

(93)

كن حذراً مما نسال

تخبرنا الإعلانات في كل مكان على التلفزيون وفي الصحف والمجلات. "اسأل طبيبك" عن الدواء الجديد. تضخم الإعلانات قدرة المنتج الجديد على معالجة كل شيء من الأمور الخطيرة إلى الأمور البسيطة. ماذا يحدث عندما يسأل الناس أطباءهم عن الدواء؟ في معظم الأحيان يقوم الأطباء بوصف ذاك الدواء بالتحديد. بدلاً من سؤال طبيبك عن أدوية محددة، من الأفضل أن تسأل عن حالتك وإذا كان الطبيب يعتقد أنك بحاجة إلى أدوية.

•••

إن الدعايات التلفزيونية والمطبوعة للأدوية الموصوفة التي تستهدف المستهلكين مباشرة في تصاعد مستمر في الولايات المتحدة. وكذلك مصروف الفرد الأمريكي العادي على الأدوية.

يرى الناقدون ارتباط ما يقولون: إن الدعايات تقنع الشعب الأمريكي بشراء أدوية ليسوا بحاجة لها، ويرفعون أيضاً تكاليف نظام الرعاية الصحية الذي لا يطاق.

أشارت نانسي تشوكلي، رئيسة المعهد الوطني لإدارة الرعاية الصحية إلى أن أغلب الخمسين دواء التي أعلن عنها بكثافة تعلل على الأغلب نصف الواحد وعشرين بليون دولار زيادة في مبيعات الأدوية في الولايات المتحدة في الفترة بين 1999 و2000. والأدوية الأخرى البالغة حوالي 9.800 تعلل النصف الآخر من الزيادة.

كمثال على هذا الاتجاه المشوش، تشير نانسي إلى الفروق بين أدوية التهاب المفاصل التي لا تحتاج إلى وصفة وبين الأدوية الموصوفة: "توضح الأبحاث الطبية بأنهما متساويان في الأثر. تكلف النسخة الموصوفة أربعين مرة أكثر. ولكن بعد جولة من الإعلانات، نجد أن النسخة الموصوفة هي التي يتم وصفها من قبل الأطباء".

تتابع تشوكلي: "من الصعب على الأطباء أن يرفضوا هذه الأدوية. إذا كنت ترغب هذا الدواء، يصفه لك طبيبك بمدة دقيقتين، وتخرج من عنده مسروراً. إذا أخبر الطبيب مريضه أنه ليس بحاجة لهذا الدواء، سيقول المريض في نفسه: "يا الله لا يعتقد هذا الطبيب أنني حقاً متألم. يتطلب الأمر من الطبيب نصف ساعة يشرح له فيها حالته، ويخرج بعدها المريض من عنده غير راضي". تشير تشوكلي إلى أن معظم الأطباء يعترفون بأنهم وصفوا أدوية قد لا يقترحونها في الوضع الطبيعي وذلك بناءً على رغبة المرضى.



وجدت إدارة الغذاء والدواء أنه عندما يسأل المرضى أطباءهم عن دواء رأوا إعلانه، يقوم الطبيب في 69% من المرات بوصف الدواء المعلن عنه.

