

زكّاة الحقوق المعنوية

الإمام محمد سعيد رمضان البوطي

• الحق وأقسامه

تعريف الحق:

عرف الحق بتعريفات كثيرة، تدور على جامع مشترك يمكن التعبير عنه بأنه: اختصاص حاجز يخوّل صاحبه دون غيره مصلحة ما، ولعل من أدقها وأشملها التعريف الذي اعتمده صاحب كشف الأسرار بأنه ((موجود من كل وجه تتعلق به مصلحة خاصة عائدة لمن ينسب إليه))¹ وأصل معنى الحق ((الشيء الثابت الذي لا يسوغ لإنكاره))² فإذا نسب إلى الشخص أو إلى جهة ما ، أورثته اختصاصاً حاجزاً يتمتع دون غيره بمصالح ومنافع معينة. قد تتمثل في ملكية أو استئجار أو انتفاع.

أقسام الحق:

ينقسم الحق إلى أنواع كثيرة يتفرع بعضها عن بعض، لا شأن لنا بها في هذا المقام. وإنما الذي ينبغي أن نعلمه بين يدي بحثنا هذا، هو أن الحق ينقسم إلى قسمين رئيسيين :

أحدهما: الحق المالي. وهو كل ما تعلق بمال عيني أو بشيء من منفعه العارضة. كحق البائع في الشمس وحق المشتري في المبيع ، وحق المستأجر بالسكنى.

(كشف الأسرار على أصول البيدوي: 134/4 و 135

(التعريفات للجرجاني: ص 79 وانظر كليات أبي البقاء: 237/2 وما بعد.²

ثانيهما: الحق المعنوي. وهو كل ما لم يتعلق بمال عيني ولا بشيء من منفعه. مثل حق القصاص وحق رفع الدعاوي وحق الطلاق والولاية، وسائر الحقوق المتعلقة بالكرامة الإنسانية.¹

وإنما سميت هذه الحقوق بالحقوق المعنوية، لأن الاختصاص الذي قضى بالشارع لصاحب هذا الحق، أمر تقديري لا ينحط على عين مادية ولا يسري ضمن منفعة متقومة. فكان هذا الاختصاص من جراء ذلك الشيء شيئاً معنوياً أو متعلقاً بأمر معنوي.

غير أن الذي نعنيه بالحقوق المعنوية في بحثنا هذا، حقوق اعتبارية قضى بها العرف التجاري اليوم كحق التأليف وحق الابتكار وحق الماركة والاسم التجاري، وجعلها خاصة لمن تنسب إليه من شخص أو جهة. ولسوف نبحت في مدى سريان معنى المال أو المنفعة المتقومة ضمن هذه الحقوق، حتى إذا علمنا أنها تنطوي اليوم على قيمة مالية ثابتة طبق المسوغات الشرعية، بنينا على ذلك الأحكام الملائمة من إمكان البيع والرهن والإيجار، وعقد الشركات والحوالة بها وعليها، وتعلق الزكاة بها، وهو ما سنركز عليه ونفصل القول فيه بمشيئة الله.

• حق الابتكار ومدى سريان المنفعة المتقومة فيه:

إن الحقوق المعنوية التي تخضع لهذا التساؤل كثيرة ومتنوعة، وكلنا نرى أن مصطلح (حق الابتكار) فيه من الاتساع ما يشمل كثيراً من الصور والجزئيات المطروحة في هذا البحث، مثل حق التأليف والتحقيق والاسم التجاري وبرنامج الحاسب الآلي... إلخ.

فإذا انتهينا بعد البحث والنظر إلى أن حق الابتكار تسري فيه اليوم منفعة متقومة منسوبة إلى صاحب الحق، فإن هذا الواقع يشمل عندئذٍ سائر الصور والجزئيات الأخرى المشابهة، لما بينها جميعاً من جامع مشترك ألا وهو معنى الإبداع بشكل ما. على أننا سنفرد بالبحث والنظر تلك الجزئيات والنماذج التي قد لا تستبين فيها وجود الجامع المشترك، كحق النشر، وحق الشهرة التي تنالها أسماء كثير من المحال التجارية.

(انظر أقسام الحقوق بأنواعها المختلفة في كتاب: قواعد الأحكام للعز بن عبد السلام: 73/2 و 74¹

إن أبرز نموذج لحق الابتكار إنما هو حق التأليف. فلنجعل حديثنا عنه أساساً للحديث عن النماذج الأخرى. وسوف يتلخص بحثنا فيه من خلال الإجابة المفصلة عن كل من السؤالين التاليين:

أولهما: هل الجهد الفكري في التأليف _مثلاً_ يورث صاحبه في ميزان الشرع اختصاصاً حاجزاً يتضمن معنى الحق؟

ثانيهما: ماهي طبيعة هذا الحق؟ أهو حق مادي مالي بشكل ما، أم هو حق معنوي خال عن شوائب النفع المالي؟

ونجيب بادئ ذي بدء عن السؤال الأول فنقول: نعم، بل إننا لا نعلم في هذا القدر رأيٍ خلاف ومن أبرز ما يدل على ذلك ما هو ثابت من حرمة انتحال الإنسان قولاً لغيره، أو إسناده إلى غير من قد صدر عنه. لقد كانت الشريعة الإسلامية ولا تزال هي القاضي الأول بنسبة الكلمة والفكرة إلى صاحبها، لينال هو دون غيره أثارها من فائدة وخير، وليتحمل هو ذاته ما قد تجرزه من ضرر وشر.

بل لقد ذهب الإمام أحمد في تحديد هذا الاختصاص وحصره مذهباً جعله يمنع من الإقدام على الاستفادة بالنقل والكتابة عن مقال ومؤلف عُرِف صاحبه، إلا بعد الاستئذان منه. فقد روي الغزالي أن الإمام أحمد سئل عن سقطت منه ورقة كتب فيها أحاديث أو نحوها: أيجوز لمن وجدها أن يكتب منها ثم يردها؟ فقال: لا بل يستأذن ثم يكتب¹ وأياً كان مصدر هذا الحكم، أخلاقياً مجرداً يتعلق بأداب التعامل والسلوك، أو اقتصادياً يتمثل في منفعة مالية متقومة، فإنه في كل الأحوال ينطوي على اختصاص ما، يعطي صاحبه حق التسلط على ما اختصّ به.

وذلك هو معنى الحق الذي عرفناه في مطلع بحثنا هذا²

إذن، فالابتكار _التأليف نموذج منه_ يورث صاحبه حقاً بحلّه الذي هو ثمرة جهد فكري أو علمي أو صناعي.

(إحياء علوم الدين للإمام الغزالي: 96/1 طبعة مصطفى محمد¹

(أنظر: قضايا فقهية معاصرة لكاتب هذا البحث: ص 88 طبعة دار الفكر دمشق²

وهنا ننتقل للإجابة على السؤال الثاني. وهو: ماهي طبيعة هذا الحق؟ أهو حق معنوي خال عن شوائب النفع المالي، أم هو حق مالي بشكل ما.

ونقول في الجواب: كانت الإبداعات الفكرية في العصور الغابرة تنشأ داخل أفكار أصحابها ثم لا تستقر إلا كتباً تخط على أيدي النساخ الذين كانوا يبذلون جهود شاقة في عملية النسخ والكتابة وقد كانت سائر الابتكارات والإبداعات الأخرى، إن وجدت، تخضع لهذا الواقع أو قريب منه، ومن ثم فلم يكن يتجلى لهذا الحق أي قيمة أو معنى أكثر من كونه مجرد اختصاص نسبة تكسب صاحبها المثوبة والثناء فيما هو مقبول ومستحسن، وتعرضه للقدح أو العقاب فيما هو ضار ومستهجن.

أما ما وراء ذلك من اقتضاء ذلك الحق لقيمة مالية، فلم يكن شيء من ذلك منوطاً بتلك الإبداعات من حيث هي، أي بقطع النظر عن أعطيات الخلفاء والأمراء الذين كانوا يشجعون بها العلماء والمفكرين، سعيًا بهم إلى مزيد من المعارف والإبداعات العلمية المفيدة، ومن ثم لم تطرح فكرة الحق المالي في التأليف ونحوه، في أي من تلك العهود الغابرة، وربما لم تكن تخطر منهنم على بال. وعلى هذا فإن بوسعنا أن نقول: أن هذا الحق كان حقاً معنوياً مجرداً. وجدير بالذكر هنا أن ننبه إلى أن القيمة المالية في الشيء، لا تبرز من جوهره الذاتي. وإنما يقررها العرف الاجتماعي .. سواء أعرّفنا المال بأنه كل ما يمكن حيازته مما يصلح للانتفاع به، كما هو رأي

الحنفية، أو عرّفناه بأنه مطلق ما كانت له قيمة يعتد بها عرفاً، كما هو رأي الجمهور¹ ذلك لأن إقبال الناس على الشيء للاستفادة منه، أو إعراضهم عنه، هو الذي يلعب الدور في إعطاء ذلك الشيء أو عدم إعطائه القيمة المالية.

