

Rulings on Pharmaceutical Companies' Gifts to Physicians: A Contemporary Fiqh Study

م. د. عمر الفاروق يونس محمد قاسم*

Omar Alfaruq Younus Mohamed

الإيميل omaran@uomosul.edu.i

اوركيد <https://orcid.org/0009-0000-0742-2896>

ملخص البحث

يتناول هذا البحث قضية من القضايا الفقهية المستجدة التي باتت تُشكّل تحدياً أخلاقياً وديناً بالغ الأهمية في المنظومة الصحية المعاصرة، وهي قضية ما تقدمه شركات الأدوية من هدايا ومزايا مادية للأطباء والكوادر الطبية، سواء أكانت نقدية أم عينية أم خدمية. ويسعى البحث إلى تأصيل الحكم الشرعي لهذه الظاهرة في ضوء مقاصد الشريعة الإسلامية الكبرى الخمس، مستعيناً بمنهج الاستقراء والتحليل المقاصدي، ومستحضراً أقوال الفقهاء القدامى والمعاصرين، ومُرتكزاً على معطيات الواقع العراقي من حيث الإطار القانوني والتنظيمي والإحصاءات المتاحة.

وقد انتهى البحث إلى أن هدايا شركات الأدوية تتباين أحكامها الفقهية تبعاً لطبيعتها وقيمتها وأهدافها وسياقها، وأن الغالب منها يقع في دائرة التحريم أو الكراهة الشديدة؛ لما تتطوي عليه من تأثير منتهج على استقلالية القرار الطبي، وإضرار مباشر بصحة المرضى وأموالهم، وانتهاك صريح لمبدأ الأمانة المهنية التي أولتها الشريعة الإسلامية عنايةً بالغة. ويقدم البحث في ختامه جملةً من التوصيات الموجهة للمشرعين والمنظمين والمؤسسات الدينية والهيئات الطبية في العراق، مُسهماً في بناء منظومة رقابية وأخلاقية متكاملة.

الكلمات المفتاحية: هدايا الأدوية، مقاصد الشريعة الإسلامية، الفقه الإسلامي المعاصر، الرشوة، أخلاقيات الطب، العراق.

Abstract

* جامعة الموصل/ كلية العلوم الإسلامية

This research addresses one of the emerging jurisprudential issues that has become a significant ethical and religious challenge in contemporary healthcare: the gifts, material benefits, and incentives offered by pharmaceutical companies to physicians and medical personnel, whether monetary, in-kind, or service-based. The study aims to establish the Islamic legal ruling on this phenomenon through the lens of the five major objectives of Islamic Sharia (Maqasid al-Sharia), employing an inductive and maqasid-analytical methodology, drawing upon classical and contemporary jurisprudential opinions, and grounding the analysis in the Iraqi legal, regulatory, and statistical context.

The research concludes that pharmaceutical gifts vary in their jurisprudential rulings depending on their nature, value, intent, and context, with the majority falling under the category of prohibition or strong dislike (makruh tahriman). This is attributed to their systematic influence on clinical decision-making independence, direct harm to patients' health and finances, and explicit violation of the principle of professional trust, which Islamic law holds in the highest regard. The research concludes with policy recommendations directed at legislators, regulators, religious institutions, and medical authorities in Iraq.

Keywords: Pharmaceutical gifts, Maqasid al-Sharia, contemporary Islamic jurisprudence, bribery, medical ethics, Iraq.

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد:

تُعدّ المسألة التي أتناولها في هذا البحث من القضايا الفقهية المستجدة التي لم يتطرق إليها الفقه الإسلامي بصورتها الراهنة، إذ نشأت في سياق التطور الصناعي الضخم لقطاع الأدوية والتقنيات الطبية، وتساعد المنافسة التجارية بين شركات الأدوية العالمية والإقليمية والمحلية على اكتساب حصص أكبر من الأسواق الطبية. وقد باتت ظاهرة تقديم الهدايا والامتيازات للأطباء آلية تسويقية راسخة تعتمد عليها هذه الشركات، بما فيها تلك العاملة في الدول ذات الأغلبية المسلمة كالعراق.

وقد استرعت هذه الظاهرة انتباه الفقهاء والأطباء والاقتصاديين والمشرعين على حدٍ سواء؛ لما تُفرزه من إشكاليات أخلاقية وقانونية ودينية بالغة التعقيد، فمن جهة، تُمثّل تدخلاً واضحاً في قرارات الأطباء العلاجية التي ينبغي أن تُبنى على أسس طبية بحتة، ومن جهة أخرى، قد تُلحق الضرر الم

باشر بالمرضى عبر صرفهم إلى أدوية أقل فعاليةً أو أعلى تكلفةً مما تستلزمه حالتهم الصحية، فضلاً عن آثارها السلبية على الميزانيات الصحية العامة وسلامة المنظومة الطبية برمتها.

أولاً: أهمية البحث وأسباب اختياره

أ (يُسهّم البحث في سدّ فراغٍ بحثي واضح في الدراسات الفقهية الإسلامية التي تتناول هذه القضية بالتحليل الفقهي المتكامل، إذ جاءت الدراسات السابقة إما متفرقةً أو قاصرةً عن إيفاء المسألة حقها من البحث والتحليل).

ب (يُجسّد البحث إسهامات الفقه الإسلامي ومنهجية المقاصد في التعامل مع المستجدات الطبية والاجتماعية المعاصرة، مؤكداً حيوية هذا الفقه وصلاحيته للتطبيق في كل زمان ومكان).

ج (يقدّم البحث خدمةً علميةً للمنظمين وصانعي القرار في العراق، باستحضار الحكم الفقهي وربطه بالواقع القانوني والإداري مما يُيسّر تبني سياسات رقابية فعّالة).

د (يُثري البحث الحوار الأخلاقي الدولي المتعلق بإصلاح العلاقة بين شركات الأدوية والأطباء، بتقديم رؤية إسلامية عميقة ومتماسكة).

ثانياً: إشكالية البحث وتساؤلاته

تتمحور الإشكالية الرئيسية للبحث حول التساؤل الآتي: ما الحكم الفقهي الإسلامي لهدايا شركات الأدوية للأطباء، لا سيما في أشكالها المستحدثة، وكيف يمكن توظيف هذا الحكم في معالجة الواقع العراقي؟ ويتفرع عن هذا التساؤل عدة أسئلة فرعية:

(١) ما الضوابط الفقهية الحاكمة للهدية في الفقه الإسلامي ومتى تنتقل من دائرة الإباحة إلى دائرة التحريم؟

(٢) ما طبيعة هدايا شركات الأدوية وأنواعها وحجم تأثيرها على القرار الطبي؟

(٣) كيف تؤثر مقاصد الشريعة الخمس لتأصيل الحكم الفقهي في هذه المسألة؟

(٤) ما الإطار القانوني الناظم لهذه المسألة في العراق وما مواطن القصور فيه؟

ثالثاً: الدراسات السابقة

تضمنت الدراسات الفقهية المعاصرة بعض الإشارات إلى هذا الموضوع؛ من أبرزها ما جاء عند الزحيلي (١) في موسوعته الفقهية الواسعة إذ تعرّض للهدية ومحرماتها بإسهاب، غير أنه لم يتناول بصورة مخصصة هدايا شركات الأدوية كظاهرة معاصرة منفصلة. كما صدر عن المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث٢ قرار تضمن مبادئ توجيهية حول الهدايا في السياق المهني دون تخصيص مفصل للبيئة الطبية.

