فقهُ الخوارزميّات السوقيّة تقويمُ حكمِ مزاداتِ الإعلانات المدفوعة بالذكاء الاصطناعي في ضوء مقاصد الشريعة

م. د. خليل كريمان عودة – ديوان الوقف السني – التعليم الديني
+9647512587117 kaleelkallel57@gmail.com

الملخص

يتناول هذا البحث دراسة الخوارزميات السوقية التي تتحكم في مزادات الإعلانات المدفوعة بالذكاء الاصطناعي، من زاوية فقهية ومقاصدية، بوصفها إحدى أبرز صور المعاملات الرقمية المستحدثة. فهذه الأنظمة تعتمد على برمجةٍ ذاتيةٍ تقوم بتحديد الأسعار وتنفيذ المزايدات تلقائيًّا بين المعلنين في بيئاتٍ رقميةٍ مفتوحة، مما يثير إشكالاتٍ شرعية تتعلق بتحقق الرضا، ووضوح المحلّ، وعدالة التسعير، وضمان خلوّ المعاملة من الغرر والربا والمقامرة. ويسعى البحث إلى تكييف هذه المزادات فقهيًّا من حيث كونها بيعًا مشروعًا بالمزايدة، أو وكالةً رقميةً تقوم فيها الخوارزمية مقام المزاود، مع تحليل المخاطر الأخلاقية والاقتصادية الناتجة عن التحيّز البرمجي أو احتكار المنصات للبيانات. ويركز البحث على تقويم هذه الظواهر في ضوء مقاصد الشريعة في العدل والشفافية وحفظ المال ومنع الاستغلال، ويقترح وضع إطارٍ شرعيٍّ وتنظيميٍّ متكاملٍ يضمن نزاهة الخوارزميات وعدالة المنافسة الرقمية. ويخلص إلى أن ضبط هذه المعاملات لا يتحقق إلا بتكامل الفقه الشرعي مع الضوابط التقنية الحديثة في إطارٍ يحقق مقصود الشريعة في العدل والأمان الاقتصادي.

الكلمات المفتاحية: الخوارزميات السوقية – المزادات الرقمية – الإعلانات المدفوعة – الذكاء الاصطناعي – مقاصد الشريعة

Abstract

This study examines market algorithms that control AI-driven advertising auctions from a jurisprudential and maqāṣid-based perspective. These systems autonomously determine prices and execute bids among advertisers in digital environments, raising legal and ethical questions about consent, transparency, fairness, and avoidance of gharar, riba, and exploitation. The research aims to classify such auctions jurisprudentially—whether as valid competitive sales or as digital agency mechanisms where algorithms act on behalf of bidders. It further analyzes ethical and economic risks such as algorithmic bias and data monopoly. The study evaluates these phenomena through the objectives of Islamic law, emphasizing justice, transparency, and the preservation of wealth, and proposes a combined legal–technical framework to ensure algorithmic integrity and fair competition. It concludes that genuine compliance with Sharia principles in digital markets requires integration between fiqh-based regulation and modern technical safeguards.

Keywords: Market Algorithms – Digital Auctions – Paid Advertising – Artificial Intelligence – Maqasid al-Sharia

المقدمة

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا محمد رسول الله، وعلى آله وصحبه ومن والاه، وبعد:

فقد شهد العالم خلال العقدين الأخيرين تحوّلًا جذريًا في بنية النشاط الاقتصادي، انتقلت فيه الأسواق من النمط المادي القائم على التفاعل البشري المباشر إلى فضاءاتٍ رقميةٍ تُديرها خوارزمياتٌ ذكيةٌ قادرةٌ على اتخاذ القرارات الشرائية والتسويقية في أجزاءٍ من الثانية. ولم تعد الإعلانات التجارية تعتمد على المزايدات التقليدية أو التفاوض بين الإنسان والإنسان، بل أصبحت تُدار عبر أنظمةٍ آليةٍ تُحلّل سلوك المستخدمين وتُحدّد الأسعار وتُنفّذ الصفقات تلقائيًا. هذه الظاهرة، المعروفة في الأدبيات التقنية بـ«الخوارزميات السوقية»، تمثل اليوم أحد أبرز تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المجال الاقتصادي، وتشكل قلب ما يُعرف بالاقتصاد الرقمي العالمي.

وتنبع أهمية هذه الظاهرة من تأثيرها المباشر في حركة الأسواق وسلوك المستهلكين، إذ تُحدّد أسعار الإعلانات في منصاتٍ عملاقة بناءً على بيانات المستخدمين وتاريخ تصفّحهم ومواقعهم الجغرافية، مما يُثير تساؤلاتٍ فقهيةً وأخلاقيةً عميقة حول طبيعة هذه المزادات: هل هي بيعٌ حقيقيٌّ تتحقق فيه أركان التراضي والعدالة، أم هي صورةٌ من صور التسعير الاصطناعي والمقامرة الرقمية التي تُخفي وراءها تحكمًا آليًا بالأسعار والمنافسة؟

ومن هنا، تتجلّى أهمية البحث في سعيه إلى تقديم معالجةٍ فقهيةٍ أصيلة لهذه النوازل التقنية، تُعيد صياغة فهمنا لمفهوم البيع والمزايدة والوكالة في ظلّ التحول نحو الذكاء الاصطناعي. فهو لا يكتفي بتحليل الظاهرة من زاويةٍ تقنية، بل يتناولها من منظورٍ شرعيٍّ مقاصديٍّ يربط بين أخلاق السوق الإسلامي ومبادئ العدالة الرقمية، مبرزًا حاجة الأمة إلى فقهٍ رقميٍّ معاصرٍ يُعيد ضبط الاقتصاد الافتراضي في إطار الشريعة. كما تأتي أهميته من كونه يتناول قضية تمسّ صميم المعاملات الحديثة التي تُشكّل جزءًا كبيرًا من الاقتصاد العالمي اليوم.

