

**HABIBIA ISLAMICUS** (The International Journal of Arabic & Islamic Research) (Bi-Annual) Trilingual (Arabic, English, Urdu)  
ISSN:2664-4916 (P) 2664-4924 (E)  
Home Page: <http://habibiaislamicus.com>

Approved by HEC in Y Category

Indexing: IRI (AIOU), Australian Islamic Library, ARI, ISI, SIS, Euro pub.

PUBLISHER HABIBIA RESEARCH ACADEMY  
Project of JAMIA HABIBIA INTERNATIONAL,  
Reg. No: KAR No. 2287 Societies Registration  
Act XXI of 1860 Govt. of Sindh, Pakistan.  
Website: [www.habibia.edu.pk](http://www.habibia.edu.pk)

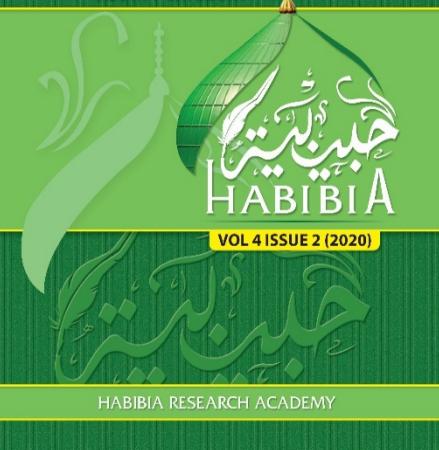
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).



## **HABIBIA ISLAMICUS**

The International Journal of  
Arabic and Islamic Research

RECOGNIZED BY  
HEC IN Y CATEGORY



### **TOPIC:**

### **JURISPRUDENTIAL REVIEW OF CONTESTS CONDUCTED TO PROMOTE A PRODUCT IN MARKETING**

مارکیٹنگ میں پروڈکٹ کی ترویج کے لئے مسابقوں کے انعقاد کا فقہی جائزہ

### **AUTHORS:**

1. Ata ur Rahman, Ph.D. Scholar, Department of Islamic Thought, History and Culture, Allama Iqbal Open University Islamabad. Email: : [ataurrahmanfida@gmail.com](mailto:ataurrahmanfida@gmail.com)  
Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-3193-8478>
2. Prof. Dr. Mohyuddin Hashmi, Chairman, Department of Islamic Thought, History and Culture, Allama Iqbal Open University, Islamabad Email: [mohyuddinh@gmail.com](mailto:mohyuddinh@gmail.com)

**HOW TO CITE:** ur Rahman, Ata, and Mohyuddin Hashmi. 2021. "URDU 7 JURISPRUDENTIAL REVIEW OF CONTESTS CONDUCTED TO PROMOTE A PRODUCT IN MARKETING: مارکیٹنگ میں پروڈکٹ کی ترویج کے لئے مسابقوں کے انعقاد کا فقہی جائزہ". *Habibia Islamicus (The International Journal of Arabic and Islamic Research)* 5 (2):95-107. <https://doi.org/10.47720/hi.2021.0502u07>.

URL: <http://habibiaislamicus.com/index.php/hirj/article/view/210>

Vol. 5, No.2 || April –June 2021 || P. 95-107

Published online: 2021-06-22

QR. Code



## JURISPRUDENTIAL REVIEW OF CONTESTS CONDUCTED TO PROMOTE A PRODUCT IN MARKETING

**مارکیٹ میں پروڈکٹ کی ترویج کے لئے مسابقوں کے انعقاد کا فقہی جائزہ**

*Ata ur Rahman, Mohyuddin Hashmi.*

### **ABSTRACT**

Promotional activities (e.g. advertising, promotional gifts, promotional contests) are the key roots of Marketing which play a vital role to create consumer awareness about the products and services available in the market and ultimately contribute to the economic progress and social development. Indeed, the principles about the promotional ethics in Islam are directly or indirectly explained in the old and new Islamic literature in scattered shape. The focus of this study is to gather and implement the Islamic point of view about the promotional ethics related to promotional contests by pointing out the unlawful promotion tactics with suitable recommendations based on fiqhī opinions.

**KEYWORDS:** Contests, Product, Marketing, Jurisprudential Review, Promotion.

کاروبار میں رونما ہونے والی تبلیغیں اور روزانہ وسائل ترقی نے اکثر کاروباری فرمز کو حساس بنادیا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ وہ مارکیٹ میں اپنی بقا اور ترقی کے حصول کے لیے نئے ترویجی طریقوں کو اپنارہ ہے ہیں۔ ان طریقوں میں ترویجادیے جانے والے تحائف، تشویر، ترویجی مسابقات، مختلف انواع ڈسکاؤنٹس، گارنٹی، دارنٹی، اشیاء کی واپسی یا تبادلہ کا اختیار وغیرہ شامل ہیں۔ ان طریقوں کا مطالعہ فن مارکیٹ کا ایک اہم حصہ بن گیا ہے۔ کاروبار کے فروع کے لیے بروئے کار لائے جانے والے مذکورہ طریقوں میں ترویجی مسابقوں کو پروڈکٹ کی فروخت بڑھانے کا سب سے نمایاں ذریعہ سمجھا جاتا ہے۔ اس لیے کہ یہ طریقہ صارفین پر زیادہ قوت کے ساتھ اثر انداز ہوتا ہے کیونکہ جیت کی لگن اور انعام کے حصول کے شوق میں وہ زیادہ شدت کے ساتھ ان مسابقوں میں شرکت پر آمادہ ہو جاتے ہیں۔ یہی وجہ ہے کہ ترویج کے اس طریقہ کا متنوع انواع و اقسام کے ساتھ کاروباری ادارے استعمال میں لاتے ہیں۔ ترویجی مسابقوں کی مارکیٹ میں رائج بعض صورتوں کا جواز شرعی نقطہ نظر سے محل نظر ہے۔ چنانچہ زیرِ نظر مضمون میں ترویجی مسابقوں کے ذریعے پروڈکٹ کی ترویج کے لیے استعمال ہونے والے طریقوں کو فقہی نقطہ نظر سے جانچا جائے گا۔ تاکہ اگر ان طریقوں میں کوئی قابل اعتراض پہلو نظر آئے تو اس کا جائزہ لیا جائے اور ممکنہ حد تک اس کا تبادل بھی پیش کیا جائے۔

### **ترویجی مسابقوں کی تعریف:**

**مسابقات کی لغوی تحریف:** مسابقات سب سے مفہومیت کے وزن پر مصادر ہے۔ لغت میں مادہ (سمین، باء اور قاف) آگے بڑھنے اور تقدم پر دلالت

کرتے ہیں<sup>(۱)</sup>۔ چنانچہ مسابقات سے مراد کسی کام میں آگے بڑھنا اور غلبہ حاصل کرنا ہے<sup>(۲)</sup>۔

**فقہاء کے نزدیک مسابقات کی اصطلاحی تعریف:** متفقہ میں فقہاء کرام نے مسابقات کی تعریف کے حوالے سے متنوع تعبیرات اختیار کی ہیں۔

چنانچہ ان میں سے بعض کے نزدیک مسابقه کسی اور سے پہلے انہیاء اور انجام تک پہنچنے کا نام ہے<sup>(3)</sup>۔ جب کہ بعض نے مسابقه کی یہ تعریف کی ہے کہ مسابقه مغالبہ (جانبین سے غالب آنے) کو کہتے ہیں<sup>(4)</sup>۔ اسی طرح بعض دیگر کے نزدیک مسابقه حیوان وغیرہ کے دوڑ کا نام ہے<sup>(5)</sup>۔ چنانچہ اگر ان تعریفات کا جائزہ لیا جائے تو یہ بات واضح ہوتی ہے فقہائے کرام نے مسابقه کی اصطلاحی تعریف میں لغوی معنی یعنی تقدم اور سبقت کو ملحوظ رکھا ہے۔ بعض معاصر فقہاء نے مسابقه کی یہ تعریف کی ہے کہ یہ مغالبہ کے ذریعے زیادہ ماہر کی پہچان کے لیے بالعوض یا بلاعوض کسی مشروع عمل کے قیام کا عقد ہے<sup>(6)</sup>۔ جب کہ دیگر کے نزدیک مسابقه دو یادو سے زیادہ افراد یا فریقیوں کے درمیان کسی عسکری، علمی یا فنی سرگرمی کے ذریعے جیتنے والے اور ہانے والے کی تعین کے لیے ایک عقد اور معاهدے کا نام ہے<sup>(7)</sup>۔ اگررض مسابقه کی مذکورہ بالا تعریفات کا تجزیہ درج ذیل نکات کی صورت میں کیا جاسکتا ہے:

- 1) مسابقه ایک عقد ہے جس کا مقصد کسی عسکری، علمی یا فنی میدان میں زیادہ ماہر کو نمایاں کرنا یا اس کی حوصلہ افزائی کرنا ہوتا ہے۔
  - 2) اس کا انعقاد بالعوض اور بلاعوض دونوں طرح سے کیا جاسکتا ہے بشرطیکہ جس عمل میں اس کی انجام دہی کی جاری ہو وہ عمل شرعاً جائز ہو۔
- ترویجی مسابقه کی تعریف:** مارکیٹنگ کے ماہرین کے نزدیک ترویجی مسابقه وہ مسابقه ہے جس کا انعقاد کاروباری ادارے کرتے ہیں تاکہ خریداروں کی توجہ متعین بازار یادوگان کی طرف مبذول کی جائے، مصنوعات کی تروتیج کی جائے یا موجودہ مصنوعات کے فروختگی کو بڑھاپر جائے۔<sup>(8)</sup>

### ترویجی مسابقوں کے بارے میں فتحی نقطہ نظر

مسابقات میں اصل: شرعی نقطہ نظر سے مسابقوں کو چار اقسام کی طرف تقسیم کیا جاسکتا ہے:

پہلی قسم: ان مسابقوں کی ہے جو علی الاطلاق جائز ہیں۔ چنانچہ بہت سارے اہل علم نے تیر اندازی، اونٹ یا گھوڑوڑ کے مسابقات کے جواز پر اجماع نقل کیا ہے<sup>(9)</sup> بشرطیکہ اس میں دیا جانے والا عوض انعام ایک جانب سے ہو یا جانبین سے ہو مگر مسابقه میں محل کو بھی داخل کر دیا گیا

ہو<sup>(10)</sup>۔ اس اجماع کی بنیاد رسول اللہ ﷺ کی حدیث ہے کہ مسابقه جائز نہیں ہے مگر اونٹ، تیر اور گھوڑے میں<sup>(11)</sup>۔

دوسری قسم: ان مسابقوں کی ہے جو علی الاطلاق ناجائز ہیں۔ چنانچہ اہل علم کا اس بات پر اتفاق ہے کہ مسابقه ہر اس چیز میں جائز نہیں ہے جو کہ

حرام میں داخل کردے یا کسی واجب کی ادائے گی سے غافل کر دے<sup>(12)</sup>۔ کیونکہ جو بھی اس نوعیت کی سرگرمی ہو وہ اللہ تعالیٰ کے اس قول

میں داخل ہے: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرَةُ التَّيِّسُرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾

<sup>(13)</sup> ﴿إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقَعَ بِيَنْكُمُ الْعَدَاةُ وَالْبُغْضَاءُ فِي الْحُمْرَةِ وَالْتَّيِّسِرِ وَيَصْدَدَ كُمْ عَنِ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهُلْ أَنْتُمْ مُمْتَهِنُونَ﴾

(ترجمہ: اے ایمان والو! شراب، جوا، بتوں کے تھان اور جوئے کے تیر یہ سب ناپاک شیطانی کام ہیں، لہذا ان سے بچو، تاکہ تمہیں فلاج حاصل ہو۔ شیطان تو یہی چاہتا ہے کہ شراب اور جوئے کے ذریعے تمہارے درمیان دشمنی اور بغض کے فیض ڈال دے، اور تمہیں اللہ کی یاد اور نماز سے روک دے۔ اب بتاؤ کہ کیا تم (ان چیزوں سے) باز آ جاؤ گے؟)

تیسرا قسم: ان امور میں بالغ عرض مسابقه ہے جن کے جواز کے بارے میں اگرچہ باقاعدہ نص موجود نہیں ہے مگر وہ منصوص امور کے معنی میں ہے۔ اس کی تفصیل یہ ہے کہ مسابقه کسی ایسے امر میں ہو رہا ہو جس سے جہاد کے لیے تیاری اور دین کی سربلندی میں مدد مل رہی ہو<sup>(14)</sup> اور اس نوعیت کے مسابقات کا وجود عہد نبوی ﷺ میں بھی رہا ہو۔ لیکن اس بارے میں شارع علیہ السلام کی طرف سے کوئی تصریح نہ آئی ہو۔ چنانچہ عوض دے کر ایسے مسابقوں میں شرکت کے بارے میں اہل علم کے دو قول ہیں:

پہلا قول یہ ہے کہ منصوص امور کے ہم معنی غیر منصوص امور میں منعقدہ مسابقات میں عوض دے کر شریک ہونا جائز نہیں ہے۔ یہ مالکیہ<sup>(15)</sup>، حنبلہ<sup>(16)</sup> اور ظاہریہ<sup>(17)</sup> کا مذہب ہے۔ یہی ایک قول شافعیہ کا بھی ہے۔<sup>(18)</sup>

دوسرا قول یہ ہے کہ منصوص امور کے ہم معنی غیر منصوص امور میں منعقدہ مسابقات کے لیے عوض دے کر شریک ہونا جائز ہے۔ یہ حفیہ اور شافعیہ<sup>(19)</sup> کا مذہب ہے۔ جب کہ یہی قول علامہ ابن تیمیہ<sup>(20)</sup> اور علامہ ابن القیم<sup>(21)</sup> نے بھی اختیار کیا ہے۔

قول اول کے دلائل: قول اول کے قائلین نے رسول اللہ ﷺ کے اسناد سے استدلال کیا ہے کہ مسابقه نہیں ہے مگر اونٹ، تیراونٹ گھوڑے میں<sup>(22)</sup>۔ اس حدیث سے اس طور پر استدلال کیا گیا ہے کہ رسول اللہ ﷺ نے عوض دے کر مسابقات میں شرکت کے جواز کو مذکورہ تین چیزوں میں محصور کر دیا ہے<sup>(23)</sup>۔ کیونکہ مذکورہ حدیث میں لانفی جنس اور لفظ الآیا ہے اور یہ دونوں حصر کے قوی صیغے ہیں<sup>(24)</sup>۔ چنانچہ اس سے پتہ چلا کہ مذکورہ تین چیزوں کے علاوہ عوض دے مسابقات میں شرکت جائز نہیں ہے۔ اس استدلال پر یہ اعتراض کیا گیا ہے کہ مذکورہ حدیث کا منشاء حصر نہیں ہے بلکہ تاکید ہے<sup>(25)</sup>۔ چنانچہ اس حدیث سے مراد یہ ہے کہ عوض دے کر مسابقات میں شرکت کے لائق مذکورہ تین امور ہیں اس لیے کہ ان امور میں مسابقه کامل منفعت اور عمومی مصلحت کا حامل ہے۔ اس اعتراض کا یہ جواب دیا گیا ہے کہ حدیث میں موجود نفی اور حصر کے معنی کو چھوڑ کر کمال کا معنی مراد لینا صحیح نہیں ہے۔ اس لیے کہ شارع کے کلام کو حتی الامکان حقیقت پر محمول کرنا واجب ہے۔ البتہ جب حقیقت پر محمول کرنا متعدد ہو تو تب مجاز کی طرف پھیرا جائے گا<sup>(26)</sup>۔ چنانچہ یہ حدیث بھی حصر اور نفی میں حقیقت ہے۔ لہذا پہلے یہی معنی مراد لیا جائے گا۔ البتہ اگر کوئی سبب ایسا ہوتا جس کی وجہ سے حقیقی معنی مراد نہیں لیا جاسکتا تو تب مجازی معنی یعنی ثبوت کمال پر محمول کر لیا جاتا۔ یہی جمہور اصولیں اور فقہاء کا مذہب ہے۔<sup>(27)</sup>

