بحث

أ.د. محمد سعيد رمضان البوطي

بسم الله الرحمن الرحيم

أحمد الله مصلياً على رسوله المصطفى وعلى آله وصحبه أجمعين. وبعد :

فقد سرت في بيان الأحكام المتعلقة بهذا الموضوع ، طبق هذه الخطة التالية:

أولاً: مقدمة في تعريف الحق وبيان أقسامه .

ثانياً: حق الابتكار، وأنواعه ، ومدى سريان المنفعة المتقومة فيه.

ثالثاً: فمن الذي يستحق هذه القيمة المالية إن وجدت فيه؟ وكيف يتم استيفاؤها؟

رابعاً: هل ينطبق ما قلناه في حق الابتكار بأنواعه ، على ما يسمى بالماركة والاسم التجاري؟

أ - هل ينطوي كل من الماركة والاسم التجاري على حق شرعي؟

ب - هل يستتبع هذا الحق منفعة مالية متقومة؟

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

إننا إن افترضنا أن الزكاة تتعلق بها، فلابد أنها زكاة تجارة.

أ - هل الزكاة واجبة في عروض التجارة؟

ب - كيف يصبح المال عروض تجارة ؟

ج - لا زكاة في عروض التجارة إلا بشرطي الحول والنصاب.

سادساً: فهل تنطبق أحكام الزكاة على هذه الحقوق المعنوية المتضمنة لقيمة مالية؟

أ - فلننظر أولاً في حق التأليف والابتكارات الأخرى ووجوه التصرف بها .

ب - ثم ننظر في حق الماركة والاسم التجاري.

ج - كيف يمكن التصرف بهذين الحقين بيعاً؟

د - بيان الطرق إلى ذلك: الطريق الأول، والطريق الثاني وحكم كل منهما.

سابعاً: الخاتمة . وفيها خلاصة لما قد انتهينا إليه من وجوب أو عدم وجوب الزكاة في هذه الحقوق المعنوية.

أسأله سبحانه أن يهدينا إلى الرشد، وأن يجنبنا مزالق الردى، وأن يعلمنا ما ينفعنا ويزيدنا علماً

إنه ولي كل توفيق .

الحق وأقسامه

تعريف الحق:

عرف الحق بتعريفات كثيرة، تدور على جامع مشترك يمكن التعبير عنه بأنه : اختصاص حاجز يخول 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 مسوغ لإنكاره"(2) فإذا نسب إلى شخص أو إلى جهة ما، تولد منه عندئذ معنى الاختصاص الحاجز الذي يثمر مصلحة أو فائدة لمن نسب إليه. ذلك الحق. مثال ذلك الدار، فهي شيء ثابت بحد ذاته ، ولا مسوغ لإنكاره، فإذا نسبت إلى شخص أو إلى جهة ما، أورثته اختصاصاً حاجزاً يمنعه 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 رئيسين:

أحدهما: الحق المالي. وهو كل ما تعلق بمال عيني أو بشيء من منافعه العارضة. كحق البائع في الثمن وحق المشتري في المبيع، وكحق المستأجر في السكنى.

ثانيهما: الحق المعنوي. وهو كل ما لم يتعلق بمال عيني ولا بشيء من منافعه. مثل حق القصاص وحق رفع الدعاوي وحق الطلاق والولاية، وسائر الحقوق المتعلقة بالكرامة الإنسانية (3).

وإنما سميت هذه الحقوق بالحقوق المعنوية، لأن الاختصاص الذي قضى به الشارع لصاحب هذا الحق، أمر تقديري لا ينحط على عين مادية ولا يسري ضمن منفعة متقومة. فكان هذا الاختصاص من جزاء ذلك 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 نبحث في مدى سريان المال أو المنفعة المتقومة ضمن هذه الحقوق ، حتى إذا علمنا أنها تنطوي اليوم على قيمة مالية ثابتة طبق المسوغات الشرعية بينا على ذلك الأحكام الملائمة من إمكان البيع والرهن والإيجار، وعقد الشركات والحوالة بها وعليها، وتعلق الزكاة بها. وهو ما سنركز عليه وفصل القول فيه بمشيئة الله.

حق الابتكار ومدى سريان المنفعة المتقومة فيه:

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

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

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

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

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

ونجيب بادئي ذي بدء عن السؤال الأول فنقول: نعم ، بل إنا لا نعلم في هذا القدر أي 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 آثارها من فائدة وخير، وليتحمل هو ذاته ما قد تحرزه من ضرر وشر.

بل قد ذهب الإمام أحمد في تحديد هذا الاختصاص وحصره مذهباً جعله يمنع من الإقدام على الاستفادة بالنقل أو الكتابة عن مقال أو مؤلف عرف صاحبه، إلا بعد الاستئذان منه. فقد روي الغزالي أن الإمام أحمد سئل عمن سقطت منه ورقة كتبت فيها أحاديث أو نحوها: أيجوز لمن وجدها أن يكتب منها ثم يردها؟ فقال: لا بل يستأذن ثم يكتب(4).

