

Strokovni prispevek/Professional article

STROKOVNA OCENA ČLANKOV Z MEDICINSKO VSEBINO V TISKANIH MEDIJAH, NAMENJENIH LAIČNIM BRALCEM

EXPERT EVALUATION OF LAIC ARTICLES WITH MEDICAL CONTENTS IN PRINTED MEDIA

Uroš Ahčan,¹ Saba Battelino,² Barbara Cvenkel,³ Aljoša Danieli,⁴ Doroteja Renko Diallo,⁵ Matija Gorjanc,⁶ Nena Kopčavar Guček,⁷ Marko Pokorn,⁸ Janež Preželj,⁹ Klemen Stražar,¹⁰ Viktor Švigelj,¹¹ Bojan Tršinar,¹² Matjaž Turel,¹³ Matija Zupan¹¹

¹ Klinični oddelek za plastično kirurgijo in opeklino, Kirurška klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 7, 1525 Ljubljana

² Klinika za otorinolaringologijo in cervikofacialno kirurgijo, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 2, 1525 Ljubljana

³ Očesna klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Grablovičeva 46, 1525 Ljubljana

⁴ Psihiatrična klinika Ljubljana, Studenec 48, 1260 Ljubljana-Polje

⁵ Klinični oddelek za anesteziologijo in intenzivno terapijo operativnih strok, Kirurška klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 7, 1525 Ljubljana

⁶ Implantološki inštitut Ljubljana, Vilharjeva c. 27, 1000 Ljubljana

⁷ Zdravstveni dom Ljubljana-Vič, Šestova 10, 1000 Ljubljana

⁸ Klinika za infektivne bolezni in vročinska stanja, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Japljeva 2, 1525 Ljubljana

⁹ Klinični oddelek za endokrinologijo, diabetes in bolezni presnove, Interna klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 7, 1525 Ljubljana

¹⁰ Ortopedska klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 9, 1525 Ljubljana

¹¹ Klinični oddelek za vaskularno nevrologijo in intenzivno nevrološko terapijo, Nevrološka klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 9, 1525 Ljubljana

¹² Klinični oddelek za otroško kirurgijo in intenzivno terapijo, Kirurška klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 7, 1525 Ljubljana

¹³ Center za pljučne bolezni in alergijo, Interna klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 7, 1525 Ljubljana

Izvleček

Izhodišča	<i>V tiskanih medijih, dostopnih širši javnosti, je veliko informacij z medicinsko vsebino. Med koristnimi in strokovno podprtimi informacijami pogosto najdemo tudi zavajajoče, tendenciozne in celo za zdravje škodljive trditve. Z našo raziskavo smo želeli preveriti strokovno ustreznost prispevkov z medicinsko vsebino v tiskanih medijih, namenjenih laičnim bralcem in odnos le-teh do tega vira medicinskih informacij.</i>
Metode	<i>V času enega meseca smo načrtno zbirali izvode večine tiskanih medijev v Republiki Sloveniji in v njih poiskali članke z medicinsko vsebino, ki so jih po strokovnih merilih ocenili strokovnjaki z različnih medicinskih področij.</i>
Rezultati	<i>Raziskava je pokazala, da pri dobri tretjini člankov ni bilo navedenega avtorja, pri 82 % ni bilo navedenih nobenih virov. Za posamezna strokovna merila (pomankljivi podatki, nedokazane trditve, za zdravje škodljive informacije, oglaševanje) navajamo številne primere, v katerih poudarjamo prav omenjene pomankljivosti. Izkazalo se je, da je oglaševa-</i>

Avtor za dopisovanje / Corresponding author:

¹ Doc. dr. Uroš Ahčan, dr. med., Klinični oddelek za plastično kirurgijo in opeklino, Kirurška klinika, Univerzitetni klinični center Ljubljana, Zaloška 7, 1525 Ljubljana

nje v člankih statistično značilno povezano z večjo pogostostjo napak s stališča strokovne ustreznosti in zavajajočih oz. pomanjkljivih podatkov, ki včasih lahko pomenijo tudi za zdravje škodljivo informacijo. Po pričakovanju so članki, ki so jih pisali medicinski strokovnjaki, imeli statistično značilno manj pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov. Omenjamo pa tudi tiste prispevke, ki so odlično napisani in bi lahko predstavljali dobro izhodišče za podajanje medicinskih informacij v laičnih tiskanih medijih v prihodnje. Opažamo pomanjkanje člankov z medicinsko vsebino v tiskanih medijih, namenjenih otrokom in mladostnikom.

Zaključki Z rezultati raziskave želimo opozoriti širšo in strokovno javnost na stanje podajanja medicinskih informacij, namenjenih laičnim bralcem v tiskanih medijih. Predlagamo, da se v prihodnje pripravi predpis, ki bo določal merila, ki jih morajo izpolnjevati članki z zdravstveno tematiko v splošnih medijih: navedba avtorja, jasno opredeljena strokovnost avtorja, navedba virov. Naš namen je dvigniti raven kakovosti medicinskih informacij, dostopnih laičnim bralcem, in s tem zavarovanje morebitnih bolnikov in potrošnikov sploh.

Ključne besede laični prispevki z medicinsko vsebino; tiskani mediji; strokovna ocena

Abstract

Background *The printed media accessible to laic readers contain much information on medical content. Among useful and scientifically based information one often finds statements that are misleading, biased or even harmful to one's health. Our research is intended to assess the scientific correctness of laic articles containing medical information in printed media, as well as to examine what attitude laic readers express towards this source of medical information.*

Methods *During a period of one month, we deliberately collected copies of a majority of printed media published in the Republic of Slovenia and searched for articles with medical contents. The latter were subsequently evaluated by experts from various medical fields.*

Results *The research showed that 36 % of articles lacked clearly stated authorship. 82 % of articles lacked sources where the information had been drawn from. As for specific scientific criteria (imperfect data, unproven statements, information harmful to health, advertising) an array of examples is displayed. The research shows that advertising within articles is in a statistically significant relation to a higher incidence of mistakes concerning the scientific appropriateness and of misleading or imperfect data which sometimes entail information detrimental to health. According to our expectations, the articles written by medical experts, exhibited a statistically significant lower number of imperfect or misleading data. However, some articles that featured excellent work and could, as such, serve as a positive example of presenting medical information, are also exposed. There is a profound lack of laic articles with medical contents in printed media devoted to children and teenagers.*

Conclusions *The research results are meant to draw the laic and expert publics' attention to the state of presenting medical information in laic printed media. Therefore we suggest introducing a law on publishing laic medical articles which should fulfil the exposed criteria: stating the authorship, clearly stated professional qualifications of the author, correctly stated sources. Our aim is to improve the quality of medical information presented to laic readers and by doing so to protect potential patients and consumers.*

Key words *laic articles with medical content; printed media; expert evaluation*

Uvod

V tiskanih medijih, ki so dostopni laičnemu slovenskemu bralcu, je veliko informacij z medicinsko vsebino. Nekatere so koristne in strokovno podprte, več pa je tudi zavajajočih ali celo za zdravje škodljivih. Podobno ugotavljajo v številnih tujih študijah.¹⁻¹² Po nam znanih podatkih v slovenskem prostoru doslej še nih-

če ni opravil načrtne raziskave strokovne ustreznosti člankov z medicinsko vsebino, namenjenih laikom, v splošnih tiskanih medijih. Z raziskavo smo želeli preveriti strokovno ustreznost tovrstnih člankov. Iskali smo primere zavajajočega in napačnega poučevanja laične javnosti. Namen naše raziskave nikakor ni diskvalifikacija tiskanih medijev oz. piscev. Zato se strogo izogibamo navajanju imen piscev in naslovov član-

kov, iz katerih navajamo sporne trditve. Po drugi strani pa nas je zanimal tudi odnos laičnih bralcev do medicinskih informacij, ki jih lahko poiščemo v tiskanih medijih. V okviru političnih in ekonomskih sprememb, po letu 1990 v Sloveniji opazujemo vse večji vpliv centrov finančne moči (multinacionalke) na podajanje medicinskih informacij. Informacija o zdravlilu ali medicinskem pripomočku, namenjena možnemu uporabniku, naj bi bila podana tako, da v čim boljši luči predstavi novost, morebitne pomanjkljivosti pa spretno zabiše.^{1-3, 5, 8, 13-16} Članke smo poiskali v večini tiskanih medijev v Sloveniji v obdobju enega meseca. K recenziji člankov smo povabili strokovnjake z različnih medicinskih področij, ki so članke ocenili po strokovnih merilih, po ocenjevalnih vprašalnikih. Laični bralci so svoje mnenje o medicinskih informacijah v tiskanih medijih izrazili s pomočjo anketnih vprašalnikov. Na podlagi rezultatov raziskave predlagamo možne izboljšave pisanja in tako skušamo prispevati k višji ravni podajanja medicinskih informacij laičnemu bralcu v slovenskem jezikovnem prostoru.