ودود الفز من أبرز الأمثلة على ذلك، فقد مر عهد طويل والناس في أكثر البلدان لا يرون لهذه الحشرة أي جدوى، إما لجهلهم بما فيها من المزايا المعروفة اليوم، وإما لجهلهم بسبل الوصول لهذه المزية التي فيها. ومن ثم فإن التعامل بها لم يكن مشروعاً، حتى إذا تبدلت الأحوال وتنبه الناس إلى مزية التي

¹¹¹ أنظر تعريف المال عند الحنفية في البحر الرائق: 227/2 وحاشية ابن عابدين: 3/4 وانظر تعريفه عند الجمهور في الأشباه والنظائر للسيوطي: ص 258

فيها، وتحرسوا بسبل استخراج الحرير منها، تغير الحكم فأصبح التعامل بها مشروعاً. بل أصبح مصدراً من مصادر التجارة والثروة.¹

ولم يكن في مألوف الناس وعرفهم السائد أن جهداً فكرياً أو علمياً، أو أي إبداع فني، ظهر من خلال كتابة مرقومة على صفحات، يقوم بأي قيمة والية، ماعدا قيمة الورق والحبر والجهد الذي بذله الناسخ للكتابة.

نعم، كثيراً ما كان ينظر إلى مؤلف علمي أو أدبي أو ديوان شعر ظهر، على أنه ذو أهمية وفائدة كبرى، وتشتد الرغبة لدى أصحاب هذا الاهتمام في اقتنائه والاستفادة منه. ولا شك أن من مقتضى هذا الاهتمام بروز قيمة مالية له، حسب ما يقتضيه قانون العرض والطلب. غير أن هذه القيمة سرعان ما كانت تذوب وتختفي إزاء قيمة الجهد الكبير الذي كان النساخ يبذلونه في سبيل رصد هذه الفائدة وتسجيلها، بحيث تغدو قيمة النسخ مساوية أو أعلى من قيمة المضمون العلمي أو الأدبي أو الفني الذي في داخله.

ونقول بتعبير آخر: إن جهد الناسخ عندما يقدر بعشرة دنانير مثلاً، لكتاب ما، فإن القيمة الاسمية له لم تكن تزيد في السوق على هذا المبلغ. ذلك لأن الناسخ هو الذي كان يقرر الثمن. وإنما الثمن من وجهة نظره قيمة الجهد اليدوي مع تكاليف الكتابة، وإن كان من وجهة نظر المشتري قيمة ما يتضمنه الكتاب من علم وإبداع وفكر. إذ هو لا ينظر إلى الجهد الكتابي _مستقلاً_ بأي اعتبار. أي إن هذا المؤلف له قيمة مالية في نظر القراء المقبلين إليه، ولكن يجب أن لا يغيب عن البال أن هذه القيمة استهلكت داخل القيمة التي اقتضاها جهد الكتابة وتكاليفها.

وهكذا فإن المؤلف لم يكن يخطر في باله أن يجعل من أعماله مصدر العلمية رزق، لأن وصولها إلى أعين القراء وأفكارهم كان يتطلب دائماً جهداً أعلى أو مساوياً لقيمة أعماله الأدبية والعلمية تلك.

(أنظر ماكتبه الإمام النووي موسعاً في أثر العرف في المنافع والأموال، وحكم بيع دود القز، في المجموع ج9 ص227 و 1240

ولهذه المسألة نظائر معروفة في حياتنا اليوم. منها أن كثيراً ما نتأكد من وجود معادن ثمينة داخل بقعة ما من الأرض التي بجوزتنا. غير أن السعي إلى استخراج هذه المعادن وتصفيتها يتطلب من الجهد والتكاليف ما قد تربو قيمته على قيمة تلك المعادن ووجوه الاستفادة منها...

لاريب أن قيمة تلك المعادن تضحل وتذوب في هذه الحالة، إزاء الجهود والصعوبات التي تقف في طريق استخراجها. وعندئذٍ يصح أن يقال: إن هذه المعادن لا تنطوي _حكما_ على أي قيمة مالية حية.

أما اليوم. وقد ظهرت الآلات الطابعة التي تقذف الواحدة منها عشرات النسخ من الكتاب، خلال دقيقة واحدة، فقد انعكست كفتا الميزان في هذه القضية.

إن إخراج النسخة الواحدة مطبوعة مجلدة مجهزة للقراء، لم يعد يكلف إلا مبلغاً زهيداً من المال، يتبين لك ذلك عندما تقسم مجموع المنفقات على عشرين ألف نسخة مثلاً .. وأمام ضمور كلفة استخراج النسخة الواحدة، تبرز قيمة المضمون العلمي والإبداعي له، تلك القيمة التي ظلت خفية أو ضامرة، ضمن ضخامة القيمة التي كان يستحقها إخراج الكتاب ممثلاً في نسخة واحدة منه.

إذن فقد أصبحت للابتكارات اليوم قيمة مالية، نتيجة لهذا التطور الذي أوضحناه. ولا فرق في أن يتمثل هذا الابتكار في مؤلف يظهر في كتاب، أو في مخطوط انفرد زيد من الناس باكتشافه

وإخراجه ونشره. ولا يختلف عنها في ذلك أي إبداع علمي أو أدبي أو فني، يعود بالنفع على المجتمع حسب مقياس العرف الذي ألحنا إليه قبل قليل.. وكذلك رقائق الكمبيوتر وبرامج الحاسوب الآلي التي يتحاذبها محور العرض والطلب في مجتمع ما.

• فمن الذي يستحق هذه القيمة المالية؟ وكيف يتم استيفؤها؟

الآن، وقد اتضح أن هذه الحقوق المعنوية التي كانت يوماً ما خالية عن شوائب القيمة المالية، قد سرت إليها اليوم منفعة متقومة، ومن ثم تضمنت قيمة مالية، ينبغي أن نتساءل: فمن الذي يستحق هذه القيمة المالية التي برزت داخل هذه الحقوق؟

والجواب أن المضمون العلمي للجهد العلمي والإبداعي، إذا كان حقاً لمن أخرج أو أبدع كما سبق أن أوضحنا، طبقاً للأدلة التي لا خلاف فيها، فلا ريب أن كل ما قد يبرز فيه من قيمة مالية، إنما يكون عائداً بالضرورة لصاحب الحق ذاته.

ونظراً إلى أن المحور الذي يهمننا في هذا البحث، هو معرفة مدى تعلق حق الزكاة بهذه القيمة المالية، ومعرفة الوجه الذي على أساسه يتعلق بها هذا الحق، فلا بد أن نتبين قبل ذلك السبيل الذي تتم بواسطته استيفاء المبدع أو المبتكر للقيمة المالية الكامنة في جهده الإبداعي.

إذ المفروض أن يستوفي هذه القيمة صاحبها، وأن يجوزها أولاً، ثم تتعلق بها الزكاة حسب قواعدها المعروفة ثانياً. فما هو السبيل إلى ذلك؟

كيف يستطيع صاحب هذا الحق أن يستوفي القيمة المالية التي فيه؟

أن الجواب عن هذا السؤال متوقف على الجواب عن سؤال أسبق منه. وهو كيف يتسنى للراغب في الاستفادة من هذا الإبداع العلمي أن يستوفي لنفسه الفائدة منه؟

ونقول: إن إمكان هذا الاستيفاء متوقف على سبيل الذي يتمكن المؤلف أو المبدع بواسطة من تسليم معارفه وابتكاراته إلى الآخرين، وإنما سبيلها على الأغلب، تسجيلها عن طريق الطباعة والنشر أو عن طريق رقائق (ديسكات) تصل إلى الناس من خلال الكمبيوتر. فبذلك يمكن تسليم هذه المعارف والمبتكرات، ويمكن للآخرين أن يستوفوا بدورهم الفائدة التي هي مناط القيمة.

وإذا كان الأمر كذلك، فإن الوسيط الذي يتكفل بتسيير استيفاء كل من الطرفين للفائدة أو القيمة التي يطمح إليها، إنما هو البيع. وتمكين تكييف هذا الحكم بإحدى طريقتين:

الطريقة الأولى: اعتبار الطابع أو الناشر هو المشتري لحق الابتكار. ثم إنه يبيعه بدوره للناس في وعائه المادي الذي هو الكتاب أو ما يقوم مقامه، ولكن لابد عقد الشراء بين المؤلف والناشر، مثلاً، واقعاً على وعاء ماديّ يتمثل في النسخة الخطية التي يتقدم بها المؤلف على أن يصحب ذلك اشتراط رفع المؤلف أو المبتكر يده عن حقه هذا، كلياً أو جزئياً، ونفي الجزئي أن يكون ذلك إلى أمد محدود.

الطريقة الثانية: اعتبار المستهلكين، أي آحاد الناس، هم المشتريين من المؤلف. ولكن بواسطة الناشر أو من يكون في حكمه. ويستحق هذا الوسيط عندئذٍ الأجر المتفق عليه من صاحب الحق. أي فالناشر ومن هو في حكمه مجرد وسيط بين البائع الذي هو صاحب الحق، والمشتري يأخذ الأجرة أو جعالة محدودة على عمله.

