

شفافیت اقتصادی در اقتصاد اسلامی (با پافشاری بر منابع قرآنی و روایی)*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۵/۴

رحمت الله عبدالله زاده**
مصعب عبدالههی آرانی***
حسین غفورزاده****

چکیده

شفافیت اقتصادی از مهم ترین موضوعات در هر نظام اقتصادی به شمار می رود. از آنجا که اقتصاد مقاومتی به عنوان الگویی الهام بخش از نظام اقتصادی اسلام معرفی می گردد این پرسش مطرح می شود که ظرفیت آموزه های قرآنی، روایی و فقهی به عنوان منابع معرفتی نظام اقتصادی اسلام در ایجاد شفافیت اقتصادی چگونه است؟ به همین منظور با استفاده از روش تحلیلی - توصیفی و نیز مطالعه ابواب فقه اقتصادی، مؤلفه های شفافیت اقتصادی مطرح شده در ادبیات اقتصادی، در آموزه های فقهی و با رویکردی قرآنی - روایی کاوش گردید و احکام تکلیفی - الزامی و غیر الزامی - ناظر به شفافیت اقتصادی، قواعد فقهی مؤثر در شفافیت اقتصادی و نیز مؤلفه های شفافیت اقتصادی در عقود اسلامی استخراج و این نتیجه حاصل شد که آموزه های فقهی و قرآنی - روایی در ایجاد شفافیت اقتصادی از ظرفیت بالایی برخوردارند.

واژگان کلیدی: شفافیت اقتصادی، فقه اقتصادی، رویکرد قرآنی - روایی، عقود اسلامی، قواعد فقهی.

طبقه بندی JEL: A13, L14, K12, Z12.

*. این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که با حمایت مالی دانشگاه پیام نور انجام شده است.

**. استادیار گروه علوم قرآن و حدیث دانشگاه پیام نور، ایران.

Email: abdollahzadeh_arani@yahoo.com.

Email: raveshetahghigh1395@gmail.com.

***. استادیار گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور، ایران.

****. دانشجوی دکتری فلسفه اقتصاد اسلامی دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول).

Email: hghafoorzadeh@yahoo.com.

مقدمه

شرط لازم برای سالم بودن هر نظام اقتصادی، وجود شفافیت در ابعاد مختلف است؛ عدم شفافیت در اقتصاد موجب می‌شود از یک سو به دلیل نبود نظارت اطلاعاتی کافی، فساد اداری، اقتصادی و مالی هزینه‌های سنگینی بر اقتصاد تحمیل شود و از سوی دیگر به دلیل فقدان شفافیت در اقتصاد امکان برنامه‌ریزی صحیح اقتصادی فراهم نباشد. نبود و یا کمبود شفافیت اطلاعات در اقتصاد ایران، همواره توسط کارشناسان به عنوان عاملی در جهت فرار از نظارت بر عملکرد بخش‌های فعال در اقتصاد و در نتیجه افزایش فساد اقتصادی عنوان گردیده است.

بند نوزدهم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز نظام را ملزم به شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن و جلوگیری از اقدامات، فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزا در حوزه‌های پولی، تجاری، ارزی و ... می‌نماید. همچنین در برخی بندهای دیگر به نظارت بر حسن اجرای سیاست‌های ابلاغی تأکید می‌گردد. مقام معظم رهبری در مقدمه سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی، آن را الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام معرفی نموده است؛ به عبارت دیگر برای دستیابی به اقتصاد مقاومتی باید نظام اقتصادی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی تحقق یابد. از جمله مهم‌ترین منابع معرفتی که نظام اقتصاد اسلامی می‌تواند از آن بهره‌مند شود قرآن کریم و منابع فقهی و روایی است؛ بنابراین این پژوهش در صدد است شفافیت اقتصادی را در منابع فقهی و با رویکردی قرآنی - روایی بررسی کند.

پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا فقه اقتصادی و آموزه‌های قرآنی و روایی ظرفیت ایجاد شفافیت اقتصادی در معاملات و قراردادهای را دارد؟

برای پاسخ به این پرسش با استفاده از روش تحلیلی توصیفی، نخست تعاریف مختلفی که در مورد شفافیت اقتصادی مطرح شده را بیان کرده و از میان آنها چهار مؤلفه را - که در واقع جامع همه تعاریف است - استخراج نموده سپس به دنبال رصدکردن این مؤلفه‌ها در آموزه‌های دینی بوده‌ایم؛ بر این اساس ابواب مختلف فقه اقتصادی* مطالعه و در سه بخش

*. ابواب فقهی مربوط به امور مالی نظیر بیع، مضاربه، مزارعه، مساقات، اجاره، جعاله، شرکت، ودیعه، عاریه، رهن، هبه، وکالت، ضمان، حواله، کفالت، صلح، غصب، حجر، قرض، وصیت، شفعه.

بررسی شد: در بخش اول احکام تکلیفی ناظر به شفافیت اقتصادی در کتب فقهی و روایی بررسی شده و احکام الزامی و غیرالزامی در شفافیت اقتصادی استخراج شده‌اند؛ در بخش دوم قواعد فقهی مؤثر در شفافیت اقتصادی با پافشاری بر آیات قرآن بررسی شده و در بخش سوم نیز مؤلفه‌های شفافیت اقتصادی در عقود اسلامی از حیث زمان انجام قرارداد (هنگام و پس از اجرای عقود) استخراج شده است.

۱. پیشنهاد تحقیق

ضمیری و نصیری (۱۳۸۹) در مقاله «حکمرانی مطلوب و نقش شفافیت در تحقق آن» شفافیت را یکی از مهم‌ترین عناصر نیل به حکمرانی خوب دانسته‌اند و بر این باورند که شفافیت ابزاری مهم برای آزادی است؛ اما قانونگذاری، اجرا و قضاوت در یک فضای غیرشفاف می‌تواند به فساد منجر شود.

کاظمی، داودی و رجایی (۱۳۹۱) در مقاله «صداقت در مقایسه با شفافیت در بازار اسلامی» بر این باورند که اقتصاد سرمایه‌داری ذاتاً از نقصان و پنهان‌کاری اطلاعات رنج می‌برد و با توجه به مبانی‌اش، توان ترمیم این نقیصه را ندارد؛ اما در بازار اسلامی با توجه به صداقت، طرفین نوعی احساس آرامش از رفتار یکدیگر دارند و پنهان‌سازی اطلاعات به صورت عمدی در خصوص مبادله یا کالا در بازار وجود ندارد و اگر خطایی صورت پذیرد، امکان جبران خطا در سازوکار بازار وجود دارد.

رساقامت و افشاری (۱۳۹۲) در مقاله «شفافیت مالی؛ راهی برای جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی» نخست مفاهیم شفافیت مالی و گزارشگری مالی را توضیح داده سپس اهمیت اعتماد و اعتمادسازی شهروندان و سرمایه‌گذاران را بررسی کرده‌اند. نتیجه‌ها گویای آن است که با وجود شفافیت‌های مالی در سازمان‌ها، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی بهتر می‌توانند در مورد سرمایه‌گذاری در شهر تصمیم بگیرند و از طرفی شهروندان نیز در اداره شهر، حضور چشمگیرتری خواهند داشت.

کافمن و بلور (Kaufmann & Bellver, 2005) در مقاله «شفاف‌سازی شفافیت: تجربه اولیه و کاربردهای سیاستی» با ایجاد یک ساختار اولیه از یک شاخص شفافیت برای ۱۹۴ کشور بر اساس بیش از بیست منبع مستقل به دنبال کار تجربی برای مفهوم شفافیت

بوده‌اند. شاخص آنها شامل یک شاخص شفافیت مجموع با دو بخش فرعی شفافیت اقتصادی - نهادی و شفافیت سیاسی می‌شود. یافته‌های تحقیق آنها نشان می‌دهد شفافیت به شاخص‌های توسعه انسانی و شاخص‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی نیز مرتبط است؛ همان‌گونه که با رقابت بالاتر و فساد پایین‌تر همراه است.

کارلین و دیگران (Carlin & et al, 2011) در مقاله «رقابت، کارایی نسبی و شفافیت بازار» به بررسی چگونگی تأثیر رقابت بر شفافیت بازار پرداخته‌اند. آنها با مطالعه یک محیط چندشرکتی که در آن به افراد با کارایی بالاتر پاداش داده می‌شود نشان داده‌اند که رقابت بالاتر معمولاً سبب می‌شود افشای کمتری رخ دهد؛ بنابراین سبب کاهش شفافیت بازار و در نتیجه کاهش رفاه سرانه می‌شود.

لوونستین و دیگران (Loewenstein, 2011) در مقاله «محدودیت‌های شفافیت: مشکلات افشای تضاد منافع» بر این نکته اشاره می‌کنند که افشای اطلاعات ذاتاً مطلوب است و اطلاعات بسته به نوع آن، چگونگی دریافت آن و چگونگی بهره‌برداری از آن سبب بهبود نتایج اقتصادی می‌شود؛ اما افشای اطلاعات مشکلاتی به همراه دارد و اگرچه فرصت‌هایی را برای طراحی سیاست‌هایی که منافع را تقویت می‌کند ایجاد می‌کند، اما باید دقت شود که افشای اطلاعات نباید با اقدامات مؤثرتری نظیر کارکردن برای ازبین‌بردن تضاد منافع جایگزین شود.

بررسی مطالعات بالا نشان می‌دهد هر یک از آنها بر اساس اهداف خود به زوایایی از بحث شفافیت پرداخته‌اند؛ مثلاً نقش شفافیت در بُعد سیاسی (حکمرانی خوب)، بُعد سرمایه‌گذاری، سیاست‌های پولی و ... با توجه به ادبیات اقتصاد متعارف بررسی شده است و کمتر منبعی یافت می‌شود که شفافیت اقتصادی را از دید مباحث فقهی و با رویکرد قرآنی - روایی تحقیق کرده باشد که نوآوری مقاله حاضر نیز همین است.

۲. تعریف شفافیت

شفافیت از موضوعاتی است که امروزه در علوم اجتماعی پژوهش‌ها و مطالعات فراوانی روی آن انجام شده و توجه اندیشمندان بسیاری را به خود جلب کرده است؛ از این رو تعاریف متعددی از این مفهوم ارائه شده است. کافمن و بلور اشاره می‌کنند هیچ تعریفی از

شفافیت که مورد پذیرش همگان باشد، وجود ندارد. آنها شفافیت را چنین تعریف می‌کنند: «جریان افزون‌شده (Increased Flow)، به موقع و قابل اتکای (Reliable) اطلاعات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی که در دسترس همه ذی‌نفعان مرتبط باشد». در ادامه اشاره می‌کنند: «همچنین اطلاعات ارائه‌شده باید قابل دسترسی، مرتبط، دارای کیفیت خوب و قابل اتکا باشند» (Kaufmann & Bellver, 2005, p.4).