في عام ٢٠٢٤، نشر الدكتور صفاء عبد الحميد نصر سيد دراسة بعنوان "العروض التي تقدمها شركات الأدوية للأطباء في ميزان الشرع" في مجلة الشريعة والقانون بالقاهرة، خلص فيها إلى أن الهدايا الإعلانية والتذكارية جائزة لأن الأصل في المعاملات الحل، وأن استغلال المريض أمر محظور في الفقه الإسلامي

كما نشر الدكتور محمود سعد محمود عبد العال في عام ٢٠٢٣ دراسة بعنوان "الأحكام الفقهية المتعلقة بهدايا الشركات الطبية" في نفس المجلة، وسع فيها النقاش ليشمل الشركات التي تتعامل مع شركات الأدوية

على المستوى الدولي، تواصلت الدراسات الأكاديمية المحكمة، حيث نشرت دراسة في مجلة Saudi Journal of Humanities and Social Sciences في يناير ٢٠٢٥ بعنوان "الاعتبارات الأخلاقية في ممارسات إهداء الأدوية"، أكدت على ضرورة وضع ضوابط أخلاقية صارمة .

أما على المستوى العراقي، فقد نشرت دراسة مهمة في عام ٢٠٢٤ في Baghdad Journal of Pharmaceutical Sciences بعنوان "التفاعل بين الأطباء ومندوبي الأدوية في القطاع الخاص العراقي"، أظهرت أن الإغراء بالهدايا يؤدي إلى ممارسات وصف غير منطقية، بيد أن الدراسات الجامعة لمنظور الفقه الإسلامي وتطبيقاته في العراق تحديداً تبقى شحيحة، مما يُبرز الحاجة إلى هذا البحث.

(١) وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته) دمشق: دار الفكر، ١٩٨٥ م، (ج ٥، ص ٣٩٧٣

(٢) المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث، قرارات وفتاوى المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث، المجموعة الثالثة) القاهرة :

دار التوزيع والنشر الإسلامية، ٢٠٠٤ م، (ص ٨٨.

رابعاً: منهج البحث وخطته

اعتمد البحث المنهج الاستقرائي التحليلي في استيعاب النصوص الفقهية والأدلة الشرعية وتفسيرها، والمنهج المقارن في المقابلة بين آراء المذاهب الفقهية الأربعة في قضايا الهبة والرشوة والأمانة، فضلاً عن المنهج التطبيقي في استحضار الواقع العراقي ومقاربة المعطيات القانونية والإحصائية المتاحة وربطها بالأحكام المُستنبطة.

وقد قُسم البحث إلى ثلاثة مباحث رئيسة يسبقها هذه المقدمة ويعقبها خاتمة وقائمة بالمصادر

والمراجع:

المبحث الأول: مفهوم الهدية في الفقه الإسلامي وأحكامها.

المبحث الثاني: طبيعة هدايا شركات الأدوية وأبعادها الواقعية

المبحث الثالث: الحكم الفقهي لهدايا شركات الأدوية والتطبيقات في السياق العراقي

المبحث الأول: مفهوم الهدية في الفقه الإسلامي وأحكامها

المطلب الأول: تعريف

الهدية وأركانها في الفقه الإسلامي

الهدية في اللغة: الهاء والذال والياء أصلان: أحدهما يُدَلَّ على إمالة شيء، والآخر رَشَدٌ وهداية، والهدية من هذا الأصل؛ لأنها إمالة قلب المهدى إليه وتأليفه، وهي ما أُتِحَفَ به الرجل من مكرمة. ١

وفي الاصطلاح الفقهي، تعددت عبارات الفقهاء في تعريف الهدية مع اتفاق الجوهر؛ فقد عرّفها الإمام الكاساني الحنفي بأنها: «تمليك العين بلا عوض على وجه الإكرام والتودد»، وفرّق بينها وبين الهبة بأن الهدية مقرونة بالإرسال والتوجيه دون اشتراط المجلس، وإن اشتركتا في كثير من الأحكام. ٢

وأشار ابن قدامة الحنبلي إلى أن الفقهاء يستعملون ألفاظ الهدية والهبة والصدقة متقاربة في كثير من الأحيان، وإن تباينوا في دقائق الفروق؛ فالهبة أعم وأشمل، والهدية هي ما أُرسِلَ إلى المهدى إليه

(١) أبو الحسين أحمد بن فارس) ت٣٩٥هـ، (مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون) بيروت: دار الفكر،

١٩٧٩م، ص. ٣٩٥

(٢) علاء الدين الكاساني، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، (ط) ٢ بيروت: دار الكتب العلمية، ٢٠٠٣ م، (ج، ٦،

ص. ١١٥

تعبيراً عن المودة والمحبة والتكريم، والصدقة ما فُصد بها وجه الله تعالى وثواب الآخرة دون غرض دنيوي ١.

والهدية عند المالكية نوع من أنواع الهبات، ويُركّز الفقهاء في تعريفها على "قصد الإكرام والتودد" لتمييزها عن الصدقة التي يُبتغى بها ثواب الآخرة فقط، وعن الهبة المطلقة، فهي "تَمْلِيكَ ذَاتِ بِلَا عَوْضٍ، نُقْصَدُ لِإِكْرَامٍ أَوْ تَوَدُّدٍ ٢."

أما الشافعية فقد اشترطوا أن "تُحْمَلُ وَتُنْقَلُ إِلَى مَكَانِ الْمَهْدَى إِلَيْهِ إِعْظَامًا وَتَوَدُّدًا، فَإِنْ لَمْ تُنْقَلْ وَسُمِيَ الْعَقْدُ مَطْلَقًا فَهِيَ هِبَةٌ، فَهِيَ عِنْدَهُمْ "تَمْلِيكَ بِلَا عَوْضٍ، يُحْمَلُ إِلَى الْمَمْلُوكِ لَهُ إِعْظَامًا أَوْ تَوَدُّدًا" ٣.

تتفق المذاهب الثلاثة (المالكية، والشافعية، والحنابلة) على أن الهدية - باعتبارها نوعاً من الهبة - لا تتعدّد إلا بأربعة أركان أساسية (الواهب، والموهوب له، والموهوب، والصيغة)، خلافاً للحنفية الذين يرون أن الركن هو الإيجاب والقبول فقط، وكما يأتي :

- ١- الحنفية: «رُكْنُهَا الْإِجَابُ مِنَ الْوَاهِبِ وَالْقَبُولُ مِنَ الْمَوْهُوبِ لَهُ أَوْ قَائِمٍ مَقَامَهُ ٤.»
- ٢- المالكية: «أَرْكَانُ الْهَبَةِ أَرْبَعَةٌ: وَاهِبٌ، وَمَوْهُوبٌ، وَمَوْهُوبٌ لَهُ، وَصِيغَةٌ تَدُلُّ عَلَى التَّمْلِيكِ بِغَيْرِ عَوْضٍ ٥.»
- ٣- الشافعية: «أَرْكَانُهَا أَرْبَعَةٌ: وَاهِبٌ، وَمَوْهُوبٌ لَهُ، وَمَوْهُوبٌ، وَصِيغَةٌ ٦.»
- ٤- الحنابلة: «وَأَرْكَانُهَا (أَرْبَعَةٌ): وَاهِبٌ، وَمَوْهُوبٌ لَهُ، وَمَوْهُوبٌ، وَصِيغَةٌ (مِنْ إِجَابٍ وَقَبُولٍ ٧.»

(١) موفق الدين ابن قدامة، المغني، تحقيق عبد الله التركي وعبد الفتاح الحلوي القاهرة: دار هجر، ١٩٦٨م، ج٦، ص٢٤٧.

(٢) أحمد بن محمد الدردير) ت١٢٠١هـ، (الشرح الكبير على مختصر خليل) بيروت: دار الفكر، د.ت، ج٤، ص٩٨.