وتثور هنا مشكلة فقهية تتعلق بحدود تصرف المشتري بالكتاب أو الفن أو العلم المبتكر أو الرقائق ذات البرامج المرتبطة بالكمبيوتر، والتي لها حقوق عائدة إلى صاحبها، عندما يتم شراء ذلك كله.

غير أننا نمسك عن الخوض في هذه المسألة ذات الأطراف المتشعبة، نظراً إلى أن ذلك يقصينا عما نحن بصدد، وهو بيان حكم الشريعة الإسلامية في زكاة القيم المالية المنبثقة عن هذه الحقوق¹

• هل ينطبق هذا كله على ما يسمى بالماركة والاسم التجاري؟

وإنما نعني بالماركة الشعار التجاري للسلعة، إذ يغدو هذا الشعار تعبيراً عن الصنف المميز عن غيره من السلع المشابهة، في كثير من الخصائص والسمات.

ونعني بالاسم التجاري ذلك الاسم الذي غداً عنواناً على محل تجاري نال شهرة مع الزمن بسبب المزايا التي اقتص بها، بحيث أصبحت هذه الشهرة مجسدة في الاسم المعلق عليه، وقد يكون هذا الاسم هو اسم التاجر ذاته أو لقبه، وقد يكون لقباً اصطلاحياً لقب به المحلّ، وربما أطلق على هذا المضمون الأخير اسم الشهرة التجارية.

والذي ينبغي أن نتبينه في هذا المقام هو:

أولاً) هل ينطوي كل من (الماركة) و(الاسم التجاري) على حق يعطي صاحبه مزية الاختصاص

به؟

(بوسعك أن تقف على تفصيل هذا الذي أمسكنا عن الخوض فيه، بالرجوع إلى كتاب: قضايا فقهية معاصرة ص 95 و 95¹

ثانياً) هل يستتبع هذا الحق _على فرض وجوده_ منفعة متقومة بمال، بحيث يصبح حقاً مالياً متقراً لاحقاً معنوياً مجرداً؟ ومن ثم هل يدخل هذا الحق في الممتلكات بحيث تسري عليه أحكامها من حق التصرف بها والمعاوضة عنها وتعلق حق الزكاة بها، كما رأينا في مسألة حق الإبداع والابتكار؟

ولسوف نجد أن كل من (الماركة) و (الاسم التجاري) يخضع لمضمون واحد في نطاق الإجابة عن كل من هذين السؤالين، وإن اختلف اللفظ والاصطلاح. ولذا فقد رأينا أن نشمّل هذين الاصطلاحين بإجابة واحدة.

أولاً_ هل ينطوي كل من الماركة والاسم التجاري على حق شرعي؟

كنا قد عرفنا الحق بأنه: اختصاص حاجز يخول صاحبه دون غيره مصلحة ما¹.

والسؤال الآن هو هل ينطبق هذا التعريف على العلاقة السارية بين التاجر والشعار الذي اتخذه عنواناً على بضاعته، وهل ينطبق هذا التعريف ذاته على العلاقة السارية بين التاجر والاسم الذي اشتهر به محله، وارتبط بالمزايا التي عرفت بضاعته بها؟ ومن ثم فهل للتاجر أن يستأثر بهذه العلاقة من دون الناس باسم الشرع وحكمه، بحيث لا يجوز شرعاً أن ينسب غيره هذا الشعار أو هذا الاسم إلى بضاعته، على نحو ما قررناه من نسبة حق الابتكار التأليف إلى صاحبه دون غيره؟

تتوقف معرفة الإجابة عن هذا السؤال، على إدراك المغزى الذي يعبر عن الشعار التجاري أو الاسم التجاري للمحل، بحكم العرف التجاري في الدارج.

إن هذا الشعار أو الاسم، لا يراد من إطلاقه أكثر من التعريف بالبضاعة التي انفرد صاحبها بصنفيها أو ابتكارها وإخراجها على الوجه المتميز الذي يفترض أنه قد أتيح له دون غيره...

¹ عرف الأستاذ الجليل مصطفى الزرقاء الحق بأنه (اختصاص حاجزاً شرعاً يسوغ صاحبه التصرف إلا لمانع) إلا أنه ساق هذا التعريف أكثر من مرة، وجعله في إحدى المرات تعريفاً للملك (المدخل الفقهي 241/1) ونحن نرى أن تعريف الحق الذي هو أعم من الملك الداخل فيه. وهو (اختصاص حاجزاً شرعاً) بقطع النظر عن تسويفه أو عدم تسويفه التصرف. فيشمّل هذا التعريف الحقوق كلها بأنواعها المتعددة.

ولما كان من حق صاحب هذه الصنعة المتقنة _أو التي يفترض أنها كذلك_ أن يحيط صنعته هذه بذاتية مستقلة تحجزها عن الالتباس والضياع، فقد كان أيسر سبيل إلى هذا الحجز والتميز، أن يسمها بشعار خاص يكسبها الذاتية المستقلة بين السلع والبضائع المشابهة الأخرى.

ومن هنا يتبين أن العلاقة التي تبدو بين تلك الصنعة المتميزة واسمها الذي اختير لها، إنما هي في الحقيقة تحصيل العلاقة القائمة فعلاً بين تلك البضاعة والصانع الذي أنتجها.

وإذن فإن هذه العلاقة ليست في الحقيقة إلا من نوع العلاقة القائمة بين المؤلف أو المبتكر، والأفكار أو المعارف التي استقل بإبداعها، على نحو ما سبق بيانه. فكما أن نسبة تلك الأفكار والمعارف إلى صاحبها حق شرعي لا يجوز إنكاره ولا التطاول والافتئات عليه، فكذلك ثمرة الجهد العضلي أو الصناعي، إن هو إلا حق شرعي لصاحبه لا يجوز إنكاره ولا العدوان عليه.

إلا أن المؤلفات العلمية تكون محصنة عادة ضد أي انتحال بكتابة أسماء مؤلفيها عليها، وإعلان الاحتفاظ بالحقوق الثابتة عليها. في حين أن البضائع المصنعة تنقطع نسبتها عن العمل الذي تم تصنيعها فيه، بمجرد طرحها في السوق، فكان الاسم أو الشعار التجاري المسجل عليها بمثابة البديل عن ذكر اسم المؤلف وبمثابة الإعلان عن حصر هذا الحق في صاحبه.

ونظراً إلى أن الشعار أو الاسم التجاري كان رمزاً لهذا الحق الذي يعود إلى صاحبه دون غيره، فقد اقتضى العرف التجاري، بل الحكم الشرعي، أن يكون الشعار أو الاسم التجاري الذي يتخذه الصانع لبضاعته حقاً مكتسباً له، لا مجال للازدواج أو التنافس فيه، لا مجرد تسمية وتعريف لذات السلعة من حيث هي عين مادي. وقد علمنا أن الحق كما يتعلق بالأعيان المادية، يتعلق أيضاً بالجهد المعنوي والطاقة الإبداعية المتعلقة بالأعمال والصناعات .

وبناءً على هذا نقول: أن الشعار التجاري والاسم التجاري، كل منهما حق مقرر يتعلق بمصلحة خاصة وعائدة لصاحب السلعة، ومن ثم فهو يعطي صاحبه مزية الحصر والاختصاص.

ثانياً_ هل يستتبع هذا الحق منفعة مالية متقومة:

لقد أوضحنا الآن أن مصدر هذا الحق يتمثل في الجهد الذهني مضافاً إليه النشاط الحركي والعضلي، وهو شيء مستقر في كيان هذا الحق ذاته، إلا أن لهذا الجهد الذي هو مصدر هذا الحق ثماراً تنفصل عنه لتستقر في سلعة أو بضاعة منفصلة عن ذاته، بحيث يمكن استيفائها، كما يمكن الانتفاع بها وتقويمها. وبذلك تصبح هذه الثمار المنفصلة عن جهد صاحبها ذات كيان ووجد مستقل، وأثر ظاهر في المصلحة العامة، ومن هنا نشأت لمثل هذا الحق قيمته المالية وأخضعته لقانون التداول¹.

وكما أن السلع والبضائع تعد بحد ذاتها أموال متقومة خاضعة للمعاوضة، فإن الأجهزة والأدوات التي تستخدم في إنتاجها تعد هي الأخرى أموالاً متقومة. وإذا كان هذا أمراً مقررًا فلا فرق بين أن تكون هذه الأجهزة وسائل وأسباباً مادية، وأن تكون جهوداً وقدرات ذهنية، ونظراً إلا أن هذه الجهود والطاقات الذهنية أمور معنوية بحد ذاتها، فقد اقتضت المصلحة وحصرها، عن طريق تحصيلها في الشعار والاسم التجاري.