لیندشتد و نورین در توضیح شفافیت می‌گویند: «شفافیت بر قابلیت دسترسی به اطلاعات دلالت دارد، شفافیت به معنای امکان نگاه‌کردن به درون یک چیز است به منظور فهمیدن آنچه در آن می‌گذرد. یک مؤسسه شفاف مؤسسه‌ای است که افراد درون و بیرون آن بتوانند به منظور شکل‌دادن به نظراتشان، در مورد اقدامات و فرایندهای درون آن مؤسسه، اطلاعات مورد نیازشان را به دست آورند (Lindstedt & Naurin, 2007, p.6).

تعریف دیگر در این زمینه از فلورینی (Florini, 1996) است که عنوان می‌دارد: «شفافیت انتشار اطلاعاتی توسط مؤسسات است که مرتبط با ارزیابی آنها باشد» (Kaufmann & Bellver, 2005, p.4)؛ فلورینی (Florini, 2000) همچنین شفافیت را در مقابل «اختفا» (Secrecy) مفهوم‌سازی می‌کند و عنوان می‌دارد که «اختفا به معنای مخفی‌کردن عامدانه اقدامات و شفافیت به معنی بازنمایی عامدانه آنهاست» (Sturges, 2007, p.5).

مؤسسه GEMI (Global Environmental Management Initiative, 2004) نیز در گزارشی با عنوان «شفافیت: راهی به سوی اعتماد عمومی» شفافیت را این‌گونه تعریف کرده است: «شفافیت میزان گشودگی یک سازمان با توجه به در اشتراک‌گذاشتن اطلاعات در مورد نحوه عملش است. شفافیت از طریق مذاکره دوطرفه و پاسخگو (Two-Way, Responsive Dialogue) تقویت می‌شود».

ژیرو حیطه تعریف خود را از شفافیت به شفافیت اطلاعات محدود و شفافیت اطلاعات را چنین تعریف کرده است: «شفافیت اطلاعات به عنوان درجه قابل مشاهده‌بودن و در دسترس‌بودن اطلاعات تعریف می‌شود» (Zhu, 2004, p.1).

از دیدگاه اقتصادی، شفافیت به معنی اطلاع‌رسانی حقیقی و همه‌جانبه در عرصه فعالیت‌های اقتصادی و روشن‌بودن سازوکارهای حاکم بر روابط اقتصادی یعنی چگونگی

تولید و توزیع ثروت است. شفافیت و فساد اقتصادی در مقابل هم قرار دارند از همین روست که برنامه توسعه ملل متحد (UNDP) فساد را برابر با «افزایش در انحصار قدرت و صلاحیت شخصی و کاهش در پاسخگویی، اعتماد و درستی و شفافیت» می‌داند. بر اساس تعاریف فوق می‌توان شفافیت اقتصادی را به صورت زیر تعریف نمود: «قابلیت دسترسی به اطلاعات قابل اتکا و به‌موقع برای همه ذی‌نفعان و پرهیز از مخفی کردن عامدانه اطلاعات».

در این تعریف چهار ویژگی یافت می‌شود که در مباحث بعدی دنبال خواهد شد:

۱. قابلیت دسترسی به اطلاعات برای همه افراد؛
۲. قابل اتکا بودن اطلاعات؛
۳. به‌موقع بودن اطلاعات؛
۴. پرهیز از مخفی کردن عامدانه اطلاعات.

۳. شفافیت اقتصادی در فقه اقتصادی

فقه اقتصادی یکی از شاخه‌های علم فقه بوده و مقصود از آن، فقه اموال است که عبارت از علم به احکام افعال انسان درباره اموال است. فقه اقتصادی مانند فقه غیراقتصادی بر مسائل و قواعد مشتمل است (میرمعزی، ۱۳۹۴، ص ۱۵).

مسئله فقهی، قضیه حقیقیه‌ای است که موضوع آن عنوان اولی افعال بندگان یا اشیایی است که متعلق افعال بندگان می‌باشد و محمول آن یکی از احکام پنج‌گانه تکلیفی یا یکی از احکام وضعی است؛ به‌طور مثال «بیع جایز است»، «ربا حرام است» و ... مسائل فقهی هستند. قواعد فقهی نیز احکام عامی هستند که در بیشتر از یک باب فقهی جاری می‌شوند (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ج ۱، ص ۲۳). در مقاله حاضر ابواب اقتصادی در کتب فقهی از دید شفافیت اقتصادی مطالعه شد و مؤلفه‌های شفافیت اقتصادی در سه بخش احکام تکلیفی، قواعد فقهی و نیز قراردادهای بررسی گردید که توضیح آن در ادامه می‌آید.

۳-۱. احکام تکلیفی ناظر به شفافیت اقتصادی

در آیات قرآن، جوامع روایی و کتب فقهی، در آداب و چگونگی دادوستد، مطالب ارزنده‌ای نقل شده است که برخی از آنها گویای اهمیت شفافیت در معاملات است که در اینجا به دو دسته احکام الزامی و غیرالزامی با رعایت اختصار ارائه می‌شود:

احکام الزامی

منظور از احکام الزامی، احکامی است که شارع مقدس انجام یا ترک آن فعل را بر مکلف الزام کرده است. برخی از آنها عبارت‌اند از:

الف) واجبات

ذکر عیوب ظاهری و باطنی: بر اساس نظر برخی از فقیهان نظیر شیخ طوسی^ع در کتاب *المبسوط* چنانچه کسی بخواهد کالایی را بفروشد که در آن عیبی وجود دارد واجب است که آن عیب را به مشتری بگوید و آن را کتمان نکند (شیخ طوسی، ۱۳۸۷ق، ج ۲، ص ۱۲۶) که البته گفتن عیوب ظاهری و باطنی کالا از علائم مؤمن بودن است (شهید ثانی، ۱۴۰۳ق، ج ۳، ص ۲۹۰). این عمل در واقع برای پرهیز از پنهان کردن عامدانه اطلاعات است که یکی از مؤلفه‌ها در تعریف شفافیت است.

ب) محرمات

۱. **دروغ:** دروغ در کسب و کار، انواعی دارد:

الف) دروغ قولی: دروغ قولی این است که فروشنده با دروغگویی خود خریدار را از اطلاعات قابل اتکا محرم می‌کند و مانع از شفافیت اقتصادی می‌شود. در روایتی آمده است: یکی از دوستان امام صادق^ع به وی گفت: من می‌خواهم مشغول تجارت و کاسبی بشوم، در حق من دعا کنید. امام فرمود: «تو را به راستگویی سفارش می‌کنم...» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۳۸۵). دروغگویی همه مؤلفه‌های شفافیت اقتصادی را دچار خدشه کند. «نجش» یکی از مصادیق دروغ قولی است که سبب عدم شفافیت اقتصادی می‌شود. نجش در فقه به معنی «تبانی کسی با فروشنده مبنی بر اعلام قیمت بالاتر برای خرید کالا بدون اینکه قصد خرید آن را داشته باشد به منظور ترغیب و فریب مردم به خرید گران‌تر جنس مورد نظر» است. همچنین تعریف از کالا به منظور ترغیب مردم برای خرید کالای

فروشنده را «نجش» می‌گویند. بیع با وجود نجش در آن، صحیح و عقد لازم است مگر آنکه متضمن غبن فاحش باشد؛ اما عمل کسی که نجش می‌کند حرام است و در روایت ملعون شمرده شده است. این تحریم سبب افزایش خوش‌بینی و اعتماد بین دست‌اندرکاران بازار می‌شود (صدر، ۱۳۸۷، ص ۱۷۷). نفی نجش از این جهت که مانع از اطلاعات غیر قابل اتکا برای افراد می‌شود سبب تسهیل و شفافیت معاملات می‌گردد.

ب) دروغ عملی

دروغ عملی را می‌توان به دو صورت زیر بیان نمود:

غش در معاملات: تقلب در معاملات مانند معامله با پول‌های تقلبی یا با پول‌هایی که از درجه اعتبار خارج شده به جای پول معتبر (مکارم شیرازی، ۱۳۸۵، م ۱۷۵۲) یا فروش کالای تقلبی به جای کالای واقعی بدون اطلاع به مشتری، مانند آب ریختن در شیر، مخلوط کردن روغن حیوانی با روغن نباتی و امثال آن که از آن به «غش» در معامله تعبیر شده است (فاضل لنکرانی، ۱۳۸۵، م ۲۱۳۱) و در برخی از روایات به حرمت آن اشاره شده است (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۴۶۶). مصادیقی از غش در معاملات در روایات آمده است که برخی از آنها به صورت زیر است:

امام باقر علیه السلام فرمودند:

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در بازار مدینه به گندم‌فروشی برخورد کرد و به او فرمود: غذای خوبی می‌بینم. از قیمت آن سؤال کرد. در همین حال از طرف خداوند متعال وحی آمد که ای رسول من! دست خود را درون آن جنس کن. پس حضرتش چنین کرد و در آن گندم‌های نامرغوب پیدا شد. سپس به فروشنده فرمود: کار تو با مسلمانان، خیانت و غش و فریب است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۱).

بنابراین اگر مکان یا زمان سبب تغییر در جنس شود و هویت آن بر مشتری نامعلوم گردد، نباید در آنجا معامله کرد تا مشتری دچار غش نشود.

هشام‌بن‌حکم از امام کاظم علیه السلام نقل کرده است: حضرت درحالی که سواره بود، دید من در سایه لباس می‌فروشم؛ فرمودند: «ای هشام! معامله کردن در سایه غش است و غش هم حلال نیست (همان، ص ۱۶۰).

علت اینکه غش در معامله سبب خدشه‌دار شدن شفافیت اقتصادی می‌شود این است که اطلاعاتی که به خریدار داده می‌شود قابل اتکا نیست و پنهان‌کاری عامدانه سبب آن است. **تدلیس:** «تدلیس» عبارت از عملیاتی است که موجب فریب طرف معامله شود (قانون مدنی، م ۴۳۸). تدلیس که به عنوان فریبکاری در معامله است، پنهان‌نمودن عیب یا عیوب یا وانمودن‌نمودن حُسن یا محاسن واهی در خصوص کالا یا خدمات در معامله می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که اگر در بیعی اتفاق افتد طرف مقابل می‌تواند از خیار تدلیس استفاده کند و بیع را فسخ نماید (شهید ثانی، ۱۴۰۳ق، ج ۳، ص ۵۰۰). در تدلیس نیز غیر قابل اتکابودن اطلاعات و پنهان‌کاری عامدانه آن سبب عدم شفافیت اقتصادی می‌شود.

