

Snakk om etikk

Kosmetisk medisin skaper sitt eget marked av uhelse – som i prinsippet er endeløst – og kapitaliserer så på det

✎ **MORTEN KLEPP, TIDLIGERE LEDER I NTFS ETIKKRÅD**

Overskriften er et sitat fra kronikken *Medisinen driver med etisk tvil som «menneskeforbedring»* skrevet av Henrik Vogt i Aftenposten den 22. september 2022.

Kronikken har tatt utgangspunkt i stormen rund «Kvinnehelseklinikken Nomi». Forfatteren stiller seg meget tvilende til et marked der reklame og annonsering skaper et behov for å forbedre det normale, der naturlig aldring blir et problem og små avvik fra gjeldende skjønnhetsidealer blir gjort sykelige.

I samme kronikken blir det nevnt at kun Allmenlegeforeningen og Tannlegeforeningen har policydokumenter som retter seg mot ren kosmetisk behandling, noe som er unikt i verdenssammenheng.

Her heter det: «Med dagens kunnskap mener vi at kosmetisk behandling uten medisinsk eller odontologisk indikasjon ikke bør utføres av profesjonsutøvere som allmennleger eller tannleger.»

Jeg er stolt av å være medlem i en forening som har et policydokument som retter seg konsekvent mot kosmetisk behandling og overbehandling. Vi tannleger ønsker å ikke bidra til økt kroppspress. Jeg er klar over at veldig mye av behandlingen vi utfører har kosmetiske aspekter, men vi skal ikke utføre behandling som ikke har medisinsk grunnlag. *Ikke gjøre skade og gjøre godt* er viktige etiske grunnprinsipper som alltid skal ligge til grunn.

Vi lever i et samfunn der utseende får mer og mer betydning, og et pent ytre signaliserer vellykkethet. I tillegg har vi noen steder en markedssituasjon som kan være pressende for en del kolleger. En del tannleger opplever økt konkurranse og for lite behandlingsbehov hos sine pasienter. Da er det ikke bestandig like lett å ha yrkesetikk i fokus.

Både enkeltklinikker og kjeder reklamerer for kosmetisk behandling, for eksempel tannbleking, usynlig tannregulering, fasetter og kroner, men også Botox og filler står på menyen. Tilbud på tannbleking og lignende er vanlig. Markedsføringen gjelder ofte konkrete produkter, for eksempel Invisalign. Noen ganger ser man samarbeid med influensere som reklamerer for forskjellige typer kosmetisk behandling.

NTFs etiske regler §19 lyder: *En tannleges annonsering må ikke inneholde noe som er uriktig eller villedende. En tannlege må ikke overfor publikum drive produktreklame for medikamenter og forbruksvarer til pasienter eller for utstyr til bruk i tannlegevirksomhet.*

Markedsføringen er blitt en del av hverdagen for oss alle. Den er viktig for oss og kommer til å bli. Desto viktigere er det for oss å ha en nøktern markedsføring som følger de etiske prinsippene og som vi kan stå inne for. Vi skal ikke skape et kunstig behov eller tjene på å sykeliggjøre det normale og bidra til økt kroppspress.



TANNLEGENES
GJENSIDIGE
SYKEAVBRUDDSKASSE

www.sykeavbruddskassen.no

TGS – forsikringsselskap for medlemmer av Den Norske Tannlegeforening