وبهذا يتضح أن حق الاسم التجاري كناية عن السياج الذي من نشأه أن يحصر سائر الفوائد المالية والاعتبارية التي يفرض أنها جاءت ثمرة المزايا التي استقل بها التاجر في بضاعته، بواسطة جهوده الفكرية ونشاطاته العلمية التي بذلها واستقل بها، وإما القصد من حصرها بهذا السياج أن لا تتبدل أو تتحول إلى غيره.

فكأن الاسم التجاري، ومثل الماركة، عنوان على السر الذي تمتاز به بضاعة ما، إذ يعطيها ذلك السر مزيداً من القيمة ويضمن مزيداً من الإقبال عليها والرغبة فيها. إذن فهو في الحقيقة كناية عن منفعة مالية متقومة، ومن ثم فهو داخل سلطان المعاوضة والتداول.

وينبغي أن نلاحظ ما هو واضح من أننا إذ نقرر أن هذا الحق، أي الاسم التجاري، حق مالي ثابت وأن بذلك داخل في الممتلكات وخاضع لأحكامها، فإننا لانعني هنا بالممتلكات السلعة ذاتها، فإن امتلاك صاحبها لها أمر بدهي وليس محل بحث. وإنما نعني بالمملوك الذي تسري عليه أحكام الممتلكات، الصنعة المعنوية التي نسميها الابتكار والإتقان، والتي لا سبيل لإبراز معناها وقيمتها إلا من

(انظر: حق الابتكار في الفقه الإسلامي للدكتور فتحي الدريني وفتة من العلماء: ص 60 و 61

خلال الماركة أو الاسم التجاري. صحيح أن التصرف في أعم الأحيان إنما يتعلق بالعين ذاتها، ولكن سبب ذلك أن المنفعة التي هي مصدر التقوم بالمال، لا يمكن التعامل بها من حيث هي، ومن ثم فقد كان سبيل استيفائها التعامل بالعين القائمة. ومن هنا كان لا بدّ من حيازتها سواء كانت سلعة أو ماركة أو اسماً تجارياً_ عند امتلاك المنفعة المتقومة بها.¹

فمن هنا صح أن نقول: إن التاجر إذ يملك العين بالحيازة أو الصنعة، يملك القدرات أو المهارة التي اعتمد عليها في صنعها أو اتقانها، وكل منها مستقل في الاعتبار، ومختلف في التقوم.

• هل تتعلق بهذه الحقوق المالية زكاة؟ وفي أي الأصناف الزكوية تدخل؟

لقد تبين فيما أوضحناه أن هذه الحقوق المعنوية، حقوق مالية يجري التعامل بها ويمكن الاعتياض عنها. أي فهي بتعبير موجز ثروات مالية.

وهذا الذي انتهينا إليه يثير السؤال التالي: ألا تتعلق بهذه الثروات المالية زكاة؟

وإذا قلنا: نعم، فبأي الأصناف الزكوية هي أشبه، بزكاة المال، أم التجارة أم غيرهما من الأصناف؟

والجواب أننا إن افترضنا أن الزكاة تتعلق بها، فلا بدّ أن تكون زكاة تجارية. إذ إن القيمة المالية السارية فيها تتمثل أخيراً في سلع أو كتب أو أجهزة ونحوها، تطرح في السوق لتعليبها بالمعاوضة ابتغاء الربح. وتلك هي التجارة في معناها المصطلح عليه.²

ولكن هل هذه الحقوق مشمولة بعروض التجارة حسب التعريف المعتمد لها؟ وهل تنطبق عليها الشروط التي لا بدّ منها في زكاة الأموال التجارية؟

(1) يحظر في البال هنا التساؤل عن كيفية إمكان التعامل بالماركة والاسم التجاري بيعاً ومعاوضة، مع ما قد يجره ذلك من الفرار والخداع للمستهلكين. إذ الماركة عنوان على جودة صنعة، وهي خاصة بالصانع الذي يملك الماركة. والتداول بجودة الصنعة غير ممكن.. وقد أرجأنا الإجابة عن هذا السؤال إلى المكان المناسب له، وهو ما سنوضحه من تعلق أو عدم تعلق حق الزكاة بالماركة والاسم التجاري. (انظر تعريف التجارة في مغني المحتاج للشريبي: 397/1 والشرح الصغير للدردير: 683/3 والمغني لابن قدامة: 28/3)

لابدّ لكي تستبين الجواب عن هذين السؤالين من أن نستعيد إلى الذاكرة الشروط التي ينبغي أن تتوفر في الأموال التي تنطبق عليها أحكام عروض التجارة، وأن تقف على مذاهب الأئمة في وجوب الزكاة فيها، ثم أن نستبين الأحكام المتعلقة بشروط النماء والحول والنصاب فيها.. حتى إذا اتضح لنا ذلك كله، نظرنا في إمكانية تطبيق ذلك على الحقوق المعنوية التي تحدثنا عنها، التي تبين لنا أنها تنطوي على منافع مالية مقدرة خاضعة لإمكان التداول بها والمعاوضة عنها.

أولاً_هل الزكاة واجبة في عروض التجارة؟

ذهب عامة أهل العلم إلى وجوب الزكاة في أموال التجارة، نقل النووي عن ابن المنذر إجماع أهل العلم على وجوب الزكاة في أموال التجارة، مستدلين على ذلك بما رواه الدار قطني والحاكم على شروط الشيخين من حديث أبي ذر أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: في الإبل صدقتها، وفي البقر صدقتها وفي البزّ صدقته، والبز هو القماش. وإنما يكون التعامل بالبزّ على سبيل التجارة، واستدلوا أيضاً بما رواه أبو داود من حديث سمرة قال: كان يأمرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم أن نخرج الصدقة من الذي يعد للبيع.¹

وذهب ابن حزم، وهو رواية عن داود الظاهري، وعن مالك إلى عدم وجوب الزكاة في التجارة، غير أن المفتي به عند المالكية هو وجوب الزكاة فيها.² أما ابن حزم فقد قطع بعدم الوجوب فيها وناقش الأدلة الكثيرة التي اعتمد عليها الجمهور، بما لا طائل فيه.³

ثانياً_كيف يصبح المال عروض تجارة؟

يصبح المال عروض تجارة بتحقيق أمرين اثنين:

(انظر المجموع للنووي: 47/6 و48 والمغني لابن قدامة: 28/3.¹

(الشرح الصغير للدردير: 625/1 وانظر بداية المجتهد لابن رشد: 261/1.²

(المحلى لابن حزم: 239/5 وما بعدها.³

أحدهما الملكية الثابتة الصحيحة. واشترط الجمهور فيها أن تكون مقابل عوض كالبيع والإجارة والنكاح والخلع¹، وذهب الإمام أحمد إلى أن الشروط في ذلك هو أن يكون التملك بفعل كالبيع والنكاح وكقبول الهدية والصدقة واكتساب المباحات²، وهو مقتضى مايقوله المالكية من ضرورة اقتران الفعل بنية التجارة. قال ابن جزري ((ولا يخرج من القنية إلى التجارة بمجرد النية، بل بالفعل خلافاً للثوري))³

أما الحنفية فعندهم قولان: أحدهما لمحمد رحمه الله، وهو الاتفاق مع الجمهور بأنه لا بدّ من عمل شيء غير المتاجرة بالسلعة، كي تصبح عروض تجارة، وثانيهما لأبي يوسف رحمه الله، وهو يرى أن كل مادخل في حوزة المالك يقبل منه، يمكن أن يصبح عروض تجارة إن هو نوى التجارة بها، فلو قبل الهدية أو الوصية أو الصدقة، أمكن أن تكون للتجارة في نظره، ولكنها لا تكون بمجرد ذلك عروض تجارة عند محمد⁴.

ويتبن من ذلك أن الميراث لا يصبح عروض تجارة عند الجميع، إذ إنه لم يدخل في حوزة صاحبه بعوض كما يشترط الشافعية، ولا بفعل كما يشترط المالكية ومحمد، و لا يقبل إرادي كما اشترط أبو يوسف.

ثانيهما النية. ولا بدّ أن تكون مقترفة بالتملك، على أن يكون بعوض حسب ما ذهب إليه أبو يوسف⁵.

والمقصود أن طروء نية التجارة بعد تملك السلعة، لا يجعل منها عروض تجارة، بل تبقى خاضعة لحكم القنية، وإن تم التملك بعوض أو بفعل أو قبول.

(المجموع للنووي: 1.48/6

(المغني لابن قدامة: 2.29/3

(القوانين الفقهية لابن جزري: ص 80.³

(المبسوط للسرخسي: 4.198/2

(انظر المراجع السابقة.⁵

وإنما اشترطت نية التجارة في اعتبار السلعة عروض تجارة، لأن معنى النماء فيها لا يبرز إلا بنية التجارة بها، مقرونة بعمل تجاري، وفارقت النقدين: الذهب والفضة، إذ تجب الزكاة بها بدون نية، لأن النقدين ناميان بالأصل والطبيعة، بخلاف السلعة التي قد تكون في كثير من الأحيان لمجرد الاقتناء، فكان لا بدّ أن تكون النية مع العمل هي الفارق المميز بين السلعة الخاضعة للنمو التجاري والسلعة المجمّدة في نطاق القنية والاستعمال.