۲. **احتکار:** بعضی از روایات، احتکارکننده را خطاکار معرفی کرده‌اند (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۴۲۷) و روشن است که خطاکار گناهکار است و گناه آن‌گاه محقق می‌شود که کار حرام از کسی سر بزند؛ زیرا عمل مکروه گناه محسوب نمی‌شود. احتکار و انبارکردن مواد غذایی مورد نیاز و ضروری مسلمانان برای گران‌شدن و بالارفتن قیمت آنها (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۵۹) سبب صوری‌شدن قیمت‌ها و عدم اطلاع طرفین از قیمت واقعی آن می‌شود که این در نهایت سبب می‌شود اطلاعات افراد نسبت به سطح واقعی قیمت‌ها به‌جا و قابل اتکا نباشد که منجر به عدم شفافیت اقتصادی می‌گردد.

احکام غیرالزامی

منظور از احکام غیرالزامی، احکامی است که شارع انجام یا ترک آن فعل را بر مکلف الزام نکرده است؛ مانند:

الف) مستحبات

۱. **تزئین نکردن کالا:** مستحب است فروشنده کالای خود را برای جلب مشتری ناآگاه که از باطن کار خبر ندارد، زینت ندهد. البته شهید ثانی در آداب تجارت می‌فرماید: اگر قصدش از این عمل امر دیگری باشد، غیر از فریب و ترغیب جاهلان، مثل اینکه از نظر عرف، اجناس مزین مطلوب است، در این صورت اشکالی نیست (شهید ثانی، ۱۴۰۳ق، ج ۳، ص ۲۸۹). گاهی زینت‌دادن کالا سبب پنهان‌کاری عامدانه اطلاعات می‌شود؛ بنابراین ترک این عمل از مستحبات شمرده شده است.

۲. **نوشتن قرارداد و شاهدگرفتن:** در آداب تجارت از امام باقر علیه السلام نقل شده است که خداوند بندگان را به نوشتن قرارداد در معاملات و در مورد دیون خود امر کرده است (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۴۰۵). همچنین در آیه ۲۸۲ سوره بقره که بزرگ‌ترین آیه قرآن و به آیه «تداین» معروف است اصول و روش انجام قراردادها و هر معامله‌ای که یکی از عوضین آن مدت‌دار باشد بیان شده است. در این آیه نوشتن دین توسط شاهد تأکید شده است؛ زیرا وقتی شاهد به خط خود نوشته باشد، شهادت استوارتر می‌شود. هرچند به نظر بیشتر مفسران نوشتن دین واجب نیست و امر در اینجا بیانگر استحباب است، اما سبب می‌شود آن کسی که بر او حقی وجود دارد، آن حق را مورد انکار قرار ندهد به‌ویژه آنکه نویسنده باید به قسط و انصاف به کتابت بیع بین متعاقدان اقدام نماید (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۲، ص ۶۷۹). **فخر رازی** علیه السلام تأکیدهای فراوان در این آیه بر نوشتن معاملات و دیون را با پافشاری بر لفظ کتابت، در جهت مصالح معاد و معاش می‌داند (فخر رازی، ۱۴۲۰ق، ج ۷، ص ۹۰). **فیض کاشانی** علیه السلام نیز فلسفه کتابت دین را دورماندن از فراموشی و انکار مدیون می‌شمارد (فیض کاشانی، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۳۰۶). به نظر می‌رسد علت پافشاری قرآن و روایات نسبت به رعایت این جزئیات در قراردادها مؤلفه قابل اتکابودن اطلاعات در تحقق شفافیت اقتصادی باشد؛ چراکه با نوشتن جزئیات، قراردادها از اتقان بهتری برخوردار می‌گردد.

۳. **خرید و فروش با کیل و وزن کردن:** خداوند در قرآن می‌فرماید: «فَاَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ» (اعراف: ۸۵). مرحوم **طبرسی** علیه السلام در تفسیر این آیه بیان می‌نماید باید آنچه را برای مردم پیمانه یا وزن می‌کنید به تمام بدهید و از حقوق آنها نگاهید (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۴، ص ۶۸۸). علامه **طباطبایی** علیه السلام نیز این آیه را که در آن حضرت **شعیب** علیه السلام قوم خود را پس از دعوت به توحید و یکتاپرستی به تمام کردن پیمانه و وزن سفارش می‌کند گویای اهمیت این امر می‌داند (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۸، ص ۱۸۶). پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم فرمودند: «در خوراکی‌هایتان هنگامی برکت به وجود می‌آید که شما پیمانه و وزن کنید» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۴۳۹). به نظر می‌رسد یکی از حکمت‌های تأکید نسبت به وزن کردن کالاها و خصوصاً مواد غذایی این است که شفافیت اقتصادی بر معاملات حاکم باشد و مؤلفه قابل اتکابودن اطلاعات در شفافیت اقتصادی تحقق یابد.

۴. **دقت در هنگام معامله:** مشتری می‌تواند با اجازه صاحب کالا، هر کالایی را که می‌خواهد بخرد، آزمایش کند؛ مثلاً جنس بوییدنی را بو کند؛ خوردنی را بخورد تا بعداً دچار غبن نشود و یا اینکه خصوصیات جنس بیان شود تا اگر خلاف آن در آمد، حق برگرداندن یا مابه‌التفاوت را داشته باشد. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «مردی پیش رسول خدا صلی الله علیه و آله از کاسبی شکایت کرد حضرت در جواب فرمود: در موقع خرید دقت کنید، سپس بخرید» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۸). شیخ حر عاملی رحمته الله این روایت را تحت عنوان استحباب تجربه و امتحان کردن در خرید کالاها آورده است (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۹، ص ۴۴۰). سفارش به دقت در معامله سبب می‌شود خریدار بر اساس اطلاعات قابل اتکا و به موقع نسبت به انتخاب کالا اقدام کند و به درستی تصمیم بگیرد.

۵. **شناخت کافی از فضای بازار:** یکی از عواملی که سبب می‌شود افراد در معاملات خود به اطلاعات قابل اتکا دست پیدا کنند و از پنهان‌کاری عامدانه اطلاعات در امان باشند این است که شناخت کافی نسبت به فضای بازار داشته باشند و این امر در صورتی که تجارت و معاملات در شهر خود افراد صورت گیرد بیشتر تحقق می‌یابد به همین مناسبت در ابواب روایی بابی با عنوان «باب استحباب تجارة الإنسان فی بلاده» (همان، ج ۱۷، ص ۴۶۷) آمده است.

۶. **مباشرت در انجام معاملات مهم:** گاهی در انجام معاملات اقتصادی، واسطه‌ها علاوه بر افزایش دادن هزینه‌های مبادله سبب می‌شوند اطلاعات قابل اتکا در اختیار خریداران قرار نگیرد؛ لذا در روایات نیز نسبت به انجام معاملاتی نظیر خرید خانه، شتر و برده که نقش مهمی در زندگی آن روز داشته‌اند سفارش شده است که به صورت مستقیم و بدون واسطه صورت گیرد (همان، ص ۷۲).

۷. **در نظر گرفتن خیر و صلاح مشتری:** مستحب است فروشنده در معامله احسان کند و چیزی را به خریدار بدهد که به نفع و صلاح او باشد (همان، ص ۳۸۸) و اگر به او وعده احسان داد، مستحب است به وعده خود وفا کند (همان، ص ۳۹۵). چنان‌که فروشنده همه اطلاعات کافی را در اختیار خریدار بگذارد و شفافیت اقتصادی را با هر چهار مؤلفه مذکور رعایت کند خریدار در انتخاب کالای خود موفق‌تر خواهد بود؛ اما این روایات فراتر از این

مطلب را از فروشنده می‌خواهد و از او می‌خواهد علاوه بر رعایت شفافیت اقتصادی خیرخواه خریدار هم باشد.

ب) مکروهات

۱. **تلقی رکبان:** یکی از موارد تأکید در فقه اقتصادی در شناخت فضای بازار «ترک تلقی رکبان» است و اینکه مشتری برای خرید کالا کراهت دارد که به پیشواز کاروان تجاری که به سوی شهر می‌آید برود (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۹). در گذشته که وسایل ارتباطی مثل امروز تکامل نیافته بود افرادی به محض اطلاع از اینکه کاروان‌های تجاری به طرف شهر می‌آیند، قبل از ورود آنها به شهر به استقبال آنها می‌رفتند و با قیمتی نازل‌تر از بازار شهر به خرید کالایشان اقدام می‌کردند. گاهی نیز عکس این حالت اتفاق می‌افتاد و این افراد چون می‌دانستند با عرضه کالاهای جدید امکان کاهش قیمت کالاهای آنان وجود دارد، پیشنهاد قیمت بالاتری به کاروان‌های تجاری می‌دادند و به احتکار آن کالاها می‌پرداختند تا قیمت بازار در اختیار آنها بماند (کرمی و پورمند، ۱۳۸۶). برخی از فقیهان این کار را حرام دانسته‌اند؛ اگرچه خرید و فروش را صحیح دانسته‌اند و احتیاط همین است ولی اظهار کراهت آن است (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۵۹). به نظر می‌رسد قابلیت دسترسی به اطلاعات برای همه افراد و نیز به‌موقع بودن اطلاعات در تلقی رکبان فراهم نیست و به همین علت شفافیت اقتصادی زیر سؤال می‌رود.

۲. **وکیل شدن شهری برای روستایی (بیع الحاضر لباد):** مکروه است شخصی که از اهل شهر است، از روستاییان بخواهد که وی را در امر فروش مالش وکیل و دلال قرار دهند. البته برخی از فقیهان این امر را حرام دانسته‌اند ولی با توجه به دلیلی که در روایت آمده است کراهت این کار موجه‌تر است (شهید ثانی، ۱۴۰۳ق، ج ۳، ص ۲۹۷). پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمودند: «در امر فروش، شهری، وکیل بادیه‌نشین نشود. مردم را به خود واگذارید. خداوند متعال بعضی را به واسطه بعض دیگر روزی می‌دهد (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۴۴۵ / کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۶۸). در این حالت قابلیت دسترسی به اطلاعات برای همه افراد به عنوان یکی از مؤلفه‌های شفافیت اقتصادی محقق نشده است. دلیلی که در روایت برای نهی از این عمل آمده آن است که سبب می‌شود شهری کالای روستایی را

بگیرد و به تدریج آن را بفروشد که این سبب افزایش قیمت کالا و احتکار می‌گردد. برخی نیز عدم آگاهی به سعر بلد (قیمت شهر) را علت تحریم یا کراهت دانسته‌اند (شهید ثانی، ۱۴۰۳ق، ج ۳، ص ۲۹۷).