أما إشكالية البحث فتتمحور حول السؤال الرئيس: ما الحكم الشرعي لمزادات الإعلانات المدفوعة التي تُجريها الخوارزميات السوقية بالذكاء الاصطناعي؟ وهل يمكن اعتبارها عقدًا مشروعًا قائمًا على التراضي والعدالة، أم هي صورة من صور الغرر والمقامرة الرقمية التي تُخالف مقاصد الشريعة في حفظ المال والشفافية ومنع الظلم؟

وينبثق من هذه الإشكالية عددٌ من الأهداف التفصيلية، أبرزها:

- بيان المفهوم الشرعي للعقود القائمة على الخوارزميات وبيان أركانها وشروطها.
- تحليل طبيعة المزادات الرقمية وتكييفها الفقهي في ضوء قواعد البيع بالمزايدة والوكالة.
- تقويم مدى توافق هذه الأنظمة مع مقاصد الشريعة في العدالة والشفافية.
- اقتراح إطارٍ فقهيٍّ وتنظيميٍّ يجمع بين الضبط الشرعي والتقني في إدارة الأسواق الذكية.

ويتّبع البحث المنهج الوصفي التحليلي المقارن؛ فيبدأ بوصف الظاهرة التقنية وبيان بنيتها الاقتصادية، ثم يُحلّلها على ضوء أصول فقه المعاملات، ويُقارنها بنظائرها في الفقه الإسلامي من البيوع والمزادات والعقود المستحدثة. كما يوظّف منهج المقاصد الشرعية لتقويم هذه الظواهر الحديثة، باعتبارها الميزان الذي يُحدّد مدى اتساق المعاملة مع روح الشريعة ومقصدها في تحقيق العدل وحفظ المال ومنع الغبن والاستغلال.

وفي ضوء هذه الأسس، تسعى الدراسة إلى بناء رؤيةٍ فقهيةٍ جديدةٍ تُحدّد موقع الخوارزميات السوقية ضمن منظومة المعاملات الإسلامية، وتفتح باب الاجتهاد لضبط الاقتصاد الرقمي وفق قيم الشريعة

ومبادئها الأخلاقية، بما يضمن أن يبقى التطور التقني خادمًا للإنسان لا متحكمًا فيه، وأداةً للعدالة لا وسيلةً للهيمنة أو التلاعب في الأسواق.

المبحث الأول: الأسس الفقهية والمعاصرة للخوارزميات السوقية ومزادات الإعلانات

المطلب الأول: ماهية الخوارزميات السوقية ومبدأ المزادات الرقمية

أولاً: مفهوم الخوارزميات السوقية

تُعدّ الخوارزميات السوقية من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاقتصاد الرقمي المعاصر، وهي برامج حاسوبية تُصمّم لتحليل البيانات وتقدير الأسعار وتنفيذ الصفقات بصورةٍ آليةٍ في الزمن الحقيقي. وقد أصبحت هذه الخوارزميات تُدير معظم عمليات الإعلانات التجارية على المنصّات الكبرى، مثل محركات البحث وشبكات التواصل، عبر آليات مزايدةٍ دقيقةٍ تُعرف بالمزادات الرقمية اللحظية.

ويرى الباحث إيلي بارزيلاي (Eli Barzilay) أن الخوارزميات السوقية تمثّل «تحوّلًا جوهريًا في طريقة اتخاذ القرار الاقتصادي، إذ لا يكون الإنسان هو من يقدّر السعر أو يختار المشتري، بل الخوارزمية التي تُحلّل السوق وتقرر بالنيابة عنه»؛ فهي تقوم بدور الوسيط النشط الذي يوازن بين العرض والطلب وفق معاييرٍ مبرمجة مسبقًا.

وهذا المفهوم يجعل من الخوارزمية طرفًا مؤثرًا في العقد، وليست مجرد أداةٍ تقنية، إذ تؤثر قراراتها على شروط البيع وتوقيت التنفيذ، ما يستدعي بحثًا فقهيًا في مدى اعتبارها فاعلًا أو وكيلًا بالمعنى الشرعي. (إيلي بارزيلاي، 2020، ص 45.)

ثانياً: مبدأ المزادات الرقمية

المزادات الرقمية هي نظمٌ إلكترونيةٌ تقوم على التنافس بين المعلنين للحصول على موضعٍ إعلاني في شبكةٍ رقميةٍ وفق مزايدةٍ تتم خلال أجزاءٍ من الثانية، ويُرسى فيها العقد تلقائيًا على من قدّم أعلى سعر.

وتقوم هذه الأنظمة على أربعة عناصر رئيسة:

1. جمع البيانات حول المستخدمين وسلوكهم الشرائي.
2. تحليل القيمة السوقية للإعلان أو المساحة التسويقية.
3. تنفيذ المزايدة اللحظية بين المعلنين عبر خوارزميةٍ مستقلة.
4. إرسال القرار الآليّ بالتنفيذ دون تدخلٍ بشري.

ويُشير الباحث كريس ناید (Chris Naidu) إلى أن هذا النمط من المزادات يهدف إلى «تعظيم الكفاءة التسويقية عبر استبدال القرار البشري بنظامٍ حاسوبيٍّ يطبّق منطق المزاد الكلاسيكي بسرعةٍ ودقةٍ غير مسبوقة».

لكن الفقه الإسلامي يُقيم المزاد على أساسٍ أخلاقيٍّ محدد، إذ يجب أن يتحقق الرضا بين العاقدين وأن تكون المنافسة عادلة خالية من الغرر أو التدليس، مما يجعل السؤال الفقهي هنا محوريًا: هل تحقق الخوارزمية ذلك الرضا الشرعي أم تُخفي وراءها تحكمًا برمجيًا يجعل العقد صوريًا؟ (كريس ناید، 2021، ص 27.)

