
annonser «over streken»?

KORRESPONDANSER

ARILD TANDBERG

I Tidsskriftet nr. 26/1999 (1) falt mine øyne på vedlagte annonse for et legemiddel. Som regel skjer registreringen ganske ubevisst, men denne gangen reagerte jeg – negativt: jeg rev den straks ut av bladet og planla å gjøre det jeg gjør nå: Sende den til redaksjonen.

Som leger flest er jeg opptatt av at man kan oppnå bedre helse gjennom riktig livsstil, hvilket for de fleste blant annet kan innebære en løpetur i skog og mark med jevne mellomrom. Det er vel hevet over tvil at det kan være en stressreducerende aktivitet for de fleste. Vedlagte annonse indikerer – etter min oppfatning – at det finnes et medisinsk alternativ som er bedre: «Take a pill if you feel ill»!



Når man ser slike annonser, er det fristende å rope på sensur i fagtidsskriftet vårt. Det er godt at den slags ikke er tillatt overfor publikum. Jeg får håpe at mine kolleger heller ikke lar seg lure av annonsen. Det er mulig at medikamentet er utmerket, men jeg synes at importør og produsent bør holde seg for god til å misbruke allegorien med en joggesko og en løpetur i en slik sammenheng. Og jeg håper at Tidsskriftets redaksjon kan bringe min reaksjon videre til annonsøren, samt at Tidsskriftet kanskje vurderer en slags etisk veiledningstjeneste overfor annonsører, slik at man ikke bare unngår feilinformasjon, men også unngår det som kan oppfattes som etisk uholdbart.

LITTERATUR

1. Annonse. Tidsskr Nor Lægeforen 1999; 119: mot side 3898.

Publisert: 20. februar 2000. Tidsskr Nor Legeforen.

© Tidsskrift for Den norske legeforening 2026. Lastet ned fra tidsskriftet.no 24. juni 2026.