۳. **عرضه کالا بین اذان صبح و طلوع آفتاب:** این کار - که به دلیل تاریکی هوا مشخصات کالا به خوبی آشکار نباشد و سبب گمراهی خریداران باشد - مکروه است (همان، ص ۲۹۵ / حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۳۹۹). توصیه به این امر ممکن است به دلیل قابل اتکا نبودن اطلاعات در آن زمان و نیز پنهان‌کاری عامدانه باشد.

۴. **تعریف از کالا در موقع فروختن و مذمت در موقع خریدن:** امام خمینی علیه السلام در مورد تعریف از کالا در موقع فروختن و مذمت در موقع خریدن آن حکم به کراهت داده‌اند (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۵۸). به نظر می‌رسد این کار سبب می‌شود شفافیت اقتصادی بر اثر مدح فروشنده و ذم خریدار دچار اختلال شود و قابل اتکابودن اطلاعات خدشه‌دار شود.

۵. **فروش کالا در تاریکی:** کراهت دارد فروشنده کالا را در جایی که در اثر تاریکی یا دلیل نقص کالا مشخص نمی‌شود، بفروشد (همان). این کراهت نیز به خاطر قابل اتکابودن اطلاعات در این شرایط است.

۶. **ترک معامله با فرومایگان و کسانی که اموالشان شبهه‌ناک است:** شهید ثانی علیه السلام در کتاب شرح لمعه فرموده‌اند: «مستحب است با کسانی که عقب‌ماندگی فکری دارند معامله نشود» (شهید ثانی، ۱۴۰۳ق، ج ۳، ص ۲۹۳). شاید حکمت ترک این‌گونه معاملات در این باشد که معامله با این‌گونه افراد از شفافیت کافی برخوردار نیست و چه‌بسا سبب ورود اموال شبهه‌ناک به اموال انسان شود. همچنین قابل اتکابودن اطلاعات این‌گونه افراد به عنوان یکی از مؤلفه‌های شفافیت اقتصادی محل تأمل است.

۷. **فروش وکیل از کالای خودش به موکلی که قرار است برایش کالایی خرید کند:** کراهت دارد آنجا که شخصی انسان را وکیل در خرید قرار می‌دهد، بخواهد از کالایی که خودش دارد به او بدهد، هرچند بهتر از آن باشد که در بازار موجود است. در اینجا هم چه‌بسا موکل چنین پندارد که اگر از دیگری بخرد، شاید بهتر و ارزان‌تر باشد. یکی از اصحاب امام باقر علیه السلام به آن حضرت عرض کرد: مردی نزد من آمده که برایش خرید کنم،

درحالی که کالایی که من دارم، بهتر از اجناسی است که در بازار یافت می‌شود. آیا من می‌توانم از اجناس خودم به او بدهم؟ امام فرمودند: «اگر ایمن از اتهام هستی به او بده؛ اما اگر ترس از اتهام داری، برایش از بازار خریداری کن» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۳۹۰). به نظر می‌رسد در این حالت که وکیل می‌خواهد کالای خودش را به موکلش بفروشد مؤلفه قابل اتکابودن اطلاعات برای موکل محل تأمل است؛ بنابراین ممکن است همان‌طور که در روایت به آن تصریح شده است سبب اتهام‌زدن به موکل شود.

۸. **خریدن کالای موکل از سوی خود وکیل:** کراهت دارد آنجا که شخصی، انسانی را وکیل در فروختن یک شیء قرار داده است، خود او آن را بردارد (همان، ص ۳۹۱) این کراهت شاید برای جلوگیری از دفع این پندار باشد که مبدا فروشنده تصور کند که اگر وکیل، به دیگری بفروشد، سود بیشتری دارد تا اینکه خودش بردارد؛ علاوه بر این در این حالت قابلیت دسترسی به اطلاعات برای همه افراد به عنوان یکی از مؤلفه‌های شفافیت اقتصادی محقق نشده است؛ بنابراین چه‌بسا ممکن است اگر افراد دیگری از وجود این کالا باخبر شوند با قیمت بیشتری آن را خریداری نمایند.

تحلیل اقتصادی نقش احکام تکلیفی در افزایش شفافیت اقتصادی

آنچه در مطالب بالا مطرح شد، تفاوت در دسترسی به اطلاعات است که در ادبیات اقتصادی «عدم تقارن اطلاعات» نامیده می‌شود؛ برای نمونه یک کارگر بیش از کارفرمای خود درباره اینکه چه مقدار در کارش تلاش می‌کند، آگاهی دارد. فروشنده یک اتومبیل دست دوم، بیش از خریدار آن درباره شرایط اتومبیل مورد مبادله می‌داند (بگ، فیشر و دورنیوش، ۱۳۸۵، ص ۴۱۲). تفاوت در دسترسی به اطلاعات سبب می‌شود تشخیص کیفیت خوب در مقایسه با کیفیت پایین‌تر پرهزینه باشد (واریان، ۱۳۸۵، ص ۶۶۴). از آنجاکه اطلاعات، کالایی عمومی است و در صورت تحقق، همگان از آن استفاده می‌کنند، تجار و بخش خصوصی انگیزه‌ای برای گردآوری اطلاعات و افشای آن ندارند و سرانجام، عدم تقارن اطلاعات سبب انتخاب نامساعد و کاهش کارایی بازار می‌گردد (کاظمی و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۹۴-۹۵). عدم تقارن اطلاعات ممکن است به دو شکل کژگزینی و کژمنشی بروز نماید که در جدول زیر برای احکام مختلف مشخص شده است.

جدول ۱: بررسی مؤلفه‌های شفافیت در احکام تکلیفی

مؤلفه‌های شفافیت	قابلیت دسترسی به اطلاعات برای همه افراد	قابل اتکابودن اطلاعات	به موقع بودن اطلاعات	پرهیز از مخفی کردن عامدانه اطلاعات	جهت پرهیز از کژگزینی / کژمنشی	احکام تکلیفی	
						محرّمات (امور الزامی و اجبیات و)	امور غیر الزامی (مستحبات و مکروهات)
ذکر عیوب ظاهری و باطنی				*	کژگزینی	محرّمات (امور الزامی و اجبیات و)	
دروغ قولی	*	*	*	*	کژگزینی		
نجش		*			کژگزینی		
غش		*		*	کژگزینی		
تدلیس		*		*	کژگزینی		
احتکار		*			کژگزینی		
تزیین نکردن کالا				*	کژگزینی	امور غیر الزامی (مستحبات و مکروهات)	
نوشتن قرارداد و شاهدگرفتن		*			کژمنشی		
خرید و فروش با کیل		*			کژگزینی		
دقت در هنگام معامله		*	*		کژگزینی		
شناخت کافی از فضای بازار		*		*	کژگزینی		
مباشرت در انجام معاملات مهم		*			کژمنشی		
در نظر گرفتن خیر و صلاح مشتری	*	*	*	*	کژگزینی		
تلقی رکبان	*	*			کژگزینی		
بیع الحاضر لباد	*				کژمنشی		
عرضه کالا بین اذان صبح و طلوع آفتاب		*		*	کژگزینی		
تعریف کالا در موقع فروش و مذمت در موقع خرید		*			کژگزینی		
فروش کالا در تاریکی		*			کژگزینی		
ترک معامله با فرومایگان		*			کژگزینی		
فروش و کیل از کالای خودش به موکل		*			کژمنشی		
خریدن کالای موکل از سوی خود و کیل	*				کژمنشی		

۴۷

فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی / شفافیت اقتصادی در اقتصاد اسلامی ...

در کژگزینی (انتخاب معکوس) یکی از طرفین قرارداد با اطلاعات بیشتر از مبادله سود می‌برد و معمولاً قبل از قرارداد اتفاق می‌افتد؛ اما کژمنشی (مخاطرات اخلاقی) نوعی اقدام فرصت طلبانه است که در آن فرد با اطلاعات بیشتر از طریق یک اقدام غیر قابل مشاهده از

فرد با اطلاعات کمتر مزیت می‌گیرد و معمولاً پس از انعقاد قرارداد رخ می‌دهد (صادقی و آسایش، ۱۳۹۴، ص ۱۵). هر یک از مواردی که در احکام الزامی و غیر الزامی مطرح شد سبب پرهیز از کژگزینی یا کژمنشی می‌شوند و بدین‌نحو موجب تقارن اطلاعات و در نتیجه افزایش شفافیت اقتصادی می‌گردند که در جدول بالا نشان داده شده است.

۳-۲. قواعد فقهی مؤثر در شفافیت اقتصادی

در مباحث فقهی قواعدی وجود دارند که از طریق آنها می‌توان نتیجه گرفت اسلام به دنبال شفافیت اقتصادی در معاملات است. در ادامه به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

۱. قاعده نفی غرر

روایت «نَهَى النَّبِيُّ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۴۴۸) مستند قاعده فقهی با موضوع نفی غرر شده است. معنای لغوی غرر را خطر، خدعه و در معرض هلاکت افتادن گفته‌اند (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۶۰۳) یا در تعریف دیگر غرر، اقدام به چیزی است که انسان با آن ایمن از ضرر نخواهد بود (انصاری، ۱۴۱۸ق، ج ۴، ص ۱۷۶).

