



جامعة آل البيت

كلية الدراسات الفقهية والقانونية
قسم الفقه وأصوله

رسالة ماجستير بعنوان:

الإعلان التجاري وأحكامه الفقهية. Commercial Advertisement And Its Jurisprudence Provisions.

إعداد الطالب:

بعمارة الحاج إبراهيم.

الرقم الجامعي: 0620104012.

إشراف الدكتور:

أحمد ياسين القرالة.

2009م

ملخص الرسالة.

الحمد لله رب العالمين وصلى الله على سيدنا محمد @ وعلى آله وصحبه وسلم تسليماً. يعد الإعلان التجاري في هذا العصر عصباً محركاً للاقتصاد، وأداة لإثارة الطلب لدى المستهلك ووسيلة للمنافسة، وهذه الدراسة تُعنى بهذا الموضوع من الناحية الفقهية، لذلك كانت إشكاليتهما الرئيسة البحث عن الأحكام الفقهية للإعلان التجاري، وتناول الدراسة نقطتين، الأولى دراسة الإعلان التجاري من الناحية التعاقدية، والثانية الأحكام الفقهية المتعلقة به وضوابطه، ولبيان هاتين النقطتين اشتملت الدراسة على ما يأتي:

المقدمة: واحتوت على أسباب اختيار الموضوع؛ وأدبيات الدراسة؛ وإشكاليتهما، وأهداف الدراسة ومنهجيتها.

الفصل التمهيدي: احتوى على أربعة مباحث:

المبحث الأول: مفهوم الإعلان التجاري.

المبحث الثاني: المصطلحات التي لها صلة بموضوع الدراسة.

المبحث الثالث: أهداف الإعلان التجاري ووظائفه.

المبحث الرابع: أطراف الإعلان، ومهام كل طرف.

الفصل الأول: مشروعية الإعلان التجاري وتكييفه الفقهية، وضم ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مشروعية الإعلان التجاري.

المبحث الثاني: التكييف الفقهية لعقد الإعلان التجاري والصور التي يرد عليها،

المبحث الثالث: أركان عقد الإعلان التجاري بصورتيه وأحكامه الفقهية.

الفصل الثاني: الأحكام الفقهية المتعلقة بالإعلان وضوابطه واشتمل على مبحثين.

المبحث الأول: الأحكام الفقهية المتعلقة بالرسالة الإعلانية وضوابطها.

المبحث الثاني: الضوابط التشريعية للإعلان التجاري بصفة عامة.

وقد اشتملت المباحث المذكورة على مطالب وفروع حسب طبيعة المسألة.

الخاتمة: تضمنت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة مع بعض التوصيات.

ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية.

Abstract

Commercial advertising nowadays is considered one of the fundamental elements of economy, a tool to encourage demand in the part of the consumer, and a way of competition. This study discusses this subject from the viewpoint of Fiqh; therefore its main issue is to seek the Fiqh's judgments concerning commercial advertisement.

The study discusses two points: the first is the study of this subject from the contractual viewpoint, and the second is its Fiqh judgments and regulations. In order to explain these two points, the study included the following:

Preface – Includes the reasons for choosing this subject, study morals, its problems, goals, and methodology.

Introduction: Includes four chapters:

First topic: The concept of commercial advertisement.

Second topic: The terms related to the subject-matter.

Third topic: The goals and roles of commercial advertisement.

Fourth topic: The parties of advertisement, and the task of each party.

First chapter: Legitimacy of commercial advertisement and its Fiqh conditioning. It included three topics:

+

First topic: Legitimacy of commercial advertisement.

Second topic: Fiqh conditioning of the commercial advertisement's contract with its features.

Third topic: Rules of concluding the commercial advertisement and its Fiqh judgments.

Second chapter: Fiqh judgments related to advertisement and its regulations. It consisted of two topics:

First topic: Fiqh judgments related to the advertisement and its regulations.

Second Topic: Legal regulations of commercial advertisement in general.

The mentioned topics included demands and branches according to the nature of the issue.

Conclusion: Most important results of the study have been included, as well as, some recommendations.