ١٩٩٧م.

(٤) الذخيرة للقرافي، ١٠/ ٢١٠.

(٥) الفـروق= أنـوار البروق في أنـواء الفروق، أبو العباس شـهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبـد الرحمن المالكي، الشهير بالقرافي، ٣/ ١٤٤، الناشر: عالم الكتب، بدون طبعة وتاريخ.

ونوقش بأن:

إن الحـذر والاحتياط المطلوب التعامل بهما في أمـوال الزكاة، يقتضيان عدم إنفاق الزكاة إلا في المصالح المعتبرة، ومن هذه المصالح المعتبرة الإنفاق من أموال الجمعية -ومنها أموال الزكاة- على الإعلان عن أنشـطة الجمعية، والمنفعة المتحققة من وراء هذه الإعلانات تعود على المستحقين للزكاة أولًا، إما بمضاعفة ما كانوا يستحقونه، أو التوسع في عدد المستفيدين، فهي وسيلة مشروعة؛ لأن الغاية مشروعة.

الترجيح:

إن الإعلانـات عن المؤسسـات والجمعيات وُضعت لتحقيق مقصد أسـاس، وهو إنجـاز العمـل الخيـري في تلك المؤسسـات على أكمـل وجه، ومحاولـة فتح مصادر تمويل جديدة تسـاعدها علـى تغطية عدد أكبر من المحتاجين، فهي وسـيلة تابعة لهذا المقصـد، والمبالغـة في هذه الوسـيلة خلل كبير قـد يُفضي إلى أن تكون الوسـيلة غاية متبوعة، وهذا له أثر سـيئ في إنجاز العمل الخيري المراد، فالوسـيلة تبقى وسيلة، ومع المبالغة فيها تصبح غاية.

والـذي يظهر لـي أن المنع له قوة، لكن لـو نظرنا إلى المعنى المقصـود من الزكاة، وأعملنـا فقـه المقاصـد لوجدنا أن مقصد الشـارع من تشـريع الـزكاة يتمثـل في إغناء المحتاجين، والتوسـعة على الفقراء والمسـاكين، وأنها وُضعت لمقاصد معينة في هذه الأصنـاف الثمانيـة، وأن الشـارع لا ينهى عـن كل تدبير مباح يؤدي إلـى الوصول إلى هـذه المقاصد أو يزيدها، فإن القول بالجواز يقوى مـن هذا الجانب، فعلى هذا يمكن التوفيـق بيـن القولين بأن يقـال: الأصل المنع من إنفـاق أموال الزكاة كلهـا أو بعضها علـى الإعلانات، لكن إن وجدت مصلحة متحققة من إنفـاق بعض أموال الزكاة على إعلانات الجمعيـات الخيرية، من غير ارتكاب محظور، فإن القول بالجواز يقوى، مع الوضـع في الاعتبار عدم وجود وسـيلة أخرى للإنفاق على هـذه الإعلانات إلا أموال الزكاة، وألا يُتوسع في الجواز، فإن العمل به كالضرورة، والضرورة تقدر بقدرها.

الفرع الثالث:
حكم توثيق أنشطة الجمعيات الخيرية

كان الكلام في الفرع السابق عن حكم الإعلان للجمعيات الخيرية التي تهدف من ورائها إلى حث الناس على المشاركة فيها والتبرع لها، أما المقصود بهذا الفرع فهو: حكم توثيق الجمعيات الخيرية لأنشطتها بصفة عامة عن طريق الصور والمستندات والفيديوهات، بغض النظر هل ستعلن عن هذا التوثيق وتُظهره للناس، أو تضمنه بعض إعلاناتها أم لا؟

أقول:

لا مانع شرعًا من إقدام الجمعيات الخيرية على توثيق أنشطتها متى كان في هذا التوثيق مصلحة مرجوة؛ كمحاولة نقل الواقع الفعلي لتحريك إيمان الناس، وحثهم على البذل والتضحية، وغير ذلك من الأمور، مع خلو هذا التوثيق من المفاسد التي قد تلحق به، كالمباهاة، والسمعة، والانحراف ولو قليلا عن الهدف الأصلي من عمل الخير، إلى البحث عن الأضواء والشهرة[1]، ويدل لهذا الجواز:

١- ما ترجح عند الفقهاء من جواز إظهار المتصدق لصدقته الواجبة؛ لأجل أن يقتدي بها غيره، وحتى لا يساء الظن به، فيظن بعض الناس أنه لا يُخرج الزكاة، وأصل ذلك قوله تعالى: ﴿**إِن تُبْدُواْ ٱلصَّدَقَٰتِ فَنِعِمَّا هِيَ**﴾ [البقرة: ٢٧١][2]، كما أن في ذلك إظهارًا لشعائر الله تعالى، وتعظيمها وتحبيبها إلى الناس، وهذا من دلائل الإيمان وعلامة التقوى، قال الله تعالى: ﴿**ذَٰلِكَ وَمَن يُعَظِّمْ شَعَٰٓئِرَ ٱللَّهِ فَإِنَّهَا مِن تَقْوَى ٱلْقُلُوبِ**﴾ [الحج: ٣٢].

وهذا ما تضمنته نصوص الفقهاء والعلماء رَحِمَهُمُ ٱللَّهُ، ومنها:

(١) ينظر: تطبيقات القواعد والضوابط، محمد بن مطلق الرميح، مرجع سابق، ص٢٧١.

(٢) أما قوله تعالى: ﴿**وَإِن تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا ٱلْفُقَرَآءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ**﴾، فهو في صدقة التطوع، نظيرها الصلاة، تطوعها في البيت أفضل، وفريضتها في المسجد ومع الجماعة أفضل.

قال ابن بطال[1] **في شرحه لصحيح البخاري**: «ولا خلاف بين أئمة العلم أن إعلان صدقة الفريضة أفضل من إسرارها، وأن إسرار صدقة النافلة أفضل من إعلانها... وكذلك جميع الفرائض، والنوافل في الأشياء كلها، وقال سفيان في قوله تعالى: ﴿**وَإِن تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا ٱلْفُقَرَآءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ**﴾، قال: سوى الزكاة، وهذا قول كالإجماع»[2].

وقال النووي[3]: «الأفضل في الزكاة إظهار إخراجها؛ ليراه غيره فيعمل عمله، ولئلا يُساء الظن به، وهذا كما أن الصلاة المفروضة يستحب إظهارها، وإنما يستحب الإخفاء في نوافل الصلاة والصوم»[4].

وقال المرداوي[5]: «يستحب إظهار إخراج الزكاة مطلقًا على الصحيح من المذهب»[6].

---

(١) علي بن خلف بن عبد الملك بن بطال، أبو الحسن القرطبي، ويعرف أيضًا بابن اللجام، من كبار علماء المالكية، كان من أهل العلم والمعرفة والفهم، عني بالحديث العناية التامة وأتقن ما قيد منه، وشرح صحيح البخاري في عدة مجلدات، رواه الناس عنه، وولي قضاء لورقة، وحدث عنه جماعة من العلماء. توفي في صفر سنة ٤٤٩هـ. (تاريخ الإسلام وَوَفيات المشاهير وَالأعلام، شمس الدين الذهبي، تحقيق: الدكتور بشار معروف، ٩/ ٧٤١، الناشر: دار الغرب الإسلامي، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣م؛ الأعلام، ٤/ ٢٨٥).

(٢) شرح صحيح البخاري، ابن بطال، أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك، تحقيق: أبي تميم ياسر بن إبراهيم، ٣/ ٤٢٠، دار النشر: مكتبة الرشد- السعودية، الرياض، الطبعة الثانية، ١٤٢٣هـ- ٢٠٠٣م.

(٣) محيي الدين يحيى بن شرف بن مري بن حزام الحزامي النووي، ولد بنوى سنة ٦٣١ه، كان يقرأ في كل يوم اثني عشر درسًا على المشايخ، اعتنى بالتصنيف فجمع شيئًا كثيرًا، منها «شرح مسلم» و«الروضة» و«المنهاج» و«الرياض» و«الأذكار» و«طبقات الفقهاء»، وتوفي ليلة الأربعاء سنة ٦٧٦هـ. (ينظر: البداية والنهاية، لابن كثير، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، ١٧/ ٥٣٩ وما بعدها، الناشر: دار هجر، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ- ١٩٩٧م، سنة النشر: ١٤٢٤هـ/ ٢٠٠٣م. شذرات الذهب في أخبار من ذهب، عبد الحي بن أحمد بن العماد العَكري الحنبلي، أبو الفلاح، ١/ ٥٦، تحقيق: محمود الأرناؤوط، الناشر: دار ابن كثير، دمشق- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٦هـ- ١٩٨٦م).

(٤) المجموع، ٦/ ٢٣٣.

(٥) علي بن سليمان بن أحمد بن محمد المرداوي السعدي ثم الدمشقي الصالحي، الفقيه الحنبلي، ولد سنة ٨١٧ه، برع في الفقه والأصول والنحو والصرف والحديث والتفسير والفرائض والحساب، صنف كتبًا كثيرة، منها: الإنصاف، والتحرير في أصول الفقه، وتصحيح الفروع، توفي سنة ٨٨٥هـ بدمشق. (ينظر: البدر الطالع بمحاسن من بعد القرن السابع، محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني، ١/ ٤٤٦، الناشر: دار المعرفة – بيروت، بدون تاريخ؛ الأعلام للزركلي، ٤/ ٢٩٢).