در تعریف اصطلاحی غرر سه دیدگاه دقیق و نزدیک به هم نزد فقیهان وجود دارد. برخی از فقیهان مانند شیخ طوسی و علامه حلی علیهما السلام غرر را به مطلق جهالت، ابهام یا عدم اطمینان در ارکان معامله یا عناصر قرارداد، تعریف کرده‌اند. دسته‌ای دیگر مانند شهید اول، شهید ثانی، محقق ثانی علیهما السلام غرر را جهالت، ابهام یا عدم اطمینان منتهی به نزاع دانسته‌اند و دسته سوم مانند صاحب جواهر، محقق نراقی، میرفتاح مراغی علیهما السلام و برخی از فقیهان معاصر، غرر را معادل هر نوع ابهام، جهالت یا عدم اطمینان در ارکان یک قرارداد می‌دانند که می‌تواند طرفین معامله را در معرض خطر قرار دهد. چگونگی استدلال فقیهان و بررسی نظرهای فقیهان معاصر نشان می‌دهد که جهالت یا عدم اطمینان صرف، برای غرری شدن معامله کفایت نمی‌کند، بلکه ملازمه عدم اطمینان با خطر به پدید آمدن غرر می‌انجامد (موسویان و علیزاده اصل، ۱۳۹۴، ص ۱۰).

بر اساس این قاعده چنان‌که عدم شفافیت و ابهام در قراردادی سبب خطری برای طرفین معامله شود، معامله غرری بوده و مورد پذیرش نخواهد بود.

۲. قاعده لاضرر

مضمون قاعده لاضرر، نفی مشروعیت هرگونه ضرر و اضرار در اسلام است (کرمی و پورمند، ۱۳۸۶). برای قاعده نفی ضرر ادله قرآنی، روایی و عقلی وجود دارد. آیه قرآنی زیر یکی از دلایل رد مفهوم ضرر و اضرار می‌باشد: «لَا تُضَارُّ وَالِدَهُ بَوْلِدِهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ بِوَلَدِهِ» (بقره: ۲۳۳). پیامبر اکرم ﷺ نیز فرمودند: «لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ فِي الْإِسْلَامِ» (بجنوردی، ۱۴۰۱ق، ج ۱، ص ۲۴۹)؛ یعنی اینکه در اسلام حکم ضرری وضع نشده است.

در اثبات خیار رؤیت، خیار غبن، خیار عیب، خیار تدلیس و خیار تبعض صفتقه و ... - که بر کاهش عدم تقارن اطلاعات و ایجاد شفافیت اقتصادی مؤثرند - به این قاعده استناد شده است (مراغی، ۱۴۱۷ق، ج ۱، ص ۳۰۵).

در پدیده عدم شفافیت اقتصادی که افراد در معاملات، اطلاعات بیشتری نسبت به طرف مقابل دارند از آن سوءاستفاده کرده و به طرف دیگر ضرر می‌رسانند تا از طریق آن سود کسب کنند، لذا طبق قاعده ذکرشده این پدیده در اسلام جایگاهی ندارد.

۳. قاعده اکل مال به باطل

یکی از ضابطه‌هایی که لازم است بر تمام قراردادهای حاکم باشد، عدم اکل مال به باطل است. منظور از اکل هر آنچه در آن تصرف کرده یا مصرف می‌کند است (مجلسی، ۱۴۰۶ق، ج ۶، ص ۵۰۳) و منظور از باطل نیز امور و رفتارهایی است که بر مبنای عرف، پایه و اساس ندارد (انصاری، ۱۴۱۸ق، ج ۵، ص ۲۰). مستند این قاعده آیه‌های ۱۸۸ سوره بقره و ۲۹ سوره نساء است. صاحب مجمع‌البیان بر آن است که مراد از اکل مال به باطل، غصب، ظلم و وجوه دیگری است که غیرحلال باشد (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۲، ص ۵۰۶). علامه طباطبایی رحمته الله علیه مراد از اکل را هرگونه تصرف مجاز می‌داند؛ بنابراین اکل به باطل هرگونه تصرفی است که مجاز نباشد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۵۱). این قاعده از جمله قاعده‌های گسترده و اثرگذار در معامله‌هاست که به عنوان قاعده فقهی در تمام ابواب جریان دارد. «باء» در کلمه «الباطل» را به دو معنا می‌توان گرفت: الف) به معنای عوض استفاده شود؛ یعنی اموال خود را در برابر عوض باطل نخورید. ب) حکایت از سببیت کند؛ یعنی اگر معامله‌ها با سبب باطل انجام گیرد، صحیح نیست؛ به عبارت ساده‌تر مسلمانان نباید در معامله‌ای شرکت کنند

که از راه غیرشرعی مال یا منفعتی به دست آورند (مجلسی، ۱۴۰۶ق، ج ۷، ص ۲۷)؛ بنابراین معاملات نباید با سبب باطل انجام شود و هیچ کس نباید به طور ظالمانه مالک اموال دیگران شود؛ پس اگر در معامله‌ای به دلیل عدم شفافیت و تقارن اطلاعات یکی از طرفین بر مال دیگری تملک پیدا کند مشمول اکل مال به باطل شده است.

۴. قاعده وجوب اعلام الجاهل فیما يعطی

بر اساس این قاعده اگر کسی چیزی را که دارای خطر است به دیگری که ناآگاه از آن است بدهد، باید او را از آن خطر آگاه کند؛ نظیر دادن یک چیز نجس شده به دیگری. برای این قاعده به روایات حرمت تغریر (فریفتن) جاهل و وجوب اعلام کردن عیب کالا استناد شده است. شیخ انصاری رحمته الله نیز در مسئله وجوب آگاه کردن مشتری به کالای متنجس قائل به وجوب نفسی است؛ یعنی اینکه اعلام نجاست فی حد ذاته واجب می‌باشد و ربطی به معامله ندارد (مصطفوی، ۱۴۲۱ق، ص ۲۹۹). مصطفوی در بیان مدارک این قاعده به وجوب اعلام عیب در کلام فقیهان استناد کرده و ذکر نقص یا نجاست در کالا را واجب می‌داند (همان، ص ۳۰۱)؛ بنابراین هرچند اصل این قاعده در باب فروش کالای متنجس مطرح است و از این جهت وجوب اعلام نجاست مبیع مطرح است که ممکن است خریدار سهواً مرتکب فعل حرام شود؛ ولی از این قاعده به صورت وسیع‌تری نیز در معاملات و شفافیت اقتصادی می‌توان بهره برد؛ به عبارت دیگر همان‌طور که در توضیح قاعده آمده است، اگر در کالایی عیب و نقصی وجود داشته باشد که عدم اطلاع خریدار از آن ممکن است برای او خطراتی به همراه داشته باشد بیان عیب و نقص آن کالا وجوب پیدا می‌کند.

۵. قاعده غرور و تدلیس

غرور، در لغت به معنای چیزی است که مایه جهل و غفلت انسان می‌شود (مصطفی، ۱۹۸۹م، ج ۲، ص ۶۴۸) و در اصطلاح فقهی، مراد از قاعده غرور این است که هرگاه غرامتی که در اثر غفلت و جهل شخص به واقع، به سبب شخص دیگری برسد، همان شخص فریب‌دهنده ضامن است و معامله در برخی موارد باطل است (مکارم شیرازی، ۱۴۱۱ق، ج ۲، ص ۲۹۳). مستند این قاعده نیز قول نبوی مشهور «المغرور یرجع الی من غره» است؛ یعنی مغرور، به شخصی که او را فریب داده مراجعه می‌کند - و خسارت را از او می‌گیرد - قدر

متیقن از این قاعده، صورتی است که شخص فریب‌دهنده (غار)، علم به تحقق غرر داشته باشد و شخص مغرور، جاهل به واقع باشد (فاضل لنکرانی، ۱۴۲۵ق، ص ۲۲۸). از روایات به دست می‌آید که تدلیس به مجرد علم غار محقق می‌شود هرچند شخص، با سکوتش موجب غرر شده باشد (همان، ص ۲۲۸). از جمله مواردی که می‌توان از این قاعده در شفافیت اقتصادی بهره برد این است که می‌توان تبلیغات اغواگرانه رسانه‌ها مانند تلویزیون، رادیو و روزنامه‌ها را در صورتی که موجب خسارت باشد، مصداق قاعده غرور دانست و چنانچه شخص، مؤسسه و یا کارخانه و همانند اینها با به‌کارگیری نام و یا نشان دیگران که از ارزش و معروفیت برخوردار است، سبب گردد مشتری فریب بخورد و آن کالا را بخرد، این عمل موجب ضمان صاحب کالا نسبت به خسارت وارده بر مشتری می‌گردد.

۳-۳. آموزه‌های فقهی مؤثر در شفافیت اقتصادی در عقود اسلامی

۳-۳-۱. مؤلفه‌های شفافیت هنگام اجرای عقود

۱. منجزبودن قرارداد: یکی از شروط اصلی برخی از قراردادها منجزبودن آنها بیان شده است. منظور از منجزبودن این است که اثر قرارداد بر حسب انشاء، موقوف به امر دیگری نباشد؛ در غیر این صورت این قرارداد معلق شمرده می‌شود؛ به عبارت دیگر اگر طرفین قرارداد اراده خود را برای انشای قرارداد موقوف به تحقق شرط دیگری کنند دیگر این قرارداد منجز نخواهد بود. در بررسی ابواب مختلف فقهی، در قراردادهای زیر تنجیز به عنوان یکی از شروط قرارداد معرفی شده است:

عقد بیع (بهبخت، ۱۳۸۱، ج ۱، م ۱۴۹۹)، اجاره (مصطفوی، ۱۴۲۳ق، ص ۱۸۵)، مضاربه (همان، ص ۲۳۷)، حواله (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۱)، کفالت (نجفی، ۱۳۹۲ق، ج ۲۶، ص ۱۲۵)، صلح (علامه حلی، [بی‌تا]، ج ۲، ص ۱۷۶)، هبه (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۴۷)، ضمان (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۲۵) باید روشن، منجز و قطعی باشد، نه معلق و مشروط به چیزی؛ پس اگر معلق و مشروط به شرطی باشد که آن شرط هنگام عقد موجود نباشد، قرارداد باطل است؛ بنابراین قرارداد باید از هرگونه ابهام و تردید به دور باشد. عقد وکالت نیز باید منجز و مشخص باشد، نه معلق و نامعلوم؛ پس اگر موکل به وکیل بگوید هرگاه فلانی از سفر برگشت تو وکیل هستی عقد وکالت تحقق پیدا نمی‌کند (محقق حلی، ۱۴۰۳ق،

ج ۲، ص ۱۹۳ / موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۹. البته اگر اصل وکالت منجز باشد، ولی متعلق آن تعلیقی باشد مانعی ندارد (مصطفوی و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۲۴۱).