Metode

Tiskani mediji in prispevki

V času med 30. 10. 2006 in 10. 12. 2006 smo načrtno zbirali izvode večine tiskanih medijev, ki izhajajo na področju Republike Slovenije v slovenskem jeziku. Med tiskanimi mediji najdemo mesečnike, 14-dnevne, tednike, dnevnik in njihove priloge. Od mesečnikov smo zbrali po en izvod, od štirinajstdnevnikov po 2 izvoda, od tednikov po 4 izvode in od dnevnikov po 6 izvodov. Razpredelnica 1 prikazuje število zbranih izvodov posameznih tiskanih medijev.

Razpr. 1. Število izvodov posameznih tiskanih medijev.

Mesečniki	Zdravje, PIL, CICIBAN za starše, Lepa in zdrava, Vzajemnost, Ognjišče, Viva, Mama, Naša družina, Modna Jana, Otrok in družina, Moj malček, Men's Health, Smrklja, Cosmopolitan, Eva, Naša žena, Ciciban, vse po 1 izvod – skupaj 18 izvodov
Štirinajstdnevnik	Anja 2 izvoda, Lisa 1 izvod – skupaj 3 izvodi
Tedniki	Hopla, Mag, Več, Družina, Nedelo, Nedeljski dnevnik, Jana vse po 4 izvodi – skupaj 28 izvodov
Dnevnik	Večer 2 izvoda, Primorske novice 2 izvoda, Slovenske novice 6 izvodov, Dnevnik 6 izvodov, Delo 6 izvodov, Direkt 6 izvodov – skupaj 28 izvodov
Priloge dnevnikov	Nika 2 izvoda, 7 dni 1 izvod, Bonbon 1 izvod, Vikend 1 izvod, Delo FT 1 izvod, Polet 1 izvod, Ona 2 izvoda – skupaj 11 izvodov
Drugo	Vitka Anja 1 izvod, Nasmeh (revija TUŠ) 1 izvod – skupaj 2 izvoda
Vsi tiskani mediji - skupaj	90 izvodov

V omenjenih tiskanih medijih smo poiskali članke z medicinsko vsebino.

Članki

Med članke štejejo prispevki z medicinsko vsebino, ki niso sami po sebi oglasi, čeprav je v njih lahko zaznati težnje k oglaševanju nekega izdelka ali storitve. Število člankov po tiskanih medijih prikazuje Razpredelnica 2.

Razpr. 2. Število in odstotek člankov po tiskanih medijih.

Tiskani medij	Število člankov na tiskani medij	Delež od vseh člankov (%)
Zdravje	38	14,3
PIL	2	0,8
Lepa in zdrava	26	9,8
Vzajemnost	4	1,5
Ognjišče	1	0,4
Viva	23	8,6
Mama	5	1,9
Modna Jana	4	1,5
Otrok in družina	3	1,1
Moj malček	5	1,9
Men's Health	20	7,5
Smrklja	2	0,8
Cosmopolitan	4	1,5
Eva	1	0,4
Naša žena	4	1,5
Anja	11	4,1
Lisa	2	0,8
Hopla	5	1,9
Mag	5	1,9
Več	4	1,5
Družina	4	1,5
Nedelo	3	1,1
Nedeljski dnevnik	8	3,0
Jana	18	6,8
Večer	2	0,8
Primorske novice	5	1,9
Slovenske novice	6	2,3
Dnevnik	6	2,3
Delo	11	4,1
Nika	2	0,8
7 dni	3	1,1
Bonbon	6	2,3
Delo FT	1	0,4
Polet	2	0,8
Ona	2	0,8
Vitka Anja	17	6,4
Nasmeh (revija TUŠ)	1	0,4
Skupno	266	100,0

Članke smo razdelili po medicinskih področjih. Porazdelitev člankov po posameznih medicinskih področjih prikazuje Razpredelnica 3.

Razpr. 3. Število in odstotek člankov po posameznih medicinskih področjih.

Medicinsko področje	Število člankov na medicinsko področje	Delež od vseh člankov (%)
Družinska medicina	61	22,9
Endokrinologija, prehrana	48	18,0
Otorinolaringologija	6	2,3
Oftalmologija	5	1,9
Pedriatrija	36	13,5
Infekcijske bolezni	17	6,4
Dermatologija, estetika, plastična kirurgija	26	9,8
Prva pomoč	2	0,8
Nevrologija	11	4,1
Anesteziologija	5	1,9
Pulmologija, alergologija	14	5,3
Urologija	5	1,9
Revmatologija, ortopedija	6	2,3
Psihiatrija	14	5,3
Dentalna medicina	10	3,8
Skupaj	266	100,0

Recenzenti

Članke s posameznih medicinskih področij so recenzirali uveljavljeni medicinski strokovnjaki prostovoljno in brez kakršnegakoli finančnega nadomestila za opravljeno delo. Medicinska področja in recenzente prikazuje Razpredelnica 4.

Razpr. 4. Medicinska področja in njihovi recenzenti.

Medicinsko področje	Recenzent
Družinska medicina	Asist. mag. Nena Kopčavar Guček, dr. med.
Endokrinologija, prehrana	Prof. dr. Janez Preželj, dr. med.
Otorinolaringologija	Asist. mag. Saba Battelino, dr. med.
Oftalmologija	Doc. dr. Barbara Cvenkel, dr. med.
Pedriatrija	Asist. mag. Marko Pokorn, dr. med.
Infekcijske bolezni, imunologija	Asist. mag. Marko Pokorn, dr. med.
Dermatologija, estetika, plastična kirurgija.	Doc. dr. Uroš Ahčan, dr. med.
Prva pomoč	Doc. dr. Uroš Ahčan, dr. med.
Nevrologija	Prim. mag. Viktor Švigelj, dr. med.
Anesteziologija	Prim. Doroteja Renko Diallo, dr. med.
Pulmologija, alergologija	Prim. mag. Matjaž Turel, dr. med.
Urologija	Prof. dr. Bojan Tršinar, dr. med.
Revmatologija, ortopedija	Asist. mag. Klemen Stražar, dr. med.
Psihiatrija	Aljoša Danieli, dr. med.
Dentalna medicina	Asist. Matija Gorjanc, dr. med., dr. dent. med.

Ocenjevalni vprašalniki za recenzente

Članki

Recenzenti so članke ocenjevali na osnovi ocenjevalnega vprašalnika (Vprašalnik 1).

Zastopanost medicinskih področij v medijih po mnenju recenzentov

Recenzenti so odgovarjali na vprašanja o zastopanoosti svojega medicinskega področja v nemedicinskih medijih (Vprašalnik 2).

Anketni vprašalnik za laike

Laike smo povabili k sodelovanju v raziskavi, da bi ugotovili, kakšno je njihovo mnenje o medicinskih informacijah v tiskanih medijih (Vprašalnik 3).

Vprašalnik 3. Anketni vprašalnik za laike.