(٦) الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، ٣/ ٢٠٠.

وقال الطبري[1] رَحِمَهُ ٱللَّهُ: «أجمع الناس على أن إظهار الواجب أفضل»[2].

٢- إن هذا التوثيق لأعمال وأنشطة الجمعيات الخيرية له دور مهم في تحسين العمل الخيري بشكل كبير، والوصول إلى قطاع كبير من المتابعين لهذه الوسائل الحديثة، مع مجانية إنشاء بعض الصفحات الخاصة بالجمعية على هذه الوسائل الإلكترونية، وقلة تكلفة الإعلانات الممولة فيها.

٣- يؤدي هذا التوثيق إلى زرع الثقة في نفوس المحسنين؛ ليتأكد لديهم أن ما قدموه من صدقات أو تبرعات ذهب للغاية المرجوة منه، وتم إنفاقه على الوجه الأمثل.

٤- يُعد أحد الأعمال الترويجية التي تهدف إلى الترويج لأنشطة الجمعية، وتنمية روح التكافل بين أفراد المجتمع، وضرورة ملحة لنجاح المشاريع الخيرية.

٥- نحن في عصر الصورة وتطور وسائل الإعلام؛ إذ إن كل ميادين الحياة استفادت منه، فأولى أن يستفيد منه العمل الخيري.

ولا مانع من تعاقد الجمعية الخيرية مع متخصصين لوضع أرشيف إعلامي للمؤسسة؛ بهدف توثيق أعمالها، والإعلان عنها، مع ضرورة الالتزام بالضوابط الشرعية والقانونية في عمل هذه المادة الأرشيفية.

(١) محمد بن جرير بن يزيد الطبري، أبو جعفر المؤرخ المفسر ولد في آمل بطبرستان سنة ٢٢٤هـ، من مؤلفاته: أخبار الرسل والملوك، وجامع البيان في تفسير القرآن، واختلاف الفقهاء، والمسترشد في علوم الدين، وجزء في الاعتقاد، وغير ذلك، توفي سنة ٣١٠هـ. (ينظر: سير أعلام النبلاء، شمس الدين أبو عبد الله محمد أحمد بن عثمان بن قَايْماز الذهبي، ١٤/ ٢٦٧، الناشر: دار الحديث- القاهرة، الطبعة: ١٤٢٧هـ- ٢٠٠٦م؛ طبقات الشافعية، تقي الدين ابن قاضي شهبة، ١/ ١٠٠).

(٢) نقلها عنه القرطبي في تفسيره. ينظر: الجامع لأحكام القرآن= تفسير القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر، شمس الدين القرطبي، ٣/ ٣٣٣، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، الناشر: دار الكتب المصرية- القاهرة، الطبعة الثانية، ١٣٨٤هـ- ١٩٦٤م.

المطلب الثالث:
ضوابط إعلانات الجمعيات الخيرية

في ظل التزايد الهائل في أعداد الجمعيات الخيرية، والتنافس المحمود فيما بينها لجذب المتبرعين، والترويج لأنشطتها وخدماتها، يأتي الإعلان كأحد الوسائل التسويقية المهمة للوصول إلى هذه الأغراض المشروعة.

وهذه الإعلانات تحكمها كثير من الضوابط الشرعية، وتراعى فيها الضوابط الأخلاقية والقانونية، وسوف أتناول هذه الضوابط الأخلاقية والقانونية على النحو الآتي:

١ - صدق المحتوى الإعلاني، واتسامه بالموضوعية:

يُعد الصدق أحد أهم الضوابط التي ينبغي أن تتصف بها الإعلانات عامة، وإعلانات الجمعيات الخيرية بصفة خاصة، وقد فطن فقهاؤنا قديمًا إلى أهمية الصدق في الإعلان، فتحدثوا عن وجوب كون «الدَّلال» صادقًا، حتى إنهم لم يقبلوا شهادة الدلال الذي عُرف عنه الكذب، والدلاَّل في عرفهم كان يقوم بوظيفة المُعلِن في هذه الأيام، وإن كان ذلك بطريقة بدائية تناسب زمانهم، كالمناداة على السلعة، وذكر أوصافها[1].

ومما يدخل في الكذب الإعلاني لبعض الجمعيات الخيرية:

- أن تشتمل المادة الإعلانية على مزايا وخدمات لا تتصف بها الجمعية المعلنة.

- أن يأتي الإعلان متضمنًا لعبارات الإطلاق والتفضيل، كادعائها أنها أفضل مؤسسة في رعاية الأيتام، أو كفالة طالب العلم، أو توصيل المياه إلى منازل الفقراء، دون وجود دراسة ميدانية استقصائية تقارن بين جميع الجمعيات والمؤسسات الخيرية فيما ادعت هذه الجمعية الأفضلية فيه.

(١) الإعلانات التجارية- أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي، د. عبد المجيد الصلاحين، ص٨٤.

– أن تحتوي المادة الإعلانية على تحقيق الجمعية لأمر لم يحدث على أرض الواقع، ومن ذلك: أن تدعي القضاء على مرض تفشى في المجتمع، أو تدعي القضاء على العشوائيات، على الرغم من أن الأمر على خلاف ما ادعته[١].

فيُشترط في الإعلانات الخيرية: الواقعية، وتحري الصدق والموضوعية في إعلاناتها؛ لإحداث التأثير المطلوب والاستجابة من الجمهور، فإذا ضمَّنت إعلاناتها معلومات مضللة، أو محتوى إعلاميًّا كاذبًا، فإنه غالبًا ما يؤدي إلى نتائج عكسيَّة تَضُرُّ المنظمة والقائمين عليها، وغالبًا ستفقد المنظَّمة مصداقيَّتَها عند الجمهور، وتقع تحت المخالفة للقانون[٢].

٢- تجنب الغش والخداع:

يُراعى في إعلانات الجمعيات الخيرية الصفاء والوضوح، والبعد عن الغش والتغرير والتدليس، فلا يجوز بحال أن ينطوي الإعلان على أساليب احتيالية، يُقصد منها إخفاء عيب، أو الإيهام بوجود مزية في الجمعية المعلنة تتميز بها عن غيرها من الجمعيات المنافسة لها في العمل والنشاط الخيري[٣].

٣- عدم انتهاك خصوصية الآخرين:

ينبغي ألا يحتوي إعلان الجمعية الخيرية على انتهاك خصوصيَّات المستفيدين والمتبرِّعين والمتطوِّعين، مع ضرورة عدمِ نشر معلوماتهم، أو صورهم، أو استغلالِها بأيِّ صورة بدون إذن مكتوب من المستفيد، أو المتبرِّع والمتطوع، ودون إكراهٍ من أيِّ نوع[٤].

(١) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، محمد عبد الكريم عبد المطلب، مرجع سابق، ص٦٣.

(٢) اهتم المُشَرِّع في القانون المصري بضرورة الحرص على تقديم مادة إعلانية صادقة، وحذر من نشر أخبار كاذبة في أي صحيفة أو إعلان، حيث نصت المادة ١٩ في القانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨م على أنه: «يحظر على الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية أو الموقع الإلكتروني نشر أو بث أخبار كاذبة، أو ما يدعو أو يحرض على مخالفة القانون...». (ينظر: قانون تنظيم الصحافة والإعلام رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨م).

(٣) الإعلانات التجارية، عبد المجيد الصلاحين، ص٨٧.

(٤) إعلانات المنظمات الخيرية، أحمد فتحي النجار، مقال على موقع الألوكة الإلكتروني.

٤- تجنب الطعن في المؤسسات الأخرى:

إن التسابق في المجال الخيري مشروع؛ إذ هو من باب المسارعة إلى الخيرات، والتسابق في المبرات، والعلاقة بين الجمعيات الخيرية علاقة تكامل لا تفاضل، وإذا جاز للجمعيات الخيرية أن تُعلن عن أنشطتها، وأن تدعو الناس إلى المشاركة فيها، فلا يجوز أن ينطوي هذا الإعلان على التعرض لمؤسسة أو جمعية خيرية أخرى بسوء، بقصد تحويل اتجاه المتبرعين من مؤسسة إلى أخرى، أو بأي قصد آخر، فإن هذا يؤدي إلى التنافس غير المحمود بين تلك الجمعيات، ويؤثر على ثقة الناس فيها جميعًا[١].

٥- صناعة الأمل والبعد عن الأفكار المظلمة:

يراعى في إعلان الجمعية الخيرية أن يشتمل على تسويق الأمل؛ وذلك من خلال التأكيد على إمكانية تحقيقِ نتائج إيجابيَّة حالَ تفاعل الجماهير، وعدم تسويق الأفكار المظلمة؛ لأنها ستؤدِّي للإحباط والإحجام عن الدعم والتفاعل، كما يراعى ضرورة الابتعاد عن الصورة المُؤلمةِ؛ لأنها لن تحقِّقَ الغرض من الإعَلان؛ وهو الوصول للجمهور، فأغلب الناس لا يحبُّون الصور المؤلمة، ويُحجِمون عن مشاهدتها[٢].