وأياً كان مصدر هذا الحكم، أخلاقياً مجردا يتعلق بآداب التعامل والسلوك ، أو اقتصادياً يتمثل في منفعة مالية متقومة ،فإنه في كل الأحوال ينطوي على اختصاص ما ، يعطي صاحبه حق التسلط على ما اختص به. وذلك هو معنى الحق الذي عرفناه في مطلع بحثنا هذا(5).

وهنا ننتقل إلى الإجابة عن السؤال الثاني. وهو: ما هي 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 بكتابتها على أيدي النساخ الذين كانوا يبذلون جهوداً شاقه في عملية النسخ والكتابة وقد كانت سائر الإبتكارات والإبداعات الأخرى، إن وجدت ، تخضع لهذا الواقع أو لقريب 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، سعياً 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 منهم على بال. وعلى هذا فإن بوسعنا أن نقول: إن هذا الحق كان حينئذ حقاً معنوياً مجرداً.
وجدير بالذكر هنا أن ننبه إلى أن القيمة المالية في الشيء لا تبرز من جوهره الذاتي. وإنما يقررها العرف الاجتماعي... سواء أعرفنا المال بأنه كل ما يمكن حيازته فما يصلح للانتفاع به، كما هو رأي الحنفية، أو عرفناه بأنه مطلق ما كانت له قيمة يعتد بها عرفاً، كما هو رأي الجمهور(6). 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 القز من أبرز الأمثلة العملية على ذلك. فقد مر عهد طويل والناس في أكثر هذه البلاد لا يرون لهذه الحشرة أي جدوى، إما لجهلهم بما فيها من المزية المعروفة اليوم، وإما لجهلهم بسبل الوصول إلى هذه المزية التي فيها. ومن ثم فإن التعامل بها لم يكن مشروعاً، حتى إذا تبدلت الأحوال وتنبه الناس إلى المزية التي فيها، وتمرسوا بسبل استخراج الحرير منها، تغير الحكم فأصبح التعامل بها مشروعاً. بل أصبح مصدراً من مصادر التجارة والثروة(7).
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 مالية، ما عدا 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 كان تذوب أو تختفي إزاء قيمة الجهد الكبير الذي كان النساخ يبذلونه في سبيل رصد هذه

الفائدة وتسجيلها، بحيث تغدو قيمة النسخ مساوية أو أغلى من قيمة المضمون العلمي أو الأدبي أو الفني الذي في داخله.

ونقول بتعبير آخر: إن جهداً 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 جهده 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 أن 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 العلمي مصدر رزق، لأن وصولها إلى أعين القراء وأفكارهم كان يتطلب دائماً جهداً أغلى أو مساوياً لقيمة أعماله العلمية والإبداعية تلك.

ولهذه المسألة نظائر معروفة في حياتنا اليوم. منها أننا كثيرا ما نتأكد من وجود معادن ثمينة داخل بقعة ما من الأرض التي بحوزتنا. غير أن السعي إلى استخراج هذه المعادن وتصفيتها يتطلب من الجهد والتكاليف ما قد تربو قيمته على قيمة تلك المعادن ووجوه الاستفادة منها... لا ريب أن قيمة تلك المعادن تضمحل وتذوب في هذه الحالة، إزاء الجهود والصعوبات التي تقف في طريق استخراجها. وعندئذ يصح أن يقال: إن هذه المعادن لا تنطوي - حكما - على أي قيمة مالية حية.

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

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

إذن فقد أصبحت للابتكار اليوم قيمة مالية، نتيجة لهذا التطور الذي أوضحناه . لا فرق بين أن يتمثل هذا الابتكار في مؤلف يظهر في كتاب، أو في مخطوط انفرد زيد من الناس باكتشاف وإخراجه ونشره. ولا يختلف عنهما في ذلك أي إبداع علمي أو أدبي أو فني، يعود بالنفع إلى المجتمع حسب مقياس العرف الذي ألمحنا إليه قبل قليل.. وكذلك رقائق الكمبيوتر وبرامج الحاسب الآلي التي يتجاذبها محور العرض والطلب في مجتمع ما.

فمن الذي يستحق هذه القيمة المالية؟ وكيف يتم استيفاؤها؟

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 أو الإبداعي، إذا كان حقاً لمن قد 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 يهمنا في هذا البحث، هو معرفة مدى تعلق حق الزكاة بهذه القمية المالية، ومعرفة الوجه الذي على أساسه يتعلق بها هذا الحق، فلابد أن نتبين قبل ذلك السبيل الذي بواسطته استيفاء المبدع أو المبتكر للقيمة المالية الكامنة في جهده الإبداعي. إذاً المفروض أن يستوفي هذه القيمة صاحبها، وأن يحوزها أولاً، ثم تتعلق بها الزكاة حسب قواعدها المعروفة ثانياً. فما هو السبيل إلى ذلك؟

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

ونقول إن مكان هذا الاستيفاء متوقف على السبيل الذي يتمكن المؤلف أو المبدع بواسطته 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 كلك، فإن الوسيط الذي يتكفل بتيسير استيفاء كل من الطرفين للفائدة القيمة التي يطمح إليها ، إنما هو البيع.