Strokovna ocena člankov z medicinsko vsebino, namenjenih laikom v splošnih v tiskanih medijih

Starost _____ let
Spol M Ž

- Kako pogosto iščete medicinske informacije v člankih tiskanih medijev?
1 - Pogosto 2 - Redko 3 - Nikoli
- Ali zaupate informacijam v člankih z medicinsko vsebino v tiskanih medijih?
1 - Da 2 - Ne
- Ali bi vi osebno poskusili z metodami zdravljenja, ki jih navajajo članki v tiskanih medijih?
1 - Da 2 - Ne
- Mislite, da so informacije v člankih z medicinsko vsebino zanesljive in preverjene?
1 - Da 2 - Ne
- Mislite, da so v omenjenih člankih informacije, ki so za vaše zdravje škodljive?
1 - Da 2 - Ne
- Kaj menite o oglaševanju izdelkov in storitev v člankih?
1 - Takim člankom verjamem bolj, saj oglaševalec jamči za resničnost trditve.
2 - Takim člankom verjamem manj, saj oglaševalec pogosto prikriva pomembne podrobnosti.
3 - Trendovske revije za specifično publiko (mlade ženske, moda, življenjski slog)
4 - Informacije, ki jih poiščem na internetu

Statistična obdelava podatkov

Statistično obdelavo podatkov smo napravili z računalniškim programom SPSS. Poleg osnovne statistične

Vprašalnik 1. Ocenjevalni vprašalnik za recenzente – članki.

Avtorstvo	Polno ime - 1	Začetnice - 2	Brez navedbe - 3	Ni navedena - 4
Navedba avtorja	Zdravnik - 1 (dr. med.)	Drugi strokovnjaki - 2	Novinar - 3	
Strokovnost pisca	Da - 1	Ne - 2		
Sklicevanje na strokovnjaka	Da - 1	Ne - 2		
Intervju strokovnjaka	Da - 1	Ne - 2		
Viri	Strokovna literatura - 1	Internetne baze podatkov - 2	Brez - 3	
Navedba virov	Odkrito - 1	Prikrilo - 2	Brez - 3	
Oglaševanje izdelka/storitve*				
Strokovna ocena besedila članka	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3	
Pomanjkljivi oz. zavajajoči podatki	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3	
Napake	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3	
Nedokazano	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3	
Posploševanje	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3	
Za zdravje škodljive informacije	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3	
Ocena strokovnosti članka (od 1 do 5; 1 najslabše, 5 najboljše)				

Izpišite najočitnejše napake in nepravilnosti s stališča strokovne ustreznosti in morebitne najbolj neumne trditve.

* Merilo, po katerem smo ocenili, da je šlo v članku za odkrito oglaševanje, je bilo neposredno navajanje imena izdelka ali storitve in njihovih ponudnikov (oglaševalcev). Tudi besedilo članka je bilo zasnovano tako, da je poudarjalo pretežno pozitivne plati izdelka ali storitve. Da gre za prikrilo oglaševanje v članku, smo sklepali po posrednem omenjanju izdelka ali storitve in prisotnosti oglasov poleg članka, ki so v logični povezavi z vsebino članka. Za prikrilo oglaševanje smo šteli tudi omenjanje različnih sponzorjev članka, še posebej navajanje imen farmacevtskih družb in podjetij.

Vprašalnik 2. Zastopanost medicinskih področij v medijih po mnenju recenzentov.

Po recenziji predloženih člankov in vašem siceršnjem spremljanju laičnih tiskanih medijev v Sloveniji ste si gotovo ustvarili svoje osebno mnenje. Prošiva, da odgovorite še na zadnji dve vprašanji.

Ali menite, da je vaše strokovno področje v medijih ustrezno strokovno obravnavano?	Da - 1	Ne - 2	Delno - 3		
Kako pogosto novinarji iščejo informacije o strokovnih problemih z vašega strokovnega področja?	Nikoli - 1	Zelo redko - 2	Redko - 3	Pogosto - 4	Zelo pogosto - 5

ne obdelave podatkov smo v raziskavi skušali najti tudi statistično značilne povezave med pari neodvisnih in odvisnih spremenljivk. Za odvisne spremenljivke štejemo prvih šest spremenljivk v vprašalniku za recenzente, drugih šest spremenljivk v vprašalniku za recenzente pa štejemo kot neodvisne spremenljivke. Za statistično značilno povezavo med spremenljivkami smo šteli vrednost $p < 0,05$. Za primerjavo med dihotočno nominalno spremenljivko in intervalno spremenljivko (ob predpostavki, da je slednja normalno porazdeljena) smo uporabili T-test za neodvisna vzorca: preverjali smo, ali je povprečna vrednost iste spremenljivke v eni skupini enot različna od povprečne vrednosti v drugi skupini enot. Kontingenčne tabele smo uporabljali za preverjanje domnev o povezanosti nominalnih in ordinalnih spremenljivk, pri čemer smo uporabili test hi-kvadrat (ob predpostavki, da je bila vrednost pričakovanih frekvenc večja od 5 v vseh celicah kontingenčne tabele). Za ugotavljanje moči povezanosti med spremenljivkami smo uporabljali koeficient ϕ za kontingenčne tabele 2×2 in Cramerjev koeficient V za večje tabele. Pri tem smo upoštevali naslednje: pri vrednostih omejenih koeficientov pod 0,1 je povezanost šibka, srednje močna povezanost je pri vrednostih med 0,1 in 0,3, močna povezanost pa pri vrednostih, večjih od 0,3.

Rezultati

Rezultate podajamo v obliki razpredelnic, če ni označeno drugače. Ob večini meril ocenjevanja citiramo sporne trditve iz posameznih člankov za bolj nazorno predstavo. Da bi se izognili diskvalifikaciji tiskanege medija in/ali pisca, ne navajamo nobenih podatkov o članku in piscu.

Navedba avtorja

Razpr. 5. Navedba avtorja.

S polnim imenom in priimkom	Z začetnicami	Brez navedbe
54,5 %	9,4 %	36,1 %

N = 266

Strokovnost pisca

Razpr. 6. Strokovnost pisca.

Zdravnik	Drugi strokovnjaki	Novinar	Ni navedena
6,4 %	3,0 %	54,5 %	36,1 %

N = 266

Sklicevanje na strokovnjaka

Razpr. 7. Sklicevanje na strokovnjaka.

Se sklicuje na strokovnjaka	Se ne sklicuje na strokovnjaka
32,7 %	67,3 %

N = 266

Primer 1: Rubrika »Odgovori strokovnjakov«. Tu »strokovnjak« odgovori na dve vprašanji bralcev, vendar strokovnjak ni naveden niti poimensko niti glede na stroko.

Primer 2: »Kaj je kuperozna koža in kako jo dobimo? To je stanje kože, kjer se pojavljajo lišaji in vroč občutek na koži, vidne so drobne popokane rdečkaste žilice [...] znotraj žilice je prisoten krvni tlak, ki koagulaciji nasprotuje, zato je pri odstranjevanju razširjenih žilic pomembna kontinuiteta [...] uporaba pravilne kozmetike, ki deluje globalno, in sicer uravnava neravnovesje, zmanjšuje rdečico, pomirja povrhnjico in ščiti pred zunanjimi vplivi [...] Strokovna kozmetičarka lahko izvede strokovno in profesionalno nego za kuperozno kožo, svetuje in opravi laserski tretma, pripravi izdelke za podaljšano nego doma ter spremlja stanje stranke.«

Primer 3: »Poznamo razne vrste kožnih nepravilnosti: akne, mozolje, zamašene pore, ogrce, komedone itd. [...] Zdravljenje pa poteka na precej podoben in usklajen način.«; »[...] IPL LASERSKA FOTOTERAPIJA. Do sedaj je bila na voljo le v tujini, sedaj pa sem jo pripeljala tudi v svoj salon.«; »[...] hkrati je tudi najbolj varna, brez kakršnih koli stranskih učinkov.«; »Rezultati so fantastični [...]«

Intervju strokovnjaka

Razpr. 8. Intervju s strokovnjakom.

Intervju s strokovnjakom	Ni intervju s strokovnjakom
1,5 %	98,5 %

N = 266

Navedba virov

Razpr. 9. Navedba virov.

Brez	Strokovna literatura	Internetne baze podatkov	Strokovna literatura in internetne baze podatkov hkrati
82,0 %	16,9 %	0,8 %	0,3 %

N = 266

Oglaševanje izdelka ali storitve

Razpr. 10. Oglaševanje izdelka ali storitve.

