



Refleksjoner fra postbunken

Etter ferien var det som vanlig litt å ta tak i før alt kommer i vanlig gjenge, blant annet posten som hadde samlet seg opp. Både e-post og hyllepost.

Blant innholdet i innboksen lå en e-post fra kursansvarlig i et av de store selskapene som selger avanserte produkter til oral rehabilitering, inkludert implantater. Jeg har takket ja til en invitasjon om å bidra som kursholder ved etterutdanningskurs i regi av produsenten, og ble nå bedt om å lese korrektur på vedlagt kurskatalog. Det slår meg hvor omfattende denne er og at slike kurs stort sett tilbys fra produsentene. Det var mange kurs på ulike nivå. Kurssted er gjerne fakultetene, med lærere fra de samme universiteter.

Altså, produsentene tilbyr undervisning som ikke tilbys på grunnutdanningen, men bruker universitetsressurser. Er det ikke litt snudd på hodet? Var det ikke mer naturlig at lærestedene inkluderer implantater også i grunnutdannelsen, slik at dette får sin rette plass i verktøyskrinet? Og så i egen regi tilbyr evidensbasert kompetanseutvikling? Avansert oral rehabilitering gjør oss i stand til å hjelpe pasienter på en fantastisk måte, men det kan ikke være et mål, men et hjelpemiddel for

å nå målet om god oral helse hele livet. Når vi/lærestedene fortsetter å la industrien sitte i førersetet på utdannelsen av implantatbehandling, har vi ikke da indirekte godtatt at det gjelder andre normer her sammenlignet med odontologien ellers? Er det god yrkesetikk?

Jeg går løs på papirpostbunken. Tidsskrifter og magasiner, sommerens regninger, høstens utfordringer i form av spennende henvisninger, noen uaktuelle invitasjoner og en god del reklame som går til gjenvinning. Nei, vent litt; der skimter jeg en kjent logo innimellom reklame og årsmøteinvitasjon i en forening jeg ikke er medlem i – og fisker det opp igjen. Der var det, et godt innpakket landsmøtehefte, invitasjonen til NTFs flaggskip og stolthet. Hyggelig lesning, møtet lagt til Bergen hvert tiende år er en opptur for de fleste, ryddig format med klart fokus på etterutdanningstilbudet og tradisjonelt sosialt samvær som gjør alle landsmøter til store høydepunkt.

Reklame har vi hatt i Tidende lenger enn jeg kan huske tilbake, kjennskap til utstyr og materialer har alltid vært en forutsetning for utøvelsen av vårt fag. Men ny vri denne gangen, som endrer tidsskriftets identitet, og får

i gang noen refleksjoner. Også om landsmøtets kommersielle arm, dentalutstillingen. På messen presenteres vi for den teknologiske utviklingen og ser samtidig tydelig den økte pengestrømmen i bransjen. Og reklamen har funnet nye veier de siste årene, med kuponghefte med fristende tilbud, og forlengelse ut av messehallen med reklame på storskjerm i forelesningssalene før og etter kurs. Vi må bare huske hvem det er som betaler til slutt, hvor regningen havner. Så hele pakken bør kunne stå seg mot et kritisk blikk fra en journalist eller forbrukerrepresentant.

Er det lurt å ta diskusjonen og sette noen grensesteiner? Er vi sårbare for kritikk om at økonomi og salg av unødvendig kostbar behandling kan settes høyere enn pasientenes beste?

Ryddigere og bedre med en tøff meningsbryting om roller og yrkesetikk, enn å kjempe mot vindmøller på mediene sine hjemmebaner.

*Morten Klepp
Medlem NTFs råd for tannlegeetikk*