ويمكن تكييف هذا الحكم بإحدى طريقتين:

الطريقة الأولى: اعتبار الطابع أو الناشر هو المشتري لحق الابتكار. ثم إنه يبيع بدوره للناس في وعائه المادي الذي هو الكتاب أو ما يقوم مقامه. ولكن لابد أن يكون عقد الشراء بين المؤلف والناشر، مثلاً، واقعاً على وعاء مادي 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 بالجزئي أن يكون ذلك إلى أمد محدود.

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

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

غير أنا نمسك عن الخوض في هذه المسألة ذات الأطراف المتشعبة نظراً إلى أن ذلك يقصينا عما نحن بصدده، وهو بيان حكم الشريعة الإسلامية في زكاة القيم المالية المنبثقة عن هذه الحقوق(8).

هل ينطبق هذا كله على ما يسمى بالماركة والاسم التجاري؟

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

ونعني بالاسم التجاري ذلك الاسم الذي غدا عنواناً على محل تجاري نال شهرة مع الزمن بسبب المزايا التي اختص بها، بحيث أصبحت هذه الشهرة مجسدة في الاسم المعلن عليه. وقد يكون هذا الاسم اسم التاجر ذاته أو لقبه، وقد يكون وصفاً اصطلاحياً لقب به المحل. وربما أطلق على هذا المضمون الأخير اسم الشهرة التجارية.

والذي ينبغي أن نبينه في هذا المقام هو:

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

ثانياً: هل يستتبع هذا الحق - على فرض وجوده - منفعة متقومة بمال، بحيث يصبح حقاً مالياً متقرراً 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 كلا من (الماركة) و (الاسم التجاري) يخضع لمضمون واحد في نطاق الإجابة عن كل من هذين السؤالين، وإن اختلف اللفظ والاصطلاح، ولذا فقد رأينا أن نشمل 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 ما(9) 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 الذين اشتهر به محله، وارتبط بالمزايا التي عرفت بضاعته بها؟ ومن ثم فهل للتاجر أن يستأثر بهذه العلاقة من دون الناس باسم لا لشرع وحكمه، بحيث لا يجوز شرعاً أن ينسب غيره هذا الشعار أو هذا الاسم إلى بضاعة، على نحو ما قررناه من نسبة حق الابتكار والتأليف إلى صاحبه دون غيره؟

تتوقف معرفة الإجابة عن هذا السؤال، على إدراك المغزى الذي يعبر عنه الشعار التجاري أو الاسم

التجاري للمحل، بحكم العرف التجاري الدارج.

إن هذا الشعار أو الاسم، لا يراد من إطلاقه أكثر من التعريف بالبضاعة التي انفرد صاحبها بصنعها أو ابتكارها أو إخراجها على الوجه المتميز الذي يفترض أنه قد أتيح له دون غيره. ولما كان من حق صاحب هذه الصنعة المتقنة - أو التي يفترض أنها كذلك - أن يحيط صنعته هذه بذاتية مستقلة نحجزها عن الالتباس والضياع، فقد كان أيسر سبيل إلى هذا الحجز والتمييز، أن يسمها بشعار خاص يكسبها الذاتية المستقلة بين السلع والبضائع المتشابهة الأخرى. ومن هنا يتبين أن العلاقة التي تبدو بين تلك الصنعة المتميزة واسمها الذي اختير لها، إنما هي في الحقيقة تحصين للعلاقة 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 والمعارف التي استقل بإبداعها، على نحو ما سبق بيانه. فكما أن نسبة تلك الأفكار أو المعارف إلى صاحبها حق شرعي لا يجوز إنكاره ولا التطاول أو الإفتئات 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 عليه. في حين أن البضائع المصنعة تنقطع نسبتها عن المعمل 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 أولاً 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 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.

وبناء على هذا نقول: إن 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 صاحب الحق ذاته. إلا أن لهذا الجهد الذي هو مصدر هذا الحق ثماراً تنفصل عنه لتستقر في سلعة أو بضاعة منفصلة عن ذاته، بحيث يمكن استيفاؤها، كما يمكن الانتفاع بها وتقويمها. وبذلك تصبح هذه الثمار المنفصلة عن جهد صاحبها ذات كيان

ووجود مستقل، وأثر ظاهر في المصلحة العامة. ومن هنا نشأت لمثل هذا الحق قيمته المالية وأخضعه لقانون التداول(10).

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

وبهذا يتضح أن حق الاسم التجاري كناية عن السياج الذي من شأنه أن يحصر سائر الفوائد المالية والاعتبارية التي يفترض أنها جاءت ثمرة المزايا التي استقل بها التاجر في بضاعته، وبواسطة جهوده الفكرية ونشاطاته العملية التي بذلها واستقل بها، وإنما القصد من حصرها بهذا السياج أن لا تتبدل أو تتحول إلى غيره. فكان الاسم التجاري، ومثله 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 تحت سلطان المعاوضة والتداول.

