

8^ο Συνέδριο «Ελληνική Γλώσσα και Ορολογία»

Αθήνα, 10-12 Νοεμβρίου 2011

Σάββατο, 12 Νοεμβρίου 2011, 17:00-19:00

Ανοικτή συζήτηση:

Επιστημονική ορολογία και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ)

Συντονίστρια: **Μαρίνα Πανταζίδου**, επίκ. καθηγήτρια Σχολής Πολιτικών Μηχανικών, ΕΜΠ

Συνομιλητές: **Αθανάσιος Δρίτσας**, καρδιολόγος, Ωνάσειο Καρδιολογικό Κέντρο, συνθέτης
Μιχάλης Μείμαρης, καθηγητής Τμήματος Επικοινωνίας και ΜΜΕ, ΕΚΠΑ
Γιάννης Ριζόπουλος, δημοσιογράφος, Pathfinder TechnoΛογείν
Μενέλαος Σωτηρίου, μαθηματικός, Γενικός Γραμματέας Science View
Μάχη Τράτσα, δημοσιογράφος, Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ

1

Αθανάσιος Δρίτσας, καρδιολόγος, Ωνάσειο Καρδιολογικό Κέντρο, συνθέτης

Ιατρική Ορολογία και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Το ενδιαφέρον του κοινού πάνω σε θέματα υγείας αυξάνεται ολοένα και παράλληλα με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, της διάδοσης των ΜΜΕ και κυρίτερα με την εξάπλωση του διαδικτύου. Η αύξηση του ενδιαφέροντος του κοινού αποδεικνύεται και από τα ένθετα υγείας που δημοσιεύουν τα έντυπα ΜΜΕ, τις τακτικές στήλες υγείας δημοσιογράφων και γιατρών, τις εκπομπές υγείας στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση, τα εξειδικευμένα portals ιατρικής ενημέρωσης, τις κοινότητες ασθενών που δημιουργούνται στο διαδίκτυο και παρουσιάζουν εκρηκτική αύξηση. Η ενημέρωση αυτή, είτε το επιδιώκουν οι συντάκτες υγείας είτε όχι, διαμορφώνει την αντίληψη του κοινού για τα ζητήματα υγείας στα οποία η συγκεκριμένη ενημέρωση αναφέρεται. Θα πρέπει να τονίσουμε το γεγονός ότι τα άτομα που πάσχουν από μια χρόνια ασθένεια, ή το συγγενικό τους περιβάλλον, αποτελούν κυρίως το κοινωνικό δείγμα που επιμένει στην αναζήτηση ιατρικών ειδήσεων ή σχετικών πληροφοριών. Όμως, τα ΜΜΕ δεν μεταφέρουν απλά ειδήσεις, αλλά ο τρόπος, ο χρόνος, ο χώρος που αναφέρονται και η ορολογία/λεξιλόγιο που χρησιμοποιούν, όπως και τα σχόλια, παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην αντίληψη του κοινού γύρω από το αν το θέμα που προβάλλεται είναι πραγματικά σοβαρό ή αν μπορεί να αποτελέσει απειλή για τη ζωή του ενδιαφερόμενου ασθενή (ακροατή ή αναγνώστη ή θεατή). Το ερώτημα, όμως, είναι: **Παρέχουν τα ΜΜΕ σωστή ενημέρωση σε θέματα υγείας;**

Ο πανεπιστημιακός ερευνητής Dr Ray Moynihan, στο βιβλίο του **Selling sickness: How drug companies are turning us into patients** [1] παρουσιάζει μίαν ανάλυση 207 άρθρων των έντυπων ΜΜΕ και της τηλεόρασης σχετικά με παρουσίαση φαρμάκων. Από τα 207 τα 83 άρθρα δεν είχαν αναλύσει ποσοτικά τα προσδοκώμενα οφέλη των φαρμάκων και από τα 124 που τα είχαν ποσοτικοποιήσει μόνο τα 18 είχαν παρουσιάσει τα σχετικά και τα απόλυτα οφέλη. Από το σύνολο των ειδήσεων το 53% δεν είχε καμία πληροφορία για τις παρενέργειες και το 70% δεν έκανε αναφορά στο κόστος. Από τις 170 ειδήσεις που ανέφεραν το όνομα ενός ερευνητή ή άλλου ειδικού μιας κλινικής έρευνας εξετάστηκαν οι 85 (50%) που ανέφεραν τουλάχιστον μια οικονομική σχέση με την εταιρεία που είχε κατασκευάσει το παρουσιαζόμενο φάρμακο. Τα διεθνώς αποδεκτά κριτήρια για την επάρκεια και αξιοπιστία μιας είδησης που αφορά την υγεία σχολιάζονται με επάρκεια από τον καταξιωμένο ερευνητή στο αντικείμενο αυτό Gary Schwitzer και είναι τα εξής; 1) αναφορά του **κόστους** 2) αναφορά

σχετικής και απόλυτης **ένδειξης** της θεραπείας 3) αναφορά της **ωφέλειας** 4) πλήρης αναφορά **παρενεργειών** 5) η αναφορά άλλων παρόμοιων φαρμάκων ή μεθόδων 6) η αναφορά εκδηλώσεων **οικονομικού ενδιαφέροντος (conflict of interest)** 7) η αναφορά ανεξάρτητων πηγών ή **αντικειμενικών σχολιαστών** 8) η **αποφυγή ονοματοδοσίας «νέων νοσημάτων»** που συχνά είναι φυσιολογικές καταστάσεις (πχ τοκετός, γέννηση, εγκυμοσύνη, πονοκέφαλος, αδιαθεσία, φαλάκρα), αυτό λέγεται στη βιβλιογραφία **disease mongering** 8) η αναφορά στη μεθοδολογία 9) η αναφορά της πρωτοπορίας της μεθόδου ή του φαρμάκου (**novelty**) 10) η **διαθεσιμότητα** [2,3].