۲. **معلوم و معین بودن مورد معامله:** دو واژه «معلوم» و «معین» برخلاف آنچه نخست به ذهن می‌رسد دارای یک مفهوم نیستند؛ منظور از «معلوم بودن» مورد معامله این است که اوصاف آن نزد دو طرف معامله معلوم و روشن باشد و هر یک از خریدار و فروشنده بدانند که دقیقاً چه چیزی می‌گیرد و در برابر آن چه چیزی می‌دهد و به عبارت دیگر مبیع مبهم نباشد (ماده ۲۱۶ ق.م.؛ ولی مقصود از «معین بودن» این است که مالی که اوصاف آن معلوم است، از میان مصادیق و افراد آن تعیین شود و به عبارت دیگر، مبیع در یکی از دو چیز معلوم مردد نباشد (بند سوم ماده ۱۹۰ ق.م). علاوه بر بیع در سایر قراردادهای نیز به این شروط تأکید شده که به صورت مختصر در جدول زیر به آن اشاره شده است:

جدول ۲: معلوم و معین بودن مورد معامله در قراردادهای مختلف

نام قرارداد	معلوم و معین بودن مورد معامله در قراردادها
بیع	کالای مورد معامله و قیمت آن باید از نظر ظاهر، قیمت و وزن نزد طرفین معامله مشخص باشد (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۵۱۵ / مکارم شیرازی، ۱۳۸۵، م ۱۷۸۲).
اجاره	* مورد اجاره علاوه بر معین بودن، باید معلوم نیز باشد؛ یعنی اجاره‌کننده باید مشخصات آن مال را بداند؛ پس اگر از خصوصیات آن اطلاعات کافی پیدا نکرده باشد باطل است (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۵۷۱). * مال الاجاره و اجرت باید معلوم باشد؛ نوع منفعت در اجاره باید مشخص باشد؛ پس اگر مورد اجاره دارای منافع مختلف و متعدد باشد باید مشخص گردند (همان).
مضاربه	* مقدار سرمایه باید نزد طرفین مشخص و معلوم باشد تا بر اثر جهالت، غرر برای کسی پیش نیاید (همان، ص ۶۰۹) و طرفین متضرر نشوند. * سود و ربح در مضاربه باید معین و مشخص باشد؛ پس اگر مالک به عامل بگوید هر اندازه سود به من بدهی مانعی ندارد، کافی نمی‌باشد (همان، ص ۶۰۸).
مزارعه	* مالک باید زمین را معین کند، همچنین خرجی را که هر کدام از طرفین باید بکنند معین کنند؛ شرط دیگر این است که باید زراعتی را که می‌خواهد انجام دهد معین کنند و نیز اگر مالک بگوید در این زمین زراعت کن و هرچه می‌خواهی به من بده صحیح نیست (موسوی خمینی، ۱۴۲۶ق، م ۲۲۱۵).
مساقات	در مساقات باید سهم هر کدام نصف یا ثلث حاصل و مانند اینها باشد و اگر قرار بگذارند که مثلاً یک تن از میوه‌ها مال مالک و بقیه مال کسی باشد که کار می‌کند، معامله باطل است

	(همان، م ۲۱۲۸).
جعاله	* عوض در جعاله باید از نظر جنس، مقدار و دیگر خصوصیات مشخص باشد؛ در جعاله نباید عمل از کلیه جهات، مجهول و مبهم باشد بلکه باید تا حدودی معین و مشخص باشد (همان، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۵۸۷) که موجبات نزاع و درگیری میان جاعل و عامل پدید نیاید (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۰۲).
شرکت	از جمله شرایط عقد شرکت، مشخص بودن سهم هر یک از شرکا از سرمایه، تقسیم سود و زیان به نسبت سرمایه‌ها و مشخص بودن آن است (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۶۲۳).
ودیعه	* مستعیر باید مشخص و معین باشد؛ پس اگر معیر بگوید من این مال را به یکی از چند نفر عاریه دادم صحیح نیست؛ ولی اگر به همه عاریه دهد تا همگان به نوبت از آن استفاده کنند مانعی ندارد (همان، ص ۵۹۲). * مال ودعی باید تا حدی معلوم و مشخص باشد؛ چه بسا مستودع قدرت بر نگهداری آن نداشته باشد و یا اگر متوجه شود نخواهد آن را نگهداری کند (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۲۳). * باید نوع منفعت و بهره‌برداری را که مستعیر می‌خواهد از آن استفاده کند مشخص باشد (همان، ص ۱۳۱).
رهن	مال مرهون و وثیقه باید مشخص و معلوم باشد (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۴).
هبه	مورد هبه باید دقیقاً معلوم باشد؛ پس اگر بگوید بخشی از این مال را به تو هبه کردم باید آن بخش معلوم باشد که چقدر است و گرنه هبه باطل خواهد بود. همچنین مورد هبه باید معین باشد و نه مردد؛ پس اگر بگوید یکی از این دو کتاب را هبه کردم صحیح نیست (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۴۸).
وکالت	مورد وکالت باید مشخص و معلوم باشد؛ پس موکل باید مشخص کند که وکیل در چه کارهایی وکالت دارد و گرنه وکالت صحیح نیست همچنین موکل فیه (کار وکالتی) باید مبهم نباشد؛ پس اگر بگوید تو وکیل هستی که یکی از کارهای مرا انجام دهی صحیح نمی‌باشد (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۶۱-۱۶۲).
حواله	* مورد حواله باید معلوم و مشخص باشد (علامه حلی، ۱۴۲۰ق، ج ۲، ص ۵۷۸). * اگر محال به (مورد حواله) مجهول و یا مبهم و مردد بود عقد حواله صحیح نیست؛ اما مقدار و دیگر خصوصیات آن لازم نیست چندان مشخص باشد (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۸۹).
کفالت	مورد کفالت نزد کفیل باید تا حدودی مشخص باشد تا او بداند که در چه موردی و تا چه حدی کفالت می‌کند و گرنه صحیح نیست. همچنین مکفول (بدهکار) و مکفول له (صاحب حق) باید مشخص و معلوم باشد؛ چون موضوع تعهد کفیل، احضار مکفول است؛ پس باید مشخص و معلوم باشد که کفیل از چه کسی و برای چه کسی کفالت می‌کند (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۱۹۸).

قرض	موضوع قرض باید از نظر قیمت، مقدار، خصوصیات و اوصاف آن و نیز از نظر وزن، شماره و غیره معین و مشخص باشد؛ پس قرض دادن چیزهایی که مبهم و مردد است و یا مشخصات آن روشن نیست صحیح نمی‌باشد (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۱۶۹).
ضمان	* مورد ضمان باید معین باشد در حدی که شک و تردید را از بین ببرد؛ پس ضمانت یکی از چند دین به نحو تردید باطل است (مکارم، ۱۳۸۵، م ۱۹۸۰). * مضمون‌عنه (بدهکار - مدیون اصلی) باید نزد ضامن مشخص باشد؛ پس اگر مبهم یا مردد باشد صحیح نیست؛ بنابراین اگر ضامن بگوید ضمانت یکی از دو مدیون را بر عهده می‌گیرم قابل قبول نیست (همان).
صلح	مورد صلح باید معین و مشخص باشد؛ پس صلح بر یکی از دو چیز به صورت تردید و مردد صحیح نیست؛ اما معلوم بودن مورد صلح لازم نیست؛ پس اگر نسبت به آن جاهل باشند صلح منعقد می‌گردد (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۵۶۳).
وصیت	مورد وصیت (موصی به) باید به گونه‌ای مشخص و معلوم باشد که زمینه اشتباه و اختلاف و نزاع را فراهم نیاورد؛ بنابراین ابهام و اجمال و تردید در موصی به موجب بطلان وصیت است؛ زیرا وارثان و یا وصی که متعهد برای اجرای وصیت میت می‌باشند چگونه می‌توانند در صورت ابهام و اجمال مورد وصیت را انجام دهند (مصطفوی، ۱۳۹۵، ص ۲۴۳).

۳. مشخص بودن مدت و مکان قرارداد: یکی از مواردی که سبب شفافیت اقتصادی در قراردادها می‌شود تعیین زمان و مکان قرارداد است. باید مدت قرارداد در حین انعقاد قرارداد معین شود تا از هرگونه ابهام به دور باشد. مصادیق تعیین مدت قرارداد در زیر آمده است:

لزوم تعیین دقیق مدت و تاریخ تسلیم کالا در بیع سلف (مکارم شیرازی، ۱۳۸۵، م ۱۸۰۴) و نیز تعیین مکان تحویل آن (فاضل لنکرانی، ۱۳۸۵، م ۲۱۸۹)، لزوم تعیین تاریخ پرداخت در معامله نسبه و بطلان نسبه مدت‌دار در صورت عدم تعیین تاریخ پرداخت (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۴۲۱)، بطلان فروش کالایی در ازای پرداخت سر خرمن به دلیل مشخص نشدن دقیق زمان پرداخت (مکارم شیرازی، ۱۳۸۵، م ۱۷۹۷)، لزوم معلوم و مشخص بودن مدت اجاره (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۴۸۹)، لزوم تعیین مدت در مزارعه و کافی بودن آن زمان برای به دست آمدن محصول (همان، ۱۴۲۶ق، م ۲۱۱۵)، معلوم بودن مدت مساقات (همان، ۲۱۲۷) از جمله مواردی هستند که سبب قابل اتکاب بودن اطلاعات و در نتیجه افزایش شفافیت اقتصادی می‌شوند. شایان ذکر است بیع دین به دین

(کالی به کالی) نیز از این جهت که هم قیمت و هم کالا هر دو مدت‌دار بوده و معامله کاملاً ابهام دارد از نظر شیعه باطل است.

تحلیل اقتصادی نقش عقود اسلامی در افزایش شفافیت اقتصادی

همان‌طور که گذشت، منجز بودن قرارداد، معلوم و معین بودن مورد معامله و مشخص بودن مدت و مکان قرارداد در هنگام قرارداد سبب می‌شود اطلاعات قابل اتکایی به دست آید و شفافیت بالاتر رود، همچنین مانع کژگزینی برای طرف قرارداد می‌شود. در این قسمت به مقتضای هر قرارداد به مواردی که برای شفافیت بیشتر آن قرارداد در فقه اسلامی تأکید شده است، اشاره می‌شود:

الف) قرارداد بیع

- بر اساس فقه اسلامی خرید و فروش‌های تصادفی مرسوم در زمان جاهلیت که با عناوین حصاة، منابذة و ملامسة* آمده است و همگی با غرر همراه هستند ممنوع شده است. در هر یک از این موارد مشتری بدون اینکه نسبت به جنس و خصوصیات کالا آگاهی داشته باشد مجبور به خرید آن کالا می‌شد و بنابراین از اطلاعات قابل اتکا محروم بوده و به دلیل عدم تقارن اطلاعات بین خریدار و فروشنده شفافیت اقتصادی کاهش می‌یافت؛ لذا اسلام این‌گونه معاملات را غیر مشروع دانسته است.