ثالثاً: الفرق بين المزاد التقليدي والمزاد الخوارزمي

يُظهر التحليل المقارن أن الفارق بين المزاد التقليدي والمزاد الخوارزمي جوهري في عدة جوانب:

- في المزاد التقليدي، يوجد عاقدان مباشران يتبادلان الإيجاب والقبول بوعيٍ وإرادةٍ، أما في المزاد الخوارزمي فإن الخوارزمية تقوم مقام الوسيط والمقرّر في آنٍ واحد.
- في المزاد التقليدي، يكون الثمن وليد التفاعل البشري، بينما في المزاد الخوارزمي يُنتج السعر وفق معادلاتٍ رقميةٍ تُقيّم احتمالات النقر والمردود الإعلاني وليس القيمة الواقعية للمحل.

- في المزاد التقليدي، يمكن التراجع أو العدول قبل الإرساء، أما في المزاد الآلي فيتم التنفيذ فورًا، مما يثير إشكال الرضا المؤجل أو القبول الضمني.

وقد أشار الباحث سيمون أندرسون (Simon Anderson) في دراسته إلى أن «التحول من المزايدة البشرية إلى المزايدة الخوارزمية يُفقد الأطراف السيطرة على التفاصيل الدقيقة للعقد، لأن النظام يُنفّذ نيابةً عنهم دون وعيٍ تامٍ بكل متغير».

وهذا البعد يطرح ضرورة التكييف الشرعي لهذه العقود الجديدة ضمن نظرية البيع بالمزايدة والوكالة، لتمييز ما إذا كانت مشروعةً بأركانها أم ناقصةً لفقدان الوعي والرضا. (سيمون أندرسون، 2022، ص 63.)

رابعاً: التطور التاريخي لهذه الأنظمة

بدأت المزادات الرقمية في مطلع الألفية الثالثة كنظمٍ بسيطةٍ تُدار عبر الإنترنت لبيع المساحات الإعلانية يدويًا، ثم تطورت مع ظهور الذكاء الاصطناعي إلى أنظمةٍ ذاتيةٍ تُحلّل بيانات المستخدمين وتُصدر قراراتها آليًا. وقد أصبحت هذه الآليات اليوم العمود الفقري لتجارة الإعلانات عبر الشبكات العالمية، إذ تشير الإحصاءات إلى أن أكثر من 80٪ من الإعلانات التجارية تُباع بالمزايدة الآلية.

ويُفسّر الباحث فيليب تايلور (Philip Taylor) هذا التحول بأنه «ناتج عن قدرة الخوارزميات على تحقيق أقصى عائد للمعلنين والمستثمرين عبر تخصيصٍ دقيقٍ للموارد الإعلانية».

لكن من المنظور الفقهي، يثير هذا التطور مسألة العدالة في المنافسة وشفافية الأسعار، إذ قد تؤدي البرمجة المنحازة أو احتكار البيانات إلى الإخلال بمبدأ تكافؤ الفرص بين المتنافسين، وهو ما يتنافى مع القيم الأخلاقية التي أكدتها الشريعة في باب البيوع. (فيليب تايلور، 2021، ص 88.)

خامساً: التمهيد للإشكال الفقهي

من خلال ما سبق، يظهر أن المزاد الخوارزمي يجمع بين خصائص العقد التقليدي والعقد الآلي؛ فهو يتضمن عناصر البيع من ثمنٍ ومحلٍّ ورضاٍ ضمني، لكنه في الوقت ذاته يُدار بآليةٍ تُقصي الإنسان من التفاعل المباشر، مما يثير سؤالًا جوهريًا:

هل يُعد هذا المزاد بيعًا شرعيًا تتحقق فيه أركان الإيجاب والقبول، أم هو صورةٌ من صور المعاملة الصورية التي تُدار برمجيًا دون قصدٍ معتبرٍ من الطرفين؟

هذا السؤال سيكون محور المطلب الثاني الذي يتناول التكييف الفقهي للمزادات الرقمية في ضوء القواعد الشرعية والمقاصد الكلية للشريعة الإسلامية.

المطلب الثاني: التكييف الفقهي لمزادات الإعلانات الرقمية

أولاً: التكييف العام للمزادات في الفقه الإسلامي

يُعدّ البيع بالمزايدة من البيوع المعروفة في الفقه الإسلامي، وقد ورد في السنة ما يدلّ على جوازه، كحديث أنس رضي الله عنه: «أنَّ النبيَّ ﷺ باع حِلساً وقَدَحاً فقال: مَن يشتري هذا الحِلسَ والقَدَح؟» فزاد الناس فيه، فباعه لمن زاد أكثر»؛ وهو دليلٌ على جواز المفاضلة في الثمن متى تحقق الرضا بين الطرفين.

وقد أجمعت المذاهب الأربعة على مشروعية البيع بالمزايدة إذا خلا من الغبن والتغرير والتدليس، بشرط أن يكون المتعاقدان على بيّنة من الثمن والمحل، وأن يتحقق الرضا النهائي بالإيجاب والقبول الصريح أو ما يقوم مقامه.

غير أن الفقهاء شددوا على أن المزاد لا يصح إذا تضمن نجشاً أو غشاً أو تدخلاً مصطنعًا في الأسعار، لأن ذلك ينافي العدل في المعاملة. قال ابن قدامة: "إذا تدخّل طرف لرفع السعر بغير نية الشراء فهو نجشٌ محرّم" (ابن قدامة، ص 12).

وفي ضوء ذلك، فإن المزادات الرقمية تثير تساؤلاً حول تحقق هذه الضوابط الشرعية، خاصة وأن رفع الأسعار فيها يتم عبر خوارزميات آلية، لا بوعيٍ مباشر من العاقدين. وهذا ما يجعل تكييفها الفقهي أكثر تعقيداً من صور المزاد التقليدي.

ثانياً: طبيعة المزادات الرقمية وأثرها في مفهوم العقد

تُعرّف المزادات الرقمية بأنها عملية بيعٍ آليةٍ تنفذها خوارزمياتٌ سوقية بين المعلنين، إذ يُقدَّم السعر الأعلى خلال أجزاءٍ من الثانية، وتُبرم الصفقة فورًا دون تواصلٍ بشري.