Odkrito oglaševanje	Prikrito oglaševanje	Brez oglaševanja	Oglaševanje skupaj
10,2 %	12,4 %	77,4 %	22,6 %

N = 266

Primer 1 – odkrito oglaševanje: »V primeru težav v predelih sklepov lahko uporabite ArthroStop kremo za nego kože.«

Primer 2 – odkrito oglaševanje: neposredno oglaševanje BK studia, Moravske toplice.

Primer 3 – odkrito oglaševanje: »Lokacija: Splošna bolnišnica Murska Sobota, boris.onisak@gmail.com, cena od 150.000 do 400.000 SIT...«

Primer 4 – odkrito oglaševanje: »Kozmetični salon Omersa ...«

Primer 5 – odkrito oglaševanje: »Kar je uspelo dr. Christopherju Picku, ...«; »Krema Monét proti staranju ...«

Primer 6 – odkrito oglaševanje: Članku je dodan kupon. »Kupon za 10 % popusta v salonu CAT: Enemu od vas bo Katja podarila brezplačno lasersko odstranjevanje aken ...«

Primer 1 – prikrito oglaševanje: »... meritve pljučne funkcije, ki jih prirejata farmacevtski družbi Pfizer in Boehringer Ingelheim Pharma.«

Primer 2 – prikrito oglaševanje: »Znanstveniki so v laboratorijih Nivea ...«.

Primer 3 – prikrito oglaševanje: »Povprašajte torej svojega zdravnika o Bonvivi, prvem mesečnem zdravilu za osteoporozo.«

Zavajajoči in pomanjkljivi podatki

Razpr. 11. *Zavajajoči in pomanjkljivi podatki.*

Povsem zavajajoči in pomanjkljivi podatki	Deloma zavajajoči in pomanjkljivi podatki	Brez zavajajočih in pomanjkljivih podatkov	Zavajajoči in pomanjkljivi podatki skupaj
24,7 %	25,9 %	49,4 %	50,6 %

N = 266

Primer 1: »Zobje lahko skelijo nekaj dni, a se ne poškodujejo;« »... zamenjujejo s keramiko ...«. Pri drugem citatu recenzent dodaja, da so z drugih področij medicine znani problemi s keramiko, ki se pojavijo po petih do desetih letih uporabe.

Primer 2: »Učinek dolgotrajne izpostavljenosti svinču naj bi bil tako slab, kot če bi se postarali za dve do šest let.«

Primer 3: »Predvsem pa se držite pravila prehranske piramide, ki pravi: vsega po malo je najbolj zdravo.«

Primer 4: »Znanstveniki so ugotovili, da lešniki, čokolada in še pet drugih slastnih živil pomlajujejo in osrečujejo.«

Primer 5: »PLUSI: takojšen učinek in naraven videz, vrnitev na delovno mesto še isti dan.«

Primer 6: V članku svetujejo smeh za preprečevanje gub.

Napake s stališča strokovne ustreznosti

Razpr. 12. *Napake s stališča strokovne ustreznosti.*

Prisotne napake	Delno prisotne napake	Brez napak	Napake skupaj
20,9 %	21,3 %	57,8 %	42,2 %

N = 266

Primer 1: »Ankilozirajoči spondilitis povzročajo sovrtažni mikroorganizmi in strupi;« »Bioresonančna metoda je najprej diagnostična metoda za vse bolezni celega telesa.«

Primer 2: »V primeru težav v predelih sklepov lahko uporabite ArthroStop kremo za nego kože.«

Primer 3: »Zvok povzroča zvočne valove;« »vzdražene čutnice vodijo do možganov;« »gluhonemi otroci imajo že od rojstva poškodovana ali nerazvita oba polža.«

Primer 4: »Vitamini razgrajujejo hranilne snovi ...«

Nedokazano

Razpr. 13. *Nedokazano.*

Nedokazane trditve	Delno nedokazane trditve	Brez nedokazanih trditvev	Nedokazano skupaj
16,1 %	29,9 %	54,0 %	46,0 %

N = 266

Primer 1: »Z bioresonančno metodo zdravimo tako, da celice spravimo v njihovo zdravo frekvenco.«

Primer 2: »Atioksidanti in vitamini preprečijo nastanek in napredovanje starostne degeneracije makule.«

Primer 3: »Gibanje namreč povečuje raven estrogena ...«

Primer 4: »Fižol ... preprečuje raka na debelem črevesu ...«.

Primer 5: »Pitje kave zmanjša tveganje, da zbolite za diabetesom tipa 2.«

Primer 6: »Kaktus *Hoodia gordonii* pripomore k hujšanju.«

Posploševanje

Razpr. 14. *Posploševanje.*

Popolno posploševanje	Delno posploševanje	Brez posploševanja	Posploševanje skupaj
28,8 %	20,8 %	50,4 %	49,6 %

N = 266

Primer 1: »Telesna dejavnost na prostem lahko resno ogrozi zdravje ...«.

Primer 2: »Zdravnik danes diagnoze ali terapije ne more določiti brez laboratorijskih izvidov.«

Primer 3: »Vsega so krivi hormoni!«

Za zdravje škodljive informacije

Razpr. 15. *Za zdravje škodljive informacije.*

Povsem za zdravje škodljive informacije	Delno za zdravje škodljive informacije	Brez za zdravje škodljivih informacij	Za zdravje škodljive informacije skupaj
8,4 %	13,7 %	77,9 %	22,1 %

N = 266

Primer 1: »Audispray za vsakodnevno čiščenje sluševodov ...«.

Primer 2: »Proti apneji se lahko borimo z lego na hrbtu ...«

Primer 3: Samo eno zdravilo levetiracetam (Keppra) bo nadomestilo vsa druga antiepileptična zdravila.

Primer 4: »... kontracepcijske tablete zmanjšajo tveganje, da zbolite za rakom za 20 % ...«

Primer 5: »Pri opeklini lahko otroka tudi namočite v hladno vodo.«

Primer 6: Intervju z osebo, ki naj ne bi uživala hrane že 13 let.

Neumne trditve

Primer 1: »Masaža tuina pa energijo v telesu znova uravnovesi, prebava in limfni sistem se pospešita, celulitni vozli razpadejo in iz telesa odteče umazanija.«

Primer 2: »... parodontalne bolezni, ki jo pa prav tako povzročijo nezdravljeni karies ...«.

Primer 3: »Limonini encimi bodo čez noč pospešeno razgrajevali vaše maščobne celice.«

Primer 4: »... beljakovine namreč topijo maščobe ...«.

Primer 5: »Šipek aktivira shujševalne hormone.«; »Železo celice oskrbuje s kisikom.«; »Kdor uživa ostro hrano, lahko svojo prebavo pospeši tudi za 25 %.«

Primer 6: »28 opozorilnih znakov, po katerih lahko sklepate, da je bila ženska pri lepotnem kirurgu ...«; »Iz kožnih gub na njenem vratu gledajo nitke.« »Prestrašeno si pretipa dekolte, ko v bližini počí balon.«
Primer 7: »vitamin B kot čudež narave«, »supervitamin B₁₂«.
Primer 8: »Spirulina je bogata tudi z ostalimi pomembnimi hranili, kot so RNK in DNK.«

Povprečna ocena strokovnosti člankov

Povprečna ocena strokovnosti v raziskavo zajetih člankov po mnenju recenzentov znaša 3,48 (SD = 1,3).

