

Пыжова Олеся Владимировна

**ВРАЧЕБНАЯ САМОРЕКЛАМА В ПРИЗМЕ МЕДИЦИНСКОЙ ЭТИКИ (НА МАТЕРИАЛАХ МЕДИЦИНСКОЙ ПЕРИОДИКИ НАЧАЛА XX ВЕКА)**

В статье акцентируется внимание на проблеме саморекламы во врачебном сообществе, ретроспективно рассматривается содержание понятия "саморекламы", ее видов и способов рекламирования путем сравнительного анализа различных этических кодексов и правил, содержащих информацию о саморекламе в медицине и опубликованных в медицинских периодических изданиях начала XX века, в частности в журнале "Вестник С.-Петербургского врачебного общества взаимной помощи".

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2016/10/42.html](http://www.gramota.net/materials/3/2016/10/42.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(72) С. 164-167. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2016/10/](http://www.gramota.net/materials/3/2016/10/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hlist@gramota.net](mailto:hlist@gramota.net)

15. Протасова О. Л. А. В. Пешехонов: человек и эпоха. М.: РОССПЭН, 2004. 240 с.
16. Протасова О. Л. Эстетика «Серебряного века» в оценке А. В. Пешехонова // Искусство и культура. 2013. № 1 (9). С. 74-79.
17. Сапон В. П. Терновый венец свободы. Либертаризм в идеологии и революционной практике российских левых радикалов (1917-1918 гг.). Нижний Новгород: Изд-во Нижегород. гос. ун-та, 2008. 333 с.
18. Сапон В. П. Философия пробудившегося человека. Либертаризм в российской леворадикальной идеологии (1840-е – 1917 гг.). Нижний Новгород: Изд-во Нижегород. гос. ун-та, 2005. 334 с.
19. Струве П. Б. Национальное начало в либерализме [Электронный ресурс]. URL: az.lib.ru/s/struwe\_p\_b/text\_1914\_natzionalnoe\_nachalo\_v\_liberalizme.shtml (дата обращения: 12.08.2016).
20. Сыпченко А. В. Социальная концепция народных социалистов в контексте идей западноевропейского демократического социализма // Судьбы демократического социализма в России: сб. материалов конф. / предисл. К. Н. Морозова. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2014. С. 74-80.
21. Сыпченко А. В. Трудовая народно-социалистическая партия в эмиграции (1920-1940 гг.) // Народники в истории России: межвуз. сб. науч. тр. Воронеж: Истоки, 2013. Вып. 1. С. 202-221.
22. Сыпченко А. В. Трудовая народно-социалистическая партия: идеология, программа, организация, тактика (1906 г. – середина 1920-х гг.) [Электронный ресурс]: дисс. ... д.и.н. Самара, 2006. URL: <http://www.dslib.net/istoria-otechestva/trudovaja-narodno-socialisticheskaja-partija-ideologija-programma-organizacija-taktika.html> (дата обращения: 12.08.2016).
23. [www.naso.org.ua/main/673-istoki-i-preemstvennost-russkogo-nacionalnogo-narodnogo-socializma.html](http://www.naso.org.ua/main/673-istoki-i-preemstvennost-russkogo-nacionalnogo-narodnogo-socializma.html) (дата обращения: 12.08.2016).

#### THE POPULAR SOCIALIST PARTY AS A COMPONENT OF DOMESTIC DEMOCRATIC SOCIALISM

Protasova Ol'ga L'vovna, Ph. D. in History, Associate Professor  
Tambov State Technical University  
olia.protasowa2011@yandex.ru

The article analyzes the basic ideological approaches and principles, social structure, nature and the key trends of political activity of the Popular Socialist Party that belonged to the right wing of Russian Neo-Populism. Ideology, attitude to the methods of social and political struggle, clearly identified humanistic, ethical principle in their policy – all this allows referring Popular Socialists to parties of “democratic socialism” trend.

*Key words and phrases:* democratic socialism; Popular Socialist Party; Neo-Populism; civil society; state.

УДК 17

#### Философские науки

*В статье акцентируется внимание на проблеме саморекламы во врачебном сообществе, ретроспективно рассматривается содержание понятия «саморекламы», ее видов и способов рекламирования путем сравнительного анализа различных этических кодексов и правил, содержащих информацию о саморекламе в медицине и опубликованных в медицинских периодических изданиях начала XX века, в частности в журнале «Вестник С.-Петербургского врачебного общества взаимной помощи».*

*Ключевые слова и фразы:* врачебная этика; медицинская деонтология; реклама; самореклама; врач; обязанности врача; медицинский журнал.