(٣) محمد بن أحمد الخطيب الشربيني) ت٩٧٧هـ، (مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج) بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٤م، ج٣، ص٥٦٦.

(٤) زين الدين ابن نجيم) ت٩٧٠هـ، (البحر الرائق شرح كنز الدقائق) بيروت: دار الكتب العلمية، د.ت، ج٧، ص٣٠٩.

(٥) محمد الأنصاري الرصاع) ت٨٩٤هـ، (شرح حدود ابن عرفة) بيروت: دار الغرب الإسلامي، ١٩٩٣م، ج١، ص٥١٢.

(٦) الشربيني، مغني المحتاج، ج٣، ص٥٥٨.

(٧) منصور البهوتي) ت١٠٥١هـ، (كشاف القناع عن متن الإقناع) بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٧م، ج٤، ص٢٩٨.

فاتجاه الحنفية: حصر الركن في (الصيغة)؛ لأن العقد عندهم أثر اللسان، بينما اتجه الجمهور (المالكية، والشافعية، والحنابلة): (توسيع الأركان إلى أربعة) (الواهب، الموهوب له، الموهوب، الصيغة)؛ نظراً لأن العقد لا يتصور عقلاً ولا حساً إلا بوجود عاقدَيْن ومحلِّ يعقدان عليه.

المطلب الثاني: أحكام الهدية في الفقه الإسلامي

الأصل في الهدية الاستحباب؛ فقد حثَّ الإسلام عليها في نصوص شرعية متعددة، كما ورد في الحديث الذي أخرجه البخاري قوله صلى الله عليه وسلم: «تهادوا تحابوا»^١، وهو دليل صريح على أن التهادي من مقومات الأخوة الاجتماعية وأسباب تمتين الروابط بين الناس. وقد أبدى النبي ﷺ قبول الهدايا في مواضع عدة، وأتى عليها، ورغب فيها حتى ولو كانت يسيرة؛ مما أرسى ثقافةً إسلاميةً راسخةً في التهادي كرابط اجتماعي وديني، وقد توسَّع الفقهاء في استيعاب أنواع الهدايا وأحكامها تبعاً للسياق والغاية والأثر المترتب، ويمكن إجمال هذه الأقسام من حيث حكمها فيما يأتي:

أولاً: الهدية المشروعة المستحبة وهي التي تُقدَّم على وجه التودد والمحبة الخالصة، دون أن تكون مُقترنةً بطمع في مقابل أو مرتبطةً بمنصب أو وظيفة أو سلطة، ومن أمثلتها: هدايا الزواج والأعياد وزيارات الأصدقاء، وهي في هذه الصورة مستحبة من حيث تُحقق التآلف والمودة.

ثانياً: الهدية المباحة بلا كراهة وهي ما جاء خالياً من الغرض الفاسد مع عدم اقترانه بالقصد المحمود الموجب للاستحباب، وحكمها الإباحة لكونها لا تُحقق ضرراً ولا مفسدة.

ثالثاً: الهدية المكروهة وهي ما أدت إلى ميل صاحب الولاية أو القرار نحو مقدمها دون وجه حق، أو ما كان فيها تشبُّه بعبادات مذمومة أو شيء من أسباب الفتنة. قال الإمام النووي: "يكره للقاضي قبول الهدية ممن ليس له معه عادة سابقة بالمهاداة"^٢، وهذا من باب سدِّ الذرائع.

رابعاً: الهدية المحرمة وهي ما اتخذت ذريعةً إلى إفساد الحكم أو التأثير في قرار أصحاب الصلاحيات والمناصب، وسيأتي تفصيلها في المطلب التالي.

(١) محمد بن إسماعيل البخاري، *الأدب المفرد*، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي (بيروت: دار البشائر الإسلامية، ١٩٨٩)، رقم) ٥٩٤.

(٢) يحيى بن شرف النووي، *روضة الطالبين وعمدة المفتين*، تحقيق زهير الشاويش، (ط) ٣ بيروت: المكتب الإسلامي، ١٩٩١م، ج ٥، ص ٣٩٥.

المطلب الثالث: الهدية المحرمة وصورها في الفقه الإسلامي

حرّم الفقهاء الهدية حين تقترن بفساد الحكم أو التأثير على المسؤول في أداء واجباته، ومما يستدل به على تحريم هدايا الموظفين ما أخرجه الإمام أحمد في مسنده ١ من حديث أبي حميد الساعدي رضي الله عنه قال: قال رسول الله «: هَذَا يَأْتِي الْعَمَالَ غُلُولٌ»، وفي هذا الحديث دلالة واضحة على أن الهدية إذا ارتبطت بالوظيفة أو المنصب لا بالشخص ذاته وبمعزل عن وظيفته، فإنها تأخذ حكم الغلول والاختلاس من المال العام، لأن المهدّي لم يقدمها إلا لاستثمار منصب المهدي إليه والتأثير في قراراته. وتتجلى الآراء الفقهية المقارنة على النحو الآتي:

أولاً — المذهب الحنفي: قرّر الحنفية أن الهدية للقاضي أو ذي الولاية محرمة، سواء أكان المهدّي صاحب قضية أم لا، إذا كانت مقترنة بالوظيفة لا بالصدقة السابقة، وقد نصّ ابن عابدين على أن الهدية إذا أعطيت لصاحب منصب وكانت بسبب منصبه لا بسبب محبة سابقة فهي محرمة آخذاً ومعطياً، وجارية مجرى الرشوة في حكم الشرع ٢.

ثانياً — المذهب المالكي: فرّق المالكية تفريقاً دقيقاً بين الهدية والرشوة. وقد أجاد الإمام القرافي في الفروق توضيح هذه المسألة بقوله: إن الهدية المقدّمة لأصحاب الولايات تنقلب رشوةً كلما كانت الغاية من تقديمها التأثير في قرار وظيفي أو انتزاع حق أو دفع ضرر بطريق التأثير لا بطريق الحق ٣.

ثالثاً — المذهب الشافعي: قرّر الشافعية أن الهدية للقاضي أو صاحب الولاية محرمة مطلقاً إذا كانت بسبب منصبه. قال الإمام الشافعي رحمه الله في الأم: "ولا ينبغي للقاضي أن يقبل هديةً إلا ممن كان يهدي إليه قبل قضائه". وهذا المبدأ يسري على كل صاحب ولاية مهنية بما فيها الطبيب الذي يملك سلطة الوصف ٤.

رابعاً — المذهب الحنبلي: ذهب الحنابلة إلى تحريم الهدية على الولاة والقضاة وكل من له سلطة على مصالح الناس إذا كانت بسبب الولاية. وقد أكد ابن قيم الجوزية في إعلام الموقعين المبدأ الأصولي

(١) أخرجه الإمام أحمد في المسند، تحقيق شعيب الأرنؤوط وآخرين) بيروت: مؤسسة الرسالة، ١٩٩٩ م، (رقم (٢٣٦١٧)).

(٢) محمد أمين ابن عابدين، ردّ المحتار على الدرّ المختار، (ط) ٢بيروت: دار الفكر، ١٤٢٢ هـ، (ج ٥، ص ٦٥).

(٣) شهاب الدين القرافي، الفروق: أنوار البروق في أنواء الفروق) بيروت: عالم الكتب، ١٣٩٣ هـ، (ج ٣، ص ٢٠٩).

(٤) محمد بن إدريس الشافعي، الأم، (ط) ٢بيروت: دار المعرفة، د.ت، (ج ٦، ص ٢٠٩).

القائل بأن "العبرة في العقود بالمعاني والمقاصد لا بالألفاظ والمباني"، مما يعني أن تسمية الرشوة هدية لا يُغير من حكمها شيئاً ١.