Statistično značilne povezave med posameznimi kategorijami ocenjevanja člankov

Povezava med kategorijo avtorstva članka (zdravniki in drugi strokovnjaki ter novinarji in nenavedena strokovnost) in pomanjkljivimi oz. zavajajočimi podatki

Razpr. 16. *Povezava med kategorijo avtorstva članka in pomanjkljivimi ali zavajajočimi podatki.*

Kategorija avtorstva	Pomanjkljivi ali zavajajoči podatki	Brez pomanjkljivih ali zavajajočih podatkov
Zdravniki in drugi strokovnjaki	8,3 %	91,7 %
Novinarji in nenavedena strokovnost	26,4 %	73,6 %

p < 0,050

Povezava med kategorijo avtorstva članka (zdravniki in drugi strokovnjaki ter novinarji in nenavedena strokovnost) in povprečno oceno strokovnosti članka

Razpr. 17. *Povezava med kategorijo avtorstva članka in povprečno oceno strokovnosti članka.*

Kategorija avtorstva	Povprečna ocena strokovnosti članka
Zdravniki in drugi strokovnjaki	4,00
Novinarji in nenavedena strokovnost	3,43

p = 0,034

Kategorija avtorstva »Zdravniki in drugi strokovnjaki« ima statistično značilno višjo povprečno oceno strokovnosti članka v primerjavi s kategorijo avtorstva »Novinarji in nenavedena strokovnost«. Razlika povprečnih ocen strokovnosti članka znaša 0,57.

Povezava med kategorijo avtorstva članka (zdravniki in druge kategorije avtorstva članka) in povprečno oceno strokovnosti članka

Razpr. 18. *Povezava med kategorijo avtorstva članka (zdravniki in druge kategorije avtorstva članka) in povprečno oceno strokovnosti članka.*

Kategorija avtorstva članka	Povprečna ocena strokovnosti članka
Zdravniki	4,09
Vse druge kategorije avtorstva brez zdravnikov	3,44

p = 0,045

Zdravniki imajo statistično značilno višjo povprečno vrednost ocen strokovnosti člankov kot druge kategorije avtorstva skupaj, razlika med povprečji znaša 0,65.

Povezava med oglaševanjem izdelka ali storitve in napakami s stališča strokovne ustreznosti

Razpr. 19. *Povezava med oglaševanjem izdelka ali storitve in napakami.*

Oglaševanje	Napake s stališča strokovne ustreznosti	Brez napak s stališča strokovne ustreznosti
Odkrito oglaševanje	77,8 %	22,2 %
Prikrito oglaševanje	40,6 %	59,4 %
Brez oglaševanja	37,7 %	62,3 %

p < 0,01, Cramerjev koeficient V znaša 0,189

Povezava med oglaševanjem izdelka ali storitve in pomanjkljivimi oz. zavajajočimi podatki

Razpr. 20. *Povezava med oglaševanjem izdelka ali storitve in pomanjkljivimi oz. zavajajočimi podatki.*

Oglaševanje	Pomanjkljivi oz. zavajajoči podatki	Brez pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov
Odkrito oglaševanje	92,6 %	7,4 %
Prikrito oglaševanje	45,5 %	54,5 %
Brez oglaševanja	45,8 %	54,2 %

p < 0,001, Cramerjev koeficient V znaša 0,224

Primeri dobrih člankov

Dobre članke navajamo z naslovom, avtorjem, če je ta bil naveden, in tiskanim medijem.

Primer 1 (Nevidna zapora v pljučih, Maja Južnič Sotlar, Viva, november 2006): recenzent je mnenja, da gre za zelo dober članek z dobrimi nasveti, čeprav je videti, da je bil naročen s strani farmacevtske družbe.
Primer 2 (Kašljanje ni vedno nedolžno, Urša Blejč, Zdravje, november 2006): recenzent meni, da gre za zelo dober in koristen članek z dobrimi navodili, ki je lahko razumljiv laikom.

Primer 3 (Z operacijo sive mreže si lahko povrnemo jasen vid, Nataša Ivanič, Dnevnik, 16. 11. 2006): recenzent zaključí, da so trditve v članku resnične in strokovno ustrezne.

Primer 4 (Nasmeh brez nasmeha, Alenka Kociper, Več, 24. 11. 2006): članek je po mnenju recenzenta strokovno povsem neoporečen.

Primer 5 (Kako bi vedeli, če bi imeli raka?, avtor Christopher McDougall, priredil Andrej Napret, Men's Health, november 2006): Po mnenju recenzenta gre za prevod dobrega članka z nekaj napakami, žal brez dodane slovenske statistike.

Primer 6 (Zakaj trepalnic ni priporočljivo striči?, avtor ni naveden, Anja, 10. 11. 2006): recenzent je mnenja, da je članek kratka koristna informacija.

Primer 7 (Grenkoba v sladkem, Dragica Bošnjak, Mag, 47/2006): recenzent je mnenja, da gre za zelo dober članek.

Primer 8 (S prehrano do uspeha, Tadej Majerle, osebni trener fitnesa, Polet, 16. 11. 2006): gre za primer dobrega članka.

Primer 9 (Internet ubija bacile, Sašo Dolenc, Polet, 16. 11. 2006): recenzent meni, da gre za odličnega članka.

Zastopnost medicinskih področij v medijih po mnenju recenzentov

Razpr. 21. Ustreznost obravnave strokovnega področja v medijih.

Ustrezna obravnava v medijih	Delno ustrezna obravnava v medijih	Neustrezna obravnava v medijih
8,3 %	25,0 %	66,7 %

N = 13

Razpr. 22. Pogostost iskanja informacij o problemih s strokovnega področja s strani novinarjev.

Zelo redko	Redko	Pogosto	Zelo pogosto
16,7 %	41,7 %	33,3 %	8,3 %

N = 13

Mnenje laikov

Prejeli smo 121 izpolnjenih anket laikov. Povprečna starost sodelujočih je 43,1 leta (SD = 16,1 leta). Najmlajši anketiranec je bil star 18 let, najstarejši pa 95 let. V anketi je sodelovalo 68 žensk in 40 moških, 13 anketirancev pa ni navedlo spola. Nekateri anketiranci niso odgovorili na vsa vprašanja, kar je vzrok za razliko med številom prejetih vprašalnikov in vseh odgovorov pri posameznem vprašanju.

Razpr. 23. Pogostost iskanja medicinskih informacij v tiskanih medijih.

	1 - Pogosto	2 - Redko	3 - Nikoli
Kako pogosto iščete medicinske informacije v člankih tiskanih medijev?	25,8 %	60,8 %	13,4 %

N = 120

Razpr. 29. Zaupanje laikov različnim virom medicinskih informacij.

	1 - Laična medicinska revija	2 - Družinske revije z medicinskimi članki	3 - Trendovske revije za specifično publiko (mlade ženske ...)	4 - Informacije z interneta	Kombinacija odgovorov 1 in 2	Kombinacija odgovorov 1 in 4	Kombinacija odgovorov 2 in 4
Kateremu od naštetih virov medicinskih informacij najbolj zaupate?	22,4 %	35,3 %	5,2 %	30,2 %	0,9 %	1,7 %	4,3 %

N = 116

Razpravljanje

Rezultati raziskave na področju navedbe avtorja članka niso spodbudni. Pričakovali bi, da je tudi pri članku z medicinsko vsebino, namenjenem laičnim bralcem, ker lahko pomembno vpliva na zdravje bralca, vedno zapisan njegov avtor s polnim imenom in priimkom. 36,1 % recenziranih člankov ni imelo navedenega avtorja. Tiskani mediji bi morali za tovrstne članke zaradi specifičnosti medicinskih področij in njihovega vpliva na zdravje bralcev pogosteje privabiti k sodelovanju medicinske strokovnjake z ustreznih področij. Do podobne ugotovitve so prišli tudi v tujih študijah.^{4,8,11,17,18} Na ta način bi povečali strokovno neoporečnost člankov, namenjenih laičnim bralcem, in prispevali k

Razpr. 24. Zaupanje laikov medicinskim informacijam v tiskanih medijih.

	1 - Da	2 - Ne
Ali zaupate informacijam v člankih z medicinsko vsebino v tiskanih medijih?	54,8 %	45,2 %

N = 115

Razpr. 25. Zaupanje laikov metodam zdravljenja, navedenih v tiskanih medijih.

	1 - Da	2 - Ne
Ali bi vi osebno poskusili z metodami zdravljenja, ki jih navajajo članki v tiskanih medijih?	41,4 %	58,6 %

N = 116

Razpr. 26. Mnenje laikov o zanesljivosti in preverjenosti medicinskih informacij v tiskanih medijih.

	1 - Da	2 - Ne
Mislite, da so informacije v člankih z medicinsko vsebino zanesljive in preverjene?	40,0 %	60,0 %

N = 115

Razpr. 27. Mnenje laikov o škodljivosti medicinskih informacij za zdravje v tiskanih medijih.