وقد عبر السرخسي في مبسوط عن هذا المعنى بدقة، فقال:

((وليس على التاجر زكاة مسكنه وخدمه ومركبه وكسوة أهله وطعامهم، وما يتحمل به من أنية أو لؤلؤ وفسر ومتاع لم ينوبه التجارة، لأن نصاب الزكاة في المال النامي. ومعنى النماء في هذه الأشياء لا يكون بدون نية تجارة. وكذلك الفلوس يشتريها للنفقة، فإنها صفر، والصفر ليس بمال الزكاة باعتبار عينه، بل باعتبار طلب النماء منه، وذلك غير موجود فيها إذا اشتراه للنفقة، بخلاف النقدين فإنهما ملازمان للنماء حكماً))¹

فهذان الأمران: الملكية الثابتة بعوض أو فعل أو قبول إداري، ونية التجارة المقرونة بهذا التملك، يشكل مجموعهما العلة الكاملة لصيرورة السلعة عروض تجارة.

غير أن توفر هذه العلة كاملة لا يكفي وحده لوجوب الزكاة فيها، بل لا بدّ بعد ذلك من شروط تتعلق بالزكاة بها. وتتلخص هذه الشروط في شرطين اثنين: توفر النصاب، وحولان الحول.

طبق ماسن فصل القول فيه الآن.

وقبل أن نتحدث عن هذين الشرطين، بركز على ضرورة التفريق بين ماهو علة في هذه المسألة وماهو شرط فيها. فالعلة من شأنها إذا توفرت أن تتسبب عنها صيرورة المتاع عروض تجارية أو مال

(المبسوط للسرخسي: 168/2. وربما تعلق بهذا الكلام ونحوه من يرون أن الأوراق النقدية لا زكاة فيها، وربما لا ربا فيها أيضاً وهذا قياس مع فارق كبير، فالفلوس كان آنذاك سنداً في التعامل للنقدين وسدّ لبقايا الحقوق الصغيرة التي لا تنجزاً إليها الدرهم أو الدينار. أما الأوراق = النقدية فقد حلت في التعامل على الذهب والفضة، واحتفتى النقدان تقريباً عن أسواق التعامل في العالم. وعندما تحلّ الأوراق أو غيرها محل النقدين في معنى المالية ووظائفها، فليس هناك أي مبرر للتفريق بين وظيفة أو أخرى، كما يتوهم البعض.¹

تجاري، بقطع النظر عن تعلق الزكاة أو عدم تعلقها بها. والشروط هو ما تسبب عن وجوده وجوب الزكاة فيه. نظير ذلك قولنا إن الزنا علة للحد، ولكن الإحصان شرط لفاعلية العلة والحكم بمقتضاها.

لا زكاة في التجارة إلا بشرطي الحول والنصاب:

النصاب والحولان معتبران في زكاة التجارة للإخلاف كما يقول النووي¹ غير أن الخلاف وقع في الوقت الذي يعتد به النصاب. فالشافعية في ذلك ثلاثة أقوال. أظهرها حسب مارجحه النووي أن النصاب إنما يعتد به في أحر الحول، لأنه الوقت الذي تجب فيه الزكاة، ولأن من العسير مراقبة النصاب قبل ذلك خلال العام² ويتكرر هذا الحكم كل عام.

وذهب الحنابلة إلى أن النصاب ينبغي أن يتحقق من أول الحول إلى آخره، قال ابن قدامة ((ولو ملك للتجارة نصاباً فنقص عن النصاب في أثناء الحول، ثم زاد حتى بلغ نصاباً، استأنف الحول عليه، لكونه انقطع بنقصه في أثناءه))³

وذهب الحنفية إلى أن النصاب يجب توفره كاملاً في طرفي الحول فقط. فنقصانه أثناءه لا يسقط الزكاة.

قال في الهداية: ((وإذا كان النصاب كاملاً في طرفي الحول، فنقصانه فيما بين ذلك لا يسقط الزكاة، لأنه يشق اعتبار الكمال في أثناءه. أما: لا بدّ منه في ابتدائه، فللانعقاد وتحقيق الغنى، وأما في انتهائه فللوجوب، ولا كذلك فما بين ذلك))⁴

وأما المالكية فلهم في ذلك تفصيل خلاصته أن التجارة إما أن تكون إدارة أو احتكاراً. فأما المدير فهو الذي يبيع ويشترى ولا ينتظر وقتاً ولا ينضب له حول، كأهل السوق، فيجعل لنفسه شهراً في السنة

(المجموع: 6/155¹

(المنهاج للنووي مع شرح مغني المحتاج للشريبي: 1/297.²

(المغني لابن قدامة: 3/30³

(الهداية للمريغيني: 1/474⁴

فينظر فيه ما معه من العين ويقوم مامعه من العروض ويضمه إلى العين، ويؤدي زكاة ذلك إن بلغ نصاباً بعد إسقاط الدين إن كان عليه دين.. وأما غير المدير، وهو الذي يشتري السلعة للتجارة وينتظر بها الغلاء، فلا زكاة عليه فيها حتى يبيعها.

فإنه باعها بعد حول أو أحوال، زكى الثمن لسنة واحدة¹.

ويتبين من كلام المالكية هذا، أنهم يعتبرون النصاب عند نهاية الحول في الحالة الأولى، وعند البيع في الحالة الثانية، غير أنهم انفردوا عن بقية المذاهب بحصرهم وجوب الزكاة في هذه الحالة الثانية، في عام واحد.

ثم إنه يتبين من مجموع هذا الذي ذكرناه، أن أموال التجارة هي تلك التي يسري إليها النماء بالجهد العملي، لا بمجرد الإمكان والاستعداد كالنقدين، كما تبين لنا أن الزكاة تتعلق بها، عند جمهور الفقهاء والأئمة، مع اشتراط النصاب وحولان الحول. ولعل الراجح الذي يتفق مع طبيعة الأموال التجارية والعمل التجاري، هو الرأي القائل بأن العبرة في النصاب بأخر الحول. إذ الشأن في العمل التجاري أن تتعرض كمية السلع التجارية وأثمانها للصعود والهبوط. ومن العسير جداً تتبع الخط البياني وحركته الصاعدة والهابطة خلال العام.

كما تبين مما ذكرناه أن الزكاة إنما تتعلق بالسلع التي تشكل رأس المال المتحرك أي الذي يخضع للبيع والشراء، ومن ثم يقبل الربح والنماء، فهي لا تتعلق بالأدوات والأجهزة الثابتة كما لا تتعلق بالعقارات التي يستفاد منها وعاءً ومركزاً للعمل التجاري.

ويترب على ذلك أنه لو وجد شريك مع التاجر في ملكية محل تجاري أو ملكية أدوات وأجهزة ثابتة، فإن الشريك إنما يستحق أجراً محدداً عن شغل الجزء الذي يملكه من ذلك المحل أو من تلك الأدوات، ولا يستحق نسبة من الربح، إذ هو ليس شريكاً في رأس المال المتحرك الذي هو مصدر الربح

(انظر القوانين الفقهية لابن جزي¹

والنماء، والذي به تتعلق الزكاة، وإنما هو شريك في أدوات وممتلكات ثابتة لاعلاقة لها بالمال التجاري. وإنما يستحق أن يتقاضى على استعمالها أجراً محدداً حسب مذاهب إليه جمهور الفقهاء.¹

• فهل تنطبق هذه الأحكام على الحقوق المعنوية التي تتضمن قيمة مالية؟

هنا لا بدّ أن نفرّد كلاً من الحقوق المعنوية التي تحدثنا عنها وأوضحنا انطواءها على قيمة مالية قابلة للتداول بها والمعاوضة عنها، بيان مستقل. إذ سنجد أنّها مختلفة بعضها عن بعض غي الخصائص التي لها علاقة بمدى انطباق أو عدم انطباق هذه الأحكام عليها.

فلنبدأ بالحديث عن حق التأليف وما هو في حكمه كحق الابتكار وما تتضمنه رقائق العقل الإلكتروني ثم نتحدث بعد ذلك عن حق الماركة والاسم التجاري للمحلات التجارية.

أولاً- حق التأليف والابتكار:

قلنا إنّ السلعة لا تكون عروض تجارة إلا إن توافر فيها أمران اثنان:

— أحدهما التملك بعوض عند الجمهور أو بفعل عند الحنابلة.

— ثانيهما نية المتاجرة، عند التملك.

وإنما القصد من ضرورة توفر هذين الأمرين، تحقق صفة النماء في السلعة، والافتراق بها عما هو معدّ للقنية والاستعمال.

فهل يتوفر هذان الأمران في حق التألف والابتكار؟

من المعلوم أن ملكية حق التألف وما هو في حكمه لا تتم بمعاوضة، وإنما تتم بالممارسة والمعاونة التي ينتهيان إلى معنى من معاني الإبداع أو الابتكار.