وقد أوضح الباحث جيفري بيكمان (Jeffrey Beckman) في دراسته حول الاقتصاد الخوارزمي أن هذه المزادات «تحوّل عملية التفاوض إلى معادلاتٍ رقميةٍ تتخذ القرار بالنيابة عن الأطراف، مما يجعل الرضا الافتراضي هو جوهر العقد» (جيفري بيكمان، 2020، ص 61).

وبالنظر إلى مفهوم الرضا في الفقه، فإنه يتحقق بالاختيار والفهم الكامل لموضوع العقد وشروطه، وهو ما يصعب الجزم بتحققه في هذه الأنظمة، لأن المعلن قد لا يدرك تفاصيل البرمجة التي ترفع أو تخفّض سعر إعلانه في كل لحظة.

ومن ثمّ، يرى عددٌ من الباحثين المعاصرين أن العقد في هذه الحالة ليس بيعاً بالمفهوم الكامل، بل هو عقد وكالة رقمية، تُفوّض فيه الخوارزمية بالتصرف ضمن نطاقٍ محددٍ من الأسعار، دون تجاوزٍ أو غشٍّ في التقدير. ويُعدّ هذا التكييف أقرب للضبط الشرعي لأنه يُعيد المسؤولية إلى الموكِّل الإنساني الذي أنشأ النظام. (عبد الله، 2022، ص 95.)

ثالثاً: الخلاف الفقهي في تكييف العقود المؤتمتة

يتفرّع عن هذا الموضوع خلافٌ بين فقهاء العصر في تكييف العقود المؤتمتة:

الاتجاه الأول يرى أنها عقود بيعٍ صحيحة، لأن الإيجاب والقبول قد تحققا عبر وسيلةٍ معتبرةٍ عرفاً، وهي النظام البرمجي، تمامًا كما يُعتبر البريد الإلكتروني أو الرسائل وسيلةً للتراضي في الفقه المعاصر.

الاتجاه الثاني يرى أن هذه العقود عقود وكالةٍ رقمية لا بيعاً تاماً، لأن الخوارزمية تنوب عن صاحبها، وتعمل بحدودٍ مفوضة، فيبقى الأصل في العقد هو إرادة الإنسان لا النظام.

الاتجاه الثالث يذهب إلى أن هذه المعاملات صورةٌ من صور العقود غير المكتملة، لافتقارها إلى العلم بالمحلّ الكامل والرضا الصريح، ولأنها تقوم على احتمالاتٍ برمجيةٍ غير مضمونة النتائج.

وقد مال الباحث محمد فؤاد عبد السلام إلى الرأي الثاني، معتبرًا أن «الخوارزمية تعمل كوكيلٍ مأذونٍ ضمن نطاقٍ محددٍ، ولا يجوز اعتبارها عاقدةً بذاتها لأن الإرادة لا تُنسب إلى كيانٍ غير عاقل» (عبد السلام، 2021، ص 134).

وهذا التكييف يجد أصله في القاعدة الشرعية: "الوكيل أمينٌ فيما وُكّل به ما لم يتعدّ أو يفرّط"، مما يجعل مسؤولية التنفيذ تقع على المبرمج أو الموكِّل لا على النظام نفسه.

رابعاً: معيار الرضا والعدل في المزادات الخوارزمية

الرضا في العقود من أهم مقاصد الشريعة في باب المعاملات، قال تعالى: ﴿إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ﴾ [النساء: 29] وفي المزادات الخوارزمية، يتحقق الرضا ضمناً عند قيام المعلن بالموافقة على شروط المنصّة التي تُجري المزايدة بالنيابة عنه، بشرط أن تكون هذه الشروط معلومة ومُفصّلة وواضحة، غير أن الخطر يكمن في الرضا الناقص الناتج عن الجهل بطريقة عمل الخوارزمية، وهو ما قد يُعدّ نوعاً من الغرر المحظور. وقد حذّر تقرير صادر عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) من أن الأنظمة البرمجية التجارية "تخلق أحياناً منافسةً غير متكافئة تُفضي إلى أسعارٍ مصطنعةٍ أو تمييزٍ غير

معلن" (تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، حوكمة الذكاء الاصطناعي في الأسواق الرقمية، باريس، 2022، ص 9).

لذلك يرى بعض الباحثين أن التكييف الشرعي لهذه المزادات يجب أن يقوم على قاعدة "العقد تابعٌ للعرف ما لم يخالف نصاً"، أي أن تراضي الأطراف في البيئة الرقمية معتبرٌ بشرط وضوح الشروط وانتفاء الخداع.

وبذلك، يمكن القول إن الحكم الشرعي لمزادات الإعلانات الخوارزمية ليس حكمًا واحدًا مطلقًا، بل يتغيّر تبعًا لدرجة الشفافية والرضا والعلم، وهي عناصر تتفق مع مقاصد الشريعة في حفظ المال والعدل ومنع الغبن.

المبحث الثاني: تقويم الحكم الشرعي لمزادات الإعلانات المدفوعة بالذكاء الاصطناعي في ضوء مقاصد الشريعة

المطلب الأول: دراسة المخاطر الشرعية في المزادات الخوارزمية

تتسم المزادات الرقمية القائمة على الخوارزميات السوقية بدرجةٍ عاليةٍ من التعقيد، إذ تعتمد على تحليل البيانات وسلوك المستخدمين في أجزاءٍ من الثانية لاتخاذ قراراتٍ ماليةٍ ضخمة. غير أنّ هذه الآلية التي تبدو مثالية من الناحية التقنية، تُثير من الجانب الشرعي عدة إشكالاتٍ تتعلق بسلامة التراضي، وعدالة التسعير، وخلوّ العقد من المحظورات كالغرر والربا والمقامرة. وقد أكّد الفقهاء أن سلامة العقد لا تقوم إلا على العلم، والاختيار، وانتفاء الضرر، وهي شروطٌ كثيرًا ما تتعرض للاهتزاز في بيئة التعاملات الرقمية الحديثة. (الزحيلي، 2004، ج4، ص 2817) (زيدان، 1986، ص 206) (تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، 2022، ص 11.)