وينبغي أن نلاحظ ما هو واضح من أننا إذ نقرر أن هذا الحق، أي الاسم التجاري، حق مالي ثابت وأنه بذلك داخل في الممتلكات وخاضع لأحكامه، فإننا لا نعني هنا بالممتلكات السلعة ذاتها، فإن امتلاك صاحبها لها أمر بديهي وليس محل بحث. وإنما نعني بالمملوك الذي تسري عليه أحكام الممتلكات، الصنعة المعنوية التي نسميها الابتكار أو الإتقان، والتي لا سبيل لإبراز معناها وقيمتها إلا من 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 لابد من حيازتها - سواء كانت سلعة أو ماركة أو اسما تجارياً - عند امتلاك المنفعة المتعلقة بها(11).

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

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

لقد تبين فيما أوضحنا 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 أنها إن افترضنا أن الزكاة تتعلق بها، فلابد أن تكون زكاة تجارة، إذ أن القيمة المالية السارية فيها تمثل أخيراً في سلع أو كتب أو أجهزة ونحوها، تطرح في السوق لتعليبها بالمعاوضة ابتغاء الربح . وتلك هي التجارة في معناها المصطلح عليه(12).

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

لابد لكي نستبين الجواب عن هذين السؤالين من أن نستعيد إلى الذاكرة الشروط التي ينبغي أن تتوافر في الأموال التي تنطبق عليها أحكام عروض التجارة ، وأن نقف 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، والتي تبين لنا أنها تنطوي على منافع مالية مقدرة خاضعة لإمكان التداول بها والمعاوضة عنه.

أولاً: هل الزكاة واجب 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 شرط الشيخين من حديث أبي ذر أن النبي صلى الله عليه وسلم وعلى آله وسلم قال: "في الإبل صدقتها ، وفي البقر صدقتها وفي البر صدقته". والبر هو القماش. وإنما يكون التعامل بالبر 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(13).

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(14) أما ابن حزم فقد قطع بعدم الوجوب فيها وناقش الأدلة الكثيرة التي اعتمد عليها الجمهور، بما لا طائل فيه(15).

1-كيف يصبح المال عروض تجارة؟

يصبح المال عروض تجارة بتحقق أمرين اثنين:

أحدهما الملكية الثابتة الصحيحة. واشترط الجمهور فيها أن تكون مقابل عوض كالبيع والإجارة والنكاح والخلع(16) وذهب الإمام أحمد إلى أن المشروط في ذلك هو أن يكون التملك بفعل، كالبيع والنكاح وكقبول الهدية والصدقة واكتساب المباحات(17) وهو مقتضى ما يقوله المالكية من ضرورة اقتران الفعل بنية التجارة. قال ابن جزي "ولا يخرج من القنية إلى التجارة بمجرد النية ، بل بالفعل خلافاً للثوري"(18).

ما الحنفية فعندهم في ذلك قولان أحدهما لمحمد رحمه الله، وهو الاتفاق مع الجمهور في أنه لا

بد من عمل ينبئ عن المتاجرة بالسلعة، كي تصبح عروض تجارة. وثانيهما لأبي يوسف رحمه الله. وهو يرى أن كل ما دخل في حوزة المالك بقبول 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 محمد(19).

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

ثانيهما النية. ولابد أن تكون مقترنة بالتملك، على أن يكون بعوض حسب ما ذهب إليه الشافعية والحنابلة، أو بفعل حسب ما ذهب إليه المالكية ومحمد أو بقبول إرادي حسب ما ذهب إليه أبو يوسف(20).

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.

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 فيها بدون نية، لأن النقدين ناميان بالأصل والطبيعة، بخلاف السعلة التي قد تكون في كثير من الأحيان لمجرد الاقتناء. فكان لابد أن تكون النية مع العمل هي الفارق المميز بين السعلة الخاضعة للنمو التجاري والسلعة المجمدة في نطاق القنية والاستعمال.

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

"وليس على التاجر زكاة مسكنه وخدمه ومركبه وكسوة أهله وطعامهم، وما يتجمل به من آنية أو لؤلؤة وفرس ومتاع لم ينو به 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 لب النماء منه. وذلك غير موجود فيما إذا اشتراه للنفقة، بخلاف النقدين فإنهما ملازمان للنماء حكماً"(21).

فهذان الأمران: الملكية الثابتة بعوض أو فعل أو قبول إرادي، ونية التجارة المقرونة بهذا التملك، يشكلان بمجموعهما العلة الكاملة لصيرورة السلعة عروض تجارة. غير أن توفر هذه العلة كاملة لا يكفي وحده لوجوب الزكاة فيها، بل لابد بعد ذلك من شروط لتعلق الزكاة بها. وتتلخص هذه الشروط في شرطين اثنين: توفر النصاب، وحولان الحول، طبق ما سنفصل القول فيه الآن.