٦- التوسط والاعتدال في الإنفاق الإعلاني:

يجب على الجهة المُعلِنة أن تكون معتدلة في الإنفاق على حملتها الإعلانية، والتقليل من التكلفة الإجمالية لصناعة الإعلان؛ فلا يجوز لها أن تنفق على الإعلانات نفقات باهظة لا تتناسب مع المشروعات التي تسوق لها، أو تكون فوق طاقة الجمعية، أو تؤثر على استمرارها، أو تطغى على عملها الأساسي وأهدافها وواجباتها، ومن ثم تؤثر على إنتاج الجمعية وعطائها، فالإسراف والبزخ في الإنفاق الإعلاني يُعد إهدارًا لأموال الزكاة والصدقات والتبرعات، وتضييعًا لموارد الأمة، وإنفاقًا لها في غير نفع أو منفعة ذات بال، إضافة إلى أن التكاليف الكبيرة على الإعلانات تُشكِّك الجمهور في دور الجمعية، وفي قدراتها، وفي القائمين على إدارتها[٣].

(١) ينظر: الإعلان من منظور إسلامي، أحمد عيساوي، ص٥٧. بتصرف كبير.

(٢) إعلانات المنظمات الخيرية، أحمد فتحي النجار، مقال على موقع الألوكة الإلكتروني.

(٣) الإعلانات التجارية، عبد المجيد الصلاحين، ص١١٠؛ الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، علي عبد الكريم المناصير، ص١٢٨.

٧- توافق المحتوى الإعلاني مع القيم الدينية والمجتمعية:

من الضروري أن يتوافق المحتوى الإعلاني مع القيم الدينية والمجتمعية، فلا يجوز أن يحتوي الإعلان على نساء متبرجات، أو ألفاظ بذيئة، أو غير ذلك من المنكرات والمحرمات، فالمقاصد المشروعة لا تسوغ الوسائل الممنوعة[١].

٨- تحري أفضل الوسائل الإعلامية للإعلان بها:

على الجمعيات الخيرية أن تتحرى التعاقد مع أفضل الوسائل الإعلامية للإعلان لعملها وأنشطتها، ولو كلفها ذلك أموالًا أكثر من غيرها، مع ضرورة الرجوع إلى أهل التخصص في الإعلام والتسويق، ولو ببذل المال إليهم؛ لتصل إلى أفضل النتائج المرجوة من هذا الإعلان[٢].

٩- وجود لجنة رقابية خاصة بإعلانات الجمعيات الخيرية:

من المهم وجود لجنة رقابية من الدولة، يختلف عملها عن بقية اللجان التي تراقب عمل الجمعيات الخيرية، تقتصر مهمتها على مراقبة إعلانات الجمعيات والمؤسسات الخيرية، وتحديد حجم الأموال المُنفقة عليها، والأموال الواردة إلى الجمعيات من وراء تلك الإعلانات، ولا مانع أن تحدد هذه اللجنة قيمة ما ينفق على تلك الإعلانات بناءً على حاجة الجمعية ودخلها[٣].

فإذا التزمت المؤسسة أو الجمعية الخيرية بتلك الضوابط في إعلاناتها اتسمت هذه الإعلانات بالمشروعية، وإذا تخلف أحد هذه الضوابط كان الإعلان معيبًا، دون تأثير لهذا العيب على بقية الأنشطة المشروعة للجمعية.

---

(١) إعلام الموقعين، ٤/ ٥٥٣.

(٢) ينظر: تطبيقات القواعد والضوابط الفقهية على العمل الخيري، ص١٠٥٠.

(٣) قد يقال بأن هناك رقابة من وزارة التضامن الاجتماعي للأنشطة المالية للجمعيات الخيرية في المجمل، وهذا صحيح، لكن الحقيقة أن هذه الرقابة غير كافية، وهذا ما يؤكده الواقع، فلا يمكن أن تتدخل لجان الرقابة هذه في عمل الجمعيات الخيرية المعلنة، بل تكتفي بأخذ المعلومات الخاصة بأنشطة الجمعية عامة من الجمعيات نفسها، وأكثر الجمعيات تعمد إلى التعمية والتمويه في بيان حجم المصروفات والإيرادات.

وحسبك تصريح السيد: خالد سلطان، رئيس الإدارة المركزية للجمعيات الأهلية بوزارة التضامن الاجتماعي، والذي أكد لجريدة الفجر بأن الجمعيات الخيرية لا تُقدم كشف حساب عن إعلاناتها في رمضان خاصة، بل تقدم كشف حساب سنوي عن رمضان وغيره». (بالأرقام والتفاصيل، بيزنس التبرعات في الجمعيات- جريدة الفجر www.elfagr.news.).

المطلب الرابع:
تعسف الجمعيات الخيرية في الإعلان عن أنشطتها، والآثار المترتبة عليه

إن المتتبع لإعلانات الجمعيات الخيرية في الآونة الأخيرة يلحظ ما شابها من مخالفات تُمثل انحرافًا في الإعلان لأنشطتها، وخروجًا على الضوابط الشرعية والقانونية للإعلان عامة، والإعلان الخيري على وجه الخصوص، وهذا يُعد تعسفًا منها في استعمال حقها في الإعلان، وهذا التعسف له صور متعددة وأشكال متنوعة، وفيما يأتي أبين أهم صور تعسف الجمعيات الخيرية في الإعلان عن أنشطتها، والأثر المترتب على هذا التعسف، وذلك على النحو الآتي:

١- احتواء الإعلان على الترويج لأمر سياسي:

سبق القول بأن الجمعيات والمؤسسات الخيرية يقتصر دورها على العمل الخيري التطوعي، وهي ممنوعة من ممارسة أي نشاط سياسي وفقًا لقانون تنظيم العمل الأهلي، وعند وجود ما يدل على ممارستها لنشاط سياسي أو حزبي أو احتواء مادتها الإعلانية على شيء من ذلك تعاقب عليه قانونًا[1].

٢- الإعلان لتحقيق غرض تجاري:

إن الهدف من إنشاء الجمعيات والمؤسسات الخيرية هو: العمل التطوعي، ويحظر عليها قانونًا أن تستهدف من وراء إنشائها تحقيق غرض تجاري أو ممارسة أية نشاط ينصرف إليه، وبناءً على ذلك: لا يجوز أن يكون الغرض من إعلان الجمعيات الخيرية

(١) جاء في المادة رقم (١٥) من الفصل الثاني من القانون رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، والخاص بتنظيم ممارسة العمل الأهلي: «يحظر على الجمعيات القيام بأمور، منها: المشاركة في تمويل أو دعم أو ترويج الأحزاب والحملات الانتخابية لأي مرشح في الانتخابات، وكذا الاستفتاءات، أو تقديم مرشح في تلك الانتخابات باسم الجمعية. وعند مخالفة ذلك تطبق أحكام المادة رقم (٩٥) من الباب العاشر (عقوبات) من القانون نفسه، ويعاقب المخالف بغرامة مالية لا تقل عن خمسين ألف جنيه، ولا تزيد على خمسمائة ألف جنيه.

تحقيق أرباح مادية أو ممارسة أنشطة تجارية[1]، والإعلان الذي يهدف إلى هذا يوصف أصحابه بالغش والتدليس والكذب والخداع والاحتيال على الناس[2].

وإذا ثبت أن الجمعية الخيرية تهدف من وراء إعلاناتها إلى غرض ربحي أو تجاري فإنها تُعاقب قانونًا بوقف عملها لمدة معينة، وحل مجلس إدارتها، ومصادرة أموالها، فضلًا عن الغرامة المالية التي نص عليها القانون، وهذا ما ورد في القانون رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، الخاص بتنظيم ممارسة العمل الأهلي، والذي تضمنت نصوصه ما يأتي:

- نصت المادة (١٥) منه على أنه: يحظر على الجمعيات الخيرية ممارسة الأنشطة المخالفة لأغراض الجمعيات التي تم الإخطار بها.

- ونصت المادة (٤٥) على أنه يجوز للوزير المختص إصدار قرار بوقف الجمعية الخيرية لمدة لا تتجاوز سنة، وغلق مقارها، وذلك في الأحوال الآتية:

أ- مخالفة قرار التأسيس للحقيقة.

ب- ممارسة أنشطة لم ترد في النظام الأساسي للجمعية، أو لم يتم التصريح بممارستها.

ج- تصرف مجلس إدارة الجمعية في أموالها، أو تخصيصها في غير الأغراض التي أنشئت من أجلها[3].

ونصت المادة (٩٥) من الباب العاشر (عقوبات) على أن من خالف ذلك يعاقب بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه، ولا تزيد على خمسمائة ألف جنيه.

(١) ينظر: الحقوق المدنية والسياسية في التشريع المصري، عبد الله خليل، ص٣٥٩، مركز دراسات الوحدة العربية- لبنان، ٢٠٠٠م.