<sup>(28)</sup>

دوسرے قول کے دلائل: اس قول کے قائلین نے قیاس سے استدلال کیا ہے چنانچہ ان کے مطابق شارع علیہ السلام نے گھوڑا، اونٹ اور تیر میں عوض دے کر مسابقه میں شرکت اس لیے جائز قرار دی ہے کیونکہ مذکورہ چیزوں میں مسابقات دین کی تقویت، شریعت کی حفاظت اور اعلاءَ کلمۃ اللہ کا سبب بنتے ہیں<sup>(29)</sup>۔ چنانچہ جس چیز میں بھی یہ معنی موجود ہو گا وہ جواز کے حکم کے لحاظ سے حدیث میں مذکور اشیاء کے ساتھ ملحق ہو جائے گا۔ کیونکہ شریعت نہ تودہ مماثل امور کے درمیان حکم میں فرق کو روا رکھتا ہے اور نہ ہی دو تناقض امور کو ایک حکم میں جمع کرتا ہے<sup>(30)</sup>۔ اس استدلال پر یہ اعتراض کیا گیا ہے کہ یہ تو ان امور کو ایک حکم میں جمع کرنے ہے جن کے درمیان اللہ اور اس کے رسول ﷺ نے حکما اور حقیقتاً تفریق قائم کی ہے<sup>(31)</sup>۔ چنانچہ درج ذیل وجوہات کی بنیاد پر مذکورہ امور کو ایک حکم میں جمع نہیں کیا جا سکتا ہے: پہلی وجہ یہ ہے کہ رسول اللہ ﷺ نے عوض دے کر مسابقه کا قیام صرف تین چیزوں میں قائم کیا ہے جو کہ گھوڑے، اونٹ اور تیر ہے اور اس کے علاوہ میں نہیں کی ہے<sup>(32)</sup>۔ چنانچہ دونوں کو ایک قرار دینا جائز نہیں ہے۔ اس لیے کہ مذکورہ تین امور کے ذریعے مال کھانے کو دیگر تمام مسابقوں سے مستثنی قرار دیا گیا ہے<sup>(33)</sup>۔

دوسری وجہ یہ ہے کہ حدیث میں موجود تین اشیاء ایسے آلاتِ حرب ہیں جن کا عمومی استعمال جنگوں میں ہوتا ہے۔ بخلاف ان کے علاوہ دیگر اشیاء کے، اس لیے کہ وہ عادتاً جنگ میں استعمال نہیں ہوتی ہیں چنانچہ دونوں کو ایک دوسرے پر قیاس نہیں کیا جا سکتا ہے<sup>(34)</sup>۔ ترجیح: مسابقه دونوں اقوال کے دلائل کا اگر جائزہ لیا جائے تو یہ بات سامنے آتی ہے کہ بالعوض مسابقه میں شرکت کا جواز صرف مذکورہ تین منصوص اشیاء تک محصور ہے کیونکہ اس قول کے دلائل مضبوط ہیں اور اعتراضات سے محفوظ ہیں۔ جبکہ قول ثانی کے دلائل کمزور ہیں اور اعتراضات سے بھی غیر محفوظ ہیں۔ لیکن یہ ترجیح موجودہ زمانے میں موجود آلاتِ حرب میں بالعوض مسابقه کے اباحت کو منع نہیں کرتی ہے۔ اس لیے کہ مذکورہ اشیاء کے بارے میں نص اس لیے وارد ہوئی ہے کہ یہ اس زمانے میں آلاتِ حرب تھے۔

**چوتھی فہم:** ان مباح امور میں بالعوض مسابقه ہے جن کے جواز کے بارے میں نہ تو باقاعدہ نص موجود ہے اور نہ ہی وہ منصوص امور کے معنی میں ہے۔ چنانچہ اہل علم کا اس نوعیت کے مسابقه میں عوض دے کر شرکت کے جواز کے حوالے سے دو اقوال ہیں۔

پہلا قول یہ ہے کہ اس نوعیت کے مسابقه میں بالعوض شرکت مطلقاً ناجائز ہے۔ یہ قول حنفیہ<sup>(35)</sup>، مالکیہ<sup>(36)</sup>، شافعیہ<sup>(37)</sup>، حنبلہ<sup>(38)</sup> اور ظاہریہ<sup>(39)</sup> کا ہے۔

دوسراؤل یہ ہے کہ اس نوعیت کے مسابقه میں بالعوض شرکت کی جاسکتی ہے اس شرط کے ساتھ کہ وہ عوض کسی اجنبي کی طرف سے دیا جائے۔ یہ مالکیہ کا ایک قول ہے<sup>(40)</sup>۔ قول اول کے قائلین نے اپنے موقف پر درج ذیل دلائل سے استدلال کیا ہے: پہلی دلیل رسول

اللہ عزیز کا ارشاد مبارک ہے کہ مسابقه نہیں ہے مگر اونٹ، تیر اور گھوڑے میں۔ اس حدیث سے اس طور پر استدلال کیا گیا ہے کہ رسول اللہ عزیز نے بالوض مسابقه کی صرف تین چیزوں میں تصریح کی ہے جو کہ گھوڑا، اونٹ اور تیر ہے۔ چنانچہ یہ اس بات کی دلیل ہے کہ مذکورہ اشیاء کے علاوہ مسابقه میں عوض دے شریک ہونا جائز نہیں ہے۔ کیونکہ اگر اس کی اجازت ہوتی تو رسول اللہ عزیز مذکورہ تین چیزوں کا استثناء نہ فرماتے<sup>(41)</sup>۔ البتہ بعض اہل علم نے ایسے مسابقوں میں بھی بالوض شرکت کی اجازت دی ہے جو کہ مذکورہ منصوص امور کے معنی میں ہوں۔ چنانچہ جو امور نہ منصوص ہوں اور نہ ہی منصوص کے معنی میں ہوں ان میں بالوض مسابقه کا قیام جائز نہیں ہے<sup>(42)</sup>۔ دوسری دلیل یہ ہے کہ اس نوعیت کے مسابقه میں بالوض شرکت کی وجہ سے لوگ اس کو کمائی کا ذریعہ بناتے ہیں۔ جس کی وجہ سے ان میں بے مقصد اور غیر سنجیدہ رویے جنم لیتے ہیں اور کئی دینی اور دنیاوی مصالح فوت ہو جاتے ہیں<sup>(43)</sup>۔ خصوصاً جب وہ مسابقہ لہو ولعب پر مبنی امور پر مشتمل ہوں۔ قول ثانی کے قائلین نے یہ دلیل اختیار کی ہے کہ شارع علیہ السلام نے تین اشیاء کے علاوہ مسابقه میں بالوض شرکت کی اس صورت کو منع کیا ہے جس میں عوض مسابقه کے شرکاء کی جانب سے دیا گیا ہو۔ کیونکہ اس صورت میں قمار کا غرض موجود ہے۔ اس لیے کہ مسابقه کے شرکاء میں سے ہر ایک مسابقه جیتنے کی صورت میں غانم ٹھہرے گا جب کہ ہارنے کی صورت میں غارم ٹھہرے گا۔ البتہ اگر مسابقه کے انعقاد کے لیے عوض کسی اجنہی کی جانب سے دیا جائے تو اس صورت میں قمار لازم نہیں آئے گا<sup>(44)</sup>۔ اس لیے کہ مسابقه کے شرکاء میں سے ہر ایک جیتنے کی صورت میں غانم ٹھہرے گا اور ہارنے کی صورت میں سالم ٹھہرے گا۔

