

بازی با سلامت مردم در فضای مجازی

براساس قانون نظام پزشکی، تبلیغ خدمات پزشکی به هر نحوی ممنوع است، اما جالب است در فضای مجازی، نه تنها تبلیغات پزشکی موج می‌زند، بلکه حتی افراد غیرپزشک هم وارد گود شده‌اند و تبلیغ می‌کنند.



ابزارهای پیام‌رسان؛ رسان به عرصه تبلیغات خدمات پزشکی تبدیل شده است بازی با سلامت مردم در فضای مجازی

براساس قانون نظام پزشکی، تبلیغ خدمات پزشکی به هر نحوی ممنوع است، اما جالب است در فضای مجازی، نه تنها تبلیغات پزشکی موج می‌زند، بلکه حتی افراد غیرپزشک هم وارد گود شده‌اند و تبلیغ می‌کنند. دامنه این تبلیغات پزشکی در دنیای مجازی، طیف زیادی از خدمات را دربرمی‌گیرد؛ از خدمات آرایشی و بهداشتی گرفته تا حتی عمل‌های جراحی. نکته قابل تأمل اینجاست که هیچ نظارت جدی هم روی تبلیغات فضای مجازی وجود ندارد.

این تبلیغات علاوه بر این که به اقتصاد ملی ضربه می‌زند و موجب پدید آمدن اشتغال کاذب می‌شود، در سطحی بالاتر موجب خواهد شد سلامت جامعه هم به خطر بیفتد. بسیاری از خدمات پزشکی تبلیغ شده در فضای مجازی از سوی افراد غیرمتخصص انجام می‌شود؛ می‌تواند بیمار را بیمارتر کند. تبلیغات فضای مجازی، همه گروه‌های جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هر فردی با هر سطح تحصیلاتی ممکن است تحت تأثیر تبلیغات پزشکی قرار بگیرد. دقیقاً به همین دلیل است که در همه جای دنیا، تبلیغ مستقیم و غیرمستقیم خدمات پزشکی ممنوع است؛ مثلاً تصور کنید هر روز در مسیر کارتان، با انبوهی از تبلیغات عمل‌های زیبایی مواجه شوید. همین اتفاق بظاهر ساده می‌تواند رگ خواب خیلی‌ها را به دست آورد تا راضی شوند تنش‌شان را به تیغ جراحی بسپارند.

چرا تبلیغات پزشکی ممنوع است؟ بحث بر سر این نیست که فرد تا چه حد می‌تواند خویشتندار باشد و در مقابل تبلیغات وسوسه‌انگیز تبلیغات عمل‌های زیبایی مقاومت کند، بلکه بحث بر سر این است نباید کلاً فرصتی پیش بیاید تا فردی در مقابل این تبلیغات فریبده قرار بگیرد.

بخصوص نوجوانان و جوانان، بیشتر از سایر گروه‌ها می‌تواند در معرض تبلیغات پزشکی در فضای مجازی قرار دارند. اگر تا دیروز فقط تبلیغات پزشکی، محدود به بیلبوردها و پلاکاردها می‌شد، اما حالا رفته رفته، بساط این تبلیغات به فضای مجازی کشیده شده است.

این‌ها که فردی به خود اجازه می‌دهد بدون داشتن دانش تخصصی در حوزه سلامت، در فضای مجازی جولان دهد و در عرصه تبلیغات پزشکی فعالیت کند، نشان‌دهنده ضعف نظارت‌ها در فضای مجازی است. علاوه بر فضای مجازی، تبلیغات حوزه پزشکی در شبکه‌های ماهواره‌ای نیز قوز بالای قوز شده است. انواع و اقسام فرآورده‌های دارویی و همچنین خدمات پزشکی در شبکه‌های ماهواره‌ای تبلیغ می‌شود و جالب اینجاست که فرد سفارش دهنده آگهی، شماره تلفن داخلی کشور را در تبلیغاتش اعلام می‌کند. یعنی هویت فرد تبلیغ دهنده هم کاملاً معلوم است، اما با این حال، تاکنون هیچ برخورد قطعی با این گونه تبلیغات گمراه‌کننده صورت نمی‌گیرد.

مشتی نمونه خروار

به‌دلیل سود بالای تبلیغات در حوزه پزشکی و نبود نظارت‌های جدی، خیلی‌ها وسوسه می‌شوند دل به دریا بزنند و از این آب گل آلود ماهی بگیرند. انبوه سایت‌های تبلیغی و کانال‌ها و صفحات مجازی بخوبی موید این قضیه است که رقابت در این حوزه غیرقانونی، حسابی داغ است؛ به طور مثال، یکی از کانال‌های فعال در دنیای مجازی، حدود 500 هزار عضو دارد و به تبلیغ کالاهای سلامت محور می‌پردازد، در حالی که منشا تولید یا واردات این محصولات تبلیغ شده در کانال‌ها معلوم نیست.

در یکی از سایت‌های پربازدید در فضای مجازی، تبلیغات حوزه سلامت به راحتی چند کلیک انجام می‌شود. با یکی از آگهی‌دهنده‌ها که حرف می‌زنیم، شامپویی جادویی را تبلیغ می‌کند که به قول خودش می‌تواند به فاصله دو ماه، موهای پریشانی به ارمغان بیاورد. قیمت محصولش را 200 هزار تومان اعلام می‌کند. وقتی از او می‌پرسیم این شامپوها مجوز بهداشتی دارد یا نه، با اعتماد به نفس کامل می‌گوید: این شامپوها در سازمان غذا و داروی کشور آمریکا تأیید شده است و بابت مصرف آنها، خیالتان راحت باشد.