	1 - Da	2 - Ne
Mislite, da so v omenjenih člankih informacije, ki so za vaše zdravje škodljive?	22,8 %	77,2 %

N = 114

Razpr. 28. Mnenje laikov o oglaševanju izdelkov in storitev v člankih.

	1 - Takim člankom verjamem bolj	2 - Takim člankom verjamem manj
Kaj menite o oglaševanju izdelkov in storitev v člankih?	17,7 %	82,3 %

N = 119

zmanjšanju števila za zdravje škodljivih informacij v člankih. Raziskava je pokazala, da je bil zdravnik kot avtor članka naveden v 6,4 %, drugi strokovnjaki (farmacevti, strokovnjaki za prehrano) pa v 3,0 %. Pri 36,1 % člankov ni bilo mogoče ugotoviti strokovnosti pisca, kar je po našem mnenju zaskrbljujoče.

Raziskava je pokazala, da se 67,3 % recenziranih člankov ne sklicuje na strokovnjaka. Še bolj problematično in vredno razmisleka je dejstvo, da se nekateri članki sicer sklicujejo na »strokovnjaka«, vendar ne navedejo niti njegovega imena niti njegove strokovnosti. To je sporno. Zato bi bilo vedno, ko se pisci sklicujejo na strokovnjake, potrebno navesti ime strokovnjaka in njegovo področje delovanja. V nekaterih člankih pa na strokovna medicinska vprašanja odgovarjajo

strokovnjaki ali »strokovnjaki« nemedicinskih področij, ki celo opravljajo nekatere medicinske posege. To je nedopustno. Vredno bi bilo razmisliti, ali lahko kozmetičarke, vizažistke in lastnike različnih »wellness« centrov uvrstimo med strokovnjake. Potrebno bi bilo vsaj preveriti, ali so izšolani za izvajanje medicinskih posegov in kje (npr. lasersko zdravljenje v rokah kozmetičarke).

V raziskavi smo našli samo 1,5 % člankov, ki so bili intervjuji s strokovnjakom. Pogostejši intervjuji s strokovnjakom z različnih medicinskih področij bi izboljšali kakovost medicinskih člankov, namenjenih laičnim bralcem, in tako prispevali k večji in boljši zdravstveni ozaveščenosti bralca.

Kadar se pišejo tovrstni članki o kateremkoli strokovnem področju, je nepogrešljivo navesti vire, iz katerih so črpali informacije. Najbolj nas je presenetilo, da 82 % člankov ni imelo nobene navedbe vira. Rezultat si lahko razlagamo na dva načina. Pisci, večinoma novinarji, se niso opirali na strokovno literaturo, dostopno tudi laikom. Po drugi strani se bolj verjetno zdi, da so pisci pri pisanju člankov uporabljali strokovno literaturo in internetne baze podatkov, vendar jih v besedilu niso navedli. Objavljanje člankov brez navedbe uporabljenih virov je strokovno in moralno-etično nedopustno in ne sodi v publikacije, namenjene laičnim bralcem, kakršne smo zajeli v naši raziskavi. Poleg tega bi korektna navedba virov bralcu omogočila, da sam preveri resničnost zapisanega.

V recenziranih člankih neredko najdemo odkrito ali prikrito oglaševanje izdelka ali storitve z različnih medicinskih področij. Raziskava je pokazala, da je skupaj 22,6 % recenziranih člankov odkrito (10,2 %) ali prikrito (12,4 %) oglaševalo nek izdelek ali storitev z medicinskega področja. Oglaševanje izdelkov ali storitev v medicinskih člankih, namenjenih laični javnosti, je lahko povezano s tendencioznim in zavajajočim pisanjem. To naj možnemu kupcu prikrije morebitne pomanjkljivosti izdelka ali storitve in v čim boljši luči predstavi njune pozitivne plati. Za bralce in potencialne potrošnike izdelkov ali storitev v člankih neredko manjka podatek o ceni izdelka ali storitve in končnem rezultatu zdravljenja. Slednjega bi npr. pri plastičnih kirurških posegih najbolj objektivno predstavili z ustreznimi barvnimi fotografijami prej – potem. V člankih pogosto zasledimo problematično pomensko navajanje le enega od zdravil za določeno indikacijo točno določenega in seveda v besedilu navedenega farmacevtskega proizvajalca, ki je najverjetneje tudi naročnik oz. podpornik takšnega članka. Podobno ugotavljajo tuje raziskave, v katerih poudarjajo, da v takšnih člankih pogosto ni omenjeno financiranje s strani farmacevtskih podjetij.^{1,2}

V skupaj 50,6 % vseh člankov smo našli povsem ali delno zavajajoče in pomanjkljive podatke. Zavajanje in pomanjkljivi podatki so lahko namerni ali nenamerni. Predvsem je zavajanje namerno tedaj, ko gre v članku za odkrito ali prikrito oglaševanje nekega izdelka ali storitve. V kategoriji avtorstva »Zdravniki in drugi strokovnjaki« je bil delež člankov, v katerih so recenzenti našli pomanjkljive ali zavajajoče podatke, 8,3 %. V kategoriji avtorstva »Novinarji in neznana strokovnost pisca« je bil delež člankov s pomanjkljivimi ali zavaja-

jočimi podatki 26,4 % ($p < 0,05$). Opisani rezultati so v skladu s pričakovanjem, da strokovnost pisca vpliva na prisotnost pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov v članku. Če analiziramo oglaševanje v članku in prisotnost pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov, odkrijemo, da je statistično značilno ($p < 0,001$) manj pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov v člankih s prikritim oglaševanjem in v tistih brez oglaševanja. Izmed člankov z odkritim oglaševanjem je bilo brez pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov 7,4 %. Ta delež pri člankih s prikritim oglaševanjem je 54,5 %, pri člankih brez oglaševanja pa 54,2 %. Vredno bi bilo raziskati, zakaj so članki s prikritim oglaševanjem bistveno bolj strokovno dosledni s stališča pomanjkljivih oz. zavajajočih podatkov in napak kot tisti z odkritim oglaševanjem.

Raziskava je pokazala, da so bile skupaj v 42,2 % člankov prisotne napake s stališča strokovne ustreznosti. Lahko namreč pomenijo za zdravje škodljive informacije in ne bi smele biti objavljene v člankih z medicinsko vsebino, namenjenih laičnim bralcem. Včasih se omenjene napake pojavljajo za oglaševanje, kar je še posebej nedopustno. Po drugi strani pa je spodbuden podatek, da pri 57,8 % člankov nismo našli očitnejših napak. Če iščemo povezanost med oglaševanjem izdelka ali storitve v članku in prisotnostjo napak s stališča strokovne ustreznosti, se izkaže, da imajo članki, v katerih je zaznati odkrito oglaševanje, statistično značilno več napak s stališča strokovne ustreznosti v primerjavi s tistimi, v katerih oglaševanja ni. Napak ni bilo najti v 22,2 % člankov z odkritim oglaševanjem in v 62,3 % člankov brez oglaševanja. Članki s prikritim oglaševanjem pa imajo zelo nizek delež napak, celo nižji kot tisti brez oglaševanja. V prihodnje bi bilo vredno raziskati, zakaj imajo članki s prikritim oglaševanjem tako nizek delež napak s stališča strokovne ustreznosti.

Skupno je 46 % člankov vsebovalo s preverljivimi znanstvenimi metodami nedokazane trditve. Objavljanje nedokazanih trditve je problematično predvsem v luči njihove možne škodljivosti za zdravje bralca. Po našem mnenju je pisec dolžan preveriti dokaznost trditve, ki jih navaja v besedilu, čeprav gre za članek, namenjen laičnim bralcem.

V skupaj 49,6 % vseh člankov je bilo opaziti posploševanje. Merilo je za samo zdravje bralca manj pomembno, če ne gre hkrati za objavlanje za zdravje škodljivih informacij. Vsekakor pa smo mnenja, da bi morali v prihodnje pisci natančneje povzemati strokovno literaturo in se izogibati pretiranemu posploševanju, ki lahko povsem izkrivi prvotno informacijo. Še posebej je moralno-etično vprašljivo posploševanje ob hkratnem oglaševanju nekega izdelka ali storitve v njegovo korist.

