

Netzkommunikation und Patientenemanzipation

Online-Angebote zu Gesundheitsthemen verändern die Patientenrolle

Der Patient boomt – diesen Eindruck gewinnt, wer aktuelle Studien von Unternehmensberatungen und Marktforschungsinstituten heranzieht oder die massenmediale Berichterstattung zu Gesundheitsthemen verfolgt. Der «informierte Patient», «patient empowerment» oder auch «Patienten als Konsumenten» sind Stichworte, die in diesem Zusammenhang häufig fallen. Sie alle meinen das gleiche Phänomen: die Emanzipation von Patientinnen und Patienten von ihrer bislang eher passiven Rolle im gesundheitlichen Entscheidungsprozess. Lange Zeit wurden Entscheidungen über die Köpfe der Patienten hinweg im geschlossenen System von Ärzten, Krankenkassen und Pharmaunternehmen getroffen.

In jüngerer Zeit lässt sich nun ein Wandel dieser Rollenverteilung feststellen: die Stimmen der Patienten werden lauter und es scheint ein neues Selbstverständnis und Selbstbewusstsein auf Seiten der Patienten zu entstehen. Ein Wandel der Patientenrolle kann zum einen in Zusammenhang mit einem umfassenden gesellschaftlichen Wertewandel und zum anderen als Folge gesundheitspolitischer Entscheidungen gesehen werden. Gesellschaftliche Trends wie Individualisierung führen zu einer zunehmenden Konzentration auf das eigene Selbst und einem gesteigerten Gesundheitsbewusstsein, was sich z.B. am Erfolg von Wellness-Konzepten und den neuen Dienstleistungen in diesem Bereich ablesen lässt. Die eigene Gesundheit hat einen herausragenden Stellenwert erhalten, das zeigen auch Ergebnisse von Bevölkerungsbefragungen wie etwa die Befragung GfS-Gesundheitsmonitor¹, die ein grosses Interesse und eine kritische Haltung von Schweizerinnen und Schweizern zu Gesundheitsthemen feststellen. Aus Sicht der Gesundheitspolitik ist es im Hinblick auf Kosteneinsparungen ebenfalls von Interesse, eine grössere Selbstbeteiligung auf Seiten der Patienten zu erreichen. Dazu gehört z.B. eine veränderte Verschreibungspraxis, bei der weniger von Krankenkassen erstattet und mehr finanzielle Beteiligung von Patienten gefordert wird. Dies erhöht tendenziell den Anteil der Selbstmedikation, d.h. den Anteil derer, die eine Selbstbehandlung mit meist nicht-verschreibungspflichtigen Medikamenten durchführen, was ebenfalls mehr Eigenverantwortung und eigenständige Entscheidungen bei Patienten fördert.

Neben diesen skizzierten Entwicklungen wird insbesondere dem Internet ein bedeutender Anteil am beobachtbar

veränderten Verhalten von Patienten zugeschrieben und es spielt bei der Diskussion um den «neuen» Patienten eine wichtige Rolle. Im Internet sind Informationen für alle frei zugänglich und weltweit verfügbar und dies bietet für Patienten neue Möglichkeiten der Information und Vernetzung. Vor allem von Seiten der Patientenorganisationen und Selbsthilfegruppen werden mit dem Internet grosse Erwartungen hinsichtlich einer verbesserten Information und Kommunikation verbunden (vgl. Thiel 2000, 113). Dem Internet wird das Potential zugeschrieben, die grosse Kluft zwischen Laien und Experten, die im medizinischen Bereich herrscht und sich in der Arzt-Patienten-Beziehung widerspiegelt, zu verkleinern. Patienten sollen durch das Internet befähigt werden, aufgeklärt und mündig den Leistungserbringern im Gesundheitswesen gegenüber zu treten und die eigenen Interessen durchzusetzen.

Im Folgenden wird zunächst eine theoretische Einordnung des Themas in einen kommunikationswissenschaftlichen Kontext vorgenommen. Anschliessend betrachtet der Beitrag im Sinne einer Bestandsaufnahme die vorhandenen patientenrelevanten Angebote im Internet und es werden erste Erkenntnisse über das Rezeptionsverhalten von Patienten im Internet präsentiert. Abschliessend wird auf die Frage eingegangen, wie sich das Patientenverhalten auf andere Akteure im Gesundheitswesen, insbesondere die Pharmaunternehmen, auswirkt.

Internet-Utopie als Tradition

Die Idee von der Egalisierung und Enthierarchisierung gesellschaftlicher Strukturen durch ein neues Medium ist nicht neu und steht in einer kulturwissenschaftlichen Tradition. Zu nennen sind hier insbesondere die gesellschaftskritische Radiotheorie von Bertolt Brecht aus den 30er Jahren oder auch die Theorie elektronischer Medien von Hans Magnus Enzensberger von 1970. Die Grundidee ist immer die gleiche: aufgrund der technischen Möglichkeiten des Mediums könne jeder Empfänger zum Sender werden und somit liessen sich auch die hierarchischen Strukturen zwischen den medienmächtigen Sendern und den machtlosen Rezipienten aufbrechen. So forderte Brecht für das Radio als Massenmedium:

«Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein unge-