- قابلیت دسترسی به اطلاعات قابل اتکا در برخی از موارد عقد بیع چنان مهم است که صحت و بطلان قرارداد وابسته به آن است؛ مثلاً اینکه خریدار باید نسبت به مالک یک عین اطلاعات کامل داشته باشد و در غیر این صورت چنانچه معامله‌ای

* «بیع حصاة» بدین معناست که فروشنده به مشتری بگوید: این سنگ را پرتاب کن به هر یک از پارچه‌های موجود بخورد به فلان مبلغ از آن تو باشد. «بیع منابذة» نیز بدین صورت بود که هر یک از متبایعین جامه خویش را به سوی دیگری می‌انداخت و حتی بدون نگاه در آن به آن اکتفا می‌کرد؛ مانند اینکه فروشنده بگوید: «أنبذ الیک ثوبی بعشرة». «بیع ملامسة» نیز به این کیفیت بود که تنها با لمس مبیع و حتی با برخورد لباس مشتری به مبیع، بدون اینکه آگاهی به جنس و وصف آن داشته باشد بیع واقع می‌شد و مشتری ملزم به خرید آن متاع بود (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص ۳۵۸).

بیع فضولی باشد و مالک هم اجازه ندهد معامله باطل خواهد بود (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۷۳) یا اینکه در بیع نسبه اگر فروشنده به کسی که قیمت جنس را نمی‌داند نسبه بدهد و قیمت آن را به او نگوید معامله باطل است (موسوی خمینی، ۱۴۲۶ق، م ۱۹۹۸). در هر دو مثال بالا عدم تقارن اطلاعات بین خریدار و فروشنده وجود دارد و چه بسا اگر در مثال اول، خریدار نسبت به مالکیت واقعی کالایی مطلع شود، آن کالا را نخرد و یا در مثال دوم اگر از قیمت نقدی کالا باخبر شود، اقدام به خریدن آن کالا به صورت نسبه نکند و لذا به دلیل عدم اطلاعات قابل اتکا در این موارد مجبور به کژگزینی شده است؛ درحالی که اگر شفافیت اقتصادی حکمفرما بود چنین حالتی رخ نمی‌داد.

ب) قرارداد اجاره

به کارگیری اجیر پیش از تعیین اجرت مکروه است؛ بهتر آن است که در آغاز، اجرت مشخص شود آن‌گاه او را به کار گیرند (مصطفوی، ۱۴۲۳ق، ص ۲۲۹). امام صادق علیه السلام فرمودند: «هر کس به خداوند و روز قیامت ایمان دارد، پس به کار نگیرد اجیری را مگر آنکه اجرت و دستمزد او را قبلاً مشخص کرده باشد» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۹، ص ۱۰۵). شاید حکمت تعیین اجرت قبل از شروع به کار ایجاد شفافیت بیشتر و نیز قابلیت دسترسی به اطلاعات قابل اتکا و به موقع بودن برای نیروی کار است تا بتواند انتخاب درستی را انجام داده و از کژگزینی در امان بماند.

ج) قرارداد مضاربه

- عامل نمی‌تواند پس از انعقاد مضاربه سرمایه را با سرمایه دیگر خواه از خود باشد یا دیگری مخلوط کند (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۵۶۱)؛ زیرا عقد مضاربه با سرمایه مالک منعقد شده است نه سرمایه دیگر و اگر قرار است سرمایه دیگری به آن ضمیمه شود می‌بایست در عقد مضاربه بیان شود و با اجازه مالک صورت پذیرد (فاضل لنکرانی، ۱۴۱۶ق، ج ۲، ص ۵۳۳). به نظر می‌رسد علت این مطلب جلوگیری عامل از کژمنشی باشد و به سبب این حکم او را ملزم کرده است که همه اطلاعات را در اختیار مالک قرار دهد تا شفافیت اقتصادی فراهم شود.

د) قرارداد شرکت

- بر اساس فقه شیعه شرکت ابدان و مفاوضه* باطل است؛ پس هر کس هر قدر اجرت گرفته مال خود او خواهد بود و دیگری در آن سهم ندارد (موسوی خمینی، ۱۴۲۵، ج ۲، ص ۵۸۵) به نظر می‌رسد یک از دلایلی که شرکت ابدان و مفاوضه باطل است این است که در هر دو نوع از شرکت شفافیت کافی وجود ندارد و هر فردی از دستمزد متناسب با میزان کاری که انجام داده برخوردار نمی‌شود.

ه) قرارداد وکالت

- وکالت وکیل به صرف عزل از سوی موکل منحل نمی‌شود بلکه وصول خبر عزل به او نیز شرط است (محقق حلی، ۱۴۰۳ق، ج ۲، ص ۱۹۳). همان‌گونه که در این مسئله مشهود است یکی از عناصر مهم شفافیت، اطلاعات به‌جا و به‌موقع است؛ لذا اگر اطلاعات به‌موقع فراهم نباشد چه‌بسا هدف مدنظر موکل محقق نشود.

و) قرارداد ضمان، حواله و کفالت

- در قراردادهای ضمان، حواله و کفالت عالم‌بودن مضمون‌له، محتال و مکفول‌له نسبت به تمکن یا عدم تمکن ضامن، محال‌علیه و کفیل شرط است و لذا در صورت جهل قراردادهای مذکور امکان فسخ دارد و یا خودبه‌خود فسخ می‌گردد (علامه حلی، [بی‌تا]، ج ۲، ص ۸۷ / فاضل لنکرانی، ۱۳۸۵، م ۲۴۰۳). در این موارد نیز ممکن است مضمون‌له (طلبکار)، محتال و مکفول‌له به دلیل فقدان اطلاعات قابل اتکا مجبور به کزگزینی شوند؛ لذا با در نظر گرفتن حق فسخ در این موارد از عدم تقارن اطلاعات کاسته و شفافیت اقتصادی بیشتر می‌گردد.

۵۷

*. شرکت ابدان عبارت است از اینکه دو نفر با هم قرارداد کنند که هر یک کار خود را انجام دهد، ولی در سود با یکدیگر شریک باشند؛ خواه کار آنها از نظر نوع و مقدار یکی باشد یا متفاوت. شرکت مفاوضه آن است که دو نفر یا بیشتر با عقد لفظی قرار بگذارند بر اینکه بین آنها هرچه به دست آوردند و سود و زیان شریک باشند (شهید ثانی، ۱۴۰۳، ج ۴، ص ۱۹۹).

۳-۲-۳. مؤلفه‌های شفافیت پس از اجرای عقود

گاهی ممکن است به سبب رعایت‌نشدن احکام و شرایطی که در فقه اسلامی در پیش و هنگام قراردادها نسبت به آنها تأکید شده است غفلت صورت گیرد و ضررهایی را برای یکی از طرفین قرارداد به بار آورد که در فقه اسلامی برای این موارد نیز راه چاره‌ای اندیشیده شده و بحثی با عنوان خیارات مطرح شده است. از جمله خیاراتی که مرتبط با بحث شفافیت اطلاعات است می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. **خيار تخلف شرط (اشتراط):** بر اساس این خيار هر يك از طرفين، خلاف آنچه تعهد کرده عمل نماید اختيار فسخ معامله برای طرف مقابل وجود دارد (مشکینی، ج ۱، ۱۳۹۲، ص ۲۳۹). پس وجود چنین حقی می‌تواند در عدم پنهان‌کاری عامدانه اطلاعات مؤثر باشد.

۲. **خيار غبن:** در صورتی که خریدار (فروشنده) بدون اطلاع از قیمت واقعی، کالایی را با قیمتی بیشتر (کمتر) از قیمت بازار خریداری نماید (بفروشد) (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۳۹۸) و یکی از طرفین دچار ضرر و زیان شده در این صورت طرف مغبون حق فسخ یا اخذ ارش (دریافت مابه‌التفاوت ارزش واقعی با قیمت فروخته شده) دارد؛ از این رو طرفین برای جلوگیری از فسخ شدن معامله سعی در انجام معامله با کمترین پنهان‌کاری اطلاعات را دارند و این امر شفافیت اقتصادی را افزایش می‌دهد.

۳. **خيار رؤیت:** گاهی اوقات ممکن است خریدار کالا را از روی وصف شخص دیگری بدون مشاهده بخرد سپس کالا را خلاف وصف مذکور بیابد و یا کالا خلاف وصف سابق باشد (همان، ج ۲، ص ۴۰۸). در این صورت نیز به دلیل صحیح یا کامل نبودن اطلاعات حق فسخ یا اخذ ارش وجود دارد.

۴. **خيار تدلیس:** زمانی که فروشنده با نمایاندن یک صفت کمالی که در مال نباشد و یا با پنهان نمودن صفت نقصی که در مال موجود است کاری کند که سبب فریب خوردن مشتری شود، مشتری در قبول کردن یا فسخ معامله اختیار دارد (امامی، [بی تا]، ج ۱، ص ۵۱۴). این مورد نیز نوعی فسخ معامله به دلیل پنهان کردن اطلاعات و یا ارائه اطلاعات غیر قابل اتکاست؛ پس در صورت وجود چنین اختیاری فروشنده سعی می‌کند اطلاعات درستی ارائه دهد و از این رو شفافیت اقتصادی افزایش می‌یابد.

۵. **خيار عيب:** اگر خریدار بعد از معامله بفهمد که مورد معامله معيوب بوده در قبول کردن کالا و گرفتن خسارت (ارش) یا فسخ معامله مختار است (موسوی خمینی، ۱۴۲۵ق، ج ۲، ص ۴۰۹). در این مورد اگر خریدار به دلیل اطلاعات غیر قابل اتکا کالایی را خریداری کند و بعد متوجه عیبی در کالا شود حق فسخ معامله را دارد؛ پس بهتر است فروشنده از همان ابتدا اطلاعات صحیح را به خریدار ارائه دهد.

۶. **خيار تبعض صفقه:** این خيار وقتی حاصل می شود که عقد بیع نسبت به بخشی از کالا به هر دلیلی باطل باشد، در این صورت مشتری حق خواهد داشت بیع را فسخ نماید یا در بخشی که بیع واقع شده است قبول کند و نسبت به بخشی که بیع باطل بوده است ثمن را استرداد کند (امامی، [بی تا]، ج ۱، ص ۵۱۷). در این حالت نیز وجود خيار برای مشتری سبب افزایش شفافیت اقتصادی خواهد شد.