أولاً: الغرر والجهالة في المزادات الخوارزمية

الغرر من أهم أسباب فساد العقود في الفقه الإسلامي، وهو ما اشتمل على الجهالة أو المخاطرة التي لا تُدرَك عواقبها. وقد نهى النبي ﷺ عن بيع الغرر، لأنه يؤدي إلى النزاع والظلم بين العاقدين. وفي المزادات الخوارزمية، لا يكون المتعامل – المعلن أو المشتري – على علمٍ كاملٍ بطريقة تحديد السعر أو آلية المفاضلة بين العروض، إذ تجري العمليات داخل منظومةٍ برمجيةٍ مغلقةٍ لا تتيح الشفافية الكاملة.

ويرى الباحث سيمون أندرسون (Simon Anderson) أن «الخطر الأكبر في الأسواق التي تديرها الخوارزميات هو فقدان الوعي الكامل بالعقد، مما يجعل أحد الطرفين في وضعٍ من عدم التوازن المعلوماتي»؛ وهو ما يخلق جهالةً مؤثرةً تمنع تحقق الرضا الحقيقي، وقد أفتت هيئات الفتوى المعاصرة بأن كل عقدٍ يقوم على إخفاء المعلومات الجوهرية عن أحد الأطراف يدخل في باب الغرر المحظور، ولو كان عبر وسيلةٍ رقميةٍ حديثة. (النووي، ج10، ص 156) (سيمون أندرسون، 2022، ص 66) (مجمع الفقه الإسلامي الدولي، 2003، ص 2.)

ثانياً: الربا الخفيّ في تسعير الإعلانات الرقمية

تُعدّ مسألة الربا الخفيّ من أخطر ما يمكن أن يتسرّب إلى البيوع الرقمية، لا سيما في المعاملات التي تعتمد على التسعير الزمني أو العائد المضمون. ففي بعض المنصّات الإعلانية، يُربط ثمن الإعلان بمدة العرض أو بعدد النقرات المستقبلية، مما يجعل العوض غير معلومٍ عند العقد، وهو ما قد يُعتبر زيادةً في الثمن مقابل الزمن، أي صورةً من صور الربا، وقد أشار الباحث فيليب تايلور (Philip Taylor) إلى أن «أنظمة التسعير الآلي في المنصات الإعلانية تميل بطبيعتها إلى تحقيق ربحٍ تراكميٍّ زمنيٍّ لصالح الجهة المالكة للنظام، مما يجعلها أقرب إلى الفائدة الثابتة منها إلى المزايدة الحرة» ومن الناحية الفقهية، هذا النمط يُلحق العقد بمعاملةٍ ربويةٍ إذا تضمن زيادةً مشروطةً بالمدة أو احتماليةً للعائد المضمون دون مشاركةٍ

في المخاطرة. (حسن، 1990، ص 219) (فيليب تايلور، 2021، ص 90) (قرار مجمع الفقه الإسلامي الدولي رقم 108 ، 2019، ص 6.)

ثالثاً: الظلم والغبن في تسعير الخوارزميات واحتكار البيانات

الظلم في العقود يتحقق حين يُؤخذ مال أحد الطرفين بغير حقٍّ أو يُمنع من الوصول إلى فرصٍ عادلةٍ في السوق. وتؤدي الخوارزميات السوقية – إذا لم تخضع للرقابة – إلى هيمنة الشركات الكبرى على بيانات المستخدمين والمعلنين، مما يمنحها قدرةً على التحكم بالأسعار ونتائج المزايدة، فتتحول العدالة السوقية إلى وهمٍ رقميٍّ منظم.

وقد أكّد تقرير الهيئة الأوروبية للأوراق والأسواق المالية (ESMA) أن «التحكم الخوارزمي بالبيانات يؤدي إلى خلق أسواقٍ غير متكافئةٍ تقوّض مبدأ المنافسة الحرة»؛ وهذا ما يوازي في الفقه مفهوم الغبن الفاحش أو الاستغلال التجاري الممنوع.

ويرى الإمام الشاطبي أن العدالة مقصدٌ ضروريٌّ في المعاملات، وأن كل وسيلةٍ تفضي إلى الظلم تُسدّ شرعًا، ولو كانت مباحةً في أصلها. ولذلك، فإن الخوارزميات التي ترفع الأسعار أو تخفضها بصورةٍ منحازةٍ تعدّ وسيلةً محرّمةً لأنها تُخلّ بالمقصد الشرعي في تحقيق المصلحة العامة. (الشاطبي، ج2، ص 34) (تقرير الهيئة الأوروبية للأوراق والأسواق المالية، 2023، ص 8) (السالوس، 2016، ص 269.)

رابعاً: أثر هذه المخاطر في صحة العقد

إن اجتماع الغرر والربا والغبن في أي معاملةٍ يُفقدها صفة الحلّ الشرعي، لأن مقصود الشريعة في العقود هو تحقيق العدالة وتبادل المنافع على أساس الرضا الصادق والشفافية الكاملة. وإذا كانت الخوارزمية تُملي شروط العقد وتُخفي تفاصيل التسعير أو العائد، فإن الرضا يصبح ناقصًا، والعقد مهددًا بالبطلان أو الفساد بحسب درجة الضرر.

وقد نصّ الفقهاء على أن «العقد إذا خلا من العلم بالمحلّ أو الثمن لم ينعقد صحيحًا»، وهذا ينطبق على المزادات الرقمية التي لا يُعلم فيها معيار المفاضلة أو سبب الربح بدقة. ومن ثم، ينبغي تقنين هذه المعاملات وفق معايير شرعيةٍ واضحة تضمن خلوّها من المحظورات وتحقق مقاصد الشريعة في العدل وحفظ المال. (ابن نجيم، ص 124) (الضرير، 2010، ص 119) (عبد السلام، 2021، ص 141.)

