

ಅಂತರ್ಜಾಲ ಚಿಕಿತ್ಸೆ: ಎಷ್ಟು ಸರಿ?

■ ರಾಜೀವ್ ಎನ್. ಮಾಗಲ್

ವೈದ್ಯರು ಬರೆದು ಕೊಡುವ ಔಷಧಿಗಳ ಚೀಟಿಯ (Prescription) ಬಗ್ಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಗೊಂದಲಗಳು, ಟೀಕೆ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿವೆ. ವೈದ್ಯರ ಚೀಟಿಗಳು ಇಂಗ್ಲಿಷಿನ ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ, ಔಷಧಿ ಮಳಿಗೆಗಳ ನೌಕರರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತೆ ಇರಬೇಕೆಂಬ ಆದೇಶ ಸರ್ಕಾರದಿಂದಲೇ ಹೊರಬಿದ್ದಿದೆ. ಆದರೂ, ಬಹುತೇಕ ವೈದ್ಯರ ನಿಗೂಢ ಲಿಪಿ ಕಾರ್ಯ ಮುಂದುವರಿದಿದೆ. ಸಮಯದ ಅಭಾವ, ತಾಳ್ಮೆಯ ಕೊರತೆ ಮುಂತಾಗಿ ಇದಕ್ಕೆ ಹತ್ತಾರು ಕಾರಣಗಳನ್ನು ವೈದ್ಯರೂ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರೇ ಮೆಡಿಕಲ್ ಸ್ಟೋರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಚೀಟಿಯನ್ನು ಕಷ್ಟಪಟ್ಟು ಓದಿ, ಔಷಧಿ ಮೇಲಿನ ಅಕ್ಷರಗಳನ್ನೂ ಓದಿ ತಾಳೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡರೆ, ಬಹಾವ್!

ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಔಷಧಿ ಹುಚ್ಚು ಶುರುವಾಗಿದೆ. ಔಷಧಿಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆಯಲು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸಿದರೆ ತೊಂದರೆ ಏನಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಹಲವಾರು ಮಂದಿ ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿಯೇ ಜಾಲಾಡಿ ಸ್ವಯಂ ಔಷಧಿಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಪದ್ಧತಿ ಶುರು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಇನ್ನು ಕೆಲವರದ್ದು ವೈದ್ಯರ ಮೇಲೆಯೇ ಅರ್ಥನಂಬಿಕೆ! ವೈದ್ಯರ ಜತೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ಔಷಧಿಯನ್ನು ಪಡೆದ ನಂತರವೂ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಜಾಲಾಡಿ ಔಷಧಿಗಳನ್ನು ತಾಳೆ ನೋಡಿ, ಅದರಲ್ಲಿ ಏನೆಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳಿವೆ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಯೆಂದರೆ ಕೆಲಸ ಇವರದ್ದು. ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಯುವಜನಾಂಗದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ.

ನಗರಗಳಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರತಿಷ್ಠಿತ ಆಸ್ಪತ್ರೆಗಳಲ್ಲಿ ಚಿಕಿತ್ಸೆ ಪಡೆಯಲು ಇಚ್ಛಿಸುವ ಬಹುತೇಕ ವಿದ್ಯಾವಂತರು ವೈದ್ಯರ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು, ಸಲಹೆ- ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು, ಬರೆದು ಕೊಡುವ ಔಷಧಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕೂಡ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮಾಹಿತಿಯ ಮುಖೇನ ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆ ಬಳಿಕ ನುರಿತ, ಅನುಭವಿ ವೈದ್ಯರೊಟ್ಟಿಗೆ 'ಚರ್ಚೆ' ಮಾಡಿ, 'ಚರ್ಚೆ' ವಾದ-ವಿವಾದಗಳಲ್ಲಿ ಅಂತ್ಯವಾಗಿರುವ ಉದಾಹರಣೆಗಳೂ ಇವೆ. ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಅರೆಬರೆ ಮಾಹಿತಿಯಿಂದಾಗಿ ಗೊಂದಲದಲ್ಲಿ ಸಿಲುಕಿ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗದೇ ತಲೆಬಿಸಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಮರುಗುವ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಿಗೂ ಕೊರತೆಯಿಲ್ಲ.

