

Vem kan man lita på? Om journalisters uppdrag och agendor

Sannolikheten för att få sin produkt omnämnd på redaktionell plats i Medikament var drygt 13 gånger högre för företag/företagsgrupper som annonserade än för företag som inte annonserade! Det fann Olof Nyrén efter en innehållsanalys av oktobernumret. Hans hypotes är att tidskriften vill dölja detta annonsörsberoende genom en för tidskriften ekonomiskt ofarlig »undersökande journalistik« i form av exempelvis angrepp på en internationellt välrenommerad cancer-epidemiolog.

OLOF NYRÉN

professor, institutionen för medicinsk epidemiologi, Karolinska institutet, Stockholm
olof.nyren@mep.ki.se

II Sedan några år kommer tidskriften Medikament med jämna mellanrum neddimpan i brevlådan. Tjock och dyr, fint papper och vackert flerfärgstryck, och med angivet lösnummerpris på 48 kronor. Förutom annonser om läkemedel finns fackartiklar av översiktsskäraktar, enstaka artiklar skrivna av utomstående (?) journalister, och ett ganska stort antal osignerade notiser som behandlar läkemedel under lansering, nya indikationsområden m m. Dessutom annonseras om en egen bokklubb samt om böcker från eget förlag, t ex »Mörkläggnings – elektronikens rättslösa offer«, som enligt annonsen handlar om elektromagnetisk strålning och kemikalier som orsak till elöverkänslighet.

Granskande journalistik?

I de senaste numren har man delvis bytt stil och ägnar sig åt vad vissa möjligen skulle kalla granskande journalistik. Måltavlan är Hans-Olov Adami, en av världens mest ansedda cancer-epidemiologer, och den principiella fråga som man säger sig vilja lyfta fram är forskares roll i s k greenwashing. Resonemang tar sin utgångspunkt i epidemiologens kritik av ett antal larmrapporter, som producerats av en kontroversiell svensk onkolog. Det råder knappast något tvivel om att skriverierna i Medikament är resultatet av onkologens försök att misstänkliggöra sina kritiker.

Och här tar man sig ton! I en ledare i oktobernumret skriver chefredaktören Bo Zackrisson: »Storstadspresen har valt att tuga – på DN och SvD är tystnaden öronbedövande. De sviker därmed

sin granskande uppgift.« Och en insändarskribent, som påpekar att de artiklar som hittills publicerats i Medikament bara innehåller insinuationer och inte redovisar minsta uppgift om fakta som epidemiologen förvanskade eller undanhållit, blir ordentligt tilltvålad: »... låt inte den inlärdas auktoritetstron förlama din förmåga att tänka själv. Jag kan dock ha en viss förståelse för att det kostar på att få sin naiva bild av forskarsamhället slagen i spillror.« Här är det rejäla rallarsvingar. Inte undra på att man blir nyfiken.

»Några tusen« betalande prenumeranter Medikaments TS-kontrollerade upplaga är 23 000, men vid kontakt med tidningens prenumerationsavdelning får jag beskedet att antalet betalande prenumeranter uppgår till »några tusen«. Resten får, i likhet med mig, tidningen utan att veta sig ha prenumerat eller betalat.

Tidningens ekonomi hänger alltså av allt att döma på annonsörernas intresse. Jag tog mig därför före att jämföra innehållet i det redaktionella materialet med annonsmixen i oktobernumret.

Innehållsanalys

Det redaktionella innehållet beskrivs i

Tabell I. Beskrivning av det redaktionella innehållet i Medikament nr 7/2002 (oktober).

Kategori	Antal
Ledare	1
Korrespondens	1
Brevväxling	1+1
Översiktsartiklar av läkare/forskare/expert	12
Artiklar av journalister	5
Små osignerade notiser	21
Större osignerade notiser	21
Manifest	1
Övrigt (krönikor m m)	4

Tabell I. Av de 21 större notiserna handlar 12 om läkemedel, medicinteknisk utrustning eller »functional food«, medan 7 av de 21 mindre notiserna (»medicin-notiser«) berör samma ämne. De handlar påfallande ofta om planerade studier eller lanseringar, eller om resultat som redovisats på kongresser/möten – information som inte ens den vane forskaren eller journalisten hittar utan att ha blivit hänvisad.