Пыжова Олеся Владимировна, к. филос. н.  
Курский государственный медицинский университет  
olvp@bk.ru

#### ВРАЧЕБНАЯ САМОРЕКЛАМА В ПРИЗМЕ МЕДИЦИНСКОЙ ЭТИКИ (НА МАТЕРИАЛАХ МЕДИЦИНСКОЙ ПЕРИОДИКИ НАЧАЛА XX ВЕКА)

*Работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ № 14-33-01018/1а «Духовная практика как философская проблема: онтологические, эпистемологические, аксиологические аспекты».*

Организация оказания медицинской помощи населению в России сегодня функционирует в разных формах – от бесплатной для пациентов с полисами обязательного медицинского страхования до платной в рамках работы многочисленных частных клиник, когда очень часто один и тот же врач ведет прием в государственных медицинских учреждениях и платные приемы в частных кабинетах и клиниках. В таких непростых и противоречивых социально-экономических условиях явные или скрытые мотивы получения прибыли в медицинской среде порождают такую сложную этическую проблему, как самореклама в медицине.

Отметим, что рекламой именуется оповещение различными способами для создания широкой известности кому-чему-нибудь с целью привлечения потребителей, зрителей и т.п., а также объявление с таким оповещением [5, с. 999]. Самореклама же представляет собой понятие, означающее рекламирование, восхваление самого себя, используемое преимущественно с неодобрительной коннотацией [Там же, с. 1028]. Такие общие определения, безусловно, требуют конкретизации и уточнения применительно к той или иной профессиональной деятельности. И здесь возникают первые трудности и вопросы: что именно в медицине можно называть рекламой и саморекламой? И допустима ли и в каких формах самореклама врачей?

Так, Международный кодекс медицинской этики Всемирной Медицинской Ассоциации (ВМА) указывает, что с нормами медицинской этики не совместима самореклама, «если она специально не предусмотрена законами страны и этическим кодексом Национальной Медицинской Ассоциации» [4]. В свою очередь, актуальный для современной России Этический кодекс российского врача, утвержденный 4-й Конференцией Ассоциации врачей России в ноябре 1994 года, в разделе 2 «Врач и права пациента» в статье 15 «Врач и право пациента на свободный выбор врача» также утверждает, что «самореклама в любой форме несовместима с врачебной этикой» [7]. Таким образом, можно сделать предварительный вывод о том, что в настоящее время самореклама выступает негативным, неодобрительным, недопустимым и крайне неэтичным явлением во врачебном сообществе, но при этом лаконичность и краткость упоминания о ней в современных кодексах по-прежнему оставляют открытым и неясным вопрос о том, что именно считается саморекламой и в каких формах она выражается. Такая размытость в понимании саморекламы порождает многочисленные споры и дискуссии о ее содержании не только среди врачей, но и в обществе в целом, преодолевая тем самым границы врачебной этики.

Возможно, ответы на современные вопросы о проблеме саморекламы в медицине и возможные перспективы ее решения может дать ретроспективный взгляд. Во второй половине XIX – начале XX в. пореформенная Россия находилась в нестабильных социально-экономических, культурных и политических условиях. Так, отмена в 1861 году крепостного права повлекла за собой целый ряд преобразований, в частности, созданные как органы местного самоуправления земства, нанимая для лечения сельского населения врачей, способствовали появлению такого важного для отечественной медицины явления, как земская медицина. Напомним, что такой подход к оказанию медицинской помощи отличался общедоступностью, бесплатностью и направленностью на профилактику, при этом земский врач представлял в своей профессиональной деятельности врачей нескольких специализаций (терапевта, хирурга, акушера и др.).

Однако уже в начале XX века в земской медицине наметился кризис, связанный с целым рядом противоречий (обширный участок обслуживания, недостаточность коек в больницах, низкое жалование и занятие частной практикой и т.п.). Очевидно, что на этом фоне особенно дискуссионным стало обсуждение этических проблем медицины, нравственных оснований врачебной деятельности, морального облика врача. Стоит отметить, что началом русской врачебной этики, равно как и русской философии, принято считать именно XIX век. Но если в начале и середине XIX века этические вопросы решались преимущественно в трудах и выступлениях отдельных выдающихся врачей (М. Я. Мудров, Ф. П. Гааз, Н. И. Пирогов и др.), то к концу столетия основные дебаты относительно морально-нравственных проблем медицины разворачивались на страницах достаточно многочисленных периодических медицинских изданий, которые к этому времени приобрели заметную популярность не только у врачебного сословия, но и в общественных кругах. Достаточно вспомнить, что длительное время признанным авторитетом в области русской врачебной этики была еженедельная газета «Врач», выпускаемая под руководством профессора В. А. Манассеина, названного современниками «рыцарем врачебной этики» и «совестью врачебного сословия» [3, с. 72].