وقبل أن نتحدث عن هذين الشرطين، نركز على ضرورة التفريق بين ما هو علة في هذه المسألة وما

هو شرط فيها. فالعلة من شانها إذا توفرت أن تتسبب عنهما صيرورة المتاع عروض تجارة أو مالاً تجارياً، بقطع النظر عن تعلق الزكاة أو عدم تعلقها به. والشروط هي ما تسبب عن 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 بلا خلاف كما قال الإمام النووي(22) غير أن الخلاف وقع في الوقت الذي يقيد فيه بالنصاب. فالشافعية في ذلك ثلاثة أقوال . أظهرها حسب ما رجحه النووي أن النصاب إنما يعتد به في آخر الحول، لأنه الوقت الذي تجب فيه الزكاة، ولأن من العسير مراقبة النصاب قبل ذلك العام(23) 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 اثناء الحول، ثم زاد حتى بلغ نصاباً، استأنف الحول عليه، لكونه انقطع بنقصه في أثنائه"(24).

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 أثنائه. أما: لابد منه في ابتدائه، فللانعقاد وتحقق الغنى ، وأما في انتهائه فللوجوب ، ولا كذلك فيما بين ذلك"(25).

وأما المالكية، فلهم في ذلك تفصيل خلاصته أن التجارة إما أن تكون إدارة أو احتكاراً. فأما المدير فهو الذي يبيع ويشتري ولا ينتظر وقتاً ولا ينضبط له حول، كأهل الأسواق، فيجعل لنفسه شهراً في السنة فينظر فيه ما معه من العين ويقوم ما معه 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 الغلاء، فلا زكاة عليه فيها حتى يبيعها . فإن باعها بعد حول أو أحوال، زكى الثمن لسنة واحدة(26).

وتبين 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 أنه يتبين من مجموع هذا الذي ذكرناه، أن أموال التجارة هي 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 بآخر 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 دعاءاً ومركزاً للعمل التجاري.

ويترتب 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 والنماء والذي به تتعلق الزكاة ، وإنما هو شريك في أدوات وممتلكات ثابتة لا علاقة لها بالمال التجاري، وإنما يستحق أن يتقاضى على استعمالها أجراً محدداً حسب ما ذهب إليه جمهور الفقهاء(27).

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

هنا لا بد أن نفرد كلا من الحقوق المعنوية التي تحدثنا عنها وأوضحنا انطواءها على قيم مالية قابلة للتداول به والمعاوضة عنها، ببيان مستقل. إذ سنجد أنها مختلفة بعضها عن بعض في 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 الماركة والاسم التجاري للمحلات التجارية.

أولاً: حق التأليف والابتكار:

قلنا إن السلعة لا تكون عرض 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، وتحقق صفة النماء في السلعة ، والافتراق بها عما هو معد للقنية والاستعمال.

فهل يتوفر هذان الأمران في حق التأليف والابتكار؟

من المعلوم أن ملكية حق التأليف وما هو في حكمه لا تتم بمعاوضة ،وإنما تتم بالممارسة والمعاناة اللتين ينتهيان إلى معنى من معاني الإبداع أو الابتكار. ومن ثم فهو لا يتصف بأي معنى من معاني النماء لا واقعاً ولا حكماً.

والفائدة المالية التي يجنيها المؤلف من وراء كتابه، وليست نتيجة لوصف النمو في حق التأليف من

حيث هو، وإنما هو نتيجة لانتشار أثر هذا الحق بين الناس، فمثلاً 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 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 شراء أو استئجار أو إهداء.

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 شراء النسخة من كتاب، في حين أن جنس هذا الحق ثمرة لتأليف وإبداع.

ولكي نزيد هذا الكلام إيضاحاً نقول: إن عقد المبايعة الذي من شأنه أن يكون مصدر تجارة ونماء، لا يقطع على جوهر الحق المعنوي الذي هو ملك للمؤلف، وإنما يقع على كتاب مرئي ومعين، وهو ما نعبر عنه بالوعاء المادي الذي يحوي صورة هذا الحق المتقوم. إذن فالمشتري قد ملك الوعاء المادي أصاله، 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 الذي لا تزال تنسب إليه شرعاً، كما لا يستطيع أن يزعم أنه قد جعل نفسه المالك لهذا الحق من حيث هو، بدلاً من المؤلف أو المبتكر.

إنه أشبه ما يكون عن (ضمن) أي اشترى ثماراً بعد بدو صلاحها على شجر من صاحبها. إن من المعلوم أنه يملك الثمار المتصلة بالأشجار التي لا تزال تمد الثمار بالنمو والنضج، دون أن يملك شيئاً من تلك 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 إن التعامل التجاري بها بيعاً وشراء إنما يتعلق بآثار وثمار هذا الحق، أي بالدواء الذي يطرح في الصيدليات أو بذلك الغذاء الذي يتوفر في البقاليات أو بتلك العطور التي ترى في محالها التجارية ومن الواضح أن الذي يشتري شيئاً من ذلك لا يعني أنه قد امتلك حق ذلك 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، أجل إن المشتري أو البائع بهذا العمل التجاري لم يتملك ولم يملك شيئاً من هذا الحق المحفوظ والمجنوء وإنما امتلك أو ملك آثاره وثماره المتكاثر في الأسواق(28) نقول هذا كله، لنؤكد أن حق التأليف والابتكار لا يدخل أي منهما، عند 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 أي 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. إذ إن ضرورة النية تأتي مترتبة على الأمر الأول ومبنية عليه. فإذا ثبت أن هذا الحق بحد ذاته ليس صالحاً لأن يكون عروض تجارة مستقلا عن آثاره ونتائجه، فلا معنى عندئذ 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 للقصد التجاري بأن يبيعها ويشتري بثمنها بديلاً عنها وهكذا. بل الذي سيحدث إن هو باع هذا الحق أن يتجرد 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 ملكية المعمل بكل ما فيه وبكل ما ينتجه إلى الشخص المشتري. وإنما تتعلق الزكاة بالقيمة التي تملكها البائع لقاء بيعه لمعمله.