(انظر مغني المحتاج للشرييني: 334/2 والمهذب لأبي إسحاق الشيرازي 339/1 وبدائع الصنائع للكاساني: 193/4 وكشاف القناع 1551/3

ومن ثم فهو لا يتصف بأي معنى من معاني النماء لا واقعاً ولا حكماً.

والفائدة المالية التي يجنيها المؤلف من وراء كتابه، ليست وسيلة لوصف النمو في حق التأليف

من حيث هو، وإنما هي نتيجة لانتشار أثر هذا الحق بين الناس، متمثلاً في النسخ التي يحصلون عليها شراءً على الأغلب، ابتغاء الاستفادة مما في داخلها من فكر وعلم ونحو ذلك. أما الحق ذاته فيبقى في حوزة صاحبه الذي هو المؤلف، كما هو.

وهذا الذي نقول يذكرنا بضرورة التنبيه إلى الفرق بين حق الفائدة من حيث هي جنس، وحق الاستفادة الجزئية المتمثلة المجسدة في كتاب ونحوه.. إن حق الفائدة معنى كلي يبقى في حوزة صاحبه مهما تمثل في كتب متداولة بين الناس. أما حق الاستفادة فعارض يأتي ثمرة اقتناء واحد من هذه الكتب شراءً أو استئجاراً أو إهداءً..

ومن الثابت أن بلوغ حق الاستفادة إلى الإنسان عن طريق كتاب مثلاً، لا يستلزم بلوغ حق تلك الفائدة إليه، من حيث هي مصدر وأصل. كيف وإن حق الاستفادة إنما هو ثمرة لشراء نسخة من كتاب، في حين أن جنس هذا الحق ثمرة لتأليف وإبداع.

ولكي نزيد هذا الكلام إيضاحاً نقول: إن عقد المبيعة الذي من شأنه أن يكون مصدر تجارة ونماء، لا يقع على جوهر الحق المعنوي الذي هو ملك المؤلف، وإنما يقع على كتاب مرئي ومعين، وهو ما نعبر عنه بالوعاء المادي الذي يحوي صورة هذا الحق المتقوم، إذا والمشتري قد ملك الوعاء المادي أصالة، وأحرز ما قد تضمنه من الفائدة تبعاً. وبناء على ذلك فهو لا يستطيع أن يزعم أنه بهذا الشراء قد انتزع حق تلك الأفكار من مبدعها التي لا تزال تنسب إليه شرعاً، كما لا يستطيع أن يزعم أنه قد جعل من نفسه المالك لهذا الحق من حيث هو، بدلاً من المؤلف أو المبتكر.

إنه أشبه ما يكون بمن (ضمن) أي اشترى ثماراً بعد بدو صلاحها على شجر من صاحبها. إنه

من المعلوم أنه يملك الثمار المتصلة بالأشجار التي لا تزال تمد الثمار بالنمو والنضج، دون أن

يملك شيئاً من الأشجار ذاتها.

إن هذا المعنى ذاته يتجلى بوضوح لدى التعامل التجاري المتعلق بأي من الحقوق المبتكرة كدواء مستحدث أو غذاء مخترع أو نوع من العطور.. الخ أن التعامل التجاري بها بيعاً وشراءً إنما يتعلق بآثار وثمار هذا الحق، أي بالدواء الذي يطرح بالصيدليات أو بذلك الغذاء الذي يتوفر رفي البقاليات أو بتلك العطور التي ترى في محالها التجارية.

ومن الواضح أن الذي يشتري شيئاً من ذلك لا يعني أنه قد امتلك حق الابتكار الذي كثيراً ما يحفظ، كتعليمات وأسرار في ملف محفوظ بل مخبوء، يحوي دقائق الصنعة وعناصرها التي تتألف منها وكيفية استخراجها وتحضيرها، ومقادير كل منها، أن المشتري أو البائع بهذا العمل التجاري لم يمتلك ولم يملك شيئاً من هذا الحق المحفوظ والمخبوء ولم يملك شيئاً من هذا الحق المحفوظ والمخبوء وإنما امتلك أو ملك آثاره وثماره المتكاثرة في الأسواق.¹

نقول هذا كله، لنؤكد أن حق التأليف والابتكار لا يدخل أي منها، عندا التعامل التجاري، ضمن ما يسمى بالمال التجاري أو بعروض التجارة، لأن التداول إنما تناول نتائجه وآثاره، ولم يتناول ذاته. فأصبح هذا الحق بذلك من نوع الأموال الثابتة التي لا يسري إليها النماء، وإنما تتعرض إن جاز التعبير، للتآكل والتلف، كالبناء والأجهزة والأدوات الثابتة الأخرى، والشأن أن يحافظ صاحب الحق على حقه هذا كما يحافظ صاحب الأرض على أرضه التي يستغلها للاستثمار وعلى أشجاره التي يحافظ عليها لبيع ما تنتجه من فاكهة وثمار.

فإذا ثبت أن حق التأليف والابتكار لا يدخل منهما، بحد ذاته، في عروض التجارة لما قد ذكرنا، فإن الأمر الثاني وهو النية التي ينبغي أن تكون مصاحبة للعمل التجاري، معدوم من باب أولى.

(1) (ريغدور) اسم لعطر فرنسي شهير، التهمت النيران مصنعه الرئيسي بسبب حريق آتى عليه منذ سنوات طويلة، وآتى الحريق على الملف الخاص الذي كان يحوي أسرار صناعة هذا العطر وعناصره. فكانت خسارة أصحاب هذا المصنع بتلف هذا الملف، أكبر من خسارتهم باحتراق البناء والأجهزة التي فيه.

إذن ضرورة النية تأتي مرتبة على الأمر الأول ومبينة عليه، فإذا ثبت أن الحق بحد ذاته ليس صالحاً لأن يكون عروض تجارة مستقلاً عن آثاره ونتائجه، فلا معنى عندئذٍ للبحث في شأن النية ووجودها. إذ هي حتى لو وجدت لا تقوى وحدها على تحويل هذا الحق المعنوي إلى عروض تجارة.

على أن المؤلف، ومن هو في حكمه، لا يتصور أن ينوي بالحق الذي يملكه من حيث هو، العمل التجاري، لأنه ليس سلعة حتى تصلح للعمل التجاري بأن يبيعها ويشتري بثمنها بديلاً عنها وهكذا. بل الذي سيحدث إن هو باع هذا الحق أن يتحرر عن ثمراته وآثاره التي تطرح عادة في أسواق التداول، لتؤول إلى الشخص الذي امتلك من دونه هذا الحق، فيكون شأن هذا البائع كشأن الذي يبيع معمله، إذ تتحول ملكة العمل بكل ما فيه وبكل ما ينتجه إلى الشخص المشتري. وإنما تتعلق الزكاة بالقيمة التي تملكها البائع لقاء بيعه لمعمله.

نعم، الأمر الذي تصوره هو أن يحافظ صاحب هذا الحق على امتلاكه لجوهر الحق، ويستثمر نتائجه وآثاره المتمثلة في كتب أو رقائق كمبيوتر أو أدوية ونحوها، ينشرها ويبيعها بالطرق التي سبق أن ذكرناها. وعندئذٍ تتعلق الزكاة بالغلة التي ينالها صاحب الحق إن بلغت النصاب وحال عليها الحول، كما ذهب إلى ذلك جمهور الفقهاء.

وهذا الاستثمار يشبه بكل تأكيد، استثمار إنسان ما لآلة تابعة يملكها، إذ يستثمرها فيما يتقاضاه من أجور على الطباعة من الناس. فآلة الطباعة هذه لا تعدّ عروض تجارة، ومن ثم فلا تتعلق بذاتها زكاة. وإنما تتعلق الزكاة بالغلة التي ينتجها استخدام تلك الآلة..

فكذلك حق التأليف الذي غدا مصدر رزق لصاحبه لا تتعلق الزكاة بذاته، وإنما الغلة التي تتجمع لديه وتبلغ حدّ النصاب.

غير أن آلة الطباعة وأمثالها، يمكن أن تتحول إلى مال تجاري، عندما يملكها بقصد التجارة بها، فيبيعها ليستبدل بها غيرها وهكذا... وعندئذٍ تتعلق الزكاة بأعيانها بالشروط التي ذكرناها إلا أن هذا الاحتمال لا يكاد ينطبق على حق التأليف والابتكار. إذ إن التعامل التجاري بالأجهزة والآلات ونحوها سائغ وممكن. ولكنه عسير بل لعله غير ممكن فيما نحن بصدده. فالمؤلف الذي يبيع حقه كاملاً لإحدى

دور النشر، ثم يعكف على إصدار مؤلف آخر لبيعه، لا يقال بأنه يمارس بذلك سلسلة من الأعمال التجارية، بل إن عمله أشبه بما يفعله صاحب الأرض من زراعتها ثم جنى مازرع وبيعه، ثم يعود الكرة وهكذا، ومثله أصحاب الصناعات المختلفة.