**ترجمہ:** مذکورہ دونوں اقوال کا جائزہ لینے کے بعد یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ اس نوعیت کے مسابقوں کے جواز کا قول صحت کے زیادہ قریب ہے۔ اس شرط کے ساتھ کہ مسابقه میں رکھا گیا انعام کسی اجنہی کی جانب سے ہو مسابقه کے شرکاء کی جانب سے نہ ہو۔ کیونکہ حدیث میں مشارکین کی جانب سے عوض دے کر مسابقه میں شرکت کو تین امور کے ساتھ خاص کیا گیا ہے۔ جہاں تک مسابقه کی اس صورت کا جواز ہے کہ جس میں عوض مشارکین کے علاوہ کسی اور کی جانب سے دیا جا رہا ہو تو وہ شرعاً منع نہیں ہے۔ اس لیے کہ ایسی صورت میں مشارکین کی حالت غانم یا سالم ہونے کے درمیان مترادف ہوتی ہے نہ کہ غارم یا غانم ہونے کے درمیان۔ جن معاصر فقهاء نے اس نوعیت کے مسابقوں کے جواز کی رائے اختیار کی ہے ان میں مفتی محمد شفیع<sup>(45)</sup>، ڈاکٹر یوسف قرضاوی<sup>(46)</sup> اور مفتی محمد تقی عثمانی<sup>(47)</sup> کے نام نمایاں ہیں۔ اسی طرح یونیورسٹی برائجہ والمحاسبہ للمؤسسات الماليہ (AAOIFI) نے بھی مسابقوں کے جواز کے لیے درج ذیل شرائط کا ذکر کیا ہے جن سے پتہ چلتا ہے کہ مسابقه کی مذکورہ صورت جائز ہے:

- 1) وہ مسابقه مباح امور میں ہو، جیسے علمی، ثقافتی یا جسمانی ورث پر مبنی مسابقه۔
- 2) ان مسابقوں میں محظورات شرع کا ارتکاب نہ کیا جائے۔ مثلاً کسی واجب شرعی کوفوت کر دینا جیسے نمازو و زہ وغیرہ، تعصب کو ابھارنا یا فتنہ

- (3) پروری کرنا، ستر کا کھولنا یا مردوں اور عورتوں کے درمیان اختلاط ہونا یا انسان معاشرے، حیوان یا ما جوں کو نقصان پہنچانا۔
- (4) اس مسابقے کا وقت، مقام، جنس، صفت اور طریقہ کار معلوم ہو۔
- (5) اس مسابقے میں رکھا گیا انعام کسی تیسرے فریق یا جانب واحد سے دیا جا رہا ہو۔ اگر انعام یا عوض جانبین سے دیا جائے تو یہ مسابقه ناجائز ہو جائے گا<sup>(48)</sup>۔

**ترویجی مسابقوں کی فقہی تکلیف:** یہ بات حقیقت ہے کہ ترویجی مسابقوں کو پروڈکٹ کی فروخت بڑھانے کا سب سے نمایاں اور موثر ذریعہ سمجھا جاتا ہے۔ البتہ ان مسابقوں کی بعض صورتوں کا جواز فقہی نقطہ نظر سے قابل تسلیم ہے۔ چنانچہ ذیل میں ترویجی مسابقوں کی موجودہ مارکیٹ میں رائج صورتوں کی فقہی تکلیف کی جاتی ہے۔ موجودہ مارکیٹ میں ترویجی مسابقوں کی متعدد صورتیں رائج ہیں جن کو درج ذیل دو بڑی اقسام میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

**پہلی قسم:** وہ مسابقے جن میں شرکاء کوئی سرگرمی سرانجام دیتے ہیں۔

**دوسری قسم:** وہ مسابقے جن میں شرکاء کوئی سرگرمی سرانجام نہیں دیتے ہیں۔

**پہلی قسم کی تفصیل:** اس قسم کے مسابقے میں شرکاء کوئی معین سرگرمی سرانجام دیتے ہیں۔ یہ سرگرمی کبھی معمولاتی یا ثقافتی سوالوں کو شامل ہوتی ہے اور کبھی ایسے سوالوں پر مشتمل ہوتی ہے جن کا تعلق پروڈکٹ یا متعلقہ کاروباری ادارے کے تعاون سے ہوتا ہے۔ چنانچہ کبھی اس پروڈکٹ کی تروتیج کے لیے استعمال ہونے والے ایسے جملے کی تخلیق مطلوب ہوتی ہے جو مختصر اور پراثر ہو۔ جب کہ کبھی اس پروڈکٹ کی تروتیج کے لیے بنائے گئے اشتہار میں موجود اغلاط کی درستگی کی سرگرمی سرانجام دی جاتی ہے، پھر جواب کو ترتیب دینے کے بعد جیتنے والے کو انعام دے دیا جاتا ہے۔ جس کے لیے عموماً قدر اندازی کا بھی سہارا لیا جاتا ہے<sup>(49)</sup>۔

مسابقہ کے اس قسم کے مزید دو صورتیں ہیں:

**پہلی صورت:** پہلی صورت یہ ہے کہ مسابقہ میں شرکت خریداری کے ساتھ مشروط نہ ہو۔ چنانچہ اس صورت میں کاروباری ادارہ بغیر خریداری کے ہر صارف کو مسابقے میں شرکت کا حق دیتا ہے۔ جس کے لیے ہر خواہشمند کو مسابقے میں شرکت کا ٹوکن جاری کیا جاتا ہے۔

**دوسری صورت:** دوسری صورت یہ ہے کہ مسابقہ میں شرکت خریداری کے ساتھ مشروط ہو۔ اس صورت میں کاروباری ادارہ صرف اس صارف کو مسابقے میں شرکت کی اجازت دیتا ہے جو اس کے پروڈکٹ کو خریدے۔ چنانچہ یہ شرط کبھی تو صراحت کے ساتھ موجود ہوتی ہے، اس طور پر کہ مسابقے میں شرکت کا ٹوکن صرف اس شخص کو جاری کیا جاتا ہے جو پروڈکٹ کی خریداری کرے۔ جب کہ کبھی یہ شرط ضمناً موجود ہوتی ہے اس طور پر کہ مسابقے میں شرکت کا ٹوکن خریداری کے لیے موجود پروڈکٹ کے ساتھ لگا ہوا ہوتا ہے۔ چنانچہ مسابقے میں

شرکت کا اہل وہی ٹھہرتا ہے جو پروڈکٹ خریدے۔ یہ طریقہ کار عموماً اخبار اور جرائد کی فروخت کو بڑھانے کے لیے اپنایا جاتا ہے۔  
مذکورہ قسم کی فقہی تکلیف: ترویجی مسابقوں کے مذکورہ قسم کی تحریک ذیل میں کی جاتی ہے:

**پہلی تحریک:** ترویجی مسابقه کی مذکورہ قسم در حقیقت بالعوض مسابقه کی ایک صورت ہے جس میں عوض شرکاء کے علاوہ نہ دیا ہے۔ چونکہ اس فقہی تحریک کا تعلق غیر منصوص امور کے مسابقات میں بالعوض شرکت سے ہے۔ لہذا اس نوعیت کے مسابقات کے بارے میں جواز اور عدم جواز کی آراء کے اختلاف کی وجہ سے احکام بھی مختلف ہوں گے۔ جن کا ذیل میں ذکر کیا جاتا ہے: چنانچہ جن حضرات کے ہاں اس نوعیت کے ترویجی مسابقات کی وجہ سے احکام بھی مختلف ہوں گے۔ جن کا ذیل میں ذکر کیا جاتا ہے: چنانچہ جن حضرات کے ہاں اس نوعیت کے ترویجی مسابقات کی وجہ سے مصنوعات کی قیمت میں اضافہ کیا گیا ہو یا نہ ہو۔ کیونکہ رسول اللہ ﷺ کا ارشاد مبارک ہے کہ مسابقات نہیں ہے مگر اونٹ، تیر اور گھوڑے میں۔ لہذا اپنی مصنوعات کی ترویج اور فروخت بڑھانے کے لیے اس نوعیت کے مسابقوں انعقاد شرعاً جائز نہیں ہے۔ البتہ جن حضرات کے ہاں اس نوعیت کے مسابقات میں شرکت جائز ہے ان کے نزدیک اگر مسابقات میں شرکت خریداری کے ساتھ مشروط نہ ہو تو مصنوعات کی ترویج کے لیے اس نوعیت کے مسابقوں کا انعقاد جائز ہے۔ لیکن اگر مسابقات میں شرکت خریداری کے ساتھ مشروط ہو تو اس کی مزید دو حلائیں ہیں:

پہلی حالت یہ ہے کہ مسابقات کی وجہ سے مصنوعات کی قیمتوں کو معمول سے بڑھادیا گیا ہو۔ تو اس صورت کے حرام اور ناجائز ہونے میں کوئی اشکال نہیں ہے۔ اس لیے کہ یہ قمار ہے۔ کیونکہ اس مسابقات میں شرکت کے لیے صارف نے زائد قیمت کی صورت میں اضافی رقم ادا کی لہذا اب وہ غانم یا غارم بننے کی وجہ سے قمار کا مرتكب ہو گا۔

دوسری حالت یہ ہے کہ مسابقات میں شرکت کی وجہ سے مصنوعات کی قیمتوں میں اضافہ نہ کیا گیا ہو۔ چنانچہ مسابقات کی اس حالت کے بارے میں دو آراء ہیں:

پہلی رائے یہ ہے کہ مسابقات کی اس صورت میں قمار کا شہبہ ہے۔ اس لیے کہ مسابقات کی اس صورت میں مال خرچ کیے بناءً شرکت نہیں کی جاسکتی ہے۔ اگرچہ اس مال کا مسابقات کے ساتھ برادرست تعلق نہیں ہے لیکن اس مسابقات کا صارفین کو خریداری پر آمادہ کرنے میں بہر حال کردار موجود ہے۔ کیونکہ ان ترویجی مسابقوں کا بنیادی مقصد مصنوعات کی فروخت کو بڑھانا ہوتا ہے۔ یہی وجہ ہے کہ کاروباری ادارے عموماً کسی مسابقات میں ایک صارف کی متعدد دفعہ شرکت کو منع نہیں کرتے ہیں بلکہ طیکہ ہر دفعہ کی شرکت اصلی ٹوکن کے ذریعے ہو۔ بلکہ بعض کاروباری ادارے تو یہاں تک اعلان کرتے ہیں کہ مسابقات میں موجود سوالات کے جوابات آئندہ کسی شمارے میں دیئے جائیں گے۔ جس کا مقصد خریداروں کو دیگر شماروں کی خریداری پر آمادہ کرنا ہوتا ہے۔ چنانچہ اس طریقے سے وہ صارفین کو تجسس میں رکھ کر منافع کماتے ہیں۔ الغرض اس مسابقات کا صارفین کو خریداری پر آمادہ کرنے میں کردار کی موجودگی کی وجہ سے شبہ قمار بہر حال موجود ہے۔

دوسری رائے یہ ہے کہ اس حالت میں نہ قمار اور نہ شبہ قمار موجود ہے۔ کیونکہ اس حالت کی بنیاد اس مفروضے پر ہے کہ مسابقے کی وجہ سے مصنوعات کی قیمت میں معمول سے زیادہ اضافہ نہ کیا گیا ہو۔ اور نہ ہی خریداری کا بنیادی مقصد مسابقے میں موجود انعام کا حصول ہو۔ لہذا ان دو شرائط کی موجودگی مسابقے کے اس صورت کو قمار سے نکال دیتی ہے۔ اس لیے کہ اس صورت میں مسابقے میں شریک غامی یا سالم ہبرے گانہ کہ غارم۔

مذکورہ دونوں آراء کا تجزیہ کرنے کے بعد یہ بات اقرب الاصواب معلوم ہوتی ہے کہ اگر مسابقے میں شرکت مصنوعات کی خریداری کے ساتھ مشروط ہو تو اس صورت کو جائز ہونا چاہئے۔ اس لیے کہ اس میں قمار اور شبہ قمار دونوں موجود نہیں ہے۔ بلکہ یہ ایک جائز معاملہ ہے جس کو قاعدہ شرعیہ کہ معاملات میں اصل حل ہے کے تحت جائز ہونا چاہئے۔ چنانچہ یہ المراجع والمحاسبہ للوئیسات المالیہ نے بھی مسابقے کے جواز کے لیے جن معاہدہ کا تذکرہ کیا ہے اس سے بھی اس نوعیت کے مسابقوں کا جواز معلوم ہوتا ہے<sup>(50)</sup>

دوسری تجزیہ: دوسری تجزیہ یہ ہے کہ اس نوعیت کے ترویجی مسابقے درحقیقت مال دے کر خریداروں کو خریداری پر آمادہ کرنا ہے۔ یہ ایسا ہی ہے جیسا کہ رسول اللہ ﷺ کا ارشاد ہے کہ جس نے کسی کو قتل کیا اور اس کے لیے اس پر گواہی موجود ہے تو اس مقتول کا مال اس کے لیے ہے<sup>(51)</sup>۔ چنانچہ اس نوعیت کے ترغیبی مسابقے جائز ہیں۔ اس لیے کہ معاملات میں اصل حلت ہے جب تک کہ ممانعت پر کوئی دلیل موجود نہ ہو<sup>(52)</sup>۔ مزید یہ کہ اس نوعیت کے ترغیبی مسابقوں میں رکھے گئے انعامات کو بہر حال دیا جانا ضروری ہے۔ اس لیے کہ یہ ایسا وعدہ ہے جس پر عمل خریداری اور شرکت مرتب ہوا ہے۔ لہذا اس وعدے کا پور کیا جانا شرعاً ضروری ہے۔ اس تجزیہ پر یہ اعتراض کیا گیا ہے کہ رسول اللہ ﷺ کے ارشاد اور مذکورہ مسابقے کے درمیان جو ہری فرق موجود ہے۔ اس لیے کہ رسول اللہ ﷺ کے ارشاد کا منشاء لشکرِ اسلام کو کفار کے کثرت قتل پر ابھارنا ہے نہ کہ مسابقه پر۔ یہی وجہ ہے کہ سلب ہر اس مسلمان کو ملے گا جو کہ دورانِ جنگ کافر کو قتل کر دے۔ جب کہ مذکورہ مسابقے میں ملنے والا مال بعض کو ملتا ہے اور بعض کو نہیں۔

مذکورہ تجزیہ کے درمیان ترجیح: اگر مذکورہ دونوں تجزیے کا جائزہ لیا جائے تو یہ بات سامنے آتی ہے کہ پہلی تجزیہ چونکہ اعتراضات سے پاک ہے اس لیے وہ صحت کے زیادہ قریب ہے۔ البتہ پہنچ کے پہلی تجزیہ میں اس نوعیت کے مسابقوں کی حلت و حرمت پر مبنی دونوں آراء موجود ہیں۔ جب کہ حلت کی رائے کو ترجیح حاصل ہے اس لیے اس نوعیت کے مسابقوں کا انعقاد جائز ہے بشرطیہ مسابقہ کی وجہ سے اشیاء کی قیمت میں معمول سے ہٹ کر اضافہ نہ کیا گیا ہو اور نہ خریدار کا رادہ محض انعام کا حصول ہو۔

دوسری قسم: وہ مسابقے ہیں جن میں مسابقے میں شرکت کے لیے شرکاء کوئی سرگرمی سرانجام نہیں دیتے ہیں۔

ترغیبی مسابقوں کے اس قسم میں شرکاء سے مسابقے میں شرکت کے لیے کسی سرگرمی کے انجام دہی کا مطالبہ نہیں کیا جاتا ہے بلکہ مسابقے میں

شرکت کے لیے کاروباری ادارے متعین اعداد کے حامل ٹوکن جاری کرتے ہیں۔ پھر مقررہ وقت پر بذریعہ قرعہ اندازی مطلوبہ تعداد میں ٹوکنوں کا انتخاب کیا جاتا ہے اور جیتنے والے شرکاء میں انعامات تقسیم کر دیتے جاتے ہیں۔ مسابقه کا یہ طریقہ کارآسان ہے اور سہولت پر مبنی ہے کیونکہ اس میں ہر کوئی شرکت کر سکتا ہے اور جیتنے کے موقع بھی سب کے لیے یکساں ہوتے ہیں۔ اس لیے تغییبی مسابقات کی یہ قسم مارکیٹ میں زیادہ عام ہے<sup>(53)</sup>۔ مسابقات کے اس قسم کی بھی مزید دو صورتیں ہیں:

**پہلی صورت:** پہلی صورت یہ ہے کہ مسابقه میں شرکت خریداری کے ساتھ مشروط نہ ہو۔ اس صورت میں شرکت کا موقع ہر امیدوار کے پاس ہوتا ہے۔ چنانچہ بہت سے کاروباری ادارے یہ طریقہ کاراپناتے ہیں کہ وہ مخصوص اعداد کے حامل ٹوکن جاری کرتے ہیں اور پھر ایک متعین وقت میں قرعہ اندازی ہوتی ہے اور جو شریک قرعہ اندازی جیت جاتا ہے وہ انعام کا مستحق ٹھہرتا ہے۔

**مذکورہ صورت کی فقہی تکلیف:** ترویجی مسابقات کے اس صورت کی اقرب الی الصواب تحریج یہ ہے کہ اس میں ملنے والا انعام درحقیقت اس شخص کے لیے کاروباری ادارے کی طرف سے ہبہ ہے۔ المذا اس کے لیے ہبہ کے تمام احکام ثابت ہوں گے۔ چنانچہ اس نوعیت کے مسابقوں کا قیام اور ان میں شرکت دونوں جائز ہیں۔ اس لیے کہ معاملات میں اصل اباحت ہے جب تک ممانعت کی کوئی دلیل قائم نہ ہو جائے۔

**دوسری صورت:** دوسری صورت یہ ہے کہ مسابقات میں شرکت خریداری کے ساتھ مشروط ہو۔ اس کی تفصیل یہ ہے کہ کاروباری ادارہ مسابقات میں شرکت کے لیے خریداری کو شرط قرار دے کر ہر خریدار کو ایک خاص عدد کا حامل ٹوکن دیتے یا اس عدد کو خریدے گئے سامان کے اندر رکھ دے۔ پھر متعین مدت کے بعد قرعہ اندازی کر کے جیتنے والے خریدار کو انعام دیدے۔

**مذکورہ صورت کی فقہی تکلیف:** مذکورہ صورت کی درج ذیل فقہی تحریج کی گئی ہیں:

**پہلی تحریج:** مسابقه کی مذکورہ صورت کی پہلی تحریج یہ ہے کہ اس نوعیت کے مسابقوں کا قیام حرام ہے کیونکہ اس میں قمار کا عصر موجود ہے۔ اس لیے کہ مسابقات کے شرکاء ایک ایسے انعام کے حصول کے لیے مال خرچ کرتے ہیں جس کا ملنا یقینی نہیں ہے۔ چنانچہ اس مسابقات کا شریک انعام ملنے کی صورت میں غامٹ ٹھہرتا ہے جب کہ انعام نہ ملنے کی صورت میں غارم ٹھہرتا ہے اور یہی قمار ہے۔ چنانچہ اس نوعیت کے ترویجی مسابقات کا قیام اور اس میں شرکت حرام ہے اس لیے کہ اس میں قمار موجود ہے۔

**دوسری تحریج:** اس نوعیت کا ترویجی مسابقات میں ملنے والا انعام اس شخص کے لیے ہبہ ہے جس کی تعین قرعہ اندازی کے ذریعے کی جائے۔ چنانچہ اس نوعیت کے ترویجی مسابقات کا انعقاد اور ان میں شرکت جائز ہے کیونکہ معاملات میں اصل اباحت ہے جب تک کہ ممانعت کی کوئی دلیل نہ آجائے۔ مزید یہ کہ اس نوعیت کے ترویجی مسابقات میں انعام کا مجہول ہونا بھی جائز ہے۔ اس لیے کہ عقود تبرعات معقود علیہ کے غر اور جہالت کے ساتھ بھی منعقد ہو جاتے ہیں<sup>(54)</sup>۔ اس تحریج پر یہ اعتراض ہوتا ہے کہ اس نوعیت کے مسابقوں میں موجود انعام ہبہ محضہ

نہیں ہے۔ بلکہ یہ خریداری کے ساتھ مشروط انعام ہے، لذا ہبھ محسبہ پر اس کی تحریج صحیح نہیں ہے۔

**تیسری تحریج:** تیسری تحریج یہ ہے کہ مسابقہ کی مذکورہ صورت بالوض مسابقہ کی وہ قسم ہے جس میں عوض کسی اجنبی کی طرف سے دیا جائے۔ اس تحریج پر مرتب ہونے والے احکام کا ذکر مسابقے کے اس قسم کے ذیل میں تفصیل سے کیا جا چکا ہے جس میں کے شرکاء کو کوئی سرگرمی سرانجام دینی پڑتی ہے۔ المداد و بارہ اعادہ کی ضرورت نہیں ہے۔ اس تحریج پر یہ اعتراض کیا گیا ہے کہ مذکورہ ترویجی عمل جس میں شرکاء کی جانب سے کوئی سرگرمی سرانجام نہیں دی جاتی ہے کو مسابقہ قرار نہیں دیا جاسکتا ہے۔ اس لیے کہ مسابقہ توہہ ہوتا ہے جس میں شرکاء ایک دوسرے کے ساتھ مسابقہ کر کے جیتنے ہیں جب بیہاں شرکاء کی جانب سے کوئی سرگرمی نظر نہیں آ رہی ہے۔ چنانچہ یہ درحقیقت ہے ہے۔ اس نوعیت کے ترویجی مسابقوں کے جواز کے بارے میں معاصر فقهاء کے دو قول ہیں:

پہلا قول یہ ہے کہ اس نوعیت ترویجی مسابقے جائز نہیں ہیں۔ یہ قول معاصرین علماء میں سے ڈاکٹر عبد الواحد<sup>(55)</sup>، علامہ ابن باز<sup>(56)</sup>، شیخ عبداللہ ابن جبرین<sup>(57)</sup>، ڈاکٹر رفیق مصری<sup>(58)</sup> اور قائمہ کمیٹی برائے علمی تحقیق و افتاء سعودی عرب<sup>(59)</sup> کا ہے۔ جب کہ علامہ محمد صالح عشیین کا قدیم قول<sup>(60)</sup> بھی یہی ہے۔

دوسراؤل یہ ہے کہ اس نوعیت کے ترویجی مسابقے جائز ہیں بشرطیکہ مسابقے کی وجوہ سے مصنوعات کی قیمت میں اضافہ نہ کیا جائے اور نہ ہی خریداری کا بنیادی مقصد انعام کا حصول ہو۔ یہ قول مفتی محمد شفیع<sup>(61)</sup>، ڈاکٹر یوسف قرضاوی<sup>(62)</sup> مفتی محمد تقی عنانی<sup>(63)</sup>، اور آیوفی (AAOIFI)<sup>(64)</sup> کا ہے۔ جب کہ علامہ محمد صالح عشیین کا آخری قول<sup>(65)</sup> بھی یہی ہے۔

قول اول کے دلائل: پہلی دلیل: اس نوعیت کے ترویجی مسابقے تماریاشبہ قمار کے زمرے میں آتے ہیں۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ خریدار نے ایسی مصنوعات خریدنے کے لیے مال خرچ کیا ہے کہ جن کے ساتھ کبھی انعام ملتا ہے جس کی وجہ سے خریدار غامم ٹھہرتا ہے اور کبھی انعام نہیں ملتا ہے جس کی وجہ سے خریدار غارم ٹھہرتا ہے اور یہی تمار ہے<sup>(66)</sup>۔