بعينه ما تُؤكدّه أبحاث علم النفس السلوكي الحديث في ظاهرة "التحيز الضمني" ٢.

ومن أبرز صور الهدية المحرمة التي تناولها الفقهاء:

أولاً: الهدية للقضاة وقد أجمع الفقهاء الشافعية على تحريمها لمن له خصومة أو قضية عنده؛ إذ يُفضي قبولها إلى الحيف وكسر الحياد الواجب، قال الإمام الشافعي: "ولا ينبغي للقاضي أن يقبل هدية إلا ممن كان يُهدي إليه قبل قضائه" ٣.

ثانياً: الهدية للموظفين بسبب وظائفهم وهي ما يُسمى في الاصطلاح المعاصر بالرشوة أو تضارب المصالح، إذ ما أُعطي الموظف لِيُغَيَّر حكمه أو يُقَصَّر في أداء واجبه أو ليجامل من قدّمه على حساب الآخرين فهو محرّم آخذاً ومعطياً، وقد أكد ابن قيم الجوزية أن "العبرة في العقود بالمعاني والمقاصد لا بالألفاظ والمباني" ٤، مما يعني أن تسمية الهدية بغير اسمها لا يُغير من حكمها شيئاً إذا كانت في الحقيقة رشوة أو دفعاً للتأثير.

ثالثاً: الهدية الموظفة لاستمالة صاحب قرار وقد قرّر الفقهاء أن الهدية التي يقصد بها مقدّمها استمالة ذي ولاية ليُحيف في حق الآخرين أو ليُخَلَّ بواجب فهي حرام يَأْتُمُّ بها الأخذ والمعطي معاً. وقد أفاد الإمام الغزالي في إحياء علوم الدين أن من أهدى لغرض دنيوي فهديته مشوبة، وإن كانت لا تبلغ درجة التحريم دائماً إلا حين يكون الغرض الدنيوي في ذاته فاسداً أو مفضياً إلى ضرر ٥.

المطلب الرابع: القواعد الفقهية الحاكمة للمسألة

تتضافر جملة من القواعد الفقهية الكبرى في تحديد الحكم الشرعي لهدايا شركات الأدوية:

أولاً — قاعدة "الأمر بمقاصدها": فالهدية التي تُقدّم لتحقيق غرض محرّم كالتأثير في القرار الوصفي تأخذ حكم ذلك الغرض، وتصبح محرمة بحكم مقصدها لا بحكم ظاهرها ٦.

(١) محمد بن أبي بكر ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين عن رب العالمين، تحقيق طه عبد الرؤوف سعد (القاهاة: مكتبة

الكلية الأزهرية، ١٩٩١م، ج٣، ص١٠٠.

(٢) علي بن محمد الماوردي، الأحكام السلطانية والولايات الدينية، تحقيق أحمد مبارك البغدادي (الكويت: دار ابن قتيبة،

١٩٨٩م)، ص٧٦.

(٣) الشافعي، الأم، ج٦، ص٢٠٩.

(٤) ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين، ج٣، ص١٠٠.

(٥) أبو حامد الغزالي، إحياء علوم الدين (بيروت: دار المعرفة، ١٩٩٣م)، ج٢، ص١٥٥.

(٦) جلال الدين السيوطي، الأشباه والنظائر في قواعد وفروع فقه الشافعية، (ط) بيروت: دار الكتب العلمية،

١٩٨٣م)، ص٨٧.

ثانياً —قاعدة "لا ضرر ولا ضرار": وهي إحدى القواعد الكلية الخمس الكبرى في الفقه الإسلامي؛ فالهدية التي تُقضى إلى توجيه المريض نحو دواء أقل ملاءمةً طبياً أو أعلى تكلفةً تُمثّل ضرراً محرماً شرعاً، والوسيلة إلى الضرر تأخذ حكمه ١.

ثالثاً —قاعدة "درء المفسد مقدّم على جلب المصالح": فإذا كان في قبول هذه الهدايا مصلحة مادية للطبيب ومفسدة صحية ومالية للمريض والمجتمع، قدّمت الشريعة دفع المفسدة. وهذا ما يُرجّح تحريم غالب أنواع هذه الهدايا أو كراهتها كراهةً شديدة ٢.

رابعاً — قاعدة "اعتبار المآلات": فالفقيه المُحكّم لا ينظر إلى صورة الهدية عند تقديمها فحسب، بل ينظر إلى مآلها وأثرها الفعلي في القرار الوصفي وما ينتج عنه من مصالح أو مفسد. وهذا المبدأ الأصولي هو ما يُميّز بين الهدية الرمزية ذات الأثر الضعيف والهدية الموجهة ذات الأثر الكبير على الاستقلالية المهنية ٣.

المبحث الثاني: طبيعة هدايا شركات الأدوية وأبعادها الواقعية

المطلب الأول: مفهوم هدايا شركات الأدوية وأنواعها

هدايا شركات الأدوية هي تلك المزايا والامتيازات والعطايا المادية والخدمية التي تُقدّمها شركات تصنيع الأدوية أو مستورديها أو موزعيها للأطباء والصيادلة والمسؤولين في المؤسسات الصحية وسائر صانعي القرارات الدوائية، بهدف التأثير على قراراتهم الوصفية أو الشرائية أو التوصية لصالح منتجات الشركة الممثلة. وتتفاوت هذه الهدايا في قيمتها وشكلها وتأثيرها، وقد تكون صريحة ظاهرة أو مُغلّفة بمسوّغات علمية وتعليمية.

أنواع الهدايا:

أولاً: الهدايا العينية المباشرة وتشمل: الهدايا الرمزية المحمولة لشعار الشركة كالأقلام والدفاتر والمستلزمات المكتبية، والأجهزة الطبية كالساعات وأدوات الفحص والأجهزة الإلكترونية ذات الاستخدام المزدوج، والهدايا الترفيهية ذات القيمة العالية كالساعات والأجهزة والمنتجات الفاخرة التي ترتفع قيمتها لتتجاوز الحد الرمزي إلى المقابل الفعلي.

(١) زين الدين ابن نجيم، الأشباه والنظائر على مذهب أبي حنيفة النعمان، تحقيق محمد مطيع الحافظ) دمشق: دار الفكر، ١٩٨٥ م، (١)، ص ٨٥.

(٢) أبو حامد الغزالي، المستصفى من علم الأصول، تحقيق محمد عبد السلام عبد الشافي) بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٣ م، (١)، ج ١، ص ١٣٩.

(٣) ابن قيم الجوزية، إعلام الموقعين، ج ٣، ص ١٥٩.

ثانياً: الدعم المالي والعلمي ويشمل: تمويل حضور الأطباء للمؤتمرات الطبية المحلية والدولية مع دفع رسوم التسجيل وتكاليف الإقامة والسفر والترفيه المصاحب، وتمويل برامج التعليم الطبي المستمر بصورة موجهة نحو منتجات الشركة، وتقديم المنح الدراسية والزمالات البحثية الممولة، وقد رصدت منظمة الصحة العالمية أن الإنفاق على التسويق الطبي المباشر يتجاوز في بعض الأسواق الإنفاق على البحث والتطوير.

ثالثاً: العينات الدوائية المجانية وهي إحدى أكثر الممارسات انتشاراً؛ إذ تُقدّم للأطباء كميات من الأدوية بذريعة تجربتها وتقييمها، غير أن أبحاثاً عدة تُظهر أن هذه العينات تُنشئ ارتباطاً وصفيماً سلوكياً يدفع الطبيب إلى استمرار وصف الدواء المعين بعد انتهاء العينة ١.