V nekaterih člankih je zaslediti trditve, ki nimajo nikakršne strokovne podlage ali pa so povsem neresne in jih ni moč uvrstiti v kakšno drugo skupino. Imenovali smo jih »neumna trditve« in pod rubriko »Rezultati« govorijo same zase. Takšne trditve nikakor ne sodijo v članke z medicinsko vsebino, namenjene laičnim bralcem, in več povedo o njihovih piscih kot o vsebini članka.

Zaskrbljujoč je podatek, da je skupaj 22,1 % recenziranih člankov vsebovalo za zdravje škodljive informaci-

je. To merilo je po našem prepričanju najbolj kritično, saj bi bralci zaradi ravnanja po škodljivih informacijah lahko utrpeli škodo za svoje zdravje. Ob tem je podatek o 77,9 % člankov, v katerih nismo zasledili za zdravje škodljivih informacij, manj spodbuden, kot bi sicer lahko bil. Pisci tovrstnih člankov bi morali v prihodnje več pozornosti posvečati temu, da bi korektno in varno obveščali laično javnost o temah z različnih medicinskih področij in tako dvigali splošno ozaveščenost. Obenem bi s tem prispevali k izboljšanju primarne zdravstvene preventive na vseh področjih.

Povprečna ocena strokovnosti vseh v raziskavo zajetih člankov znaša 3,48 (SD = 1,3), kar je pravzaprav v določenem nasprotju s posameznimi izpostavljenimi merili ocenjevanja. Povprečna ocena strokovnosti člankov v kategoriji avtorstva »Zdravniki in drugi strokovnjaki« je znašala 4,00. Povprečna ocena strokovnosti člankov v kategoriji avtorstva »Novinarji in neznanca strokovnost pisca« pa je znašala 3,43. Če avtorstvo razdelimo tako, da osamimo zdravnike nasproti vsem ostalim kategorijam avtorstva, je povprečna ocena strokovnosti člankov pri zdravnikih statistično značilno še nekoliko višja, kar je pričakovano.

Recenzenti so med zbranimi članki našli tudi vsebinsko dobre, strokovno korektne in vzgojne članke, ki lahko veliko prispevajo k informiranju bralca o zdravstvenih temah. Ti članki, od katerih jih nekaj citiramo z navedbo naslova, avtorja in tiskanega medija, bi lahko služili kot dobro izhodišče za pisanje člankov z medicinsko vsebino, namenjenih laičnim bralcem, v prihodnje.

V naši raziskavi ugotavljamo izrazito pomanjkanje člankov z medicinsko vsebino v tiskanih medijih za otroke (Ciciban, PIL), ki so sicer precej razširjeni in imajo velik vpliv na ciljno skupino bralcev. Tako v reviji Ciciban nismo našli niti enega članka z medicinsko vsebino, v reviji PIL pa smo našli dva članka z medicinsko vsebino. Pogostejše objavljane preverjenih, zanesljivih in starosti otroka oz. mladostnika prilagojenih člankov z medicinsko vsebino bi prispevalo k prepotrebni večji zdravstveni ozaveščenosti otrok in mladostnikov. Možna tematika takšnih člankov bi lahko bila prometna varnost in posledice prometnih nezgod, problem alkoholizma in drugih zasvojenosti, problematika samomorilnosti, zdrav življenjski slog in spolnost. To so področja, ki so v naši družbi zelo problematična in v marsičem zelo daleč od zelene ravni, s katero se tako radi primerjamo (Skandinavija, Zahodna Evropa). Predhodna raziskava istih avtorjev je na področju oglasov prikazala pričakovano slabše stanje kot na področju člankov. Oglaševalci zaradi čim bolj ugodne predstavitve svojega izdelka ali storitve pogosto ne pomišljajo vpletati nepreverjenih, nedokazanih ali celo za zdravje škodljivih informacij. Tiskani mediji, ki takšne oglase objavljajo v želji po čim večjem zaslužku, se praviloma distancirajo od vsebine oglasov z navedbo, da ne odgovarjajo za vsebino oglasov. To je svojevrstna dvoličnost, ki hkrati kaže na nizke moralno-etične in profesionalne norme takšnega tiskanega medija.

Več kot polovica recenziranih oglasov (54,5 %) se ne opira na preverljive znanstvene dokaze, kar jasno kaže, da oglaševalci zaradi čim večjega zaslužka ne predstavljajo svojih izdelkov ali storitev dovolj objektiv-

no. 78,8 % v raziskavo zajetih oglasov se ne opira na mnenje strokovnjaka, ki bi verjetno izpostavil tudi kakšno slabo lastnost izdelka ali storitve, kar bi ju takoj postavilo v slabši položaj pri možnih potrošnikih. Preverljivost strokovnosti navedenega strokovnjaka je bilo moč ocenjevati le pri 19,2 % vseh v raziskavo zajetih oglasov, torej tistih, v katerih so se sklicevali na strokovnjake. V 57 % oglasov znotraj omenjene skupine oglasov strokovnjakova strokovnost ni bila preverljiva. Nedokazane zveze med pojavi smo našli skupaj v 72,8 % oglasov, kar nedvomno kaže, da kljub zatrditvam oglaševalcev »dobrih« lastnosti izdelka ali storitve pogosto niso dokazali s preverljivimi znanstvenimi metodami. V 59,4 % oglasov skupaj smo našli napake s stališča strokovne ustreznosti, kar je v skladu z drugimi problematičnimi vidiki oglasov, ki jih izpostavljamo v raziskavi. Posebno mesto zavzemajo v oglasih za zdravje škodljive informacije, ki smo jih našli skupaj kar v 30,3 % oglasov, kar znaša slabo tretjino. Očitno celo zavestno možno škodovanje (morda pa gre le za nevednost oglaševalcev!?) potrošnikom ni dovolj velika moralno-etična in strokovna ovira, če gre za željo po čim večjem in hitrejšem zaslužku. Povprečna ocena strokovnosti vseh v raziskavo zajetih oglasov znaša 2,67 (SD = 1,1) in je pričakovano nižja ne glede na izračun kot povprečna ocena strokovnosti člankov. Glede na predstavljena merila bi sicer pričakovali še nižjo povprečno oceno.

Recenzenti so v 66,7 % ocenili, da je njihovo strokovno področje v medijih neustrezno obravnavano, 41,7 % recenzentov pa je poudarilo, da novinarji pri njih redko iščejo informacije o problemih z njihovega strokovnega področja. Nedavna angleška raziskava o zastopanosti plastične kirurgije v tiskanih medijih je pokazala pogosto izkrivljeno podobo te stroke kot pretežno kozmetične kirurgije.¹² Problematično je predvsem povzemanje trditve strokovnjakov v člankih z medicinsko vsebino v tiskanih medijih brez navedbe njihovih imen. Pojavljajo se tudi primeri, ko novinarji trditve medicinskih strokovnjakov bodisi namenoma bodisi zaradi nerazumevanja problematike tako izkrijujo, da nič več ne ustrezajo sodobnim medicinskim ugotovitvam ali pa so z njimi celo v jasnem nasprotju. Nekaj povabljenih recenzentov je sodelovanje v raziskavi zavrnilo zaradi po njihovem mnenju svoje lastne prevelike medijske izpostavljenosti in posledično možne diskvalifikacije v tiskanih medijih. Zanimiva je primerjava z ameriško raziskavo, kjer so sicer raziskovali odnos medicinskih raziskovalcev do zastopanosti njihovega strokovnega področja v medijih. Večina avtorjev je navajala pozitivno obravnavanje njihovega raziskovalnega dela v medijih.¹²