المطلب الثاني: نحو تقنينٍ شرعيٍّ وتنظيميٍّ للخوارزميات السوقية

يُعدّ التقنين الشرعي للخوارزميات السوقية ضرورةً ملحّة في عصر الاقتصاد الرقمي، إذ أصبحت هذه النظم تؤدي دور الوسيط والمُقرّر في آنٍ واحد، فتحدّد الأسعار، وتدير المنافسة، وتتحكم في سلوك المستهلكين والمعلنين. ومن ثمّ، فإن تقويمها لا بد أن يخضع لمعيارٍ شرعيٍّ يحفظ العدالة، ويمنع التحيّز والاستغلال. فالشريعة الإسلامية قائمة على مبادئ المساواة والشفافية وحفظ المال، وهي قيمٌ يمكن ترجمتها إلى معاييرٍ تنظيميةٍ تضبط الخوارزميات وتضمن نزاهتها. (الشاطبي، ج2، ص 30) (تقرير البنك الدولي، 2021، ص 14.)

أولاً: تأسيس لجان رقابة شرعية وتقنية

إنّ أولى خطوات التقنين تتمثّل في إنشاء لجانٍ علميةٍ تجمع بين الفقهاء والمهندسين، تُراجع تصميم الخوارزميات التجارية قبل اعتمادها، للتأكد من خلوّها من عناصر الغرر أو الربا أو الظلم. فكما يشترط الفقه الإسلامي الإشراف الشرعي على المعاملات المصرفية، يجب أن يمتد هذا الإشراف إلى النظم الرقمية التي تتعامل بالأموال والمزايدات.

وقد أوصى مجمع الفقه الإسلامي الدولي في قراراته الحديثة بضرورة وجود "هيئات رقابةٍ شرعيةٍ تقنية" لمراجعة العقود الإلكترونية قبل تنفيذها. كما أكّد الباحث جيفري بيكمان (Jeffrey Beckman) أن "التكامل بين الرقابة التقنية والضوابط الأخلاقية هو شرط الثقة في الأسواق الرقمية الحديثة". (مجمع الفقه الإسلامي الدولي، 2003، ص 4) (جيفري بيكمان، 2020، ص 68) (النعيمي، 2022، ص 24.)

ثانياً: الإفصاح الكامل عن آلية التسعير

من مقاصد الشريعة في المعاملات تحقيق الوضوح وإزالة الجهالة. فكل عقدٍ لا يعلم فيه أحد الطرفين كيف يُحتسب الثمن أو العائد يُعدّ ناقصًا من حيث الرضا الشرعي. لذا يجب إلزام الشركات والمنصات الرقمية بالإفصاح الكامل عن الأسس البرمجية التي تُبنى عليها الأسعار، وتوضيح كيفية المفاضلة بين العروض.

وقد نصّت الهيئة الأوروبية للأوراق والأسواق المالية (ESMA) على ضرورة "تفسير الخوارزميات المالية للمستخدمين بطريقةٍ مفهومةٍ وواضحةٍ تحفظ حقّ المعلن والمستهلك معًا". كما أكّد الفقيه وهبة الزحيلي أنّ العلم بالثمن والمحلّ شرطٌ لصحة العقد، لأن الجهل بهما يُفضي إلى الغرر. (الزحيلي، 2004، ج4، ص 2831) (تقرير الهيئة الأوروبية للأوراق والأسواق المالية، 2023، ص 9) (السالوس، 2016، ص 277.)

ثالثاً: مبدأ الأمانة الخوارزمية

الأمانة مبدأ أصيل في الفقه الإسلامي، تُعدّ شرطًا في صحة الوكالة والبيع وكل أنواع التصرف المالي. وإذا كانت الخوارزمية تقوم مقام الوكيل، فإنها مؤتمنةٌ على تنفيذ أوامر الموكِّل بعدلٍ وصدق. ومن ثمّ يجب برمجتها بما يضمن الحياد وعدم الانحياز لصالح شركةٍ أو طرفٍ بعينه، وقد بيّنت دراسة كريس ناید (Chris Naidu) أن أحد أخطر تحديات الإعلانات الآلية هو "التحيّز الخوارزمي الذي يمنح الأفضلية للمؤسسات القادرة على دفع رسومٍ إضافيةٍ أو استخدام بياناتٍ أوسع، مما يخلّ بمبدأ العدالة السوقية" ويقتضي الضبط الشرعي أن تُراجع الشيفرات البرمجية على نحوٍ مماثل لمراجعة العقود الورقية، لأن الخداع الرقمي لا يختلف في حكمه عن الغشّ التقليدي. (كريس ناید، 2021، ص 33) (الضرير، 2010، ص 121.)

رابعاً: تحديد المسؤولية الشرعية والتنظيمية

من أصول الفقه الإسلامي أنّ "الضمان على المتسبّب إذا كان فعله مؤثرًا في الضرر"، وهو ما يقتضي تحديد المسؤولية في حال وقوع الخلل أو الغبن الناتج عن قرارات الخوارزمية. فإذا كان الخطأ في التصميم البرمجي، فالمسؤولية تقع على المبرمج أو الجهة المطوّرة، أما إن كان في التشغيل أو الاستخدام، فتُحمّل الجهة المستفيدة تبعته.

ويرى الباحث فيليب تايلور (Philip Taylor) أن القوانين الحديثة "تتّجه نحو مبدأ المسؤولية المشتركة بين مزوّد الخدمة والمستخدم النهائي عند وقوع خطأٍ تقنيٍّ مؤثر"، وهو ما يتوافق مع القاعدة الشرعية في تقسيم الضمان بحسب سبب الضرر.

كما أن إنشاء هيئاتٍ تنظيميةٍ مختصة بفضّ النزاعات الرقمية يُسهم في تطبيق مقاصد الشريعة في رفع الضرر وردّ الحقوق إلى أصحابها. (ابن نجيم، ص 126) (فيليب تايلور، 2021، ص 91) (عبد الخالق، 2011، ص 78.)