(٢) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، محمد عبد الكريم، مرجع سابق، ص٩٤.

(٣) ينظر: قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي، القانون رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، المادة رقم (٤٥) الفصل الرابع من الباب الثاني.

ومن هذا يتضح أن الجمعيات والمؤسسات الخيرية، ومجالس إدارتها تخضع لأحكام المسؤولية المدنية أحيانًا، والجنائية أحيانًا أخرى[1].

٣- خلوها من الصدق والشفافية:

ينبغي أن تقوم الجمعيات الخيرية على الصدق والشفافية، بداية من إعلان مصادر تمويلها، وأسماء أعضائها، وميزانيتها السنوية، وأنشطتها المختلفة، مع الالتزام بنشر ذلك داخل مقر الجمعية، وعلى موقعها الإلكتروني، وغير ذلك من وسائل النشر الأخرى[2].

وهذا ما يلزم تحقيقه أيضًا في إعلانات الجمعيات الخيرية، فيجب أن تتسم إعلاناتها بالصدق والشفافية، فإذا أَخَلَّت المؤسسة الخيرية بذلك فجاءت إعلاناتها غامضة، ومحتواها كاذبًا عُد ذلك نوعًا من الغش والتغرير الذي تؤاخذ عليه شرعًا، وتعاقب عليه قانونًا.

٤- إهدار أموال الجمعية على الإعلانات:

لا يجوز للمؤسسة الخيرية أن تلجأ للإعلان إن كانت في غير حاجة إليه، كما لا يجوز لها أن تنفق على الإعلانات من أموال الزكاة متى توفر لها سبيل آخر للإنفاق منه، فإذا خالفت الجمعية ذلك كانت مسيئة في استخدام حقها في الإعلان عن أنشطتها وتؤاخذ عليه شرعًا؛ إذ تستوجب العقاب الأخروي؛ لعدم حفظها وصيانتها لما كُلفت بحفظه وصيانته من أموال المتبرعين والمزكين، وقد تضمن الجمعية هذه الأموال إن ثبت أن ضياعها على الإعلانات كان بتفريط منها، وعدم دراسة متأنية لفوائدها ومثالبها، كما تعاقب عليه قانونًا من الجهات المختصة، إن أدى ذلك إلى تضييع أموال

(١) ينظر: الجمعيات الأهلية والأسس القانونية التي تقوم عليها دراسة مقارنة، د. عبد الرافع موسى، ص١٤٤، دار النهضة العربية، ١٩٩٨م.

(٢) قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي، القانون رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، المادة رقم (٢٨).

وجاء في المادة رقم (٢٨) منه: «تلتزم الجمعية بالشفافية والعلانية والإفصاح، وبإعلان مصادر تمويلها، وأسماء أعضائها، وميزانيتها السنوية، وأنشطتها، وتلتزم بنشر ذلك داخل مقرات الجمعية وعلى موقعها الإلكتروني وغيره من وسائل النشر الأخرى». ويعاقب من خالف ذلك بغرامة لا تقل عن مائة ألف جنيه ولا تزيد على مليون جنيه، وفقًا للمادة رقم (٩٤) بند رقم (٢) الباب العاشر (العقوبات) من القانون نفسه.

التبرعات والزكوات، وتم استنفادها في الوسائل دون تحقيق الأهداف والغايات[1]؛ نظرًا لارتكابها جريمة تبديد أموال الجمعية[2].

٥- الاستخدام السيئ للأطفال والمرضى والمعاقين في الإعلان:

من صور إساءة استخدام الجمعيات الخيرية لحقها في الإعلان عن أنشطتها أن تعمد إلى استخدام صور أو فيديوهات ذوي الاحتياجات الخاصة من المعاقين أو المرضى، أو ذوي العاهات، أو الأطفال، دون حاجة ماسة إلى الاستعانة بهم، وقد يتم الاستعانة بهم دون أخذ الإذن من أوليائهم[3]، فلا يكاد يخلو إعلان من طفل يجسد مأساة، أو مريض يستعرض مرضه، ويُظهر للناس حاجته وضعفه، والغرض من ذلك محاولة كسب تعاطف المشاهدين، دون النظر إلى هؤلاء الأطفال أو التفكير فيما يؤذيهم

(١) حددت الجهة المختصة -ممثلة في وزارة التضامن الاجتماعي- قيمة المصروفات الإدارية للجمعيات والمؤسسات الخيرية، ومنها: قيمة الإعلانات لأنشطتها، بأن لا تتجاوز عشرين في المائة من جملة أموالها، وإذا أقدمت الجمعيات الخيرية على تجاوز هذا الأمر فإن ذلك سيظهر واضحًا في التقارير التي تقدمها الجمعيات إلى تلك الجهات؛ حيث تقوم الوزارة بمتابعة أنشطة الجمعيات ومراجعتها فنيًّا وماليًّا وإداريًّا بصفة عامة من خلال الزيارات الميدانية، وعمل تقارير بتلك الزيارات، والتقارير الفنية للأنشطة والمشروعات التي تقوم الجمعيات والمؤسسات الأهلية بتنفيذها، والتقارير المالية، وتشمل: «الميزانية العمومية- وحسابات الإيرادات والمصروفات- وحساب المقبوضات والمدفوعات». (تحقيق صحفي أجرته بوابة فيتو تحت عنوان: «التضامن تكشف أوجه إنفاق أموال التبرعات بالمؤسسات الخيرية.. للجمعيات الأهلية حق الحصول على ترخيص جمع المال بشرط.. ٢٠٪ من حصيلة الأموال حد أقصى للمصروفات الإدارية.. وزيارات ميدانية لمتابعة الأنشطة» بتاريخ ٢٩/ ١١/ ٢٠١٦م. www.vetogate.com.

وفي حالة ثبوت أية مخالفات سواء (مالية أو إدارية أو فنية) تقوم الوزارة باتخاذ الإجراءات الواجبة في ضوء أحكام القانون الذي نص في المادة رقم (٤٥) من الفصل الرابع على أنه: يجوز للوزير المختص أن يصدر قرارًا مؤقتًا بوقف الجمعية لمدة لا تجاوز سنة وغلق مقارها، وذلك في بعض الحالات، منها: « تصرف مجلس إدارة الجمعية في أموالها، أو تخصيصها في غير الأغراض التي أنشئت من أجلها». (ينظر: قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي، القانون رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م، المادة رقم (٤٥) الفصل الرابع من الباب الثاني).

(٢) نصت المادة (٤٧) من قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م على أنه:

تقضي المحكمة المختصة بناءً على طلب الجهة الإدارية أو كل ذي صفة بحل مجلس إدارة الجمعية، وذلك إذا: «ارتكب مجلس إدارة الجمعية جريمة التبديد لأموال الجمعية أو إحدى الجرائم الواردة بالباب الرابع من الكتاب الثاني من قانون العقوبات».

كما نصت المادة رقم (٩٥) من الباب العاشر (عقوبات) في البند رقم (٥) من هذا القانون على: «معاقبة كل من أنفق أموال مؤسسات المجتمع الأهلي في غير النشاط الذي خصصت من أجله، أو بالمخالفة للقوانين واللوائح بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه، ولا تزيد على خمسمائة ألف جنيه».

(٣) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، محمد عبد الكريم، مرجع سابق، ص١٣٩.

ويُلحق الضرر بهم، وعند إقدام الجمعيات الخيرية على ذلك تأثم عليه شرعًا باعتباره تشهيرًا بالطفل أو المعاق، وانتهاكًا لخصوصيته، وإهدارًا لكرامته، وجهرًا بالسوء الذي لا يحب الله الجهر به، قال الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ **۞لَّا يُحِبُّ ٱللَّهُ ٱلْجَهْرَ بِٱلسُّوٓءِ مِنَ ٱلْقَوْلِ إِلَّا مَن ظُلِمَ ۚ وَكَانَ ٱللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا** ﴾ [النساء: ١٤٨]، وإظهارًا لانكساره وذله على نحو ينافي قوله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ **وَلِلَّهِ ٱلْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِۦ وَلِلْمُؤْمِنِينَ...** ﴾ [المنافقون: ٨]، وينافي ما رواه أبو هريرة عن رسول الله صَلَّىٱللَّهُعَلَيْهِوَسَلَّمَ قال: «**من ستر مسلمًا ستره الله في الدنيا والآخرة**»[(١)]، ولا يقال بأن في الاستعانة به مصلحة مرجوة، فقد تقرر أن: «دفع المفسدة مقدم على جلب المصلحة»، فكيف والمفسدة هنا أعظم.

كما تعاقب الجمعية قانونًا عند انتهاكها لحق هؤلاء، والاستعانة بهم في إعلاناتها دون إذنهم، أو على نحو يؤذيهم أو يضر بهم:

ففي شأن استخدام الأطفال عامة: نص قانون الطفل المصري على أنه: متى تعرض الطفل لما يهدد سلامته، أو أمنه، أو أخلاقه، أو صحته، أو حياته، أو الإهمال، أو الإساءة، أو العنف، أو الاستغلال، أو التشرد، فإنه يُعاقب من عرَّضه لذلك بالحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر، وبغرامة لا تقل عن ألفي جنيه ولا تتجاوز خمسة آلاف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين[(٢)].

