

Hjemmesider og debatfora er blevet lige så vigtige kanaler til viden om sygdomme og sundhed som at gå til lægen. Det viser en ny undersøgelse fra YouGov Zapera. Medicinalvirksomhederne stilles i dilemma om ikke at udfordre lægernes faglige autoritet ved at være for offensive på nettet

SUNDHEDSVIDEN PÅ NETTET UDFORDRER LÆGERNE



Af Johannes P. Bøggild

Bente Klarlund, en af landets førende professorer inden for folkesundhed og forebyggelse, begyndte året med at slå alarm i Politiken. Ikke mod fedme, rygning, manglende motion eller dårlig kost, som ellers berøver danskerne muligheden for at leve lige så længe som vores nordiske naboer. Bente Klarlund Pedersen advarede mod overdreven sundhedsmani. At det kan blive for meget af det gode. Så meget at det er sundhedsskadeligt. Med detox kure, tarmskyllinger og andet, der med videnskabsmandens øjne er baseret på vås, men som appellerer til et sygeligt sundhedsfokus hos en del af befolkningen. Budskabet var: sundhed med måde.

Lægerne udfordret af konsekvenskilder

Uden at sætte navn på kvaksalverne, så gik kritikken mod dem, som lukrer på, at en del danskere er blevet sygeligt optaget af sundhed og dyrker enkelte kostråd i det ekstreme. Medierne er fyldt med historier om sundhed og forebyggelse. Om besynderlige lidelser. Om nye mirakelkure, der kan rense danskerne indvortes, fjerne allergi, gøre os kernesunde og sikre, at vi ikke får kræft og vores biologiske alder bliver mærkbart lavere



og meget andet. Ofte er fortællerne folk, som på egen krop har eksperimenteret med at spise hørfrø, blåbær eller BigMacs gennem længere tid og har oplevet grupvækkende resultater, der egner sig godt i medierne. Sundhedshistorierne er i den grad præget af det, som journalister kalder konsekvenskilder. Og danskerne læper deres historier i sig.

En medspiller til sundhedsmanien er de danske medier, som for længst har opdaget, at der er salg i den slags. Danskernes sundhedsinteresse

virker nærmest umættelig. Og jævnlige bliver lægernes autoritet udfordret.

Kommunikatørerne har spillet en væsentlig rolle. Historier om sundhed og sygdomme er relativt nemme at afsætte, hvis de er suppleret med en case. Men mere grundlæggende er der sket et skift i retning af, at en stor del af sundhedskommunikationen er flyttet på nettet og direkte til de potentielle kunder.

Framingen af sygdomme ændret

For år siden begyndte hjemmesiderne at pible frem. Det handlede om lidelser som uro i benene, leddegigt hos børn, erektionsproblemer for mænd over 50, halsbrand for alle aldersgrupper, fodsvamp, psoriasis, depressioner og meget mere. Bag mange af siderne stod blandt andet medicinalvirksomheder, der havde en interesse i at italesætte bestemte sygdomme, fjerne tabuer og gøre danskerne bekendt med lidelser, som de muligvis kunne have eller blive ramt af. Det var en mere direkte måde, at komme i kontakt med danskerne på, som ikke var forbudt ligesom reklamer for medicin. Det var saglige oplysninger om generende lidelser. Sygdommene var alvorlige nok, og typisk blev de formidlet sammen med læger eller sygeplejersker, der også anviste behandlinger.

Det var en måde at ændre selve framingen af visse sygdomme på. Især har det været vellykket med depression, som tidligere var en meget tabuiseret lidelse, men som i dag er mere accepteret som almindelig psykisk sygdom.

Danskerne elsker hjemmesider om sundhed og sygdom

En ny repræsentativ meningsmåling foretaget af YouGov Zaperas viser, at danskerne generelt har taget positivt mod hjemmesiderne og de mange debatfora om sygdom og sundhed. Internettet er blevet danskernes mest yndede kilde til viden om sygdom og sundhed, viser undersøgelsen. I alt 1014 personer har svaret på spørgsmålene, som især handler om, hvor danskerne opsøger viden om sundhed og sygdomme. Deres svar viser, at internettet ikke bare har distanceret dagbladene, lægeleksikoner, familie og venner som kilde til viden om fysiske og psykiske dårligheder. Mest iøjnefaldende er, at danskerne konsulterer nettet i lige så høj grad, som de vælger at gå til en læge eller anden sundhedsfaglig person. Samti-



Danskernes øgede medieforbrug om sundhedsstof kan ifølge Healthcare chef Uffe Dambmann, YouGov Zapera, forklares med i hvert fald tre forskellige faktorer:

- Øget politisk bevågenhed om sundhed som følge af blandt andet øgede udgifter
- Vi stiller højere krav til vores levestandard, vi ønsker den bedste medicin og de bedste behandlinger
- Nettet har givet nemmere og hurtigere adgang til information om emnerne

dig går mange først på nettet, før de konsulterer lægen. Dermed skal lægerne i stigende udstrækning forholde sig til de mange informationer, som florerer på nettet.

- 53 procent af befolkningen søger information på nettet, inden de besøger deres læge. Som noget nyt kan vi også se, at mellem 10 og 15 procent også tager informationerne med til lægen med en tanke om bestemt behandling eller medicin, siger Healthcare chef Uffe Dambmann fra YouGov Zapera. Han har mere end ti års erfaring med lægemiddelindustrien og har de seneste fire år arbejdet med markedsanalyser af branchen. I dag er han healthcare chef og ansvarlig for meningsmålingen, som refereres her.

Hver femte har søgt på nettet i den seneste måned

Rundspørgen fra Zapera viser, at hver femte dansker inden for den seneste måned har konsulteret nettet for hurtigt at blive klogere om sygdomme og behandlinger.

Når danskerne først har fået en diagnose, så går mere end halvdelen af dem på nettet for at tilegne sig viden om behandlingsformer. Og der er stor tilfredshed med de tilgængelige informationer. Hele 75 procent svarer, at de finder informationerne

om behandling af de specifikke sygdomme god eller meget god på nettet. Tankevækkende er det, at færre opsøger informationer om bivirkninger af de specifikke medikamenter eller behandlingsformer, men de, der gør, er i to ud af tre tilfælde også tilfredse med informationerne.

Selv om medicinalvirksomheder i dag typisk fremstår som klare afsendere med navns nævnelse på de mange hjemmesider, så er nettet blevet det dominerende medie til at blive klogere på sundhed. Også andre end medicinalvirksomhederne er afsendere - ikke mindst netdoktor.dk og sundhed.dk, som er drevet af ministeriet for Sundhed og Forebyggelse.

Dilemma for medicinalvirksomheder

Ifølge Uffe Dambmann har den betragtelige sundhedskommunikation via hjemmesider dog skabt et dilemma for medicinalindustrien.

- Det er meget vigtigt, at kommunikationen sker på en måde, hvor de ikke generer lægerne. I værste fald vil læger vende sig mod bestemte medicinalvirksomheder, der er for offensive i deres online kommunikation. Det kan med andre ord blive livsfarligt for en virksomhed, hvis ikke den får tænkt på de rette interessenter i kommunikationen, siger Healthcare chef Uffe Dambmann. ■