اس دلیل پر یہ اعتراض کیا گیا ہے کہ خریدار انعام لینے کی صورت میں غارم نہیں ہے بلکہ سالم ہے۔ اس لیے کہ اس نے جن مصنوعات کے حصول کے لیے مال خرچ کیا ہے وہ اس کو مل چکی ہیں اگرچہ اس کو انعام نہ مل سکا۔ دوسری دلیل یہ ہے کہ اس قسم کے ترویجی ہدایا کے اجراء کی وجہ سے ان تاجروں کو نقصان پہنچاتا ہے جو کہ اس طریقہ کارکو استعمال نہیں کرتے ہیں۔ کیونکہ زیادہ تر صارفین ان مصنوعات کی خریداری کی طرف متوجہ ہوتے ہیں جن کے ساتھ اس نوعیت کے انعامات دیئے جاتے ہیں جس کی وجہ سے دوسرے کاروباری اداروں کو نقصان ہوتا ہے۔ حالانکہ رسول اللہ ﷺ کا ارشاد ہے کہ نہ اپنے آپ کو نقصان پہنچاؤ اور نہ ہی کسی اور کو نقصان سے دوچار کرو<sup>(67)</sup>۔ اس دلیل پر یہ اعتراض کیا گیا ہے کہ دوسرے تاجروں کو نقصان سے دوچار کرنا درج ذیل وجوہات کی بناء پر محل نظر ہے:

پہلی وجہ یہ ہے کہ صارفین کا کسی ایک تاجر کے مقابلے میں خریداری کے لیے دوسرے تاجر کو ترجیح دینے کی متنوع وجوہات ہوتی ہیں۔ المذ اس ذیل میں صرف ترویجی مسابقہ کو وجہ قرار نہیں دیا جاسکتا ہے۔ دوسری وجہ یہ ہے کہ کاروباری ادارے پروڈکٹ کے بارے میں صارفین کی توجہ حاصل کرنے کے لیے متعدد طریقے اپناتے ہیں چنانچہ ان طریقوں کے لپنانے پر جن کو اللہ تعالیٰ نے مباح اور حلال قرار دیا ہے محض اس لیے کسی پر پابندی نہیں لگائی جاسکتی ہے کہ دیگر کاروباری ادارے ان طریقوں کو اختیار نہیں کر رہے ہیں۔ یہ ایسا ہی ہے جیسے کوئی تاجر خریداروں کو خریدے گئے پروڈکٹ پر خیالِ شرط دیدے جب کہ دیگر تاجر خیالِ شرط نہ دیتے ہوں تو کیا یہ قرینِ انصاف ہے کہ اس تاجر کو خیالِ شرط دینے سے محض اس نیاد پر دوکا جائے کہ دیگر تاجر خیالِ شرط نہیں دیتے ہیں۔

تیسرا وجہ یہ ہے کہ جہاں تک حدیث میں ضرر اور ضرر اسے ممانعت کا تعلق ہے تو اس سے مراد وہ ضرر ہے جس کا نیادِ قصد اور ارادہ یا ضرر پر بنی ایسے فعل پر ہو جس کے کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ چنانچہ علامہ ابن تیمیہ کا قول ہے کہ جب ایک انسان دوسرے انسان کو کسی عمل کے ذریعے نقصان سے دوچار کرنے کا قصد کرے تو اگرچہ وہ عمل فی ذاتِ مباح ہو، یا بلاؤ جہے ضرر پر بنی عمل کرے تو یہ شخص ضرر دینے والا ہے۔ البتہ اگر وہ ضرر پر بنی کوئی ایسا کام کرے جس کی ضرورت ہو اور اس کا رادہ کسی اور کو نقصان پہنچانے کا نہ ہو تو یہ شخص ضرر دینے والا نہیں کھلائے گا<sup>(68)</sup>۔ جب کہ حقیقت یہ ہے کہ عموماً ترویجی مسابقوں کا مقصد دوسرے کاروباری اداروں کو نقصان پہنچانا نہیں ہوتا ہے بلکہ اپنی اشیاء و خدمات کی ترویج ہوتی ہے۔

### قولِ هانی کے دلیل:

اس قول کے قائلین کی دلیل یہ ہے کہ معاملات میں اصل حللت اور اباحت ہے جب تک کہ تحریم کی کوئی دلیل نہ آجائے اور اس نوعیت کے ترویجی مسابقوں کا قیام اگرذ کر کر دشراط کے ساتھ ہو تو اس میں حرمت کی کوئی وجہ موجود نہیں ہے۔ المذاہیہ جائز ہیں۔

**ترجیح:** مذکورہ دونوں اقوال میں یوں تلقین کی جاسکتی ہے کہ اگر اس نوعیت کے مسابقوں کی وجہ سے پیچی جانے والی اشیاء کی قیمتوں میں اضافہ کیا گیا ہو یا قیمت برقرار کر کر معیارِ گھٹادیا گیا ہو یا کسی کو نقصان پہنچانے کا قصد کیا گیا تب تو جانبِ حرمت کو ترجیح حاصل ہے ورنہ اس نوعیت کے مسابقے جائز ہیں۔

(1) تزوینی، احمد بن فارس (م 395ھ)۔ مختصر متأمیل الانذار۔ بیروت: دار الفکر، 1399ھ۔ ج 3، ص 129۔

(2) برابر تم مصطفیٰ، احمد زیارت، حامد عبد القادر، محمد نجاح۔ الحجۃ الوضیط انتقال: دار الدعوہ، 1989۔ ج 1، ص 415۔

(3) بعلی، عبدالرحمن بن عبدالله (م 1192ھ)۔ کشف المخدرات۔ بیروت: دار البشائر الاسلامیہ، 1423ھ۔ ج 79، ص 479۔

(4) ابن قیم، محمد بن ابی بکر (م 751ھ)۔ الفرویہ۔ سعودی عرب: دارالانوار، 1414ھ۔ ص 171۔

(5) ابن نجاش، محمد بن احمد (م 972ھ)۔ مختصر الارادات۔ بیروت: مؤسسة الرسالۃ، 1419ھ۔ ج 3، ص 126۔

(6) حسین الحبیب و المراجعی، المؤسسات الماليۃ، المعالیۃ الشرعیۃ۔ مناقمہ: مکتبۃ الملک فبدالوطینیہ، 1437ھ۔ ص 1300۔