وفي شأن استخدام الطفل المعاق: حدد القانون الحقوق المتعلقة بالطفل المعاق، ووضع التدابير الإجرائية لما يتصل بخدماته الصحية والاجتماعية والثقافية[(٣)]، فقد نصت المادة السادسة والسبعين من قانون الطفل المصري على أنه: للطفل المعاق الحق في التمتع برعاية خاصة اجتماعية، وصحية، ونفسية، وكفل له القانون ما يضمن ذلك، كما تكفلت الدولة بحمايته من كل إهمال يضر بصحته أو نموه العقلي والبدني والروحي والاجتماعي[(٤)].

(١) أخرجه ابن ماجه في سننه، ٣/ ٥٧٩، أبواب: الحدود، باب: الستر على المؤمن ودفع الحدود بالشبهات، حديث رقم (٢٥٤٤)، قال الشيخ شعيب الأرناؤوط: إسناده صحيح. (سنن ابن ماجه، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، ٣/ ٥٧٩).

(٢) قانون الطفل المصري رقم (١٢) لسنة ١٩٩٦م، والمعدل بالقانون رقم (١٢٦) لسنة ٢٠٠٨م، المادة رقم (٧٥).

(٣) الحماية الجنائية لحقوق الطفل في القانون الدولي، رسالة دكتوراه للباحث: عبد البر أحمد مصطفى فضل، ص٣٣٩، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، ١٤٣٧هـ- ٢٠١٦م.

(٤) قانون الطفل المصري رقم (١٢) لسنة ١٩٩٦م، والمعدل بالقانون رقم (١٢٦) لسنة ٢٠٠٨م، المواد (٧٧: ٨٦).

٦- انتهاك الخصوصية، واستغلال الآخرين دون إذنهم:

كأن ينطوي الإعلان على: تصوير بعض الأشخاص من المحتاجين في مسكنهم الخاص، أو تسجيل بعض المشاهد معهم دون إذنهم أو معرفتهم؛ لإظهار بؤسهم، ومدى احتياجهم، أو استخدام التسجيلات والمستندات التي لدى الجمعية الخيرية، والخاصة بالمتبرعين أو المستحقين، وإذاعتها دون إذنهم، أو إذاعة اسم المتبرع، أو قيمة المبلغ الذي تبرع به، أو إذاعة تسجيل للمتبرع بدون إذنه؛ واتخاذ هذه الصور والمشاهد والتسجيلات مادة إعلانية لأنشطة الجمعية، دون إذن منهم، أو احترام لمشاعرهم، مما قد ينطوي على ضرر للمتبرعين، وامتهان لسمعة المستفيدين، وإلحاق الضرر المعنوي بهم وبذويهم[١].

ولا شك أن انتهاج هذا النهج في إعلانات الجمعيات الخيرية يخالف ما أمرت به الشريعة الإسلامية من حرمة الحياة الخاصة، واحترام البيوت، وعدم انتهاك حرمتها، أو التجسس على أصحابها، أو كشف أسرارهم، وإظهار ما خفي من حياتهم الشخصية[٢]، وقد كثرت النصوص القرآنية والأحاديث النبوية الدالة على حرمة التحسس والتجسس واتباع العورات[٣]؛ حماية لكرامة الإنسان، وسترًا لعورته، وحفاظًا على أسراره الخاصة التي يرغب في عدم إطلاع غيره عليها[٤].

إن إقدام الجمعيات الخيرية على انتهاك خصوصية الآخرين من خلال إعلاناتها يجعلها مسؤولة عن هذا التعدي؛ لتعسفها في استعمال حقها على نحو يؤدي إلى الإضرار بهم، فهذا التعسف يوقعها تحت طائلة القانون الذي حفظ للناس

(١) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، ص١٨٣.

(٢) ضمانات حرمة الحياة الخاصة في الإسلام، د. حسني الجندي، ص١٦٦، دار النهضة العربية-القاهرة، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ- ١٩٩٣م.

(٣) يستدل لذلك بعدة أدلة، منها: قول الله عَزَّوَجَلَّ: ﴿ **وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا** ﴾، وقوله صَلَّىٱللَّهُعَلَيْهِوَسَلَّمَ: ((**إياكم والظن، فإن الظن أكذب الحديث، ولا تحسسوا، ولا تجسسوا، ولا تحاسدوا، ولا تدابروا، ولا تباغضوا، وكونوا عباد الله إخوانا**)). صحيح البخاري، ٨/ ١٩.

(٤) السلطة والحرية في النظام الإسلامي دراسة مقارنة، صبحي عبده سعيد، ١١٨ : ١٢٣، ط. دار الفكر العربي، ١٩٨٢م؛ حماية الحق في الحياة الخاصة في ضوء حقوق الإنسان والمسؤولية المدنية، د. عصام أحمد البهجي، ص٢٢٥، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٥م.

خصوصياتهم، ومنع من انتهاكها أو الاعتداء عليها، فقد نص القانون على معاقبة كل من اعتدى على حرمة الحياة الخاصة للمواطن، بالحبس مدة لا تزيد على سنة[1]. كما نص القانون على عدم جواز استخدام الصور دون إذن أصحابها، جاء في المادة رقم (١٧٨) من القانون رقم (٨٢) لسنة ٢٠٠٢م الخاص بحماية حقوق الملكية الفكرية: «لا يجوز نشر صور شخص دون إذنه»[2].

ولما كانت الجمعيات الخيرية أشخاصًا اعتباريين، لها وجود قانوني مستقل عن أعضائها ومؤسسيها، فإن القانون يُلزمها ببيان صفتها في الخصومة، وكذلك في التصرفات التي تبرمها مع الآخرين.

وقد اشترط القانون لإنشاء الجمعيات الخيرية أن تحرص على أن يأتي تأسيسها وتسييرها وإرادتها وأدائها لأنشطتها، وتحقيق أغراضها مطابقًا لنصوص القانون، ولم تغفل التشريعات عن أن بعض تلك المؤسسات قد يتم تأسيسها أو تؤدي نشاطًا أو تحقق أغراضًا تخالف القانون، ولذلك تواجه مثل هذه المخالفات بمجموعة من الجزاءات والتدابير.

وهذه الجزاءات متنوعة، وتنحصر في: حل الجمعية، وبطلانها، ووقف النشاط المخالف، وإزالة سبب المخالفة، وعزل مجلس الإدارة، وحظر مواصلة النشاط أو التصرف في الأموال، ومنع الترشح، وإغلاق مقر المؤسسة، علاوة عن العقوبات الجنائية، كالحبس والغرامة، مع الوضع في الاعتبار عدم الإخلال بتوقيع أية عقوبة أشد ينص عليها في القانون[3].

(١) ينظر: المادة رقم (٣٠٩) من قانون العقوبات المصري.

(٢) الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة في مواجهة الصحافة، محمد محمد الشهاوي، ص١٣، ط. دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، ٢٠٠١م.

(٣) المسؤولية الجنائية للجمعيات غير المشروعة في القانون المصري والفرنسي والقطري، عبد الله يوسف مال الله المال، ص١٢٩، الناشر: جامعة حلوان ٢٠٠٢م.

وقد نص الدستور المصري الصادر في ١٩ إبريل سنة ١٩٣٢م، في المادة رقم (١١) منه على أنه: «لا يجوز إفشاء أسرار الخطابات والتليغرافات والمراسلات التليفونية إلا في الأحوال المبينة في القانون»[١].

أما إذا تم الحصول على إذن من الشخص الذي تم استغلال صورته أو اسمه أو تسجيل له، أو نحو ذلك، أصبح النشر مباحًا؛ لافتقاده صفة التعدي، بشرط أهليته للإذن، وتوفر بقية ضوابط الإعلان[٢].

(١) الحق في الخصوصية، ومسؤولية الصحفي في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية والقانون المدني، د. عماد حمدي حجازي، ص١٧٥، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية- ٢٠٠٨م.

(٢) إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، ص١٩٠. بتصرف كبير.

الخاتمة

نسأل الله تعالى حسنها

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين، سيدنا محمد صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وعلى آله وصحبه ومن سار على نهجه واستن بسنته إلى يوم الدين، وبعد:

فقد وقفت -بفضل الله وعونه- في ثنايا البحث على فوائد جمة، أرى لزامًا عليَّ تتميمًا للفائدة، وتذكيرًا بجوهر الموضوع ولُبِّه، أن أذكر أهمها، ثم أذكر بعدها التوصيات، وذلك على النحو الآتي:

أولًا: نتائج البحث:

١- الجمعيات الخيرية عبارة عن: مجموعة من الأفراد الذين ينشطون فيما بينهم؛ للقيام بتقديم مساعدات وخدمات مختلفة؛ بهدف مساعدة المجتمع، ورفع الحرج عن كاهله، والعمل على رُقيه وتقدمه، لا يبتغون من وراء ذلك ربحًا ماديًّا.