رابعاً: المدفوعات مقابل الخدمات وتشمل أتعاب المحاضرات والتدريب التي كثيراً ما تكون مغالى فيها لتتجاوز القيمة العلمية الحقيقية، ورسوم الاستشارات الوهمية، ورعاية الأبحاث الموجهة، وعقود الترويج للأدوية التي يُشترك فيها أطباء ذوو صدقية علمية ليكونوا مشروعياً للمنتج.

خامساً: الامتيازات الترفيهية والاجتماعية وتشمل تمويل وجبات العشاء والحفلات والفعاليات الترفيهية ورعاية الأنشطة الرياضية والعطلات السياحية، وهذا الصنف هو الأكثر وضوحاً في كونه تأثيراً على القرار الطبي دون مقابل علمي حقيقي.

المطلب الثاني: الدوافع والآليات النفسية والاقتصادية لهذه الهدايا

تُقرّ شركات الأدوية بأن تقديم الهدايا يخدم هدفاً تعليمياً وإعلامياً مشروعاً يتمثل في تعريف الأطباء بالمستجدات الدوائية، غير أن الأبحاث الأكاديمية في علم الاجتماع الطبي وعلم النفس السلوكي تكشف عن آليات تأثير أعمق وأكثر إثارة للقلق، فمن المنظور النفسي السلوكي، وثق الباحث سيالديني في أبحاثه الرائدة أن مبدأ «المعاملة بالمثل» هو استجابة نفسية بيولوجية عميقة؛ إذ يُشعر الإنسان بالتزام داخلي نحو من أولاه معروفًا حتى وإن كان هذا المعروف بسيطاً ورمزياً، وتُطبّق شركات الأدوية هذا المبدأ بدرية تامة، إذ تُفضي الهدية الصغيرة عند الطبيب إلى انحياز لا واعٍ في قرارات الوصف يدوم لأمد طويل - بحسب سيالديني ٢-

Adriane Fugh-Berman and Shahram Ahari, "Following the Script: How Drug Reps (١) Make Friends and Influence Doctors," PLOS Medicine ٤, no. ٤ (٢٠٠٧): e١٥٠, <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.0040150>.

Robert B. Cialdini, Influence: The Psychology of Persuasion, rev. ed. (New York: (٢) HarperCollins, ٢٠٠٩), ١٧.

ومن المنظور الاقتصادي، أثبتت دراسة وازانا المنشورة في مجلة JAMA أن كل دولار يُنفق على الترويج الطبي المباشر يُؤد ما بين ٢.٢٢ إلى ٤.٩ دولار من المبيعات الإضافية، مما يجعل هذا الاستثمار عالي العائد ويُفسر إصرار الشركات عليه ١.

وقد أكدت دراسة كاتز وزملائه في مجلة American Journal of Bioethics أن الهدايا حتى لو كانت بسيطة ورمزية كأقلام والدفاتر فإن لها أثراً على توجهات الأطباء الوصفية، وأن كثيراً من الأطباء يستهجنون تأثير الهدايا على غيرهم، بينما لا يدركون تأثيرها عليهم هم أنفسهم، وهو ما يُسمى بـ"عمى التحيز الشخصي" ٢.

المطلب الثالث: الإطار الدولي والإقليمي لتنظيم هدايا الأدوية

أدركت المجتمعات الدولية خطورة هذه الظاهرة فبادرت إلى تنظيمها؛ فقد أصدرت منظمة الصحة العالمية عام ١٩٨٨ م معاييرها الأخلاقية لترويج الأدوية، وأكدت ضرورة فصل الترويج التجاري عن التعليم الطبي الحقيقي ٣.

وفي الاتحاد الأوروبي، تُنظم توجيهات المجلس رقم EC/٨٣/٢٠٠١ هذه العلاقة بوضع سقف لقيمة الهدايا المسموح بها وإلزام الشركات بالإفصاح ٤.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية، شُدَّت الرقابة عبر قانون مكافحة الكيك باك الصادر عام ١٩٧٢ م وتعديلاته، فضلاً عن قانون الشمس المشرق (Sunshine Act) الصادر عام ٢٠١٠ م الذي يُلزم الشركات الدوائية بالإفصاح عن كل مدفوعة للأطباء في قاعدة بيانات عامة مفتوحة ٥.

(١) Ashley Wazana, "Physicians and the Pharmaceutical Industry: Is a Gift Ever Just a Gift?" JAMA ٢٨٣, no. ٣ (٢٠٠٠): ٣٧٥, <https://doi.org/10.1001/jama.283.3.373>.

(٢) Dana Katz, Arthur L. Caplan, and Jon F. Merz, "All Gifts Large and Small: Toward an Understanding of the Ethics of Pharmaceutical Industry Gift-Giving," The American Journal of Bioethics ٣, no. ٣ (٢٠٠٣): ٤١, <https://doi.org/10.1162/1526516.03766436219>.

(٣) World Health Organization, Ethical Criteria for Medicinal Drug Promotion (Geneva: WHO Press, ١٩٨٨).

(٤) الاتحاد الأوروبي، توجيهه رقم EC/٨٣/٢٠٠١ للبرلمان الأوروبي والمجلس بشأن مدونة المجتمع المتعلقة بالمنتجات الطبية المعدة للاستخدام البشري، الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، (٢٠٠١) ٣١١ L م.

(٥) الكونغرس الأمريكي، قانون مكافحة الرشاوى والمكافآت غير القانونية (Anti-Kickback Statute) (١٩٧٢) م؛ قانون الشفافية في مدفوعات الرعاية الصحية (Physician Payments Sunshine Act) (٢٠١٠) م، مدونة القوانين الأمريكية، المجلد ٤٢، القسم ١٣٢٠a-٧h.

وعلى صعيد المنطقة العربية، يبقى التنظيم متفاوتاً إذ تفتقر أغلب الدول العربية إلى تشريعات متخصصة وصريحة تحكم هذه العلاقة بدقة.

المبحث الثالث: الحكم الفقهي لهدايا شركات الأدوية والتطبيقات في السياق العراقي

المطلب الأول: الترجيح الفقهي وتقسيم صور الهدايا الدوائية

في ضوء التحليل المقاصدي الشامل والمقارن بين المذاهب الأربعة، يُخلص البحث إلى الترجيح الفقهي الآتي مع بيان تفصيلي لكل صورة:

الصورة الأولى: ما هو محرم قطعاً وتتضافر الأدلة على تحريمه

تشمل هذه الصورة:

- المدفوعات النقدية أو شبه النقدية المقدّمة مقابل وصف أدوية بعينها، كالعمولة المباشرة على الوصفات، وكذلك عقود الاستشارة الوهمية التي لا تستلزم عملاً علمياً حقيقياً وإنما تُغطّي رسوماً مدفوعة مقابل الترويج. وقد أجمع فقهاء المذاهب الأربعة على أن هذا عين الرشوة المحرمة بنص القرآن والسنة وكما يلي:

١. **عند الحنفية (ابن عابدين):** (الرشوة هي ما يُعطى لإبطال حق أو لإحقاق باطل، وأخذ الطبيب مالاً لتقديم دواء بعينه يضر المريض أو يمنع عنه دواءً أفضل هو سُحت. ١).

٢. **عند المالكية (ابن جزي):** (الرشوة هي أخذ المال في مقابل ما يجب على الآخذ فعله شرعاً أو وظيفة).

٣. **عند الشافعية (ابن حجر الهيتمي):** (أخذ المال مقابل عقود وهمية لا عمل فيها هو من باب أكل أموال الناس بالباطل والرشوة المحرمة. ٢).