Om man lusläser texten visar det sig mycket riktigt att 12/21 (100 procent; 95 procents konfidensintervall: 76–100 procent) av de större notiserna om läkemedel har tillverkare/läkemedelsföretag som källa, medan 4 av 7 (57 procent; 95 procents konfidensintervall: 25–84 procent) av de motsvarande mindre notiserna citerar läkemedelsbolag. Av de 3 mindre notiserna som inte anger källa måste man misstänka att källan ändå utgörs av läkemedelsbolag eftersom notisen närmast har utseendet av en annons (Figur 1), eller därför att notisen ger information om nya godkännanden som andra än läkemedelsbolagsanställda knappast känner till, eller därför att notisen – den enda (!) som anger en internationell vetenskaplig tidskrift som källa – gäller en studie med positivt utfall för ett läkemedel marknadsfört av ett läkemedelsföretag som sammanlagt bidrar med sju annonser i det granskade numret av Medikament.

Urologkongress

En stor notis om ett antal föredrag som vid en urologkongress i Genua rapporte-

Man lyckades ge intrycket av en angelägen debatt om det vetenskapliga etablissemangets förmenta korrup-tion – utan att trampa tidningens annonsörer eller deras skyddslingar på tårna.

ANNONS

ANNONS

Kosttillskott med vitaminer ska stärka skelettet

Ett nytt kosttillskott som enligt tillverkaren ACO ska hjälpa till att avväja problemen med bensjukhet finns nu på marknaden. Det är ett receptfritt preparat som förutom kalcium även innehåller D-vitamin, som ökar upptaget av kalcium, samt C-vitamin och magnesium, som är nödvändiga för bildningen av skelettets stödjevävnader, kollagen.



Figur 1. Notis med annonsliknande framtoning i Medikaments oktobernummer.

rat positiva resultat med PLFT (Prosta-Lund Feedback Treatment), mikrovågsbehandling mot prostatahyperplasi, åtföljd av en helsidesannons från tillverkaren av Prosta-Lund-utrustningen, får mig att formulera hypotesen att det redaktionella materialet är styrt av annonserna.

Denna hypotes får visst stöd av det faktum att en artikel om stress, ångest och tvångssyndrom avbryts av en helsidesannons för Fluoxetin, med indikationsområdena depression, tvångssymtom och bulimi, att en annan artikel om riktlinjer för vård av patienter med reumatoid artrit har en helsidesannons för Celebra någonstans i mitten, och att en helsidesannons för HIV-läkemedlet Trizivir föregår en artikel om resistens mot HIV-läkemedel. Och en i och för sig utmärkt översikt av nya studier som dokumenterat nyttan av MSD-preparatet Zocord (simvastatin) är nära granne med en helsidesannons från Aventis Pasteur MSD.

Hypotesprövning

För att pröva hypotesen beräknades oddskvot för produkt- eller företagsnämning i den redaktionella texten i oktobernumret av Medikament i relation till huruvida företaget annonserat eller ej i samma nummer (Tabell II). Till förutsättningarna adderas att det finns cirka 110 väsentligen oberoende läkemedelsföretag listade i Fass (det exakta antalet är något svårbedömt på grund av inte

helt klara ägar- och/eller samverkansförhållanden).

Med denna förutsättning be räknades oddskvoten till 13,5 med 95 procents konfidensintervall: 3,3–56,1. Oddset för att få med en redaktionell notis om sina produkter var alltså mer än 13 gånger högre för företag/företagsgrupper som annonserade i Medikament än för företag som inte annonserade! Bland de företag vars produkter omnämndes i oktobernumret var Spearmans rangkorrelation mellan antalet notiser och antalet annonser från samma företag/företagsgrupp 0,84 ($P=0,012$). Även om confounding av företagets innovationsaktivitet kan ha stärkt sambanden något får min hypotes om annonsörstyrkt innehåll kraftfullt stöd av observerade förhållanden.