- (7) رفقی یوسف المصری۔ الہمیر والقمار۔ دمشق: دار الفتح ۱۴۱۳ھ۔ ص ۱۳۔
- (8) باز رعد، محمد صادق۔ ادارۃ التسويق۔ قاهرہ: المکتبۃ الکاہریہ، ۲۰۰۱۔ ص ۴۹۸-۴۹۹۔
- (9) ابن عبد البر۔ یوسف بن عبدالله (م ۴۶۳ھ)۔ التبیید لملفی المؤطمان المعانی والاسانید۔ مغرب: وزارت عموم الادوقاف والشؤون الاسلامیہ، ۱۳۸۷ھ۔ ج ۱۴، ص ۸۸۔
- (10) کاسانی، ابو یکبر بن مسعود (م ۵۸۷ھ)، بدائع الصنائع۔ بیروت: دار الکتب العلمیہ ۱۴۰۶ھ۔ ج ۶، ص ۲۰۶۔
- (11) ترمذی، محمد بن عیی (م ۲۷۹ھ)۔ سنن ترمذی۔ مصر: شرکتہ علمیۃ و مطبیۃ مصطفیٰ البالی الاعلیٰ۔ باب ماجام فی الرحمان والسبیل، ج ۴، ص ۲۰۵۔
- (12) ابن تیمیہ، احمد بن عبدالعزیز (م ۷۲۸ھ)۔ مجموع الفتاوی۔ مدینہ منورہ: مجمع الملك فہد لطباعة المصحف الشریف، ۱۴۱۶ھ۔ ج ۳۲، ص ۲۵۰۔
- (13) المدائی، محدث۔ المدائی، ج ۹۰-۹۱۔
- (14) ابن قیم۔ الفروضیہ۔ ص ۱۱۱۔
- (15) حطاب، محمد بن محمد (م ۹۵۴ھ)، مواهب الکلیل۔ بیروت: دار الفکر ۱۴۱۲ھ۔ ج ۳، ص ۳۹۰۔
- (16) ابن الحنفی، زید الدین الحنفی (م ۶۹۵ھ)۔ المفتح فی شرح المفتح۔ مکتبۃ المکتبۃ الاسمیہ، ۱۴۲۴ھ۔ ج ۲، ص ۷۸۷۔
- (17) ابن حزم، علی بن احمد (م ۴۵۶ھ)۔ الصلی بالاغار۔ بیروت: دار الفکر، تونس۔ ج ۵، ص ۴۲۵۔
- (18) امودی، ابو الحسن علی بن محمد (م ۴۵۰ھ)۔ الخادی الکبیر۔ بیروت: دار الکتب العلمیہ، ۱۴۱۹ھ۔ ج ۱۵، ص ۱۸۴۔
- (19) کاسانی۔ بدائع الصنائع۔ ج ۶، ص ۲۰۶۔
- (20) امودی۔ الخادی الکبیر۔ ج ۱۵، ص ۱۸۴۔
- (21) ابن تیمیہ۔ مجموع الفتاوی۔ ج ۳۲، ص ۲۲۷۔
- (22) ابن قیم۔ الفروضیہ۔ ص ۱۷۱۔
- (23) ترمذی۔ سنن ترمذی۔ باب ماجام فی الرحمان والسبیل۔ ج ۵، ص ۲۰۴۔
- (24) امودی۔ الخادی الکبیر۔ ج ۱۵، ص ۱۸۴۔
- (25) تقریفی، احمد بن ادریس (م ۶۸۴ھ)۔ شرح تفتح الفصول۔ مصر: شرکتہ اطلاعات الفتنیہ المحمدیہ، ۱۳۹۳ھ۔ ص ۵۷۔
- (26) امودی۔ الخادی الکبیر۔ ج ۱۵، ص ۱۸۵۔
- (27) ابن قیم۔ الفروضیہ۔ ص ۱۷۱۔
- (28) رازی، محمد بن عمر (م ۶۰۶ھ)۔ المخصوص فی علم الاصول۔ بیروت: مؤسیۃ الرسالۃ، ۱۴۱۸ھ۔ ج ۳، ص ۱۶۶-۱۶۷۔
- (29) ابن عابدین، محمد امین (م ۱۲۵۲ھ)۔ رواہ استخارۃ۔ بیروت: دار الفکر، ۱۴۱۲ھ۔ ج ۶، ص ۴۰۳۔
- (30) ابن قیم۔ الفروضیہ۔ ص ۱۷۵۔
- (31) ایضاً: ۳۴۔
- (32) ایضاً:
- (33) ایضاً: ص ۱۸۱۔
- (34) ایضاً: ص ۱۸۴۔
- (35) کاسانی۔ بدائع الصنائع۔ ج ۶، ص ۲۰۶۔
- (36) تقریفی، احمد بن ادریس (م ۶۸۴ھ)۔ الذخیرہ۔ بیروت: دار الغرب الاسلامی، ۱۹۹۴ء۔ ج ۳، ص ۴۶۶۔
- (37) نووی، سعید بن شرف (م ۶۷۶ھ)۔ روضۃ الطالبین و نحمدۃ الشفیعیین۔ بیروت: المکتبۃ الاسلامیۃ، ۱۴۱۲ھ۔ ج ۱۰، ص ۳۵۱۔
- (38) ابن قدامہ، عبد اللہ بن احمد (م ۶۲۰ھ)۔ المفتی۔ قاهرہ: ملکیۃ القاہرۃ، ۱۳۸۸ھ۔ ج ۹، ص ۴۶۷۔
- (39) ابن حزم۔ الصلی بالاغار۔ ج ۵، ص ۴۲۵۔
- (40) حطاب۔ مواهب الکلیل۔ ج ۳، ص ۳۹۰۔

- (41) اور دی - الخادی الکبیر - ج ۱۵، ص ۱۸۲ -
- (42) ابن حمید الفردوسی - ص ۱۸۲ -
- (43) ایضا: ۱۷۵ -
- (44) ابن باز، عبد العزیز بن عبد اللہ وغیرہ۔ فتاویٰ اسلامیہ۔ ریاض: دارالوطن للنشر، ۱۴۱۵ھ۔ ج ۴، ص ۴۳۳ -
- (45) محمد شیخ (۱۹۷۶ھ)۔ جواہر الفتن۔ کراچی: مکتبہ دارالعلوم، ۲۰۱۰ھ۔ ج ۴، ص ۵۶۷ -
- (46) خالد مصلح۔ الحوافر التجاریہ التسویقیہ۔ ریاض: دار ابن جوزی، ۱۴۲۶ھ۔ ص ۱۷۸ -
- (47) عثمانی، محمد تقی۔ بحوث فی قضاۓ یقینیہ معاصرہ۔ دمشق: دار القلم، ۱۴۳۴ھ۔ ج ۲، ص ۱۵۶ -
- (48) حبیبہ الحبیبہ والمراجعۃ للوُسَاطَاتِ الْمَالِیَّاتِ۔ المکتبہ الشرعیہ۔ ص ۱۲۸۶ -
- (49) ایضا
- (50) ایضا
- (51) بخاری، محمد بن اسحاق (م ۲۵۶ھ)۔ صحیح بخاری۔ بیرون: دار طوق البیۃ، ۱۴۲۲ھ۔ باب من لم یکن اسلام، ج ۴، ص ۹۲ -
- (52) الدینیان، دیوان بن محمد۔ المعاملات المالیۃ اصولیۃ معاصرۃ۔ ریاض: مکتبۃ الملك فہد الوطینیہ، ۱۴۳۲ھ۔ ج ۳، ص ۵۰ -
- (53) بازرگانی ادارۃ التسویقیہ۔ ص ۴۹۹ -
- (54) علی، عثمان بن علی (م ۷۴۳ھ)۔ تہیین الحکاۃ۔ قاهرہ: المطبعہ الکبیری، طبع اول ۱۳۱۳ھ۔ ج ۵، ص ۸۸ -
- (55) عبد الواحد۔ جدید معاشی مسائل۔ کراچی: مجلس نشریات اسلام، ۲۰۰۸۔ ص ۱۷۵ -
- (56) ابن باز، عبد العزیز بن عبد اللہ ودیگر۔ فتاویٰ اسلامیہ۔ ج ۲، ص ۳۶۷ -
- (57) خالد مصلح۔ الحوافر التجاریہ التسویقیہ۔ ص ۱۷۷ -
- (58) رفیق یونس المصری۔ المسیر والمقادر۔ ص ۱۶۸ -
- (59) ابن باز۔ فتاویٰ اسلامیہ۔ ج ۲، ص ۳۶۶ -
- (60) عثمانی، محمد الصالح (م ۱۴۲۱ھ)۔ فتاویٰ ایشیخ محمد الصالح۔ مرتب عبد المتصود بن عبد الرحیم۔ ریاض: دار عالم الکتب للنشر، ۱۴۱۱ھ۔ ج ۲، ص ۷۰۹ -
- (61) محمد شیخ۔ جواہر الفتن۔ کراچی: مکتبہ دارالعلوم، ۲۰۱۰ھ۔ ج ۴، ص ۵۶۷ -
- (62) خالد مصلح۔ الحوافر التجاریہ التسویقیہ۔ ص ۱۷۸ -
- (63) عثمانی، محمد تقی۔ بحوث فی قضاۓ یقینیہ معاصرہ۔ ج ۲، ص ۱۵۹ -
- (64) حبیبہ الحبیبہ والمراجعۃ للوُسَاطَاتِ الْمَالِیَّاتِ۔ المکتبہ الشرعیہ۔ ص ۱۲۸۷-۱۲۸۸ -
- (65) عثمانی، محمد الصالح (م ۱۴۲۱ھ)۔ قاء الباب المنشون۔ ج ۴۸، ص ۰۵ -
- (66) خالد مصلح۔ الحوافر التجاریہ التسویقیہ۔ ص ۱۷۸ -
- (67) مالک بن انس (م ۷۹۱ھ)۔ موطا۔ بیرون: دار احياء التراث العربي، ۱۴۰۶ھ۔ باب القنائی المرقن۔ ج ۲، ص ۷۴۵ -
- (68) ابن تیمیہ، احمد بن عبد الرحیم (م ۷۲۸ھ)۔ الفتاوی الکبیری۔ بیرون: دار الکتب العلمی، ۱۴۰۸ھ۔ ج ۵، ص ۳۹۶ -

accessed on 08/07/2020 <http://www.islamweb.net>



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).