При этом обсуждение этических проблем при оказании медицинской помощи выглядело разрозненным, говорить о единых для всех врачей этических правилах или кодексах не представлялось возможным. Однако к началу XX века на страницах медицинской печати стали появляться правила и принципы врачебной этики отдельных врачебных обществ.

В этой связи определенный исследовательский интерес представляет деятельность Санкт-Петербургского врачебного общества взаимной помощи, созданного в 1890 году, имевшего множество региональных отделений и учредившего журнал «Вестник С.-Петербургского врачебного общества взаимной помощи». На страницах этого издания размещались этические правила и деонтологические кодексы, выработанные отдельными врачебными сообществами. В главах и параграфах таких правил и кодексов, опубликованных в журнале в начале XX века, решалось множество этических проблем, в том числе и анализируемая в данной работе проблема саморекламы врачей.

Так, в Правилах врачебной этики Тверского отделения Общества в разделе «О взаимных отношениях врачей вообще» в п. 3 находим достаточно лаконичное наставление о том, что врачам «рекламировать себя каким бы то ни было способом не позволительно» [6, с. 232]. При этом так же, как и в современном Этическом кодексе, очевидная неэтичность саморекламы облачается в расплывчатую формулировку способов рекламирования.

Аналогичное указание можно обнаружить и в положениях Врачебной этики, выработанных обществом Уманских врачей, где относительно саморекламы в главе I «Обязанности врачей по отношению к врачебному сословию» в параграфе 2 указывалось, что «не подобает врачу делать себе каким бы то ни было образом рекламу». При этом уточнялось, что «характер рекламы имеют все именные объявления, повторяющиеся более 5 раз. В объявлениях этих врач не имеет права помещать ничего больше, как указание своей ученой степени, специальности, адреса, приемных часов, о приезде или отлучке и перемене местожительства». Кроме того, в параграфе 3 содержалась отдельная рекомендация о том, что «объявлять о бесплатном лечении больных врач может только тогда, если хочет таким образом указать отдельные приемные часы. Врач не имеет права рассылать писем и объявлений, рекламирующих его деятельность» [1, с. 485]. Подобные инструкции помимо негативной коннотации саморекламы содержат и достаточно ясные указания относительно ее содержания и способов реализации.

При этом на страницах журнала можно было обнаружить правила и кодексы зарубежной врачебной этики, что давало возможность русским врачам перенимать опыт в решении врачебно-этических вопросов у американских и европейских медиков. Так, в одном из номеров были опубликованы Принципы медицинской этики, принятые на съезде делегатов Американской Медицинской Ассоциации в мае 1903 года, где в главе II «Обязанности врачей друг к другу и к своей профессии вообще» в разделе А «Поддержание собственной репутации»

в п. 7 указывалось, что «несовместимо с достоинством врача обращаться к публикациям или к рассылке частных карточек, обращая на себя внимание больных, обещать радикальное излечение, писать о медицинских случаях в общей прессе, приглашать непрофессионалов на свои опыты, хвастаться успехами лечения, приводить удостоверения в своей опытности или употреблять какие-либо другие шарлатанские приемы» [2, с. 7].

Однако наиболее последовательно и детально проблема саморекламы решалась в Деонтологическом кодексе Восточно-галицийской Врачебной Палаты. Так, в главе I «Обязанности врачей вообще» в параграфе 4 содержалась мысль о том, что «врач должен избегать как навязывания своих услуг, так равно и реклам коммерческого и особенно базарного и шарлатанского характера» [Там же, с. 10]. А далее в главе III «Обязанности врачей по отношению к публике» приводится развернутое описание саморекламы.

Рассмотрим соответствующие параграфы, содержащие информацию о саморекламе и об этических и неэтичных способах ее функционирования.