I en tvåsidors rapport från Världskonferensen i dermatologi rapporterar tidningens redaktionssekreterare bara om en enda studie, nämligen en undersökning om allmänhetens kunskap om risker med solande och deras benägenhet att använda solskyddskräm. Studien var finansierad av 3M Pharmaceuticals. Eftersom redaktionssekreteraren uppenbarligen varit på plats och fotograferat ställer man sig frågan hur resan finansierats.

Slutsats

Tidskriften Medikament förefaller alltså till betydande del hämta sitt material direkt från läkemedels- och medicintekniska företags marknadsavdelningar. Min analys talar starkt för att företagen har ett viktigt inflytande över vad redaktionen väljer att lyfta fram.

Eftersom ren direktreklam tenderar att gå rakt i papperskorgen måste det till kulisser som ger intrycket av seriös och oberoende journalistik. En sådan kuliss är tidskriftens angivna höga lösnummer- och prenumerationspris. Men det behövs mer för att fullständiga illusionen av en rumsren medicinsk tidskrift. Att skriva indignerade artiklar om läkemedelsindustrin eller att sprida insinuationer om svenska läkarkårens förhållande till densamma är inte att tänka på. Inte

biter man den hand som föder en! Så vad skall man granska?

Kulisbygge

Måhända bidrog Medikaments intresse för vetenskapens utmärker (jämför boken »Mörkläggning« som nämndes inledningsvis), men faktum är att en serie aggressiva inlägg från den kritiserade svenske onkologen passade som hand i handske. Nu fylldes Medikament med tabeller och P-värden, låt vara att de tidigare mötts med stor skepsis från det internationella vetenskapssamhället.

Framförallt lyckades man, med stöd från insinuerande frilansjournalister, ge intrycket av en angelägen debatt om det vetenskapliga etablissemangets förment korruption – utan att trampa tidningens annonsörer eller deras skyddsslingor på tårna. Genialt! Om det inte var så att det hela bara var en kuliss. De data som presenteras har ifrågasatts av ledande forskare och torde kunna liknas vid forskningens restprodukter.

Och som påpekades av den tilltvålade insändaren saknas bevis för att den framstående svenske epidemiologen i sin kritik förvanskade eller undanhållit några fakta. Han har vid öppna möten och i offentliga vetenskapliga publikationer pekat på brister i forskningen. Vägandet och värderandet av epidemiologiska data, inkorporerandet av nya fynd i den växande kunskapsmassan och avfärdandet av falsklarm (och sådana har det funnits gott om i den epidemiologiska litteraturen genom årens lopp) är en angelägen uppgift för världens epidemiologer.

Ledande, seniora forskare måste ta ett stort ansvar i det arbetet, som rimligen inte kan inordnas under beteckningen »greenwashing«. Den termen borde reserveras för otillbörligt manipulerande av sanningen. Medikaments insinuationer om konspirationer och ekonomiska incitament är och förblir insinuationer.

Valet av forum

Så valet av forum för den debatt som den förment förfördelade onkologen och hans tillskyndare på Medikament vill hävda är principiellt viktig säger kanske något om såväl budskap som budbärare. I ljuset av Medikaments tvivelaktiga status som oberoende medicinsk tidskrift kan rikspressens tystnad, som Bo Zackrisson upplever som så öronbedövande, vara ganska förståelig och adekvat. Kanske skiljer sig Bo Zackrissons journalistiska uppdrag på väsentliga punkter från övriga medicinjournalisters? •

*

Potentiella bindningar eller jävsförhållanden: Författaren är verksam vid samma institution som Hans-Olov Adami.

		Produkt omnämns i det redaktionella materialet		Total
		Ja	Nej	
Företaget annonserar i Medikament	Ja	6	10	16
	Nej	4	90	94
		10	100	110

Tabell II. Sambandet mellan annonsering och redaktionellt omnämnande i Medikaments oktobernummer 2002.