

כ"ט בכסלו, התשע"ב
25 דצמבר, 2011
מס': 29/11

נושא: פרסום מוצרי רפואה ובריאות באמצעות אנשי צוות רפואי

תחומי הרפואה והבריאות מעוררים דרך קבע עניין רב בציבור ומידע רפואי ובריאותי נצרך בתקשורת יותר מכל תחום אחר. עובדה זו, בצירוף הקשר המיוחד המתקיים בין הרופא המטפל לבין המטופל, אשר נמצא לעיתים קרובות במצוקה גופנית ונפשית ובעמדת תלות בשל חוסר במידע או חשיפה למידע שאינו אמין או רלוונטי, מחדדת את הצורך להסדיר את תחום הפרסום המתבצע באמצעות אנשי צוות רפואי וסגלי מקצועות הבריאות.

נושא הפרסום העצמי של רופאים ופרסום העיסוק ברפואה, מוסדר בפקודת הרופאים התשל"ז-1976, בתיקון לחוק משנת 2000 ובתקנות שהותקנו לחוק בשנת 2008. החוק והתקנות קובעים סייגים והגבלות החלות על פרסומת של רופאים, רופאי שיניים וכן בעלי מקצועות בריאות אחרים. בנוסף להוראות אלה, קיימות מגבלות חוקיות נוספות על פרסום כגון, הגבלה על פרסום תכשירים רפואיים (בין אם הם חייבים מרשם רופא בין אם לאו) וחוק הגנת הצרכן האוסר פרסומת מטעה.

כל אלה נובעים מתוך ההבנה שיש צורך להגן על הציבור מפני הטעיה בפרסומת, מפני שימוש לרעה במידע חלקי וחסר ועל מנת לשמר את אמון הציבור במקצועות הרפואה ובנותני שירותי הרפואה והבריאות.

למרות ההכרה שבחוק בזכותו של הרופא לפרסם את עצמו וביטול האיסור הגורף על פרסום עצמי של רופאים, נושא הפרסום הוא בנפשה של הרפואה לאור הקשר המיוחד בין הרופא לחולה, השונה מהותית מכל מערכת יחסים אחרת הקיימת בין ספק ללקוח.

הלשכה לאתיקה של הר"י פרסמה מספר ניירות עמדה בנושא לרופאים ופרסום. בנייר עמדה בנושא "אמון - לא פרסום" שפרסמה הלשכה לאתיקה של הר"י באוגוסט 2009, צוין, בין השאר, "כי הבחירה ברופא או בטיפול רפואי - אסור שתיעשה בהשפעת פרסומת עצמית של הרופא, וכי פרסומת אישית באמצעי התקשורת המשודרת פוגעת בכבוד המקצוע ובמעמד הרופא ולפיכך אסורה".

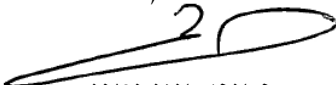
בקוד האתי של הר"י, שפורסם לקראת שנת 2010, מוקדש פרק שלם לפרסום ופרסומת רופאים. הפרק מציין את מה שניתן לפרסם ומפרט את ההגבלות השונות שמטרתן למנוע הטעיית המטופל, פגיעה בציבור או פגיעה בכבוד המקצוע (כמו פרסום שיטות טיפול שנויות במחלוקת, פרסום יתרונות טיפול מסוים מבלי לפרט את הסיבוכים ותופעות הלוואי האפשריות שלו ועוד).

בקוד האתי של הר"י מוקדש פרק נפרד לקשר שבין הרופא לחברות מסחריות שאומר כי "הרופא לא יעסוק, בכל צורה שהיא, במכירה או בפרסום של מוצרים מסחריים, ולא יעמיד את שמו, תוארו האקדמי ומעמדו המקצועי לטובת אינטרסים כלכליים של כל גוף מסחרי שהוא".

על איש הסגל הרפואי להימנע מפרסום מוצר בריאות, תרופה או מוצר רפואי אחר, גם אם אין בו אזכור מפורש של שם התרופה או המוצר, אולם מהאמור בפרסום, ניתן להבין לאיזו תרופה או מוצר מכוון הרופא.

משרד הבריאות תומך בכללי האתיקה האמורים. יתירה מזו - לראיית המשרד, כללי אתיקה אלה רלוונטיים וחלים על מטפלים נוספים בתחום הרפואה והבריאות, הנחשבים כמובילי דעה ודעת קהל בתחומים כגון: רופאי שיניים, אחיות, רוקחים, פיזיותרפיסטים, מרפאים בעיסוק, רוקחים וכיו"ב.

רופא, אשר אינו ממלא אחר כללים אתיים אלו, עובר על כללי האתיקה הרפואית, צפוי להליכים משמעותיים של הלשכה לאתיקה ואף עלול לחשוף את עצמו להליכים משמעותיים שיינקטו על ידי משרד הבריאות מכוח פקודת הרופאים בגין "התנהגות שאינה הולמת רופא".

בכבוד רב,

פרופ' רוני גמזו

העתק: ח"כ הרב יעקב ליצמן, סגן שר הבריאות
מא/247743