٢- تكييف العلاقة بين الجمعية الخيرية والوكالة الإعلانية على أنها عقد مقاولة هو الأقوى من بين الآراء في المسألة؛ باعتباره الأقرب إلى طبيعة الإعلان، كما أنه عقد مستقل أصيل وليس تابعًا لغيره، ولاشتمال هذا العقد على سائر محاور وخطوات الإعلان تصميمًا، ونشرًا، وتوزيعًا.

٣- الهدف من إنشاء الجمعيات الخيرية مشروع، والإعلان عنها والتعريف بها من خلال الإعلانات أمر جائز ومشروع أيضًا، بل قد يصل إلى حد الاستحباب والندب، بشرط الالتزام بالضوابط الشرعية والقانونية، وعدم مخالفتها.

٤- إذا لم تكن هناك حاجة فعلية للإعلان، وأنه لا ثمرة من ورائه، أو ستؤثر تكاليفه على المصارف الأصلية للزكاة، بحيث تؤدي إلى إهلاك الأموال في الوسائل دون الغايات، فإنه لا يجوز إنفاق شيء من أموال الزكاة على هذه الإعلانات؛ لما يترتب على هذا الإنفاق من الإضرار بالمستحقين للزكاة.

٥- لا مانع شرعًا من إقدام الجمعيات الخيرية على توثيق أنشطتها متى كان في هذا التوثيق مصلحة مرجوة؛ كمحاولة نقل الواقع الفعلي لتحريك إيمان الناس، وحثهم على البذل والتضحية، وغير ذلك من الأمور، مع خلو هذا التوثيق من المفاسد التي قد تلحق به.

٦- قد توجد مخالفات تُمثل انحرافًا في الإعلان لأنشطة الجمعية الخيرية، وخروجًا على الضوابط الشرعية والقانونية للإعلان عامة، والإعلان الخيري على وجه الخصوص، وهذا يُعد تعسفًا منها في استعمال حقها في الإعلان عن أنشطتها، تأثم عليه شرعًا، وتعاقب عليه قانونًا.

ثانيًا: التوصيات:

١- أقترح على الجمعيات الخيرية ضرورة التواصل الدؤوب بالجهات الإعلامية المختلفة، وتوثيق الصلة بكافة الصحف والمجلات والقنوات الإلكترونية، والقنوات الفضائية، والإذاعات؛ إذ هي الطريق الأمثل الذي تدلف منه لكسب تأييد المجتمع بكافة أطيافه وتوجهاته، ولما يعود بالنفع على تلك الجمعيات، ويطور من أدائها، ويوسع من نشاطها.

٢- أوصي بضرورة وجود لجنة رقابية من الدولة، يختلف عملها عن بقية اللجان التي تراقب عمل الجمعيات الخيرية، تقتصر مهمتها على مراقبة إعلانات الجمعيات والمؤسسات الخيرية، وتحديد حجم الأموال المُنفقة عليها، والأموال الواردة إلى الجمعيات من وراء تلك الإعلانات.

٣- أوصي الجمعيات المعلنة، ووكالات الإعلان، والشركات والوسائل الإعلانية الالتزام بالضوابط والقيود الشرعية المعتبرة في الإعلانات عامة، وإعلانات الخير خاصة، وعلى الجهات المختصة إلزامهم بها، ومعاقبة المخالف بعقوبات رادعة.

والحمد لله أولًا وآخرًا

المصادر والمراجع

- أحكام إدارة الجمعيات الخيرية لأموال الزكاة دراسة فقهية تطبيقية، عبد الله بن محمد السالم، دار كنوز إشبيليا للنشر والتوزيع، السعودية، الطبعة الأولى، ١٤٣٥هـ- ٢٠١٤م.
- الأحكام الفقهية للمؤسسات الخيرية، فيصل السحيباني، بتصرف، رسالة دكتوراه- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- الرياض.
- إدارة المؤسسات الاجتماعية أسسها ومفاهيمها، صلاح الدين جوهر، مكتبة جامعة عين شمس، ١٩٧٦م.
- إساءة استخدام المؤسسات الخيرية لنشاطها في مجال الإعلان وانتهاك الخصوصية، محمد عبد الكريم عبد المطلب، رسالة ماجستير بكلية الشريعة والقانون بالقاهرة- جامعة الأزهر، ١٤٤٠هـ- ٢٠١٩م.
- أسنى المطالب في شرح روض الطالب، زكريا بن محمد بن زكريا الأنصاري، زين الدين أبو يحيى السنيكي، الناشر: دار الكتاب الإسلامي، بدون طبعة وبدون تاريخ.
- الإعلام الإسلامي، د. محمد البر، بحث منشور بمجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية بأم درمان، العدد العاشر.
- إعلام الموقعين عن رب العالمين، محمد بن أبي بكر بن أيوب بن سعد شمس الدين ابن قيم الجوزية، تحقيق: محمد عبد السلام إبراهيم، الناشر: دار الكتب العلمية- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١١هـ- ١٩٩١م.
- الإعلام وسيلة لتعزيز العلاقة بين الجهات الخيرية والمجتمع، د. ماجد الماجد، ضمن أبحاث اللقاء السنوي السادس للجهات الخيرية الذي نظمته جمعية البر بالمنطقة الشرقية، المملكة العربية السعودية، ١٤٢٦هـ.
- الأعلام، خير الدين بن محمود الزركلي الدمشقي، الناشر: دار العلم للملايين، الطبعة الخامسة عشرة- أيار/ مايو ٢٠٠٢م.
- الإعلان الصحفي، جمعة عبد الفتاح أبو العينين، بحث منشور بكلية الآداب- قسم الصحافة والإعلام- الجامعة الإسلامية، ٢٠١٧م.

- الإعلان من منظور إسلامي، د. أحمد عيساوي، ضمن مطبوعات وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية بدولة قطر، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ- ١٩٩٩م.
- الإعلان، أحمد عادل راشد، دار النهضة العربية- بيروت، لبنان، ١٩٨١م.
- الإعلانات التجارية أحكامها وضوابطها في الفقه الإسلامي، د. عبد المجيد الصلاحين، بحث منشور بمجلة الشريعة والقانون- الجامعة الأردنية، العدد الحادي والعشرون، ربيع الآخر ١٤٢٥هـ- ٢٠٠٤م.
- الإعلانات التجارية مفهومها وأحكامها في الفقه الإسلامي، علي عبد الكريم المناصير، كلية الدراسات العليا- الجامعة الأردنية، ٢٠٠٧م.
- إعلانات المنظمات الخيرية، أحمد فتحي النجار، بحث منشور على شبكة الألوكة ١٤٣٧هـ- ٢٠١٦م.
- أفضل الممارسات العملية الصادرة عن مجموعة العمل المالي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من أجل مكافحة غسيل الأموال وتمويل الإرهاب حول موضوع: «الجمعيات الخيرية».
- الإنصاف في معرفة الراجح من الخلاف، علاء الدين أبو الحسن علي بن سليمان بن أحمد المرداوي، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي- عبد الفتاح محمد الحلو، الناشر: هجر للطباعة والنشر، القاهرة- الطبعة الأولى، ١٤١٥هـ- ١٩٩٥م.
- البحر الرائق شرح كنز الدقائق، زين الدين بن إبراهيم بن محمد، المعروف بابن نجيم المصري، الناشر: دار الكتاب الإسلامي، الطبعة الثانية- بدون تاريخ.
- البداية والنهاية، لابن كثير، تحقيق: عبد الله بن عبد المحسن التركي، الناشر: دار هجر، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ- ١٩٩٧م.
- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، علاء الدين، أبو بكر الكاساني، دار الكتب العلمية، الطبعة الثانية، ١٤٠٦هـ- ١٩٨٦م.
- البدر الطالع بمحاسن من بعد القرن السابع، محمد بن علي بن محمد بن عبد الله الشوكاني اليمني، الناشر: دار المعرفة- بيروت، بدون تاريخ.

