

Заботится ли о здоровье медицинская реклама?

Реклама – двигатель торговли. А медицинская реклама «двигает» торговлю, или она заботится о нашем с вами здоровье?

Статистика неумолимо свидетельствует, что реклама лекарств становится причиной отравлений и смертельных случаев в результате самолечения. Бодрые призывы навсегда покончить с болезнью с помощью лекарства-панацеи (а точнее, следование этим призывам) приводят к печальным последствиям.

Однобокая реклама умалчивает о побочных эффектах и противопоказаниях, о взаимодействии с другими препаратами, «чудо-лекарства» сметаются с полок аптек доверчивыми потребителями и оседают в домашних аптечках. Сказочные обещания побороть грипп за три дня, полностью очистить печень и вообще восстановить здоровье за рекордные сроки становятся все опаснее. Тем более что часто рекламные материалы подаются просто как информационные статьи в прессе, на ТВ. А у нас, особенно у старшего поколения, какой менталитет? Написано в газете – значит, правда.

А бюрократия, связанная с записью к врачам и простаиванием в длинных и нервных очередях, способствует использованию лекарств без консультации и приемов у участковых. Ну, насморк, или голова болит, или даже желудок «схватило» – и что? Бывает. Таблеточку глотнули – вроде полегчало, вот и отлично. А то – отпрашивайся с работы, беги к врачу, жди под дверью кабинета, а в итоге больничный не дадут, потому что «температуры нет».

Ежегодно десятки тысяч людей оказываются в реанимации, став жертвами неконтролируемого приема медицинских препаратов. К сожалению, большинство потребителей воспринимают рекламу как руководство к действию и бесплатный рецепт, а последствия могут быть самыми печальными. Поэтому медицинскую рекламу можно условно назвать рискованной и опасной.

Доля медицинской рекламы среди прочей достаточно высока – около 20 %. По мнению многих представителей национального (я имею в виду украинского) здравоохранения, такая реклама должна быть запрещена на государственном уровне. Почему? Потому что

главный принцип медицины – «не навреди». А реклама лекарственных препаратов, по сути, берет на себя функции врача – рекомендацию тех или иных медикаментов. Конечно, в конце ролика или мелким шрифтом написано, мол, проконсультируйтесь с доктором. Но это имеет такой же эффект, как «Минздрав предупреждает...» на сигаретных пачках, то есть, фактически нулевой. А в случае чего предъявить претензии вам будет некому.

Да и вообще, как можно массово рекомендовать то или иное лекарство, если каждый человек уникален, и подход к его лечению тоже должен быть индивидуальным? Задача врача – определить дозировку, комбинацию с другими препаратами, побочное действие и учесть другие факторы лечения. Нужно заметить, что такую задачу многие предлагают решить фармацевту из аптеки, где они покупают лекарство: «А что вы мне посоветуете вот от этого?..», «А детям до 3 лет это можно?», «А если ребенку уже через месяц исполнится три года, то можно?». Знаю, сама занималась такими «допросами» и вряд ли прекращу эту пагубную практику, пока медицина у нас (точнее, доступ к ней) не будет приведена в порядок. К сожалению.

Автор - **Инна Левит**

[Источник](#)