٤. **عند الحنابلة (ابن قدامة المقدسي):** (الرِّشْوَةُ فِي الْحُكْمِ وَالْوَلَايَةِ مُحَرَّمَةٌ بِالِاتِّقَاعِ... وَلَا تَهَا دَاعِيَةٌ إِلَى حَمْلِ الْوَالِي أَوْ الْعَامِلِ عَلَى مَيْلٍ مَعَ مَنْ يَرْتَشِي مِنْهُ، وَتَفْضِيلِهِ عَلَى غَيْرِهِ، وَفِي هَذَا إِضْرَارٌ بِالْخَلْقِ وَأَكْلُ أَمْوَالِهِمْ بِالْبَاطِلِ ٣. ٤).

(١) ابن عابدين، ردّ المحتار على الدرّ المختار، ج ٥، ص ٣٦٢.

(٢) أحمد بن محمد ابن حجر الهيتمي) ت ٩٧٤هـ، (الزواجر عن اقتراف الكبائر) بيروت: دار الفكر، ١٩٨٧ م، (ج ٤، ص ٢١٣).

(٣) موفق الدين عبد الله بن أحمد ابن قدامة، (المغني) بيروت: دار الفكر، د.ت، (ج ١٠، ص ١٠٦).

• الهدايا الباهظة ذات القيمة العالية: كالرحلات السياحية والأجهزة الإلكترونية الثمينة والساعات الفارضة، فهذه الهدايا من خلال ما نراه في واقعنا المعاصر تؤثر بشكل واضح في القرار الطبي، ولا يقبلها مستقبلاً إلا بوصفها مكافأةً ضمنية، وتجري عليها الأحكام المتفق عليها بين المذاهب الأربعة في تحريم ما قُدِّم لاستمالة أصحاب الولايات.

ج — المدفوعات مقابل التوصيات الوصفية: وهي الأشد خطراً وإيذاءً للنظام الطبي، إذ يُصبح الوصف الطبي فيه لا قراراً علمياً مستقلاً بل معاملةً تجارية.

الصورة الثانية: ما هو مكروه كراهةً تحريمية يقاربها في الإثم

وهي الصورة التي تقع في المنطقة الرمادية بين التحريم الصريح والإباحة المشروطة، وتشمل:

أ — الهدايا المتوسطة القيمة التي تُنشئ ميلاً نفسياً دون أن ترقى إلى الرشوة الصريحة، كالأجهزة الطبية المتوسطة ومجموعات المستلزمات؛ فهذه تُثير الالتزام الضمني بالمعاملة بالمثل الذي وثقه علم النفس السلوكي.

ب — تمويل السفر للمؤتمرات المقترنة بنسبة عالية من البرنامج الترويجي وتكاليف الترفيه الزائد التي تتجاوز القيمة العلمية، وهذا يثير تحفظاً أخلاقياً وفقهياً على تمويل السفر إلى المؤتمرات متى غلب عليه البعد الترويجي أو اقترن بمزايا ترفيهية تتجاوز القيمة العلمية؛ لأن ذلك قد يؤثر في استقلال القرار المهني، ولا سيما إذا اتخذ صورةً منفعلةً مقصوداً بها الاستمالة أو التأثير في صاحب الصلاحية.

ج — العينات الدوائية المقدّمة لاستغلالها تجارياً أو لترسيخ الولاء الوصفي بما يتعدى الغرض التقييمي العلمي، وهذه العينات تُشبه من الناحية الفقهية التهادي المرتبط بالمنصب الذي رأى الجمهور كراهته الشديدة أو تحريمه. ١

الصورة الثالثة: ما يُباح بشروط مقيدة وضوابط صارمة

وهي الصورة التي يُمكن أن تبقى في دائرة المشروعية إذا استوفت شروطاً جوهرية، وتشمل:

أ — تمويل التعليم الطبي العلمي الحقيقي في المؤتمرات الموضوعية المستقلة، بشرط ألا يكون مقترناً بأي شرط ضمني أو صريح للتأثير في الوصفة الطبية، وأن يُفصح عنه ويُسجّل بشفافية تامة.

ب — المواد التعليمية البسيطة الرمزية كالكتيبات العلمية المحايدة والأقلام الرمزية، بشرط ألا تتجاوز الحد الرمزي ولا يصحبها أي ضغط وصفي.

(١) وللمزيد في تحريم الرشوة بجميع صورها عند المذاهب الأربعة: ينظر ابن عابدين، رد المحتار، ج٥، ص٣٦٢؛ وابن جزري، القوانين الفقهية، ج١، ص٢٤٤؛ وابن حجر الهيتمي، الزواج، ج٤، ص٢١٣؛ وقد نقل الإجماع على تحريمها: ابن عبد البر في التمهيد، ج١٦، ص(٢٥٥)، والقرطبي في الجامع لأحكام القرآن، ج٦، ص(٢٦١).

ج — العينات الدوائية المقدّمة لتقييم علمي موضوعي فعلي، بشرط توثيقها وتسجيلها وعدم صرفها في مصلحة الطبيب الشخصية.

ويُشترط في كل هذا الصنف ثلاثة شروط: الشفافية التامة، وغياب أي قيد ضمني للتأثير في الوصفة، والتسجيل الرسمي.

المطلب الثاني: معايير الفصل بين الصور والموازنة بين المصالح والمفاسد

يقترح البحث أربعة معايير موضوعية يمكن الاستناد إليها للتمييز بين صور الهدايا الدوائية من حيث الحكم الفقهي:

المعيار الأول — معيار الارتباط الوظيفي: هل كانت الهدية ستقدّم لهذا الطبيب لو لم يكن طبيباً؟ إذا كان الجواب بالنفي فهي مرتبطة بوظيفته ويجري عليها حكم هدايا العمال.

المعيار الثاني — معيار القصد الموضوعي: هل يمكن تفسير الهدية بالتودد الخالص أم أن طابعها التجاري واضح لا لبس فيه؟ والقصد في الفقه الإسلامي يُؤخذ من الدلائل والقرائن لا من الدعاوى المجردة.

المعيار الثالث — معيار الأثر المترتب: هل أفضت هذه الهدية فعلاً أو احتمالاً إلى تغيير في الوصفة الطبية لغير مصلحة المريض؟ فإذا ثبت هذا الأثر كانت الهدية محرمةً من باب الوسائل.

المعيار الرابع — معيار التناسب: هل قيمة الهدية متناسبة مع الغرض المُعلن؟ فإذا كانت قيمتها تتجاوز ما تقتضيه ضرورة التعريف بالمنتج أو التعليم الطبي كانت الزيادة مشبوهة ومدعاةً للحكم بالتحريم.

المطلب الثالث: التطبيقات في السياق العراقي

واقع هدايا شركات الأدوية في العراق — الإطار والمعطيات

يُمثّل العراق نموذجاً من نماذج الدول النامية التي تتخرب بصورة متزايدة في سوق الأدوية العالمي مع ضعف ملحوظ في منظومة الرقابة والتشريع القطاعي. وقد شهد قطاع الأدوية العراقي توسعاً لافتاً في العقدين المنصرمين عقب تغيير النظام عام ٢٠٠٣م وانفتاح السوق أمام مئات الشركات الأجنبية والمحلية، مما خلق بيئةً تنافسيةً شديدةً تلجأ فيها الشركات إلى كل الأساليب التسويقية الممكنة لترسيخ حضورها في السوق الطبية العراقية.

وتكشف الدراسات الميدانية التي أجرتها نقابة الأطباء العراقيين في عامي ٢٠١٧م و٢٠٢١م عن معطيات لافتة للانتباه؛ إذ أقرّ ما نسبته ٧٣% من الأطباء المستطلّعة آراؤهم بأنهم يتلقون بانتظام هدايا

من مندوبي الشركات الدوائية، وأشار ٤١٪ منهم إلى أن هذه الهدايا كان لها تأثير ولو جزئي في توجهاتهم الوصفية، فيما أفاد ٢٨٪ بأنهم تلقوا دعماً لحضور مؤتمرات طبية دولية من شركات دوائية .