Параграфом 14, например, запрещается всякая врачебная реклама, выходящая за границы объективных справочных данных и имеющая целью особое восхваление того или иного врача или их методов лечения и навязывающая публике настойчивым образом услуги какого-нибудь врача. А 15 параграф указывает, что в медицинских журналах дозволяются всякие врачебные объявления. В непрофессиональных журналах дозволяется врачу публиковать сообщения, которые ограничиваются только сведениями об имени врача, его ученом звании, его врачебных титулах, специальности, адресе и времени приема. В следующем 16 параграфе речь идет о том, что надписи на дощечках у врачей могут содержать только подробности, указанные выше для врачебных объявлений. Дощечки своего величиной и формой не должны привлекать к себе особого внимания проходящих. Допускается лишь одна дощечка на улице у входной двери дома, в котором живет врач [Там же, с. 13-14].

Отдельный исследовательский интерес вызывают описание форм базарной рекламы и шарлатанские способы рекламирования, недопустимые с точки зрения врачебной этики, согласно Кодексу.

Так, в параграфе 17 запрещаются следующие способы базарной рекламы: 1) объявления в путеводителях и указателях для путешественников, в календарях (кроме врачебных), в летучих изданиях, на досках для объявлений в отелях и т.д. Равно предосудительно и пассивное отношение к такого рода рекламам; 2) объявления в ежедневных газетах или вообще публичное предложение бесплатной врачебной помощи; 3) рекомендация особых собственных лечебных методов или секретных средств в неврачебных газетах, или летучих листках, или путем публичных чтений; 4) помещение описаний какого-нибудь лечения или сделанных операций в неврачебных газетах. Устное сообщение в публичных местах не врачам о причинах болезни или операциях; 5) помещение в газетах сообщений о случаях экстраординарных или относящихся к влиятельным лицам, за исключением официальных разъяснений; 6) подстрекательство к выражению публичной благодарности в газетах за излечение или за врачебный уход. Равно предосудительно и пассивное отношение к таким благодарностям, если врач мог их предотвратить; 7) рекомендация собственных лечебников, преимущественно по половым и секретным болезням; 8) публичное обещание радикального излечения.

В свою очередь, недопустимыми являются следующие шарлатанские способы рекламирования, приведенные в параграфе 18, а именно: 1) употребление врачебных или ученых титулов без права на них или же в такой форме, которая может вводить публику в заблуждение; 2) употребление агентов и факторов для привлечения большего количества пациентов, – безразлично, делит ли с ними врач прямо прибыль или же иным путем вознаграждает их за услуги; 3) участие в прибылях аптекарей и других коммерсантов, получаемых от покупки лекарств или иных средств, назначаемых врачом, а равно соглашения или какие-либо договоры о высылке врачебных назначений почтой; 4) соглашение с аптекарями о направлении к врачу больных на условии особенной со стороны врача рекомендации той или иной аптеки или вообще соглашения, имеющего в виду взаимную выгоду и основания на эксплуатации пациентов; 5) выдача свидетельств о действительности так называемых тайных средств; 6) выдача не врачам свидетельств о том, что эти лица способны к самостоятельному выполнению врачебных манипуляций (зубные техники, массажисты, бандажисты и т.д.), или рекомендация таких лиц больным для самостоятельных врачебных манипуляций, или же бесконтрольное допущение их к врачебной практике; 7) совместное с не врачами лечение больных, прикрытое своим именем не врачей (знахарей) или вообще то или иное содействие последним [Там же, с. 12-14].

Таким образом, на примере анализа саморекламы на страницах медицинского журнала, сравнивая отечественные и зарубежные этические кодексы и правила, можно обнаружить, что врачебная этика европейских врачебных сообществ начала XX века более детально и развернуто рассматривала многие из актуальных и по сей день этических проблем медицины. В то же время отечественным врачебным сообществам, вероятно, по причине существования у нас «института общественной медицины, придающего совершенно особый характер вопросам врачебной этики и вносящего подчас такую сложность отношений и взаимодействий, о которых западно-европейский врач может иметь лишь весьма слабое, чисто отвлеченное представление» [3, с. 75], разработать единый и универсальный кодекс врачебной морали было крайне сложно, не говоря уже о формировании подробных рекомендаций относительно отдельных этических проблем. Однако уже упомянутые в настоящей работе современные европейские и российские этические кодексы спустя столетия все также обладают довольно скудной информацией о некоторых проблемах врачебной морали, таких, например, как самореклама.

В заключение можно отметить, что ретроспективный взгляд на врачебную этику может оказаться весьма полезным и интересным опытом для решения ее проблем сегодня, а размытость и неоднозначность саморекламы в медицине возможно преодолеть, разработав в рамках кодексов и правил подробные этические рекомендации, включающие в себя развернутую информацию как о содержании врачебной саморекламы, так и о ее формах и способах рекламирования.