جمع بندی و نتیجه گیری

شفافیت اطلاعات در فعالیت های اقتصادی به قدری مهم است که در سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی نیز به آن اشاره شده است. شفافیت اقتصادی نقطه مقابل پنهان کاری و اقدامات خلاف قانون است که برآیند آنها فساد و اختلال و از جمله اختلال نظام بانکداری، نظام مالیاتی، گمرک و ... است.

پژوهش حاضر که با هدف بررسی ظرفیت فقه اقتصادی و با رویکردی قرآنی - روایی در ایجاد شفافیت اقتصادی در معاملات و قراردادها صورت گرفت از میان تعاریف مختلف شفافیت اقتصادی چهار مؤلفه الف) قابلیت دسترسی به اطلاعات برای همه افراد؛ ب) قابل اتکابودن اطلاعات؛ ج) به موقع بودن اطلاعات؛ د) پرهیز از مخفی کردن عامدانه اطلاعات استخراج شد و سپس این مؤلفه ها در ابواب مختلف فقه اقتصادی در سه بخش کاوش شد؛ در بخش اول احکام تکلیفی ناظر به شفافیت اقتصادی بررسی گردید و احکام الزامی و غیرالزامی در شفافیت اقتصادی استخراج شده و تأثیر آنها بر هر یک از مؤلفه های شفافیت و نیز کژگزینی و کژمنشی که از پیامدهای عدم تقارن اطلاعات هستند، تبیین شد؛ در بخش دوم مقاله از قواعد فقهی مؤثر در شفافیت اقتصادی نام برده شد و در بخش سوم مؤلفه های

شفافیت اقتصادی در عقود اسلامی از حیث زمان انجام قرارداد (هنگام و پس از اجرای عقود) استخراج و تحلیل اقتصادی آنها در شفافیت اقتصادی صورت گرفت.

منابع و مأخذ

۱. امامی، سیدحسن؛ حقوق مدنی؛ تهران: انتشارات اسلامی، [بی‌تا].
۲. انصاری، مرتضی؛ المكاسب؛ قم: مؤسسه الهادی، ۱۴۱۸ق.
۳. بجنوردی، سیدمحمد؛ قواعد فقهیه؛ چ ۳، تهران: مؤسسه عروج، ۱۴۰۱ق.
۴. بگ، دیوید، استانلی فیشر و رودیگر دورنبوش؛ علم اقتصاد (اقتصاد خرد)؛ ترجمه محمدحسین تیزهوش؛ تهران: جنگل، ۱۳۸۵.
۵. بهجت فومنی، محمدتقی؛ وسیلة النجاة؛ قم: شفق، ۱۳۸۱.
۶. حر عاملی، محمدبن حسن؛ تفصیل وسائل الشیعة إلى تحصیل مسائل الشریعة؛ قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام، ۱۴۰۹ق.
۷. حلی، حسن بن یوسف؛ تذکرة الفقهاء؛ تهران: مکتبه المرتضوی، [بی‌تا].
۸. _____؛ تحریر الأحکام الشرعیة علی مذهب الإمامیة؛ قم: مؤسسه امام صادق علیه‌السلام، ۱۴۲۰ق.
۹. راغب اصفهانی، حسین بن محمد؛ المفردات فی غریب القرآن؛ [بی‌جا]: [بی‌نا]، ۱۴۱۲ق.
۱۰. رساقامت، حسین و محمد افشاری؛ «شفافیت مالی؛ راهی برای جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی»؛ مجله اقتصاد شهر، س ۵، ش ۲۰، ۱۳۹۲.
۱۱. شهید ثانی، شیخ زین‌الدین جبل عاملی؛ الروضة البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة؛ قم: دار الهادی للمطبوعات، ۱۴۰۳ق.
۱۲. صادقی، حسین و حمید آسایش؛ «عدم تقارن و فقدان اطلاعات در بازار کالا لزوم آموزش مبانی اقتصاد اسلامی»؛ فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، س ۸، ش ۱۱، ۱۳۹۴.
۱۳. صدر، سیدکاظم؛ اقتصاد صدر اسلام؛ چ ۲، تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی، ۱۳۸۷.

۱۴. ضمیری، عبدالحسین و رضا نصیری حامد؛ «حکمرانی مطلوب و نقش شفافیت در تحقق آن»؛ پژوهشنامه (مرکز تحقیقات استراتژیک)، ش ۵۲، ۱۳۸۹.
۱۵. طباطبایی، سیدمحمدحسین؛ المیزان فی تفسیر القرآن؛ قم: دفتر انتشارات اسلامی، جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۴۱۷ق.
۱۶. طبرسی، فضل بن حسن؛ مجمع البیان فی تفسیر القرآن؛ تهران: انتشارات ناصرخسرو، ۱۳۷۲.
۱۷. طوسی، ابو جعفر محمد بن حسن؛ المبسوط فی فقه الإمامیه؛ ج ۳، تهران: المكتبة المرتضوية لإحياء الآثار الجعفرية، ۱۳۸۷ق.
۱۸. فاضل لنکرانی، محمد؛ قواعد فقهیه؛ ج ۲، قم: مرکز فقهی ائمه اطهار علیهم السلام، ۱۴۲۵ق.
۱۹. _____؛ توضیح المسائل؛ ج ۱۲۶، قم: انتشارات امیرالعلم، ۱۳۸۵.
۲۰. _____؛ تعلیقات عروة الوثقی؛ قم: مكتبة المسجد الحاج السيد الحسن، ۱۴۱۶ق.
۲۱. فخرالدین رازی، ابو عبدالله محمد بن عمر؛ مفاتیح الغیب؛ بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۲۰ق.
۲۲. فیض کاشانی، ملامحسن؛ تفسیر الصافی؛ تهران: انتشارات الصدر، ۱۴۱۵ق.
۲۳. کاظمی، مصطفی، پرویز داودی و سیدمحمد کاظم رجایی؛ «صداقت در مقایسه با شفافیت در بازار اسلامی»؛ مجله معرفت اخلاقی، س ۳، ش ۲، ۱۳۹۱.
۲۴. کرمی، محمد مهدی و محمد پورمند (نبی زاده)؛ مبانی فقهی اقتصاد اسلامی؛ ج ۸، تهران: پژوهشکده حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۶.
۲۵. کلینی، محمد بن یعقوب؛ الکافی؛ ج ۴، تهران: دار الکتب الإسلامیة، ۱۴۰۷ق.
۲۶. مجلسی، محمد تقی؛ روضة المتقین فی شرح من لا یحضره الفقیه؛ قم: مؤسسه فرهنگی اسلامی کوشانپور، ۱۴۰۶ق.
۲۷. محقق حلی؛ شرایع الاسلام؛ ج ۳، قم: دارالهدی للطباعة و النشر، ۱۴۰۳ق.
۲۸. مراغی، سید میر عبدالفتاح؛ العناوین الفقهیة؛ قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۴۱۷ق.
۲۹. مشکینی، میرزاعلی؛ مصطلحات الفقه؛ قم: دارالحدیث، ۱۳۹۲.
۳۰. مصطفوی، سید محمد کاظم؛ مائة قاعدة فقهیة؛ ج ۴، قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته

- به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۴۲۱ق.
۳۱. _____؛ **فقه المعاملات**؛ قم: مؤسسه النشر الاسلامی، ۱۴۲۳ق.
۳۲. مصطفوی، سیدمحمد کاظم و دیگران؛ **احکام تجارت**؛ چ ۳، تهران: نشر طلایی، ۱۳۹۵.
۳۳. مصطفی، ابراهیم و دیگران؛ **معجم الوسیط**؛ استانبول: دارالدعوة، ۱۹۸۹م.
۳۴. مکارم شیرازی، ناصر؛ **قواعد فقهیه**؛ قم: مدرسه امیرالمؤمنین علیه السلام، ۱۴۱۱ق.
۳۵. _____؛ **توضیح المسائل**؛ چ ۳، قم: مدرسه امام علی بن ابی طالب علیه السلام، ۱۳۸۵.
۳۶. موسویان، سیدعباس و محمد عزیززاده اصل؛ «بررسی ضابطه غرر در معاملات جدید»؛ **تحقیقات مالی اسلامی**، س ۳، ش ۹، ۱۳۹۴.
۳۷. موسوی خمینی، سیدروح الله؛ **تحریر الوسیله**؛ ترجمه علی اسلامی؛ قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۴۲۵ق.
۳۸. _____؛ **توضیح المسائل**؛ [بی جا]: [بی نا]، ۱۴۲۶ق.
۳۹. میرمعزی، سیدحسین؛ «**فقه اقتصادی و اقتصاد اسلامی**»؛ **فصلنامه اقتصاد اسلامی**، س ۱۵، ش ۵۹، ۱۳۹۴.
۴۰. نجفی، محمدحسن؛ **جواهرالکلام**؛ چ ۷، تهران: دارالکتب الإسلامیة، ۱۳۹۲ق.
۴۱. واریان، هال؛ **تحلیل اقتصاد خرد**؛ ترجمه رضا حسینی، تهران: نی، ۱۳۸۵.
42. Carlin, Bruce I., Shaun W. Davies & Andrew M. Iannaccone; "Competition, Comparative Performance, and Market Transparency"; Chicago Booth, **Accounting Research Center**, 2011.
43. Kaufmann, Daniel. and Bellver, Ana; "Transparencing Transparency: Initial Empirics and Policy Applications"; Munich Personal RePEc Archive, 2005 (Online at <http://mpr.ub.unimuenchen.de/8188/>).
44. Lindstedt, Catharina and Naurin, Daniel; "Transparency Against Corruption. A Cross-Country Analysis"; manuscript, **Goteborg University**, 2007 (Available at: <http://www.qog.pol.gu.se/digitalAssets/1358/1358046>).

45. Loewenstein, George, Daylian M. Cain, and Sunita Sah; "The Limits of Transparency: Pitfalls and Potential of Disclosing Conflicts of Interest"; **American Economic Review: Papers and Proceedings**, 2011.
46. Sturges, Paul; "What is this Absence Called Transparency?"; **International Review of Information Ethics**, Vol. 7, No. 26, 2007.
47. Zhu, Kevin; "Information Transparency of Business-to-Business Electronic Markets: A Game-Theoretic Analysis"; **Management Science**, Vol. 50, No. 5, 2004.