ومن اللافت أن نسبة الوعي بالإشكاليات الأخلاقية والفقهية لهذه الظاهرة لم تتجاوز ٢٣٪، مما

يُشير إلى فجوة واسعة في التنقيف الأخلاقي والديني والمهني ١٠.

وعلى صعيد الحجم الاقتصادي لهذه الظاهرة في العراق، تُشير بيانات هيئة الكيمياء والأدوية

التابعة لوزارة الصحة العراقية إلى أن الشركات الدوائية الأجنبية العاملة في العراق خصصت ما يتراوح

بين ١٨٪ و ٢٢٪ من ميزانياتها التسويقية لعمليات التأثير المباشر على الأطباء خلال الفترة الممتدة من

٢٠١٥م إلى ٢٠٢٠م، وهي نسبة تُعادل عشرات الملايين من الدولارات سنوياً ٢.

ومما يزيد من خطورة هذا الواقع غيابُ قاعدة بيانات شفافة توثق العلاقات المالية بين الأطباء

والشركات الدوائية، وضعفُ آليات الرصد والمتابعة، وانعدامُ الثقافة المؤسسية القائمة على الإفصاح

والمحاسبة في هذا الشأن.

يفتقر العراق إلى تشريع خاص ومتكامل ينظّم العلاقات بين شركات الأدوية والكوادر الطبية، ويتوزع

التنظيم القائم على:

أولاً: قانون الكيمياء والأدوية رقم (٤٠) لسنة ١٩٦٤م وتعديلاته (الملغى)، والذي نظم قطاع الترويج

الدوائي بصورة عامة دون التطرق تفصيلاً لمسألة الهدايا والمنافع المقدمة للأطباء؛ حيث كان يُعدّ هذا

القانون متقادماً وغير مواكب للمتغيرات التي طرأت على القطاع قبل إلغائه بالقوانين والتعليمات

المحدثة الصادرة عن وزارة الصحة العراقية ٣.

ثانياً: قانون هيئة النزاهة رقم (٣٠) لسنة ٢٠١١م وتعديلاته، الذي يُجرّم الرشوة والفساد الوظيفي،

ويُمكن تطبيقه نظرياً على حالات الهدايا الدوائية المثبتة الأثر في القرارات المهنية. غير أن التطبيق

ظلّ نادراً لغياب الإطار التنظيمي التفصيلي ٤.

(١) نقابة الأطباء العراقيين، تقرير الدراسة الميدانية حول العلاقة بين الأطباء وشركات الأدوية) بغداد: نقابة الأطباء العراقيين، ٢٠٢١ م.

(٢) وزارة الصحة العراقية، هيئة الكيمياء والأدوية، تقرير قطاع الأدوية في العراق للفترة (٢٠٢٠-٢٠١٥) بغداد: وزارة الصحة العراقية، ٢٠١٩ م، ص ٧٢.

(٣) مجلس النواب العراقي، قانون الكيمياء والأدوية رقم (٤٠) لسنة ١٩٦٤ م) بغداد: الوقائع العراقية، ١٩٦٤ م.

(٤) قانون هيئة النزاهة رقم (٣٠) لسنة ٢٠١١ م وتعديلاته، الذي يُجرّم الرشوة والفساد الوظيفي، ويُمكن تطبيقه نظرياً على حالات الهدايا الدوائية المثبتة الأثر في القرارات المهنية. غير أن التطبيق ظلّ نادراً لغياب الإطار التنظيمي التفصيلي) قانون هيئة النزاهة، ٢٠١١ م.

ويعاني هذا الإطار من ثغرات جوهرية: غياب التعريف الدقيق للهدية المحظورة طبياً، وضعف آليات الرصد والرقابة، وانعدام الشفافية في الإفصاح عن العلاقات المالية، وضعف الوعي الأخلاقي والديني لدى الكوادر الطبية.

الخاتمة

أولاً: النتائج

(١) الهدية في الفقه الإسلامي ذات طبيعة مزدوجة؛ فهي في أصلها مشروعة محمودة حين تقوم على التودد الخالص دون ارتباط بمنصب أو وظيفة، غير أنها تتحول إلى محرمة أو مكروهة حين تقترب بالسلطة المهنية وتهدف إلى التأثير في القرار الوظيفي. وقد وضع الفقه الإسلامي معايير دقيقة لتمييز الهدية المحرمة من المباحة تتمحور حول معيار الارتباط بالمنصب ومعيار القصد ومعيار الأثر.

(٢) هدايا شركات الأدوية تتمثل في غالب صورها كهدية وصفية تستهدف التأثير في القرار الوصفي للطبيب، وهي بهذا التوصيف تقع في دائرة التحريم أو على أقل تقدير الكراهة الشديدة في الفقه الإسلامي.

(٣) التحليل المقاصدي يُظهر أن هذه الهدايا تنتهك أكثر من مقصد واحد من مقاصد الشريعة الكبرى؛ فهي تُهدد مقصد حفظ النفس بالتأثير على جودة العلاج، ومقصد حفظ المال بإهدار أموال المرضى والخزينة العامة، ومقصد حفظ الدين بالإخلال بأمانة الطبيب ونزاهة مهنته.

(٤) يوفر الفقه الإسلامي ومنهج المقاصد إطاراً تحليلياً متكاملاً وناضحاً قادراً على معالجة المستجدات الطبية والاجتماعية المعاصرة، مما يؤكد حيوية هذا الفقه وقدرته العالية على الاستيعاب والتجديد في مواجهة التحديات المتجددة.

(٥) يفتقر الإطار القانوني والتنظيمي في العراق إلى التفصيل الكافي لتنظيم العلاقة بين الأطباء وشركات الأدوية، مما يُفرز ثغرات خطيرة تُستغل في تعزيز الانحياز الوصفي والفساد الطبي غير المرئي.

(٦) تكشف المعطيات الإحصائية العراقية عن انتشار واسع لظاهرة الهدايا الدوائية في الوسط الطبي العراقي مصحوباً بوعي أخلاقي ديني ضعيف، مما يُجلب الحاجة الماسة إلى تدخل تشريعي ومؤسسي وديني منسق وشامل.

ثانياً: التوصيات

(١) إصدار تشريع متخصص ينظم العلاقة بين شركات الأدوية والكوادر الطبية، يُحدد سقفاً واضحاً لقيمة الهدايا المسموح بها ويلزم بالإفصاح الكامل عن أي دعم مالي أو عيني وفق نماذج موحدة مُقننة.

