

政壇新晉

醫委會上訴

醫務委員會近年來發起了許多關於醫生是否應該宣傳的爭論，亦因此向法庭提出上訴。一月二十四日，高等法院上訴法庭裁定醫委會上訴失敗；醫生有權在報章賣廣告。大約有五成四的市民也認為醫生賣廣告是很合情合理的，而另外四成六的市民就反對。這都是市民的直覺意願及感受，而不是為他們自己的利益着想的結果。

【四讀通過】

WWW.LP.NORTH.HK



醫委會覺得，市民如果不小心就會很容易被廣告誤導，因為市民直覺上認為大多數的廣告資料是真實的。另外，因香港有那麼多雜誌及報章，所以亦沒有足夠時間或資源去監察每一份廣告，這都是醫委會上訴理據的一部分。例如，醫生不可在報章上提及到他們工作經驗有多長，以免誤導大眾。

本人亦直接或間接地跟醫委會的會員接觸過，而他們認為醫生的口碑是最重要的；但我認為有部分醫生反對宣傳的理由，不是為了避免市民接觸到錯誤醫療知識，而是為了商業及金錢上的利益。

很多有名的醫生花了很多時間及精神，才在醫學會或者公共機構上培養到這地位，醫委會亦覺得市民應該透過專業機構，譬如醫管局或是專科學會，來證實醫生的實力，但本人認為這些醫生就是因為達到了這地位，變得沒有其餘時間去處理醫生應有的工作。這批醫生的聲譽可能比醫學技能誇大了，因此，市民不能單靠專業機構來證實醫生的實力，這樣的方向是很錯及很危險的。

在社會上，像醫生、心理醫生或律師的職業都是一種個人服務、一種民獻，這種單對單的服務很依靠醫生及律師的專業操守。在某程度下，市民是很容易受騙的；需要醫生的是病人，而需要律師的是有法律問題的客戶。在這情況下客人永遠是在最無助的時候，所以這些升斗市民會較容易受騙或誤導。故此，如果傳媒欠缺報道或廣告的透明度，而且單靠醫生的口碑來分別醫生的好與壞，問題便會產生了。

相反，美國及加拿大的醫療系統就先進多了。記得在一九八六年我去加州參觀醫院。它們的醫療系統是保障病人的先鋒。所以我們先需要達到系統上的平衡，才能給大眾公平公正的醫療服務。而大約在一九九二年至一九九五年期間，我亦曾到紐約市參觀醫院。我敢肯定它們的醫療系統比香港先進二十、三十年。在美國，醫生有權賣廣告，直至今天還在使用這系統。如果香港反對醫生賣廣告，那就是要證明美國多年來的行為是錯的！但直至現在亦證實不到美國的醫療系統有重大缺點。因此，我認為醫生賣廣告不但可行，而且還間接地幫助我們社會前進。

錢志庸

四讀通過