Raziskava je pokazala, da 60,8 % anketiranih laikov redko išče medicinske informacije v laičnih člankih tiskanih medijev. 54,8 % anketirancev je izrazilo zaupanje v informacijam v člankih z medicinsko vsebino v tiskanih medijih, kar je precejšen delež. Nekoliko manjše je zaupanje laikov metodam zdravljenja, ki jih navajajo članki, namenjeni laičnim bralcem, v tiskanih medijih, saj bi jih poskusilo le 41,4 % anketirancev. Hkrati je zanimiv podatek, da 60 % anketiranih meni, da informacije v člankih z medicinsko vsebino niso zanesljive in preverjene. Kar 77,2 % anketiranih po drugi strani

meni, da v člankih ni informacij, ki bi bile škodljive za zdravje. Opažamo precejšnje nezaupanje do oglaševanja izdelkov ali storitev v člankih, saj kar 82,3 % anketirancev meni, da je oglaševanje pogosteje povezano s tendencioznim in zavajajočim navajanjem prednosti izdelka ali storitve in zato takšnim člankom verjamejo manj. Oglaševanje izdelkov in storitev v člankih torej ni vprašljivo le zaradi moralno-etičnih zadržkov, ampak gre najbrž za razloge *perfidne* manipulacije. Po drugi strani pa je znano, da se za nakup izdelka ali storitve dostikrat odločimo na podlagi (trenutnega) čustvenega odziva ali pa preprosto želimo poskusiti oglaševano novost z izgovorom, da verjetno sicer ne bo koristna, škoditi pa najbrž tudi ne more. Največje zaupanje med viri medicinskih informacij med anketiranimi uživajo presenetljivo družinske revije z medicinskimi članki in informacije, dostopne na internetu. Kar zadeva zanesljivost in točnost informacij z interneta, je potrebna posebna previdnost, saj te najpogosteje sploh niso ovrednotene, tako da je verjetnost, da naletimo na za zdravje škodljivo informacijo po našem mnenju še veliko večja kot v tiskanih medijih.

Ugled tiskanega medija med ljudmi ima precejšen vpliv na zaupanje medicinskih laikov v medicinske informacije. Tiskani mediji, ki se že sicer nagibajo k tendencioznemu, t. i. »rumenemu« poročanju, imajo bistveno manjše zaupanje kot tisti mediji, ki se deklarirajo kot ponudniki medicinskih informacij. Kar nekaj anketiranih laikov je trdilo, da bi ponujene članke lahko bolj objektivno ocenili, če ne bi vedeli, iz katerega tiskanega medija smo jih izbrali. Po drugi strani pa je problematično ravno to, da laiki informacijam v tiskanih medijih s pretežno medicinsko tematiko avtomatično bolj zaupajo. Raziskava je namreč pokazala, da tudi v tiskanih medijih s pretežno medicinsko vsebino lahko najdemo za zdravje škodljive informacije. Laičnemu bralcu, ki išče zanesljive medicinske informacije v tiskanih medijih, svetujemo večjo previdnost in kritičnost do ponujenih medicinskih informacij. Če je v dvomih, naj preveri resničnost informacij v ustreznih strokovnih virih, pri zdravniku ali farmacevtu.

Zaključki

Raziskava je pokazala, da je v slovenskih tiskanih medijih na voljo veliko medicinskih informacij. Glavne slabosti so članki brez navedenega avtorja, neznana strokovnost pisca, dejstvo, da se ne sklicujejo na preverjenega strokovnjaka in ne navajajo virov informacij. Pogosto so vsebine zavajajoče in pomanjkljive, strokovno sporne, z nedokazanimi trditvami, posploševanjem in neposrednim ali posrednim oglaševanjem, ki je statistično značilno povezano z večjim deležem napak in pomanjkljivih oziroma zavajajočih podatkov. Za zdravje škodljive informacije smo našli v dobri petini člankov. Bralci, medicinski laiki, še vedno zaupajo medicinskim informacijam v člankih tiskanih medijev, saj jih več kot tri četrtine meni, da v njih ni za zdravje škodljivih informacij. Predlagamo, da se v prihodnje pripravvi predpis oz. zakon, ki bo določal merila, ki jih mora

izpolnjevati vsak članek z zdravstveno tematiko, namenjen laičnim bralcem: navedba avtorja, jasno opredeljena strokovnost avtorja, navedba virov, izogibanje zavajanju, napakam s stališča strokovne ustreznosti, nedokazanim trditvam, posploševanju, še zlasti pa navajanju za zdravje škodljivih informacij z namenom oglaševanja izdelka ali storitve. Naš namen je dvigniti raven kakovosti medicinskih informacij, dostopnih laičnim bralcem, in s tem zavarovanje morebitnih bolnikov in potrošnikov sploh.

Literatura

- Hochman M, Hochman S, Bor D, McCormick D. News media coverage of medication research: reporting pharmaceutical company funding and use of generic medication names. *JAMA* 2008; 300: 1544-50.
- Moynihan R, Bero L, Ross-Degnan D, Henry D, Lee K, Watkins J, et al. Coverage by the news media of the benefits and risks of medications. *N Engl J Med* 2000; 342: 1645-50.
- Cassels A, Hughes MA, Cole C, Mintzes B, Lexchin J, McCormack JP. Drugs in the news: an analysis of Canadian newspaper coverage of new prescription drugs. *CMAJ* 2003; 168: 1133-7.
- Phillips DP, Kanter EJ, Bednarczyk B, Tastad PL. Importance of the lay press in the transmission of medical knowledge to the scientific community. *N Engl J Med* 1991; 325: 1180-3.
- Høye S, Hjortdahl P. New wonder pill! - what do Norwegian newspapers write. *Tidsskr Nor Laegeforen* 2002; 122: 1671-6.
- Johansen LW, Bjørndal A, Flottorp S, Grøtting T, Oxman AD. Evaluation of health information in newspapers and brochures. What can we believe? *Tidsskr Nor Laegeforen* 1996; 116: 260-4.
- Wilson K, Code C, Dornan C, Ahmad N, Hébert P, Graham I. The reporting of the theoretical health risks by the media: Canadian newspaper reporting of potential blood transmission of Creutzfeldt-Jakob disease. *BMC Public Health* 2004; 4: 1.
- Noto AR, Pinsky I, Mastroianni Fde C. Drugs in the Brazilian print media: an exploratory survey of newspaper and magazine stories in the year 2000. *Subst Use Misuse* 2006; 41: 1263-76.
- Mercado-Martinez FJ, Robles-Silva L, Moreno-Leal N, Franco-Almazan C. Inconsistent journalism: the coverage of chronic diseases in the Mexican press. *J Health Commun* 2001; 6: 235-47.
- MacDonald MM, Hoffman-Goetz L. A retrospective study of the accuracy of cancer information in Ontario daily newspapers. *Can J Public Health* 2002; 93: 142-5.
- Smith DE, Wilson AJ, Henry DA; Media Doctor Study Group. Monitoring the quality of medical news reporting: early experience with media doctor. *Med J Aust* 2005; 183: 190-3.
- Reid AJ, Malone PS. Plastic surgery in the press. *J Plast Reconstr Aesthet Surg* 2008; 61: 866-9.
- Kuriya B, Schneid EC, Bell CM. Quality of pharmaceutical industry press releases based on original research. *PLoS ONE* 2008; 3: e2828.
- Solhaug HR, Indermo H, Slørdal L, Spigset O. Written drug advertisements - are they reliable? *Tidsskr Nor Laegeforen* 2006; 126: 1314-7.
- Montané E, Duran M, Capellà D, Figueras A. Scientific drug information in newspapers: sensationalism and low quality. The example of therapeutic use of cannabinoids. *Eur J Clin Pharmacol* 2005; 61: 475-7.
- Spigset O. Is drug advertising reliable? *Tidsskr Nor Laegeforen* 1998; 118: 4637-41.
- Krauss GL, Gondek S, Krumholz A, Paul S, Shen F. »The scarlet E«: the presentation of epilepsy in the English language print media. *Neurology* 2000; 54: 1894-8.
- Van Trigt AM, de Jong-van den Berg LT, Haaijer-Ruskamp FM, Willems J, Tromp TF. Journalists and their sources of ideas and information on medicines. *Soc Sci Med* 1994; 38: 637-43.
- Wilkes MS, Kravitz RL. Medical researchers and the media. Attitudes toward public dissemination of research. *JAMA* 1992; 268: 999-1003.