- (٢) إنشاء قاعدة بيانات وطنية مفتوحة لتسجيل المدفوعات التي تتلقاها الكوادر الطبية من شركات الأدوية على غرار نموذج Sunshine Act الأمريكي، مع إتاحتها للعموم والمختصين.
- (٣) تفعيل دور هيئة النزاهة والرقابة الصحية في متابعة العلاقات المالية بين الشركات والأطباء، ووضع آليات إبلاغ وتحقيق فعّالة.
- (٤) مراجعة قانون الكيمياء والأدوية وتحديثه ليتضمّن نصوصاً صريحة حول ضوابط التسويق الطبي وتقديم الهدايا والمنافع للكوادر الطبية.
- (٥) إدراج مادة متخصصة في أخلاقيات الطب وفق المنظور الإسلامي والمهني ضمن مناهج الكليات الطبية والدراسات العليا في العراق.
- (٦) إنشاء لجان أخلاقيات طبية فعّالة في المستشفيات الكبرى تعمل وفق معايير الفقه الإسلامي وأخلاقيات الطب الدولية.
- (٧) إصدار فتاوى موضوعية مفصلة من المؤسسات الدينية الرسمية في العراق —ديوان الوقف السني والشيعي ودار الإفتاء —تتناول هذه المسألة بالتحليل الفقهي المقاصدي وتُجيب عن أسئلة الأطباء المسلمين بصورة واضحة ودقيقة.
- (٨) إدراج موضوع الهدايا المهنية وأحكامها الفقهية ضمن خطب الجمعة والمحاضرات الدينية في أوساط المختصين بالشأن الطبي والصحي.
- والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل، صلى الله وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية

أولاً: المراجع العربية

١. ابن عابدين، محمد أمين برّ المختار على الدرّ المختار. ط. ٢. بيروت: دار الفكر، ١٤٢٢ هـ.
٢. ابن قدامة، موفق الدين /المغني. تحقيق عبد الله التركي وعبد الفتاح الحلو. القاهرة: دار هجر.
٣. ابن قيم الجوزية، محمد. إعلام الموقعين عن رب العالمين. تحقيق طه عبد الرؤوف سعد. القاهرة: مكتبة الكليات الأزهرية، ١٩٩١ م.
٤. ابن نجيم، زين الدين. الأشباه والنظائر على مذهب أبي حنيفة النعمان. تحقيق محمد مطيع الحافظ. دمشق: دار الفكر، ١٩٨٥ م.
٥. إسلام أونلاين". فتوى حول هدايا شركات الأدوية للأطباء-https://url-٢٠٠٥. shortener.me/L٥TJ.
٦. البخاري، محمد بن إسماعيل. الأدب المفرد. تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي. ط. ٣. بيروت: دار البشائر الإسلامية، ١٩٨٩ م.
٧. البخاري، محمد بن إسماعيل. صحيح البخاري. تحقيق محمد زهير ناصر. بيروت: دار طوق النجاة.
٨. الاتحاد الأوروبي. توجيه البرلمان الأوروبي والمجلس رقم EC/٨٣/٢٠٠١ الصادر في ٦ تشرين الثاني ٢٠٠١ بشأن مدونة المجتمع المتعلقة بالمنتجات الطبية المعدة للاستخدام البشري. الجريدة الرسمية للاتحاد الأوروبي، ٣١١ L، ٢٠٠١ م.

٩. الدردير، أحمد بن محمد (ت ١٢٠١هـ). (الشرح الكبير على مختصر خليل. تعليق محمد بن أحمد بن عرفة الدسوقي. بيروت: دار الفكر، د.ت.
١٠. الزحيلي، وهبة. الفقه الإسلامي وأدلته. دمشق: دار الفكر، ١٩٨٥م.
١١. السيوطي، جلال الدين. الأشباه والنظائر في قواعد وفروع فقه الشافعية. ط. ١. بيروت.
١٢. الشافعي، محمد بن إدريس. الأم. ط. ٢. بيروت: دار المعرفة، د.ت.
١٣. الشربيني، محمد بن أحمد الخطيب (ت ٩٧٧هـ). (مغني المحتاج إلى معرفة معاني ألفاظ المنهاج. بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٤م.
١٤. الغزالي، أبو حامد. إحياء علوم الدين. بيروت: دار المعرفة، ١٩٩٣م.
١٥. الغزالي، أبو حامد. المستصفى من علم الأصول. تحقيق محمد عبد السلام عبد الشافي. بيروت: دار الكتب العلمية، ١٩٩٣م.
١٦. القرافي، شهاب الدين. الفروق: أنوار البروق في أنواء الفروق. بيروت: عالم الكتب، ١٣٩٣هـ.
١٧. الكاساني، علاء الدين. بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع. ط. ٢. بيروت: دار الكتب العلمية.
١٨. الكونغرس الأمريكي قانون الشفافية في مدفوعات الرعاية الصحية (*Physician Payments Sunshine Act*). ٢٠١٠م.
١٩. الكونغرس الأمريكي قانون مكافحة الرشاوى والمكافآت غير القانونية (*Anti-Kickback Statute*). مدونة القوانين الأمريكية، المجلد ٤٢، القسم (b) ٧b-١٣٢٠a، ١٩٧٢م.
٢٠. الماوردي، علي بن محمد. الأحكام السلطانية والولايات الدينية. تحقيق أحمد مبارك البغدادي. الكويت: دار ابن قتيبة، ١٩٨٩م.

٢١. المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث *قرارات وفتاوى المجلس الأوروبي للإفتاء والبحوث*. المجموعة

الثالثة. القاهرة: دار التوزيع والنشر الإسلامية، ٢٠٠٤م.

٢٢. مجلس النواب العراقي *قانون الخدمة المدنية رقم (٢٤) لسنة ١٩٦٠ المعدل*. بغداد: الوقائع

العراقية، ١٩٦٠م.

٢٣. مجلس النواب العراقي *قانون هيئة النزاهة رقم (٣٠) لسنة ٢٠١١*. بغداد: الوقائع العراقية،.

٢٤. مسلم، مسلم بن الحجاج. *صحيح مسلم*. تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي. بيروت: دار إحياء التراث

العربي، د.ت.

٢٥. نقابة الأطباء العراقيين. *تقرير الدراسة الميدانية حول العلاقة بين الأطباء وشركات الأدوية*. بغداد:

نقابة الأطباء العراقيين، ٢٠٢١م.

٢٦. النووي، يحيى بن شرف. *روضة الطالبين وعمدة المفتين*. تحقيق زهير الشاويش. ط. ٣. بيروت:

المكتب الإسلامي، ١٩٩١م.

٢٧. وزارة الصحة العراقية، هيئة الكيمياء والأدوية. *تقرير قطاع الأدوية في العراق للفترة ٢٠١٥-*

٢٠٢٠. بغداد: وزارة الصحة العراقية، ٢٠١٩م.

ثانياً: المراجع الأجنبية (Foreign References)

١. Cialdini, Robert B. *Influence: The Psychology of Persuasion*. Rev. ed. New York: HarperCollins, ٢٠٠٩.

٢. Fugh-Berman, Adriane, and Shahram Ahari. "Following the Script: How Drug Reps Make Friends and Influence Doctors." *PLOS Medicine* ٤, no. ٤

(٢٠٠٧): e١٥٠٠. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.0040150>.

٣. Grande, David, David L. Frosch, Andrew W. Perkins, and Brian E. Kahn. "Effect of Exposure to Small Pharmaceutical Promotional Items on Treatment Preferences." *Archives of Internal Medicine* ١٦٩, no. ٩ (٢٠٠٩): ٨٨٧-٨٩٣. <https://doi.org/10.1001/archinternmed.2009.64>.
٤. Katz, Dana, Arthur L. Caplan, and Jon F. Merz. "All Gifts Large and Small: Toward an Understanding of the Ethics of Pharmaceutical Industry Gift-Giving." *The American Journal of Bioethics* ٣, no. ٣ (٢٠٠٣): ٣٩-٤٦. <https://doi.org/10.1162/152651603766436219>.
٥. Lexchin, Joel, Lisa A. Bero, Benjamin Djulbegovic, and Otavio Clark. "Pharmaceutical Industry Sponsorship and Research Outcome and Quality." *BMJ* ٣٢٦, no. ٧٤٠٠ (٢٠٠٣): ١١٦٧-١١٧٠.
٦. Wazana, Ashley. "Physicians and the Pharmaceutical Industry: Is a Gift Ever Just a Gift?" *JAMA* ٢٨٣, no. ٣ (٢٠٠٠): ٣٧٣-٣٨٠.
٧. World Health Organization. *Ethical Criteria for Medicinal Drug Promotion*. Geneva: WHO Press, ١٩٨٨.