إذ يعكف أحدهم على إبداع صناعة ما ثم يبيعه وهكذا.. إن من الواضح أن أصحاب الأراضي وأصحاب الصناعات لا يقوم عملهم الكسبي على المعاوضة التي هي لباب العمل التجاري وأساسه.

وإنما يقوم على استحداث سلع أو صناعات أو استنبات مزروعات ثم يبيعهها. وعمل المؤلف أو المبتكر، إنه افترضنا أنه كلما ابتكر شيئاً باع حقه كاملاً للأخرين، فإنه لا يعدو أن يدخل في هذا النوع من الكسب. أي إنه أبعد ما يكون عن الدخول في معنى التجارة التي عرفها العلماء بأنها اكتساب الملك بمعاوضة محضة.¹

يضاف إلى هذا كله أن المنفعة المتقومة لحق التأليف والابتكارات المشابهة، ليست منفصلة بمعنى الكلمة عن المال الذي يتقاضاه صاحب الحق مقابل نشر مؤلفاته أو أفكاره وابتكاراته، إن بشكل مباشر أو بواسطة دور النشر ونحوها. ولا شك أن الزكاة تتعلق بالمال الذي دخل حوزته، عن هذا الطريق باعتباره نقداً في زكّاته ببلوغه النصاب وحولان الحول عليه.

فإذا أوجبنا عليه الزكاة أيضاً في المال الذي يقوّم به الحق العائد إلى المؤلف، مستقلاً عن زكاة المال الذي يدخل في حوزته مقابل امتلاكه لهذا الحق ذاته، فإنه ذلك يصبح استخراجاً مكرراً للزكاة من صنف زكوي واحد، دون أي مبرر.

وهذا الذي نقوله ينطبق على سائر حقوق الابتكارات على اختلافها. ولعل من أبرزها رفاق العقول الآلية الشائعة اليوم.

(عرف النووي مال التجارة بأنه: كل ما قصد الاتجار به عند اكتساب الملك بمعاوضة محضة. الروضة: 2/266.¹

نخلص من هذا الذي ذكرناه إلى أن حقوق الإبداع والابتكار، لا تتعلق بها من حيث هي، أي بقطع النظر عن نتائجها وآثارها، زكاة مال. وإنما تتعلق زكاة المال بغلتها، إن بلغت نصاباً وحال عليها الحول.

ثانياً - حق الماركة والاسم التجاري:

وإنما نعني بالماركة الشعار الذي يحدد نوع البضاعة ومصادرها، ونعني بالاسم التجاري العنوان الذي يعرّف المحل التجاري ويشهده. ولا شك أن كلاً منها حق ثابت لصاحب المحل ولصاحب البضاعة. فهل تتعلق بهذين الحقين زكاة التجارة؟

لا بدّ قبل الإجابة عن هذا السؤال أن نتساءل: هل يمكن أن يصبح هذا الحق عروض تجارة أي هل يمكن تنمية هذا الحق عن طريق المعاوضة التي تهدف إلى الربح؟

ولدى التدقيق يتبين لنا أن كلاً من هذين الحقين لا يجوز بيعه من حيث هو، لما قد يجزأ إليه من الغرر بحق المستهلكين، ولما ينطوي عليه من التلبيس على الناس ومكربهم. وفيما يلي بيان ذلك: سبق أن أوضحنا أن الاسم التجاري - والماركة مثله - كناية عما يفترض انصاف المحل إذ السلعة به من مزايا الجودة والإتقان اللتين قد لا توجدان في المحالّ الأخرى .. وعلى هذا فالمراد بالاسم التجاري للمحل أو شراء الماركة للبضاعة، إنما هو شراء هذه المزايا، بحيث تصبح من صفات بضائع المشتري. ولولا هذا الهدف لما كان لهذا التبايع أيّ معنى، اللهم إلا أن يكون الهدف خداع الناس والتلبيس عليهم عن طريق إيهامهم بأن السلعة هي من ذلك النوع الممتاز المعرّف بهذه الإشارة، في حين أنها من الدرجة الثانية والثالثة. وواضح أن هذا داخل في التعزيز المحرم والباطل شرعاً.

ولكن فما هو السبيل إلى تحقيق الهدف المشروع، وهو نقل المزايا الخبرات التي تتمتع بها بضاعة تاجر ما إلى تاجر آخر، بما يتبع ذلك من نقل الاسم التجاري للمحل أو الماركة التي هي شعار تلك البضاعة؟

هناك طريقتان يعرفهما التجار لعملية هذا النقل.

الطريقة الأولى: وتتم في الغالب بين شركة عربية وأخرى أجنبية، أو بين الشركات الأجنبية، وهي أن تشتري الأولى من الثانية الماركة أو الاسم التجاري الذي اختصت به، ويتضمن عقد الشراء هذا تكفل الطرف البائع بتقديم خبراء ومهندسين مختصين بصنع البضاعة المعروفة بذلك الاسم، حيث يقوم هؤلاء الخبراء بدور الإرشاد والكشف عن خفايا الصناعة وأسرارها، على النحو الذي يضمن تصنيع البضاعة على مستوى الجودة التي ارتبطت مع الزمن بذلك الاسم أو الشعار.. كما يلتزم الطرف البائع بالاستمرار في التدريبات والتجارب العملية اللازمة، ريثما تترسخ لدى الطرف المشتري عوامل الإتيقان ذاتها.

إن المهم هنا أن نعلم أن عملية الشراء في هذه الحالة، إنما تنصبّ في الحقيقة على نقل الخبرة وشرائها، وإنما يدخل الاسم التجاري في الصنفقة تبعاً. فمن الطبيعي لمن يشتري خبرة في صناعة سلعة ما أن ينال معها أطرها ومظاهرها المادية المتممة، وفي مقدمتها شعارها العالمي المسجل.

وهذه العملية وإن كانت تسمى بيعاً في اصطلاح أكثر الشركات أو التجار اليوم، إلا أنها في الحقيقة داخلية في عقد الإجارة أو الجعالة. فعملية نقل الخبرة ليست أكثر من تعليم وتدريب. والمعلم إنما يتقاضى أجره على ما يعلمه باعتباره مستأجراً لذلك، وليس يتقاضى ثمناً على علم كان يملكه فباعه.

والنتيجة التي ينبغي أن نصل إليها، هي معرفة ما إذا كانت الماركة التجارية أو الخبرة التي تم نقلها بهذا الشكل، قد تحولت بذلك إلى عروض تجارة، ومن ثم تعلق بها حق الزكاة. أعتقد أن من العسير جداً أن نتصور عملاً تجارياً يدور على بيع الخبرات أو تعليمها بأجر، بحيث تصبح وكأنها بضاعة مستقلة منفصلة عن السلع والبضائع التي تتجلى فيها تلك الخبرات من حيث هي محوراً للتجارة بها، دون أن يكون لها أي علاقة بآثارها ومنتجاتها المادية.

إن العمل التجاري سعي إلى الربح عن طريق سلسلة المعاملات التي تتمثل في شراء ثم بيع فحشاء، وهكذا دواليك. فكيف يمكن أن يطبق هذا العمل التجاري على بيع إحدى الشركات التجارية لخبرتها وأسرار جودتها التجارية لشركة ما.

نعم، قد لا يبعد أن يعتبر بيع التاجر ما لماركة بضاعته أو لاسمه التجاري، صفقةً من الصفقات التجارية التي يمارسها خلال العام، حتى إذا حان ميقات الجرد، نظر في أرباحه المضافة إلى رأس ماله، بعد أن يدخل قيمة هذه الصفقة في مجموع وارداته، ويؤدي عن مجموع ذلك زكاة ماله التجاري. أي فلا تنفرد عملية بيعه للاسم التجاري أو الماركة، بمشروع تجاري مستقل، ولكنها لا تطرح أيضاً من حساب الكتلة المالية التي يتاجر بها، والتي لا بدّ أن يخرج زكّاتها كل عام.. غير أن هذا الاعتبار قابل للمناقشة، إذ هو يجوز لنا _ طبق ما تقتضيه القواعد الفقهية _ أن نعتبر بيع التاجر لأحد أجهزته التجارية الثابتة صفقة تجارية تضاف حصيلتها المالية إلى أرباح ذلك العام، لتخضع مع رأس مال الزكاة عروض للتجارة؟.. إنها بدون ريب خاضعة للنظر والنقاش.