- البرهان في علوم القرآن، أبو عبد الله بدر الدين محمد بن عبد الله بن بهادر الزركشي، تحقيق: محمد أبو الفضل إبراهيم، الناشر: دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركاؤه، الطبعة الأولى، ١٣٧٦هـ- ١٩٥٧م.
- البلغة في تراجم أئمة النحو واللغة، مجد الدين أبو طاهر محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، الناشر: دار سعد الدين للطباعة، الطبعة الأولى، ١٤٢١هـ- ٢٠٠٠م.
- التاج والإكليل، محمد بن يوسف المواق، دار الكتب العلمية، ١٤١٦هـ- ١٩٩٤م.
- تاريخ الإسلام وَوَفيات المشاهير والأعلام، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن قَايْماز الذهبي، تحقيق: الدكتور بشار عوّاد معروف، الناشر: دار الغرب الإسلامي، الطبعة: الأولى، ٢٠٠٣م.
- التحرير والتنوير، محمد الطاهر بن عاشور التونسي، الناشر: الدار التونسية للنشر- تونس، سنة النشر: ١٩٨٤هـ.
- تحفة الفقهاء، محمد بن أحمد بن أبي أحمد، أبو بكر علاء الدين السمرقندي، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، الطبعة الثانية، ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م.
- تصور مقترح لتفعيل دور الجمعيات الأهلية العصرية في مجال تأهيل المعوقين حركيًّا في ضوء خبرات بعض الدول، عزة نادي عبد الظاهر، مذكرة ماجستير، قسم التربية المقارنة-كلية التربية، جامعة الفيوم- مصر، ٢٠١٢م.
- تطبيقات القواعد والضوابط الفقهية على أحكام العمل الخيري، محمد بن مطلق الرميح، رسالة جامعية بكلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة أم القرى- المملكة العربية السعودية، الرقم الجامعي (٤٣٣٧٠٠٨٤).
- التعليل المقاصدي لفريضة الزكاة، د. توفيق عبد الرحمن سالم، بحث مقدم للمؤتمر الدولي السابع لمركز لندن للبحوث والدراسات والاستشارات الاجتماعية، تحت عنوان: نحو تفعيل الدور الحضاري لفريضة الزكاة في واقع المجتمعات المعاصرة- البحرين ٢٠١٩م.

- تفسير الطبري= جامع البيان عن تأويل آي القرآن، محمد بن جرير، أبو جعفر الطبري، تحقيق: الدكتور عبد الله بن عبد المحسن التركي، الناشر: دار هجر للطباعة والنشر والتوزيع والإعلان، الطبعة الأولى، ١٤٢٢هـ- ٢٠٠١م.
- تفسير القرآن العظيم، أبو الفداء إسماعيل بن عمر بن كثير الدمشقي، تحقيق: محمد حسين شمس الدين، الناشر: دار الكتب العلمية- بيروت، الطبعة الأولى- ١٤١٩هـ.
- تنمية الموارد البشرية والقدرات التنظيمية للجمعيات الأهلية العربية دراسة لواقع ومستقبل تدريب الجمعيات في العالم العربي، أماني قنديل، مركز الدراسات والمعلومات القانونية لحقوق الإنسان- القاهرة، ١٩٩١م.
- تهذيب اللغة، محمد بن أحمد بن الأزهري الهروي، أبو منصور، المحقق: محمد عوض مرعب، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، الطبعة الأولى، ٢٠٠١م.
- التهذيب في فقه الإمام الشافعي، الحسين بن مسعود بن الفراء البغوي، المحقق: عادل أحمد عبد الموجود، علي محمد معوض، دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ- ١٩٩٧م.
- توصيات المؤتمر العالمي السابع للزكاة، المنعقد في دولة الكويت، في الفترة من ربيع الأول ١٤٢٨هـ.
- الجامع في أصول الربا، د. رفيق يونس المصري، دار القلم - دمشق، الطبعة الثالثة، ٢٠٠١م.
- الجامع لأحكام القرآن، تفسير القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر، شمس الدين القرطبي، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، الناشر: دار الكتب المصرية- القاهرة، الطبعة الثانية، ١٣٨٤هـ- ١٩٦٤م.
- الجمعيات الخيرية وسبل تطويرها (الموارد والأهداف)، للباحثة: رحمة بامحمد، بحث منشور في مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد (٧)، العدد (٤) لسنة ٢٠١٨م.

- حاشية الدسوقي على الشرح الكبير، محمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي المالكي، الناشر: دار الفكر، بدون طبعة وبدون تاريخ.
- الحاوي الكبير في فقه مذهب الإمام الشافعي، أبو الحسن علي بن محمد بن محمد، الشهير بالماوردي، المحقق: الشيخ علي محمد معوض- الشيخ عادل أحمد عبد الموجود، الناشر: دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، الطبعة الأولى، ١٤١٩هـ- ١٩٩٩م.
- الحق في الخصوصية، ومسؤولية الصحفي في ضوء أحكام الشريعة الإسلامية والقانون المدني، د. عماد حمدي حجازي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية- ٢٠٠٨م.
- الحقوق المدنية والسياسية في التشريع المصري، عبد الله خليل، مركز دراسات الوحدة العربية- لبنان، ٢٠٠٠م.
- الحماية الجنائية لحرمة الحياة الخاصة في مواجهة الصحافة، محمد محمد الشهاوي، ط. دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، ٢٠٠١م.
- الحماية الجنائية لحقوق الطفل في القانون الدولي، رسالة دكتوراه للباحث: عبد البر أحمد مصطفى فضل، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، ١٤٣٧هـ- ٢٠١٦م.
- حماية الحق في الحياة الخاصة في ضوء حقوق الإنسان والمسؤولية المدنية، د. عصام أحمد البهجي، دار الجامعة الجديدة للنشر، ٢٠٠٥م.
- دور المؤسسات الخيرية في التنمية الاجتماعية، مؤسسة الشيخ زايد للأعمال الخيرية والإنسانية نموذجًا، حنين ديه، مذكرة ضمن متطلبات الحصول على الماستر في العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر، ٢٠١٤- ٢٠١٥م.
- ذيل طبقات الحنابلة، زين الدين عبد الرحمن بن أحمد بن رجب الحنبلي، تحقيق: د. عبد الرحمن بن سليمان العثيمين، الناشر: مكتبة العبيكان- الرياض، الطبعة الأولى، ١٤٢٥هـ- ٢٠٠٥م.
- رد المحتار على الدر المختار= حاشية ابن عابدين، علاء الدين محمد أمين بن عمر، المعروف بابن عابدين، الناشر: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، بدون تاريخ.

- الروض المربع بشرح زاد المستقنع مختصر المقنع، منصور بن يونس البهوتي، تحقيق: د. خالد بن علي المشيقح، د. عبد العزيز بن عدنان العيدان، د. أنس بن عادل اليتامى، الناشر: دار الركائز للنشر والتوزيع- الكويت، الطبعة الأولى، ١٤٣٨هـ.
- روضة الطالبين وعمدة المفتين، محيي الدين يحيى بن شرف النووي، تحقيق: زهير الشاويش، المكتب الإسلامي، بيروت- دمشق- عمان، الطبعة الثالثة، ١٤١٢هـ- ١٩٩١م.
- السلطة والحرية في النظام الإسلامي دراسة مقارنة، صبحي عبده سعيد، ط. دار الفكر العربي، ١٩٨٢م.
- سنن ابن ماجه، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، تحقيق: شعيب الأرنؤوط، وآخرين، الناشر: دار الرسالة العالمية، الطبعة الأولى، ١٤٣٠هـ- ٢٠٠٩م.
- سنن أبي داود، سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السِّجِسْتاني، المحقق: محمد محيي الدين عبد الحميد، الناشر: المكتبة العصرية، صيدا- بيروت، بدون طبع.
- سير أعلام النبلاء، شمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قَايْماز الذهبي، الناشر: دار الحديث- القاهرة، الطبعة: ١٤٢٧هـ- ٢٠٠٦م.
- شذرات الذهب في أخبار من ذهب، عبد الحي بن أحمد بن العماد العَكري الحنبلي، أبو الفلاح، تحقيق: محمود الأرناؤوط، الناشر: دار ابن كثير، دمشق- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٦هـ- ١٩٨٦م.
- شرح القواعد الفقهية، أحمد محمد الزرقا، الناشر: دار القلم- دمشق، سوريا، الطبعة الثانية، ١٤٠٩هـ- ١٩٨٩م.
- شرح صحيح البخاري، ابن بطال، أبو الحسن علي بن خلف بن عبد الملك، تحقيق: أبي تميم ياسر بن إبراهيم، دار النشر: مكتبة الرشد- السعودية، الرياض، الطبعة: الثانية، ١٤٢٣هـ- ٢٠٠٣م.
- شمس العلوم ودواء كلام العرب من الكلوم، نشوان بن سعيد الحميرى اليمني، المحقق: د حسين بن عبد الله العمري، ومطهر بن علي الإرياني، د. يوسف

محمد عبد الله، الناشر: دار الفكر المعاصر (بيروت- لبنان)، دار الفكر (دمشق- سورية)، الطبعة الأولى، ١٤٢٠هـ- ١٩٩٩م.

- الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية، أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، الناشر: دار العلم للملايين- بيروت، الطبعة الرابعة، ١٤٠٧هـ- ١٩٨٧م.

- ضمانات حرمة الحياة الخاصة في الإسلام، د. حسني الجندي، دار النهضة العربية-القاهرة، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ- ١٩٩٣م.

- طبقات الشافعية، لتقي الدين ابن قاضي شهبة، تحقيق: د. الحافظ عبد العليم خان، دار النشر: عالم الكتب- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤٠٧هـ.

- العقود المركبة في الفقه الإسلامي، د. نزيه حماد، دار القلم- دمشق، الطبعة الأولى، ١٤٢٦هـ- ٢٠٠٥م.

- عمدة القاري شرح صحيح البخاري، أبو محمد محمود بن أحمد بن موسى الغيتابي الحنفي، بدر الدين العيني، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، بدون تاريخ.

- العمل الخيري وأثره في الاستقرار، د. نصر سليمان، د. سعاد سطحي، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية- قسنطينة- الجزائر.