نعم، الأمر الذي يمكن تصوره هو أن يحافظ صاحب هذا الحق على امتلاكه لجوهر حقه، ويستثمر نتائجه وآثاره المتمثلة في كتب أو رقائق كمبيوتر أو أدوية ونحوه، ينشرها ويبيعها بالطرق التي سبق أن ذكرناها. وعندئذ 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 طابعة يملكها ، إذ يستثمرها فيما يتقاضاها من أجور على الطباعة للناس. فآلة الطباعة هذه لا تعد عروض تجارة، ومن ثم فلا تتعلق بذاتها زكاة. وإنما تعلق الزكاة بالغلة التي ينتجها استخدام تلك الآلة.

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

غير أن آلة الطباعة وأمثالها، يمكن أن تتحول إلى مال تجاري، عندما يملكه بقصد التجارة بها، فيبيعها ليستبدل بها غيرها وهكذا.. وعندئذ تتعلق الزكاة بأعيانها بالشروط التي ذكرناها إلا أن هذا الاحتمال لا يكاد ينطبق على حق التأليف والابتكار. إذ أن 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 ليبيعه، لا يقال إنه يمارس بذلك سلسلة من الأعمال التجارية، بل إن عمله أشبه بما يفعله صاحب الأرض من زراعتها ثم جبني ما زرع وبيعه، ثم بعود الكرة وهكذا مثله أصحاب الصناعات المختلفة. إذ يعكف أحدهم على إبداع صناعة ما ثم يبيعها 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 بيعها. وعمل المؤلف أو المبتكر، إنه افترضنا أنه كلما ابتكر شيئاً باع حقه كاملاً للآخرين ، 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(29).

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 تجب زكاته ببلوغه النصاب وحولان الحول عليه.

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

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

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

ثانياً: حق الماركة والاسم التجاري:

وإنما نعني بالماركة الشعار الذي يحدد ونوع البضاعة ومصدرها، ونعني بالاسم التجاري العنوان الذي يعرف المحل التجاري ويشهره. ولا شك أن كلا منهما حق ثابت لصاحب المحل ولصاحب البضاعة.

هل تتعلق بهذين الحقين زكاة التجارة؟

لابد 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 كلا من هذين الحقين لا يجوز بيعه من حيث هو ، لما قدر يجر إليه من الغرر بحق المستهلكين، ولما ينطوي عليه من تلبيس على الناس ومكر بهم . وفيما يلي بيان ذلك:

سبق أن أوضحنا الاسم التجاري - والماركة مثله - كناية عما يفترض اتصاف المحل أو السلعة به من مزايا الجودة والإتقان اللتين قد لا توجدان في المحال الأخرى .. وعلى هذا فالمراد بشراء الاسم التجاري للمحل أو شراء ماركة للبضاعة ، إنما هو شراء هذه المزايا ، بحيث تصبح من صفات بضائع المشتري . ولولا هذا الهدف لما كان لهذا التبايع أي معنى، اللهم إلا أن يكون الهدف خداع الناس والتلبيس عليهم عن طريق إيهامهم بأن السلعة هي من ذلك النوع الممتاز المعرف بهذه الشارة، في حين أنها من الدرجة الثانية أو الثالثة. وواضح أن هذا داخل في التغرير المحرم والباطل شرعاً.

ولكن فما هو السبيل إلى تحقيق الهدف المشروع، وهو نقل المزايا والخبرات 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 الصنعة وأسرارها، على النحو الذي يضمن تصنيع البضاعة على مستوى الجودة التي ارتبطت مع الزمن بذلك الاسم والشعار.. كما يلتزم الطرف البائع بالاستمرار في التدريبات والتجارب العملية اللازمة، ريثما تترسخ لدى الطرف المشتري عوامل الإتقان ذاتها.