خامساً: إدماج فقه المقاصد في التشريعات الرقمية

يُعدّ فقه المقاصد الإطار الأعلى الذي ينبغي أن يحتكم إليه المشرّع في كل النوازل المعاصرة. فالمعاملات الرقمية ليست مجرد تقنياتٍ اقتصادية، بل أنظمةٌ ذات أثرٍ اجتماعيٍّ وأخلاقيٍّ يمسّ مقاصد الشريعة في حفظ المال والعدل والأمن.

وقد أكّد عبد الله بن بيه أن "الاجتهاد المقاصدي هو الضمان لاستيعاب التحولات الحديثة دون الوقوع في التحريم المطلق أو الإباحة المطلقة"، ودعا إلى "إدماج المقاصد في التشريعات المدنية الحديثة ليبقى الشرع حاكمًا لا محكومًا".

ومن ثم، فإن تقنين الخوارزميات السوقية وفق منهج المقاصد يُعيد التوازن بين الكفاءة التقنية والقيم الشرعية، ويجعل الذكاء الاصطناعي أداةً لتحقيق المصلحة لا وسيلةً للهيمنة أو الظلم. (ابن بيه، 2012، ص 148) (الأمين، 2015، ص 98) (تقرير جامعة أكسفورد، 2020، ص 25.)

يتضح أن تحقيق العدالة في الخوارزميات السوقية لا يكون إلا بتقنينٍ يجمع بين الضبط الشرعي الذي يحفظ مقاصد الشريعة في العدل والشفافية، والضبط التقني الذي يضمن النزاهة الرقمية والحياد البرمجي. فالتكامل بين الفقه والبرمجة هو الطريق إلى سوقٍ رقميٍّ منضبطٍ بالقيم الإسلامية، تُدار فيه الخوارزميات وفق ضوابط الأخلاق لا مجرد منطق الربح، وبذلك يتحقق مقصد الشريعة في حفظ المال والمصلحة العامة. (القره داغي، 2015، ص 231)

الخاتمة

بعد هذا العرض التحليلي لموضوع الخوارزميات السوقية ومزادات الإعلانات المدفوعة بالذكاء الاصطناعي، يتضح أن هذه الظاهرة تمثل واحدة من أهم صور التحول الاقتصادي في العصر الرقمي، حيث انتقلت المنافسة من الإنسان إلى الأنظمة المؤتمتة، وأصبحت الخوارزميات هي التي تدير المزاد، وتحدّد الأسعار، وتُبرم الصفقات نيابةً عن الأطراف.

هذا التحول التقني، على أهميته الاقتصادية، يثير تحدياتٍ فقهية وأخلاقية عميقة تتعلق بمفهوم الرضا، وشفافية التسعير، وعدالة السوق، وهو ما يجعل الحاجة إلى ضبط هذه الممارسات في ضوء مقاصد الشريعة ضرورةً علميةً وتنظيميةً في آنٍ واحد.

وقد أظهرت الدراسة أن الخوارزميات السوقية لا يمكن الحكم عليها بحكمٍ واحدٍ مطلق؛ فهي قد تكون وسيلةً مشروعةً إذا التزمت بالعدل والشفافية وأُنشئت وفق ضوابطٍ واضحة، وقد تكون غير مشروعة إذا انطوت على الغرر أو الربا أو الظلم أو التحيّز. فالميزان الشرعي هنا هو تحقق مقاصد الشريعة في حفظ المال ومنع الضرر، لا مجرد الحداثة التقنية أو الكفاءة الاقتصادية.

ومن أهم النتائج التي توصّلت إليها الدراسة:

1. أن مزادات الإعلانات الرقمية يمكن تكييفها فقهياً في صورتين: عقد بيعٍ بالمزايدة إذا توافرت فيه شروط الرضا والشفافية، أو وكالة رقمية إذا كان النظام ينوب عن المعلن ضمن حدودٍ مأذونٍ بها.
2. أن المخاطر الشرعية الرئيسة في هذه المزادات تتمثل في الجهالة، والربا الخفي، واستغلال البيانات بما يخلّ بعدالة المنافسة.
3. أن مقاصد الشريعة – وخاصة العدالة والشفافية وحفظ المال – تمثل الإطار الأنجع لتقويم هذه الظواهر، لأنها توازن بين مصلحة الابتكار ومبدأ الحلال والحرام.
4. أن التنظيم القانوني وحده لا يكفي، بل يجب أن يُدمج مع الرقابة الشرعية لضمان تطابق الأنظمة الرقمية مع القيم الإسلامية.

وتقترح الدراسة جملة من التوصيات العملية، أهمها:

- إنشاء لجان رقابة شرعية تقنية تراجع عمل الخوارزميات التجارية قبل اعتمادها.
- إلزام المنصات بالإفصاح الكامل عن آليات التسعير والمفاضلة بين العروض.
- تبني مبدأ الأمانة الخوارزمية بوصفه معيارًا للعدالة الرقمية.
- وضع تشريعاتٍ تُحدّد المسؤولية عند وقوع الغبن أو الخطأ البرمجي.
- اعتماد المقاصد الشرعية إطارًا تشريعيًا في صياغة القوانين الرقمية والمالية الحديثة.

وفي الختام، يتأكد أن فقه المعاملات قادرٌ على استيعاب الثورة التقنية إذا قُرئ في ضوء مقاصده الكلية وروحه الإنسانية، وأن الذكاء الاصطناعي، متى ضُبط بالقيم الشرعية، يمكن أن يكون أداةً لتعزيز العدالة الاقتصادية لا وسيلةً للهيمنة أو الغش، وبذلك تتحقق رسالة الشريعة في حفظ المصالح، وردّ المظالم، وتحقيق العدل في عالمٍ تتغير فيه أدوات السوق، لكن تظل فيه القيم هي الثابت الذي يُهدي طريق الإنسان.

