

爲何不許醫生賣廣告？

袁大明

在一般香港人心目中，醫生是不應該賣任何廣告。醫生是一種神聖的工作。醫生賣廣告是有違醫療道德，甚至乎可能是法律不容許的行為。香港傳媒界，每當邀請醫生介紹某些醫療方法或者醫學界代表人公開發言，往往不會寫出醫生全名，只提及某醫生就算數。

有幾多人真正明白醫生之所以不准賣廣告其實是醫學會對屬下會員的控制。將賣廣告列爲一種不道德的行為，損害醫生的尊嚴，破壞醫生崇高地位的形象，導致醫生行業與一般商業看齊。可能毀滅醫學會幾經辛苦將醫生變爲近乎神的形象。很明顯，從專業的立場來看，容許醫生賣廣告是對醫生形象大大破壞，香港醫生甚至乎連其所習是那一門的專科都不能公

布，在開業通告中不能列明自己的專科。

其實，不容許醫生賣廣告這種規則到底是爲誰而設？爲病人着想，保障醫療消費者，還是主要是一種保障醫生專業地位，高高在上的愚民手法？

如果醫生是一門神聖的工作，好像神職人員、出家和尚、修女一般不能同一般商業人員同等看待，那麼爲何醫生收入比一般同等學歷的專業人士高出數倍？醫療工作離不開金錢，而世界上各國醫療經費往往佔國民總收入的十分之一，在美國僅次於軍備開支，遠遠超過教育經費。美國華爾街雜誌曾報道在美國導致私人破產最主要的原因是醫療費用。美國人民往往將一生儲蓄在臨終幾年全部貢獻給醫療人員手裏。香港醫療費用亦佔公民總收入的百分之九，更年年不斷增長，香港政府現時更爲醫管局問題大

傷腦筋，基本問題也離不開一個「錢」字。

假如能够令一般消費者相信醫生的工作非一般商業行爲，而是一種神聖救命的工作，那麼香港外科醫生開刀費用比英美同樣手術高數倍時，香港的醫療消費者也就不能以商業態度與醫生討價還價，或者如一般購買商品或服務時四處找尋比較，務求價錢低服務最好。況且，病人根本無從知道，因爲醫生不能將其專科範圍及價錢公布給醫療消費者，違者就被扣上私自賣廣告的帽子！遭受處分、警告或停牌一段時期。任何公開講述有關西醫的資料，就必須經過內部有關小組審核，美其名爲防止醫生私下乘機宣傳，其實是要防止對西醫不利的資料洩露，違者就被扣上嘩衆取寵，自我宣傳的罪名。