إن من المهم هنا أن نعلم أن عملية الشراء في هذه الحالة، إنما تنصب في الحقيقة على نقل الخبرة وشرائها، وإنما يدخل الاسم التجاري في الصفقة 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 والتجار اليوم ، إلا أنها في الحقيقة داخلة في عقد الإجارة أو الجعالة. فعملية نقل الخبرة ليست أكثر من تعليم وتدريب. والمعلم إنما يتقاضى أجرة على ما يعمله باعتباره مستأجر 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 جدا أن نتصور عملاً تجارياً يدور على بيع الخبرات أو تعليمها بأجر، بحيث تصبح وكأنها بضاعة مستقلة منفصلة عن السلع والبضائع التي تتجلى فيه تلك الخبرات، وبحيث تغدو تلك الخبرات من حيث هي محوراً للتجارة بها، دون أن يكون لها أي علاقة بآثارها ومنتجاها المادية .

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

نعم، قد لا يبعد أن يعتبر بيع تاجر ما لماركة بضاعته أو لاسمه التجاري، صفقة 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 أو الماركة، بمشروع تجاري مستقل، ولكنها لا تطرح أيضاً من حساب الكتلة المالية التي يتاجر بها، والتي لابد أن يخرج زكاتها كل عام.. غير أن هذا الاعتبار خاضع للمناقشة، إذ هل 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 المال لزكاة عروض التجارة؟ ... إنها بدون ريب خاضعة للنظر والنقاش.

الطريقة الثانية: ما يجري عادة بين بعض التجار والشركات التجارية، من شراء الاسم التجاري للمحل، أو شراء الماركة. وإنما يكون معنى الشراء في هذه الحالة تنازل البائع عن الاسم الذي كان مختصاً به والذي كان حقاً له هو دون غيره، والذي كان عنواناً على جودة نال بها ثقة الناس. فيتمكن من المشتري بذلك من جعله شعاراً لسلعة المشابهة أو اسماً لمحله. وتكون الفائدة المرجوة للمشتري من ذلك، رواج سلعته 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 بالمحل الذي تنازل أو باع، مهما انفصل عنه 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 بصاحبه من حيث الخبرة والجهد ومتجلية في صناعته من حيث الصورة والمظهر. وهيهات أن تنفك العلاقة عنه وعنها مهما

باع أو تصرف التاجر برمزها التجاري.
إذن فكل ما يمكن أن تحدثه عملية كهذه، هو التغرير والتلبيس اللذين تقع آفتهما على عامة الناس. ومثل هذا العقد لابد أن يكون موغلاً في البطلان. والقاسم المشترك في التعريفات المتعددة للغرر، أنه لعقد لا يوثق بحصول المقصود منه(30).

وبتعبير آخر هو كل ما وقع الشك في حصول أحد عوضيه أو المقصود منه غالباً(31) والمعروف أن مرد الغرر إلى جهالة أحد طرفي العقد: الثمن أو المثمن. ومن المتفق عليه أن أفحش أنواع الجهالة ما يسمى بالغرر في الحصول. ويمثلون له ببيع الطير في الهواء والسمك في الماء. ولا نعلم خلافاً في بطلان العقد المنطوي على مثل هذا الغرر(32) 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 تضاعيف 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 عوض(33) فليكن حق الاسم التجاري مثلها في الحكم والاعتبار.
أقول: لا وجه لهذا القول، لأن الاسم التجاري لا وجود له أو لا معنى لوجوده بمعزل عن الشهرة التي اكتسبتها السلعة المقرونة به. وإنما نالت السلعة هذه الشهرة بالجودة والإتقان فغدا شعارها من طول الاقتران بها بمثابة الظل الملازم لهما أو اللغة المعبرة عنهما.
إذن فبوسعنا أن ننتهي إلى قرار بأن شراء الاسم التجاري أو ما يسمى اليوم بالماركة المسجلة بهذه الطريقة الثانية، عقد باطل، لا يتراءى فيه أي وجه للقول بصحته . وبذلك بسبب كونه مفرقاً في الغرر بأنواعه.

الخاتمة

نلخص 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 انفصالاً تاماً عن ثمراتها ونتائجها المادية المتمثلة في مؤلفات تنشر أو في رقائق الكمبيوتر، أو في الماركات التجارية

ونحوها. إذ لولا هذه الثمرات المنفصلة عنها لما استقرت له أي قيمة مادية ولبقيت الحقوق المعنوية مجردة أي 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 للبيع والمداولة، فإنها لا تعد عروضا للتجارة بحد ذاتها، أي مستقلة عن نتائجها وذيولها المادية للأسباب التي تم بيانها بتفصيل.

رابعاً: بالنسبة للماركة والاسم التجاري للمحل لا يصح بيع أي منها إلا تبعاً للخبرة التي هي مصدر قيمة كل منهما، لما علمنا من أن قيمة كل منهما مرتكزة في هذه الخبرة التي تتميز بها بضاعة ذلك المحل، وما يجري بين بعض التجار اليوم من تنازلات عن أسماء المحال التجارية أو الماركات المسجلة للبضائع، لقاء عوض مالي، دون تقيد بالشرط الذي ذكرناه ، وهو نقل الخبرة إلى المشتري، ليس إلا من قبل التلافي 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 عنه أن حق نشر المؤلف أو المبتكرات العلمية أو الفكرية 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 زكاته، على نحو ما يتم بالسلع والأموال التجارية. وإنما تتعلق الزكاة بغلتها عندما تباع وتنبض قيمتها، على أن تضاف هذه الغلة إلى سائر الكتلة النقدية التي يملكها البائع، وعلى أن يحول عليها الحول وقد بلغت النصاب(34).