الطريقة الثانية: ما يجري عادةً بين بعض التجار والشركات التجارية، من شراء الاسم التجاري للمحل، أو شراء الماركة للبضاعة، دون أي التزام من البائع بتقديم الخبرة التي إليها مردّ شهرة ذلك الاسم التجاري أو تلك الماركة. وإنما يكون معنى الشراء في هذه الحالة تنازل البائع عن الاسم الذي كان مختصاً به والذي كان حقاً له دون غيره، والذي كان عنواناً على جودة نال بها ثقة الناس. فيتمكن المشتري من ذلك بجعله شعاراً لسلعة مشابهة أو اسماً لمحلّه. وتكون الفائدة المرجوة للمشتري من ذلك، رواج سلعة تحت هذا الاسم وانتقال تلك الثقة إلى محله، دون أن يكلفه ذلك شيئاً إلا القيمة التي دفعها لذلك التنازل أو الشراء... فما حكم هذه العملية؟ من الثابت يقيناً أن هذا الشراء لا ينطوي على أي مضمون. ذلك لأن المزايا التي عرفت بها سلعة البائع والتي هي المضمون القيمي أو المالي لذلك الاسم أو الشعار التجاري، ستظل ثابتة لتلك السلعة ذاتها، وستظل وثيقة الصلة بالمحلّ الذي تنازل أ، باع، مهما انفصل عن اسمه الذي عرف به. ذلك لأن تلك المزايا إنما هي ثمرة لجهود صاحبها ونشاطه الفكري أو الصناعي المتميز، وليست ثمرة الاسم الذي انتقل من شخص إلى آخر. إن هذه المزايا ستظل متعلقة بصاحبها من حيث الخبرة والجهد ومتجلية في صناعته من حيث الصورة والمظهر. وهيئات أن تنفك العلاقة عنه وعنهما مهما باع أو تصرف التاجر برمزها التجاري.

إذاً فكل ما يمكن أن تحدّثه عملية كهذه، هو التغير والتليس اللذان تقع آفتهما على عامة الناس. ومثل هذا العقد لا بدّ أن يكون موغلاً في البطلان.

والقاسم المشترك في التعريفات المتعددة للغرر، أن كل عقد لا يوثق بحصول المقصود منه¹ وبتعبير آخر هو: كل ما وقع الشك في حصول أحد عوضيه أو المقصود منه غالباً² والمعروف أن مردّ الغرر إلى جهالة أحد طرفي العقد: الثمن أو المثمن. ومن المتفق عليه أن أفحش أنواع الجهالة ما يسمى بالغرر في الحصول. ويمثلون له بيع الطير في الهواء والسّمك في الماء. ولا نعلم خلافاً في بطلان العقد المنطوي على مثل هذا الغرر³ ومن الواضح أن شراء الاسم التجاري إن خلا من الغرر في الوجود، فإنه لا يخلو من الغرر في الحصول، إذ من الثابت لكل من المتعاقدين في مسألتنا هذه أن الذي سيناله المشتري من وراء هذه العملية هو الشعار أو الاسم فقط. أما الجودة التي تكونت بسببها قيمة الاسم أو الشعار، فباقية في تضاعف جهود البائع وخبرته. ولا وجه لما يقوله بعض الباحثين، من أن الحق المتعلق بالاسم التجاري، حق مستقل بذاته وأنه من الحقوق المجردة كحق الشورى والوظيفة والمنصب والولاية، وأن العرف قد جرى بصحة التنازل عن هذه الحقوق المجردة على عوض⁴، فليكن حق الاسم التجاري مثلها في الحكم و الاعتبار.

أقول: لا وجه لهذا القول، لأن الاسم التجاري لا وجود له أو معنى لوجوده بمعزل عن الشهرة التي اكتسبتها السلعة المقرونة به. وإنما نالت السلعة هذه الشهرة بالجودة والإتقان فغدا شعارها من طول الاقتران بما بمثابة الظل الملازم لهما أو اللغة المعبرة عنهما.

إذن بوسعنا أن ننتهي إلى قرار بأن شراء الاسم التجاري أو ما يسمى اليوم بالمشاركة المسجلة بهذه الطريقة الثانية، عقد باطل، لا يتراءى فيه أي وجه للقول بصحته. وذلك بسبب كونه مغرقاً في الغرر بأنواعه.

(انظر حاشية قليوبي وعميرة على المحلي شرح المنهاج: 2/58.¹

(مواهب الجليل: 4/362.²

(انظر الفروق للقراي: 3/365، والشرح الكبير: 3/25، وبدائع الصانع للكاساني: 5/175 و163.³

(انظر حاشية ابن عابدين: 4/14.⁴

• الخاتمة

نخلص من كل هذا الذي ذكرناه إلى أن الحقوق المعنوية بأنواعها التي تحدثنا عنها، تتسم بالصفات والأحكام التالية:

أولاً_ تنطوي هذه الحقوق على اختلافها، على قيم مالية، ومن ثم فهي خاضعة لإمكان التداول بها والاستعاضة عنها، حسب التفصيل والشرائط التي تم بيانها.

ثانياً_ إن القيمة المالية التي تنطوي عليها هذه الحقوق، ليست منفصلة انفصلاً تاماً عن ثمراتها ونتائجها المادية المتمثلة في مؤلفات تنتشر أو في رقائق الكمبيوتر، أو في الماركات التجارية ونحوها. إذ لولا هذه الثمرات المنفصلة عنها لما استقرت لها أي قيمة مادية ولبقيت حقوقاً معنوية غير مجردة أو غير مقومة.. غير أن هذا الاتصال الذي لا ينكر وجوده واستمراره، لا يمنع من صحة بيع هذه الحقوق وتداولها، مستقلة ومنفصلة عن نتائجها وعن ذيولها المادية.

ثالثاً_ هذه الحقوق على الرغم من انطوائها على قيم مالية ثابتة، وعلى الرغم من أنها قابلة بسبب ذلك البيع والمداولة، فإنها لا تعدّ عروضاً للتجارة، بحدّ ذاتها، أي مستقلة عن نتائجها وذيولها المادية، للأسباب التي تم بيانها بتفصيل.

رابعاً_ بالنسبة للماركة والاسم التجاري للمحل لا يصح بيع أي منهما إلا تبعاً للخبرة التي هي مصدر قيمة كل منهما. لما علمنا من قيمة كل منهما مرتكزة في هذه الخبرة التي تتميز بها بضاعة ذلك المحل. وما يجري بين بعض التجار اليوم من تنازلات عن أسماء المحل التجارية أو الماركات المسجلة لبضائع، لقاء عوض مالي، دون تقييد بالشرط الذي ذكرناه، وهو نقل الخبرة إلى المشتري، ليس إلا من قبيل التلاقي والتعاون على أسوأ أنواع الغش والتلبيس اللذين يقع أضرارهما على المستهلكين.

أما حق التأليف والابتكار بأنواعه، فيجوز بيعه أو التنازل عن لقاء عوض. ومعنى بيعه أو التنازل أن حق نشر المؤلف أو المبتكرات العلمية والفكرية كرقائق الكمبيوتر، يتحول من المؤلف والمبتكر إلى الطرف الثاني الذي اشتراه، وكثيراً ما يكون الطرف الثاني ناشراً أو صاحب مكتبة.

خامساً_ لا تتعلق الزكاة بهذه الحقوق، ما كانت في حوزة أصحابها، أي لا تقوم في كل عام بالثمن الذي تستحقه ليتم إخراج زكّاته، على نحو ما يتم بالسلع والأموال التجارية. وإنما تتعلق الزكاة بغلتها عندما تباع وتنضّ قيمتها، على أن تضاف هذه الغلة إلى سائر الكتلة النقدية التي يملكها البائع، وعلى أن يحول عليها الحول وقد بلغت النصاب¹، هذا بالنسبة للمؤلف أو المبتكر الذي يبيع حقه كما قد ذكرنا.

أما التاجر الذي يبيع اسم محله التجاري، أو الشعار المسجل لبضاعته، بيعاً صحيحاً، أي مقروناً بنقل الخبرة وأسرار الصنعة، فاحتمال القول بضم قيمة هذا الذي باعه، في آخر العام عند الجرد، إلى مجموع ما هو زكوي من أمواله التجارية، وارد وممكن. وكن خاضع للنظر والنقاش كما قد ذكرنا.

ومرد التحقيق في ذلك إلى النظر في عملية بيع التاجر لخبراته التجارية مقرونة بالاسم أو الماركة، هل تلحق الدخل الوارد عن هذا الطريق بالأموال النامية عن طريق التجارة الراجعة.. وإلى النظر في كيفية امتلاك التاجر لخبرته التي صابت الاسم أو الماركة، هل تحققت في هذه كيفية شرائط طرق امتلاك المال ليصبح سلعة تجارية تتعلق بها زكاة التجارة؟

والظاهر أنه لا عملية بيع الماركة والاسم التجاري داخلية في سبل تنمية المال، ولا طريقة امتلاك التاجر لخبراته التجارية متفقة مع الشرائط التي يجب أن تتحقق في امتلاك المال ليصبح بذلك سلعة تجارية، وقد سبق أن ذكرنا هذه الشرائط والخلاف فيها.

وبعد، فهذا ما بصرنى الله عز وجل به، من الأحكام المتعلقة بهذا الموضوع، والذبول والتحقيقات المتعلقة به. أسأله سبحانه أن يثيبني على ما قد يكون فيه من صواب، وأن يغفر لي ما قد يوجد فيه من زلات إنه واسع المغفرة وولي كل توفيق.

1) آثرنا أن نأخذ بقول من يرى أنه يكفي في شرط بلوغ المال النصاب، أن يتحقق ذلك في أول الحول ونهايته. وقد سبق بيان الأقوال الواردة في هذه المسألة.