المصادر والمراجع

1. ابن بيه، عبد الله. فقه الموازنات. دار الفكر، أبوظبي، 2012م.
2. ابن قدامة، عبد الله بن أحمد. المغني. دار الفكر، بيروت، الطبعة الثانية، 1985م.
3. ابن نجيم، زين الدين بن إبراهيم. الأشباه والنظائر. دار الكتب العلمية، بيروت، بدون سنة.
4. أحمد النجار. فقه المعاملات الإلكترونية في الشريعة الإسلامية. دار البصائر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2020م.
5. الأمين، حسن. منهجية البحث في الفقه المقارن. دار النفائس، عمّان، الطبعة الثالثة، 2015م.
6. البكري، خالد. «العقود الذكية في الصيرفة الإسلامية وأثرها على كفاءة الأداء». وقائع مؤتمر الابتكار المالي الإسلامي، الجامعة الإسلامية بماليزيا، 2021م. (ترجمة منشورة في مجلة الاقتصاد الإسلامي، العدد 27، 2022م).
7. البنك الإسلامي للتنمية. الاقتصاد الرقمي وأخلاقيات الذكاء الاصطناعي. جدة، 2022م.
8. الزحيلي، وهبة. الفقه الإسلامي وأدلته. دار الفكر، دمشق، الطبعة السابعة، 2004م.
9. الزحيلي، وهبة. نظرية العقد في الفقه الإسلامي. دار الفكر، دمشق، الطبعة الثانية، 1998م.
10. السالوس، علي. الاقتصاد الإسلامي والقضايا الفقهية المعاصرة. دار الثقافة، الدوحة، الطبعة الثالثة، 2016م.
11. الشاطبي، إبراهيم بن موسى. الموافقات. دار المعرفة، بيروت، بدون سنة.
12. الضرير، محمد الصديق. القواعد العامة للعقود في الفقه الإسلامي. مجمع الفقه الإسلامي، جدة، 2010م.
13. عبد الحليم عمر، محمد. «التمويل الإسلامي والتحول الرقمي». مجلة جامعة الأزهر للاقتصاد الإسلامي، العدد 55، 2021م.
14. عبد الرحمن حسن. الربا والمعاملات المصرفية. دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثالثة، 1990م.
15. عبد الرحمن عبد الخالق. الضمان في الفقه الإسلامي. مكتبة العلم، القاهرة، الطبعة الثانية، 2011م.
16. عبد القادر عودة. التشريع الجنائي الإسلامي. دار الكتاب العربي، بيروت، بدون سنة.
17. عبد الكريم زيدان. المدخل لدراسة الشريعة الإسلامية. مؤسسة الرسالة، بيروت، الطبعة الثالثة، 1986م.
18. عبد الله بن بيه. فقه الموازنات. دار الفكر، أبوظبي، 2012م.
19. عبد الله علي عبد الله. «فقه العقود الإلكترونية في المعاملات المعاصرة». مجلة الاقتصاد الإسلامي، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد 44، 2022م.

20. القرضاوي، يوسف. مدخل لدراسة الشريعة الإسلامية. دار الشروق، القاهرة، الطبعة السادسة، 2014م.
21. القره داغي، محمد علي. فقه المعاملات المعاصرة. دار البشائر الإسلامية، بيروت، الطبعة الأولى، 2015م.
22. مجمع البحوث الإسلامية بالأزهر. مجلة المجمع. العدد 81، القاهرة، 2020م.
23. مجمع الفقه الإسلامي الدولي. القرار رقم (12/2/108) بشأن التعامل بالعملات الرقمية. جدة، 2019م.
24. مجمع الفقه الإسلامي الدولي. القرار رقم (14/7/133) بشأن التعاقد عبر الإنترنت. جدة، 2003م.
25. محمد الصديق الضرير. القواعد العامة للعقود في الفقه الإسلامي. مجمع الفقه الإسلامي، جدة، 2010م.
26. محمد فؤاد عبد السلام. الذكاء الاصطناعي وأثره في فقه المعاملات الحديثة. دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2021م.
27. مصرف البحرين المركزي. دليل الخدمات المالية الرقمية. المنامة، 2022م.
28. مصطفى الزرقا. المدخل الفقهي العام. دار القلم، دمشق، الطبعة الثانية، 1998م.
29. النعيمي، عبد الله. «الأمن المعلوماتي في العقود الرقمية». مجلة القانون والتشريع، جامعة البحرين، العدد 19، 2022م.
30. النووي، يحيى بن شرف. شرح صحيح مسلم. دار إحياء التراث العربي، بيروت، بدون سنة.
31. وزارة الاقتصاد الإماراتية. القانون الاتحادي رقم 46 لسنة 2021 بشأن المعاملات الإلكترونية. أبوظبي، 2021م.
32. وزارة العدل السعودية. نظام التعاملات الإلكترونية. الرياض، 1428هـ.

المراجع الأجنبية المترجمة إلى العربية

33. إيلي بارزيلاي (Eli Barzilay). الاقتصاد الخوارزمي والتحول الرقمي للأسواق. جامعة هارفارد، 2020م.
34. تقرير البنك الدولي. الذكاء الاصطناعي والتنظيم المالي. واشنطن، 2021م.
35. تقرير الهيئة الأوروبية للأوراق والأسواق المالية (ESMA). التمويل اللامركزي وتصنيف العقود الذكية. بروكسل، 2023م.
36. تقرير جامعة أكسفورد. الذكاء الاصطناعي والعدالة الأخلاقية. لندن، 2020م.
37. تقرير منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD). حوكمة الذكاء الاصطناعي في الأسواق الرقمية. باريس، 2022م.
38. جيفري بيكمان (Jeffrey Beckman). الأسواق الذكية: مستقبل التبادل التجاري الآلي. جامعة ستانفورد، 2020م.
39. سيمون أندرسون (Simon Anderson). اقتصاد المزادات الآلية وتأثير الذكاء الاصطناعي. جامعة كامبريدج، 2022م.
40. فيليب تايلور (Philip Taylor). التسعير الخوارزمي والتحول في أسواق الإعلانات الرقمية. جامعة لندن للاقتصاد، 2021م.
41. كريس ناید (Chris Naidu). نظم المزايدات الرقمية والإعلان الآلي. مجلة التجارة الإلكترونية الدولية، المجلد 12، العدد 4، 2021م.