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 أموال تجارية، وارد وممكن. ولكنه خاضع للنظر والنقاش كما سبق أن ذكرنا.

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

والاسم التجاري داخلة 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 بصرني الله عز وجل به، من الأحكام المتعلقة بهذا الموضوع، والذيول 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- كشف الأسرار على أصول البزدوي : 4/134 و 135.

2- التعريفات للجرجاني: ص 79. وانظر كلبات أبي البقاء: 2/237 و ما بعد.

3- أنظر أقسام الحقوق بأنواعها المختلفة في كتاب: قواعد الأحكام للعز بن عبد السلام: 2/73و 74.

4- إحياء علوم الدين للإمام الغزالي : 1/96 طبعة مصطفى محمد.

5- أنظر: قضايا فقهية معاصرة لكاتب هذا البحث: ص 88 طبعة دار الفكر دمشق.

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

7- أنظر ما كتبه الإمام النووي موسعاً في أثر العرف في المنافع والأموال، وحكم بيع دود القز، في المجموع ج9 ص 227 و 240.

8- بوسعك أن تقف على تفصيل هذا الذي أمسكنا عن الخوض فيه، بالرجوع إلى كتاب: قضايا فقهية معاصرة: ص 94و 95 .

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

10- أنظر حق الابتكار في الفقه الإسلامي للدكتور فتحي الدريني وفئة من العماء ص 60 و 61.

11- أنظر حق الابتكار في الفقه الإسلامي للدكتور فتحي الدريني وفئة من العلماء ص 60 و 61.

12- يخطر في البال هنا التساؤل عن كيفية إمكان التعامل بالماركة والإسم التجاري بيعاً ومعاوضة، مع ما قد يجره ذلك من الغرر والخداع للمستهلكين، إذا الماركة عنوان على جودة صنعه، وهي خاصة بالصانع الذي يملك الماركة والتداول بجودة الصنعة غير ممكن وقد أرجنا الإجابة عن هذا السؤال إلى المكان المناسب له، وهو ما سنوضحه من تعلق أو عدم تعلق حق الزكاة بالماركة والإسم التجاري.

13- أنظر تعريف التجارة في مغني المحتاج للشربيني 1/397 و الشرح الصغير للدردير 3/683 والمغني لابن قدامة 3/28.

14- الشرح الصغير للدردير 1/625 وانظر بداية المجتهد لابن رشد 1/26.

15- المحلي لابن حزم 5/239 وما بعدها.

16- المجموع للنووي 6/48.

17- المغني لابن قداته 3/29.

18- القوانين الفقهية لابن جزي ص 80.

19- المبسوط للسرخسي 2/198.

20- أنظر المراجع السابقة.

21- المبسوط للسرخسي 2/198 وربما تعلق بهذا الكلام ونحوه من يرون أن الأوراق النقدية لا زكاة فيهما، وربما لا ربا فيها أيضاً إذ يقولون إنما هذه الأوراق اليوم في حكم تلك الفلوس بالأمس، وهذا قياس مع فارق كبير فالفلوس كانت آنذاك سنداً في التعامل للنقدين وسداً لبقايا الحقوق الصغيرة التي لا يتجزأ إليها الدرهم أو الدينار. أما الأوراق النقدية فقد حلت في التعامل محل الذهب والفضة، واختفى النقدان تقريباً عن أسواق التعامل في العالم، وعندما تحل الأوراق أو غيرها محل

النقدين في معنى المالية ووظائفها فليس هناك أي مبرر للتفريق بين وظيف وأخرى، كما يتوهم البعض.

22- المجموع 6/55.

23- المنهاج للنووي مع شرح مغني المحتاج للشربيني 1/397 .

24- المنهاج للنووي مع شرح مغني المحتاج للشربيني 1/397.

25- المغني لابن قدامة 3/30.

26- الهداية للمرغيناني 1/74.

27- أنظر مغني المحتاج للشربيني 2/334 والمهذب لأبي إسحاق الشيرازي 1/399 وبدائع الصنائع للكاساني 4/193 وكشاف القناع 3/551.

28- (ريفدور) اسم لعطر فرنسي شهير، إلتهمت النيران مصنعه الرئيسي بسبب حريق أتى عليه منذ سنوات طويلة، وأتى 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.

29- عرف النووي مال التجارة بأنه كل ما قصد الاتجار به عند اكتساب الملك بمعاوضة محضة الروضة 2/266.

30- أنظر حاشية قليوبي وعميرة على المحلي شرح المنهاج 2/58.

31- مواهب الجليل 4/362.

32- أنظر الفروق للقرافي 3/365 والشرح الكبير 3/25 وبدائع الصنائع للكاساني 5/175 و 163.

33- أنظر حاشية ابن عابدين 4/14.

34- آثرنا الأخذ 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.