- الفروق= أنوار البروق في أنواء الفروق، أبو العباس شهاب الدين أحمد بن إدريس بن عبد الرحمن المالكي، الشهير بالقرافي، الناشر: عالم الكتب، بدون طبعة وتاريخ.

- الفواكه الدواني على رسالة ابن أبي زيد القيرواني، أحمد بن غانم، شهاب الدين النفراوي الأزهري المالكي، الناشر: دار الفكر، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤١٥هـ- ١٩٩٥م.

- الفوائد في اختصار المقاصد، أبو محمد عز الدين بن عبد السلام، الملقب بسلطان العلماء، تحقيق: إياد خالد الطباع، الناشر: دار الفكر المعاصر، دار الفكر- دمشق، الطبعة الأولى، ١٤١٦هـ.

- قانون تنظيم ممارسة العمل الأهلي رقم ١٤٩ لسنة ٢٠١٩م.

- قرار شراء المنتوج الجديد بين تأثير الإعلان والعلامة التجارية، أزمور رشيد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير من كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، ٢٠١١م.
- القواعد التنفيذية للائحة الجمعيات والمؤسسات الخيرية بالمملكة العربية السعودية الصادرة بقرار مجلس الوزراء رقم ١٠٧ في ٢٥/ ٦/ ١٤١٠هـ.
- القواعد الفقهية وتطبيقاتها في المذاهب الأربعة، د. محمد مصطفى الزحيلي، الناشر: دار الفكر- دمشق، الطبعة الأولى، ١٤٢٧هـ- ٢٠٠٦م.
- القواعد والضوابط الفقهية في الأعمال الخيرية والوقفية، د. عيسى القدومي، جامعة أم القرى. (ورقة عمل).
- كشاف القناع عن متن الإقناع، منصور بن يونس البهوتي الحنبلي، الناشر: دار الكتب العلمية، بدون تاريخ.
- لسان العرب، محمد بن منظور، الناشر: دار صادر- بيروت، الطبعة الثالثة، ١٤١٤هـ.
- المبسوط، محمد بن أحمد بن أبي سهل شمس الأئمة السرخسي، الناشر: دار المعرفة- بيروت، الطبعة: بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٤١٤هـ- ١٩٩٣م.
- محاسن التأويل، محمد جمال الدين القاسمي، تحقيق: محمد باسل عيون السود، الناشر: دار الكتب العلمية- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٨هـ.
- محاضرات في هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، عبد السلام أبو قحف، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى، ١٩٩٦م.
- المحيط البرهاني في الفقه النعماني، برهان الدين محمود بن مَازَةَ، المحقق: عبد الكريم الجندي، دار الكتب العلمية، بيروت- لبنان، الطبعة الأولى، ١٤٢٤هـ- ٢٠٠٤م.
- المخصص، أبو الحسن علي بن إسماعيل بن سيده، المحقق: خليل إبراهيم جفال، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٧هـ- ١٩٩٦م.

- المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ= صحيح مسلم، مسلم بن الحجاج النيسابوري، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، الناشر: دار إحياء التراث العربي- بيروت، بدون تاريخ.

- المسؤولية الجنائية للجمعيات غير المشروعة في القانون المصري والفرنسي والقطري، عبد الله يوسف مال الله المال، الناشر: جامعة حلوان ٢٠٠٢م.

- المشاركة الشعبية ودورها في تعاظم أهداف خطط التنمية المعاصرة المحلية الريفية والحضرية، معهد التخطيط القومي، أبريل، ٢٠٠٢م.

- المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، أحمد بن محمد بن علي الفيومي الحموي، الناشر: المكتبة العلمية- بيروت، بدون تاريخ.

- مصرف العاملين عليها، د. وهبة الزحيلي، ضمن أبحاث الندوة الرابعة لقضايا الزكاة المعاصرة المنعقدة في البحرين ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م.

- المعاملات المالية المعاصرة في الفكر الاقتصادي الإسلامي، ياسر بن طه كراوية، بحث منشور على الشبكة العنكبوتية.

- معجم اللغة العربية المعاصرة، د. أحمد مختار عبد الحميد عمر، بمساعدة فريق عمل، الناشر: عالم الكتب، الطبعة الأولى، ١٤٢٩هـ- ٢٠٠٨م.

- معجم مصطلحات الاقتصاد والمال، نبيه غطاس، الناشر: مكتبة لبنان، ١٩٨٠م.

- معجم مقاييس اللغة، أحمد بن فارس بن زكرياء القزويني الرازي، الناشر: دار الفكر، ١٣٩٩هـ- ١٩٧٩م.

- مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج، شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي، الناشر: دار الكتب العلمية، الطبعة الأولى، ١٤١٥هـ- ١٩٩٤م.

- المغني، أبو محمد موفق الدين بن قدامة المقدسي، مكتبة القاهرة، بدون طبعة، تاريخ النشر: ١٣٨٨هـ- ١٩٦٨م.

- المفاتيح في شرح المصابيح، الحسين بن محمود بن الحسن، مظهر الدين الزيداني المُظْهِري، الناشر: دار النوادر، من إصدارات إدارة الثقافة الإسلامية- وزارة الأوقاف الكويتية، الطبعة الأولى، ١٤٣٣هـ- ٢٠١٢م.

- المفردات في غريب القرآن، أبو القاسم الحسين بن محمد، المعروف بالراغب الأصفهاني، المحقق: صفوان عدنان الداودي، الناشر: دار القلم، الدار الشامية- دمشق- بيروت، الطبعة الأولى، ١٤١٢هـ.

- الموافقات، إبراهيم بن موسى بن محمد اللخمي الغرناطي، الشهير بالشاطبي، تحقيق: أبي عبيدة مشهور بن حسن آل سلمان، الناشر: دار ابن عفان، الطبعة الأولى، ١٤١٧هـ- ١٩٩٧م.

- النجم الوهاج في شرح المنهاج، كمال الدين محمد بن موسى بن عيسى بن علي الدميري، الناشر: دار المنهاج (جدة)، الطبعة الأولى، ١٤٢٥هـ- ٢٠٠٤م.

- نحو معيار موحد لإدارة جهود المتطوعين، سعيد بن دخيل، وخالد الشملان، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثالث عشر للجمعيات الخيرية بدولة الإمارات، ١٤٣٦هـ.

- نطاق مسؤولية مقاول البناء من الباطن تجاه المقاول الأصلي من حيث الأعمال في القانون المدني والفقه الإسلامي، د. محمد رأفت محمد.

- نظم العقيان في أعيان الأعيان، عبد الرحمن بن أبي بكر، جلال الدين السيوطي، المحقق: فيليب حتي، الناشر: المكتبة العلمية- بيروت.

- نوازل الزكاة دراسة فقهية تأصيلية لمستجدات الزكاة، عبد الله بن منصور العقيلي، من إصدارات وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية- قطر، الطبعة الأولى، ١٤٣٠هـ- ٢٠٠٩م.

- والي إدارة أموال الزكاة، د. عمر الأشقر، ضمن أبحاث الندوة الرابعة لقضايا الزكاة المعاصرة المنعقدة في البحرين، ١٤١٤هـ- ١٩٩٤م.

- الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، عبد الرزاق السنهوري، الناشر: منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت- لبنان، الطبعة الأولى، ٢٠٠٠م.

المحتويات

المقدمة ١٣٦
تمهيد ١٤٣
المطلب الأول: ماهية الجمعيات الخيرية، والألفاظ ذات الصلة بها..... ١٤٣
المطلب الثاني: ماهية الإعلان والألفاظ ذات الصلة به..... ١٤٧
المبحث الأول: سمات الجمعيات الخيرية وأهدافها..... ١٥٠
المطلب الأول: سمات الجمعيات الخيرية ١٥٠
المطلب الثاني: أهداف الجمعيات الخيرية..... ١٥٢
المبحث الثاني: أهمية الإعلان الخيري ووسائله..... ١٥٥
المطلب الأول: أهمية الإعلان الخيري ١٥٥
المطلب الثاني: وسائل الإعلان الخيري..... ١٥٧
المبحث الثالث: الأحكام الفقهية المتعلقة بإعلانات الجمعيات الخيرية... ١٥٩
المطلب الأول: التكييف الفقهي لإعلانات الجمعيات الخيرية ١٥٩
المطلب الثاني: مدى مشروعية إعلانات الجمعيات الخيرية وتوثيق أنشطتها ١٦٥
الفرع الأول: مشروعية الإعلان للجمعيات الخيرية..... ١٦٥
الفرع الثاني: حكم الإنفاق على إعلانات الجمعيات الخيرية من أموال الزكاة. ١٧٠
الفرع الثالث: حكم توثيق أنشطة الجمعيات الخيرية ١٨٤
المطلب الثالث: ضوابط إعلانات الجمعيات الخيرية ١٨٧
المطلب الرابع: تعسف الجمعيات الخيرية في الإعلان عن أنشطتها، والآثار المترتبة عليه ١٩١
الخاتمة..... ١٩٩
المصادر والمراجع..... ٢٠١