## Список литературы

1. **Врачебная этика (Положения, выработанные обществом Уманских врачей)** // Вестник С.-Петербургского врачебного общества взаимной помощи. 1903. Вып. VIII. С. 485-488.
2. **К вопросу о принципах медицинской этики** // Вестник С.-Петербургского врачебного общества взаимной помощи. 1910. Вып. XIX-XX. С. 6-22.
3. **Лихтерман Б. Л., Яровинский М. Я.** История медицинской этики в России. Часть 1. Дореволюционный период // Медицинское право и этика. 2002. № 2. С. 67-81.
4. **Международный кодекс медицинской этики** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.med-pravo.ru/Ethics/seventh1.htm> (дата обращения: 15.08.2016).
5. **Ожегов С. И.** Толковый словарь русского языка: ок. 100 000 слов, терминов и фразеологических выражений / под ред. проф. Л. И. Скворцова. М.: Оникс; Мир и Образование, 2010. 1360 с.
6. **Отчет о деятельности Правления Тверского отделения за 1902 г.** // Вестник С.-Петербургского врачебного общества взаимной помощи. 1903. Вып. VI. С. 232-234.
7. **Этический кодекс российского врача** [Электронный ресурс]. URL: <http://www.med-pravo.ru/Ethics/EthCodRF.htm> (дата обращения: 15.08.2016).

**MEDICAL SELF-ADVERTISEMENT THROUGH THE LENSES OF MEDICAL ETHICS  
(BY THE MATERIALS OF MEDICAL PERIODICALS OF THE EARLY XX CENTURY)**

**Pyzhova Olesya Vladimirovna**, Ph. D. in Philosophy  
*Kursk State Medical University*  
*olvp@bk.ru*

The article focuses on the issue of self-advertisement in the medical community, retrospectively examines the contents of the notion “self-advertisement”, its types and methods of advertising through a comparative analysis of different ethics codes and regulations that provide information about self-advertisement in medicine and were published in medical periodicals of the early XX century, in particular in the magazine “Bulletin of St. Petersburg Medical Mutual Aid Community”.

*Key words and phrases:* medical ethics; medical deontology; advertising; self-advertisement; doctor; doctor’s responsibilities; medical magazine.

УДК 111.1

**Философские науки**

*В статье исследуется содержание понятий «картина мира» и «онтология». Под картиной мира понимается предметная сторона мировоззрения, а под онтологией – философская рефлексия над картиной мира. Утверждается, что картина мира составляет важнейшую часть предметной области онтологии. В свою очередь, принципы и идеи онтологии способствуют систематизации содержания картины мира. Неклассическая онтология помогает осознать степень различия между картиной мира и самим миром.*

*Ключевые слова и фразы:* картина мира; мировоззрение; онтология; классическая онтология; неклассическая онтология.

**Рахматуллин Рафаэль Юсупович**, д. филос. н., профессор  
*Башкирский государственный аграрный университет*  
*rafat54@mail.ru*

**КАРТИНА МИРА ИЛИ ОНТОЛОГИЯ?**

Появление в XX веке в отечественной эпистемологии понятия «картина мира» породило вопрос о его отличии от понятия «онтология». Возникла идея синонимичности этих терминов. В частности, В. Н. Костюк считает, что научная картина мира выступает в качестве онтологии научной теории [3, с. 39]. В. С. Данилова и Н. Н. Кожевников именуют дисциплинарными онтологиями картины физической и технической реальности [1, с. 98], М. В. Елинский – математическую и физическую картины мира [2, с. 47-48]. В справочном издании по эпистемологии понятия «дисциплинарная онтология» и «специальная научная картина мира» отождествляются [12, с. 581].

По нашему мнению, понятия «картина мира» и «онтология» не есть синонимы. Проблемы обоснования нашего тезиса возникают из-за того, что эти понятия применяются в философских текстах в разных смыслах. Например, в многочисленных публикациях пишут о десятках картин мира: философской, технической, языковой, этнической, музыкальной, художественной, лингвоцветовой, обыденной, комической, фразеологической и т.д. Создается впечатление, что авторы этих статей, понимают под картиной мира семантическую составляющую любого текста, с чем нельзя согласиться. С понятием «онтология» дела обстоят лучше – в основном встречаются три варианта истолкования его значения: а) в качестве эквивалента понятия «метафизика»; б) как учения об объективном мире, который человек пытается познать. Такое учение можно назвать классической онтологией; в) как философского знания о мире человека, обусловленном особенностями субъекта познания. Это учение можно назвать неклассической онтологией.