ಇವೆಲ್ಲ ಗೊಂದಲಗಳಿಗೆ ಪುಷ್ಟಿ ನೀಡುವಂತೆ ದೃಶ್ಯಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿಯೂ ಇದೆ. ಎಷ್ಟೋ ಸಲ ದೃಶ್ಯಮಾಧ್ಯಮದವರು ಕಾಯಿದೆಗೆ, ವೈದ್ಯರ ಸಲಹೆ ಸೂಚನೆಗಳಿಗೆ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದೂ ನಡೆದಿದೆ. ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ಜನರು ತಮ್ಮ ಆರೋಗ್ಯದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ತಾವಾಗಿಯೇ, ತಮಗೆ ತೋಚಿದ ಅಥವಾ ಔಷಧಿ ಮಳಿಗೆಯಾತ ತನ್ನ ಅಲ್ಲ

ಜ್ಞಾನದಿಂದ ನೀಡುವ ಔಷಧಿಗಳನ್ನು ಕೊಂಡು ಸೇವಿಸುವುದೂ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ಟೀವಿ, ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ನಿಯತಕಾಲಿಕಗಳಲ್ಲಿ ಬರುವ ಅನೇಕ ಔಷಧಿಗಳನ್ನು ಜಾಹೀರಾತನ್ನೇ ನಂಬಿ ಬಳಸುವವರ ಸಂಖ್ಯೆಯೂ ಏರುತ್ತಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಕಂಪೆನಿಗಳಂತೂ ಇದೇ ಖಚಿತ ಪರಿಹಾರ ಎಂಬಂತೆ ಯಾರು ಯಾರದೋ ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳ ಮುಖಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಔಷಧಿಗಳ ಪ್ರಚಾರ ನಡೆಸುತ್ತಿವೆ. ಜಾಹೀರಾತನ್ನೇ ವೇದವಾಕ್ಯ ಎಂಬಂತೆ ನಂಬುವವರೂ ಇದ್ದಾರೆ.

ಈ ಹಿಂದೆಯೂ ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕ, ಕೇಶಶೈಲ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಪ್ರಕಟವಾಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಈಗಲೂ ಅವುಗಳ ಜಾಹೀರಾತು ಜಾಲ ಹಾಗೆಯೇ ಇದೆ. ಪಾದದಲ್ಲಾಗುವ ಆಣೆಗಳಿಂದ ಹಿಡಿದು ಬೊಕ್ಕತಲೆಯ ಪರಿಹಾರದವರೆಗೂ ವೈದ್ಯರ ಸಹಾಯವಿಲ್ಲದೆ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಬರುವ ಒಂದೊಂದೇ ಔಷಧಿಗಳನ್ನು ಜನರು ತಮ್ಮ ಮೇಲೆಯೇ ಪ್ರಯೋಗ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕೂದಲು ಉದುರುವುದು ಒಂದು ಜಾಹೀರಾತಿನ ಔಷಧಿಯಿಂದ ನಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಅದನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಇನ್ನೊಂದು ಜಾಹೀರಾತಿನ ಮೊರೆ ಹೋಗುವುದು! ವೈದ್ಯರ ಮತ್ತು ಔಷಧಿಯ ದುಬಾರಿ ಬಿಲ್ ಭರಿಸಲಾಗದ ಕೆಳವರ್ಗದ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ಜನರೇ ಇಂತಹ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಅದೃಷ್ಟವಶಾತ್ ಒಂದು ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರವಾದರೆ, ಇನ್ನಿತರ ರೋಗಗಳ ಪರಿಹಾರಕ್ಕೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನೇ ನೆಚ್ಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯೂ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಸಮಸ್ಯೆ ಉಲ್ಬಣವಾದರೆ ವೈದ್ಯರ ಬಳಿಗೆ ಹೋಗುವ ಜನರು, ವೈದ್ಯರು ಬೈಯುತ್ತಾರೆಂದು ತಾವು ಮಾಡಿದ ಸೆಲ್ಫ್ ಮೆಡಿಕೇಶನ್ ವಿವರಗಳನ್ನು ಹೇಳುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಆ ವೈದ್ಯರು ಸಕಲ ವೈದ್ಯಕೀಯ ತಪಾಸಣೆಗಳಿಗೆ ಆದೇಶ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತೆ ರೋಗಿಯ ಮೇಲೆ ಒಂದೊಂದಾಗಿ ಪ್ರಯೋಗ! ವೈದ್ಯರ ಬಳಿಗೆ ಹೋದರೆ ಖರ್ಚಾಗುವ ಹಣದಲ್ಲಿ ಅರ್ಧದಷ್ಟು ಉಳಿಸಬಹುದೆಂಬ ಆಲೋಚನೆಯೇ ಎಷ್ಟೋ ಸಲ ದುಪ್ಪಟ್ಟು ಖರ್ಚಿಗೆ ದಾರಿಯಾಗುವುದೂ ಇದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲದಿಂದ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕೂ ಚಿಕಿತ್ಸೆಯ ಬಗ್ಗೆ ವೈದ್ಯರೇ ನಿರ್ಧರಿಸುವುದಕ್ಕೂ ಸಾಕಷ್ಟು ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿದೆ ಎನ್ನುವುದರ ಅರಿವಿರಲಿ.

ಜನರ ಈ ಗೊಂದಲಗಳು ಹೆಚ್ಚಿದಂತೆಯೇ ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮಾ ಪಾಲಿಸಿಗಳ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯೂ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ ಇದೆ ಎಂಬ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಅಷ್ಟೇನೂ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲದ ಸರ್ಜರಿ, ಚಿಕಿತ್ಸೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಜನರೂ ಇದ್ದಾರೆ.