Στην ελληνική γλώσσα θα πρέπει να δίδεται προσοχή στον τρόπο με τον οποίο χρησιμοποιούνται πχ οι εξής λέξεις: θεραπεία, επικίνδυνο-η, αποτελεσματικό-η, φθινό, ακριβό, θνητότητα, νοσηρότητα, επιπλοκή, παρενέργεια, ανεπιθύμητη ενέργεια, πειραματόζωο-α (θα πρέπει να αναφερθεί αν πρόκειται περι ανθρώπων που συμμετείχαν σε μελέτη ή πειραματοζώων).

Θα πρέπει να αναφερθούμε στον πανικό που προκαλούν στο κοινό οι ανακοινώσεις περί πανδημιών (νόσος των ΜΜΕ) τύπου της πρόσφατης γρίπης των χοίρων H1N1 (2009) που απετέλεσε διεθνές σκάνδαλο, στο οποίο δυστυχώς φέρεται να μετέχει και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας. Ο πανικός που προκάλεσαν τα ΜΜΕ οδήγησε σε πρωτοφανή μαζική αγορά εμβολίων και υπερδιάγνωση, η οποία στη συνέχεια οδήγησε σε μαζική ζήτηση μη αναγκαίων ιατρικών υπηρεσιών προς όφελος της ιατροφαρμακευτικής αγοράς προϊόντων [4].

Τα ΜΜΕ συντείνουν συχνά στην δημιουργία «νέων ασθενειών» και στο βάπτισμα ασθενειών που δεν αποτελούν παρά καταστάσεις εξαιρετικά ήπιες ή παραλλαγές φυσιολογικών καταστάσεων οι οποίες δεν εμπνέουν ανησυχία και δεν απειλούν τη ζωή του ασθενούς. Αυτές οι συνηθισμένες καταστάσεις γίνονται αιτία συχνών και αναίτιων επισκέψεων σε γιατρούς, οδηγούν σε σπατάλη διαγνωστικών εξετάσεων και σε πολυφαρμακία (πχ η ήπια πρόπτωση της μιτροειδούς, οι σπίλοι του δέρματος που προκαλούν πανικό λόγω του φόβου μελανώματος, οι όζοι του θυρεοειδούς, το λίπος στο συκώτι, η οστεοπόρωση κλπ). Συχνά προκαλούν τον πανικό στο κοινό οι διαφημίσεις φαρμάκων σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα λόγω του τρόπου της παρουσίασης, μάλιστα η μαζική και ανεξέλεγκτη διαφήμιση φαρμάκων και υπηρεσιών υγείας έχει συναντήσει τις αντιστάσεις των Ιατρικών Συλλόγων· δυστυχώς όμως το φαινόμενο συνεχίζεται χωρίς κανένα εμπόδιο.

Σε τελική ανάλυση, όταν τα ΜΜΕ πληρούν τα κριτήρια της επαρκούς και υπεύθυνης ενημέρωσης σε θέματα υγείας τότε αποδεικνύεται ότι μπορούν να βοηθήσουν στην απόκτηση περαιτέρω εμπιστοσύνης στον θεράποντα γιατρό και επίσης να διευρύνουν περαιτέρω τις γνώσεις των ασθενών και του συγγενικού κύκλου γύρω από ένα σοβαρό πρόβλημα υγείας. Επιπλέον, τα ΜΜΕ και ιδιαίτερα το διαδίκτυο έχουν συντελέσει στην αύξηση της επικοινωνίας μεταξύ ατόμων που πάσχουν από το ίδιο νόσημα με αποτέλεσμα την ενίσχυση της αλληλεγγύης και της υποστήριξης ομοιοπαθών κοινωνικών ομάδων. Είναι αυτονόητο ότι τα ΜΜΕ δεν μπορούν να υποκαταστήσουν ούτε διαγνωστικά ούτε θεραπευτικά τον θεράποντα γιατρό ο οποίος αποτελεί και το ουσιαστικό φίλτρο κάθε πληροφορίας που παρέχουν στην κοινωνία τα ΜΜΕ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

1-Ray Moynihan, Allan Cassels. Selling sickness: How drug companies are turning us into patients: Eds Allen and Unwin (2005) <http://www.allenandunwin.com>

2-Gary Schwitzer. How do US journalists cover treatments, tests, products and procedures, PLoS Medicine, May 2008, vol.5, issue 5: e95, www.plosmedicine.org

3-Leask J, Hooker C. Media coverage of health issues and how to work more effectively with journalists: a qualitative study. BMC Public Health 2010, 10:535-541.

4-Θανάσης Δρίτσας. Η ασθένεια της υγείας. Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2010