یکی دیگر از شرکت‌های مشهور که تبلیغاتش در بیلبوردهای شهری هم دیده می‌شود، محصولات لاغری را به فروش می‌رساند. روال کار به این شکل است که مخاطب، شماره تلفن را وارد می‌کند سپس این شرکت به خریدار زنگ می‌زند. از اپراتور این شرکت درباره سلامت این محصول لاغری می‌پرسیم، او از این محصول به عنوان «معجون قرن» یاد می‌کند و می‌گوید: از عصاره چای سبز به همراه برخی مواد معدنی، یک محصول طبیعی درست شده که می‌تواند ماهانه حداقل 12 کیلوگرم از وزن را کم کند.

ادعاهای غیرعلمی در حوزه فرآورده‌های پزشکی در حالی که حجم زیادی از تبلیغات آنلاین محصولات پزشکی، به محصولات لاغری زوددهنگام ارتباط دارد، اما دکتر

ضیاءالدین مظهري، استاد دانشگاه و متخصص تغذيه در گفت&wzwnj;وگو با جام&wzwnj;جم، اين ادعاها را دور از واقعيت علمي مي&wzwnj;داند و مي&wzwnj;گويد: اين كه ادعا كنند با خريد اينترنتي يك دارو و بدون نياز به ورزش و تغيير سبك زندگي، فرد در مدت كوتاهي بيش از ده كيلو لاغر مي&wzwnj;كند، ادعاي علمي نيست. حتي اگر اين اتفاق هم بيفتد، عوارض بسيار جبران ناپذيري روي سلامت افراد بر جاي خواهد گذاشت.

كارکرد اين فرآورده&wzwnj;هاي اينترنتي به اين شكل است كه به گفته مظهري، آب بدن از دست مي&wzwnj;رود و فرد احساس مي&wzwnj;كند ورزش كم شده است، در حالي كه اين كار، عوارض بسياري دارد و مثلا مي&wzwnj;تواند موجب اختلال تيروئيد شود.

درمان مجازي اعتياد!

با گشتي در فضاي مجازي و شبكه&wzwnj;هاي اجتماعي و همچنين نگاه به شبكه&wzwnj;هاي ماهواره&wzwnj;اي مي&wzwnj;توانيد با انبوهي از تبليغات درمان ترك اعتياد روبه&wzwnj;رو شويد. ترك اعتياد فرآيندي پيچيده، علمي و زمانبر است، اما اين كه فردي به خودش اجازه مي&wzwnj;دهد در فضاي مجازي، داروي ترك اعتياد بفروشد و آزادانه فعاليت كند، ناشي از ضعف ساختارهاي قانوني براي مقابله با اين&wzwnj;گونه سودجويي&wzwnj;هاست. مدير يكي از سايت&wzwnj;هاي پربازديد فروش داروهاي ترك مصرف مواد مخدر، در توضيح محصولاتش مي&wzwnj;گويد: بيشتر تركيبات داروهاي ترك اعتياد از «ديفنوكسيلات»، ترامادول، متادون و كدئين تشكيل شده است كه خود اين مواد هم اعتيادآور است، اما ما داروي گياهي را به فروشنده مي&wzwnj;فروشيم كه در كمتر از يك ماه مي&wzwnj;تواند اعتيادش را ترك كند.

همايون هاشمي، عضو كميسيون بهداشت و درمان مجلس در گفت&wzwnj;وگو با جام&wzwnj;جم از زاويه ديگري به اين موضوع نگاه مي&wzwnj;كند و مي&wzwnj;گويد: به&wzwnj;طور كلي، فروش هرگونه دارو در فضاي مجازي ممنوع است،

حال مي&wzwnj;خواهد داروي واقعي باشد يا داروي تقلبي.

به گفته هاشمي، اين كه داروي ترك اعتياد در فضاي مجازي يا عطاري&wzwnj;ها به فروش برسد، تهديدي براي سلامت جامعه است و مي&wzwnj;تواند فرد معتاد را از روند درمان، دورتر كند. در اين شرايط به گفته اين نماينده مجلس، ضرورت دارد نهادهاي قانوني وارد گود شوند و اجازه ندهند سودجويان به بهانه كمك به ترك اعتياد، كيسه بدوزند و درمان&wzwnj;هاي غيرعلمي را ترويج بدهند.

از سوي ديگر، نبايد از خاطر برد كه فرآيند درمان ترك اعتياد، يك فرآيند علمي است كه نياز به مشاوره و روان درماني دارد و صرفا مصرف قرص و دارو نمي&wzwnj;تواند كمكي به ترك اعتياد كند.

به هر حال، فروش دارو در اينترنت، فرآيندي است كه در همه جاي جهان رواج پيدا کرده است و نمي&wzwnj;توان اين جرم اينترنتي را به صفر رساند، اما مي&wzwnj;توان با كنترل و نظارت بيشتر و همچنين با آگاهي بخشي و فرهنگ سازي در جامعه، عرصه را بر تبليغات فرآورده&wzwnj;ها و خدمات پزشكي محدود كرد.

**امين جلالوند
جامعه**