



SVENSKA Gallup INSTITUTET A-B
INSTITUT FÖR OPINIONSUNDERSÖKNINGAR

DIREKTION: KUNGSGATAN 48 • TEL. 23 13 25 • TELEGRAM "GALLUPOPINION" • POSTGIRO 19 13 00

STOCKHOLM

Herr Doktor!

Frågan om annonseringen av receptfria läkemedel föranleder ofta åsiktsbrytning. Läkarens synpunkter sammanfalla icke alltid med läkemedelsfabrikantens.

I en känsla av ansvar inför denna form av upplysningsverksamhet har Hässle-Tika uppdragit åt Svenska Gallupinstitutet att vända sig till ett antal representativt utvalda läkare för att genom en undersökning utröna läkarkårens inställning till reklamen för fria läkemedel. Det är för alla parter önskvärt att denna reklam inte går andra vägar än sådana som kunna godtagas av en omdömesgill läkaropinion.

Vi vädja därför om Eder medverkan med anhållan att Ni godhetsfullt ville besvara de få frågorna i närslutna formulär. Edert namn har lottats ur Läkarförteckningen 1950. När undersökningen bearbetats har Hässle-Tika utfäst sig att tillställa Eder resultatet genom vår förmedling. Svenska Gallupinstitutet garanterar att Eder anonymitet skyddas gentemot vår uppdragsgivare.

Frågeställningarna ha granskats av professor Håkan Rydin, föreståndare för Statens Farmaceutiska Laboratorium, samt ha även underställts Svenska Läkarförbundet.

Den skriftliga formen för undersökningen har valts i medvetande om att vi därmed förorsaka minsta olägenheten.

Vi bedja få uttrycka en förhoppning om Edert intresse för dessa spörsmål och vore tacksamma om Edert svar kunde postas före den 15 januari. Skulle Ni icke önska deltaga våga vi likväl utbedja oss om svarskuvertets returnerande med anteckning härom.

Högaktningsfullt

SVENSKA GALLUPINSTITUTET

Sven O. Blomquist

Stockholm i januari 1951.

Skulle Ni vilja bedöma för var och en av följande typer av preparat om Ni anser det vara till skada, till nytta, eller betydelse-
 löst att de annonseras till allmänheten? (V. g. markera en cirkel kring siffran för det alternativ Ni väljer.)

Preparat	Oftast		Bety- delse- lös	Oftast till skada	Ingen åsikt	Om till skada eller nytta godhetsfullt ange huvudskälet till Ert omdöme
	till någon nytta					
EXTERNA MEDEL						
11. Sårsalvor och sårmedel	1	2	3	4	5	
12. Smärtstillande: liniment, salvor ...	1	2	3	4	5	
13. Antihämorrhoidal medel	1	2	3	4	5	
14. Inhalationsmedel	1	2	3	4	5	
15. Medicinska tvålar	1	2	3	4	5	
INTERNA MEDEL						
16. Huvudvärkspulver	1	2	3	4	5	
17. Menssmärtstillande medel	1	2	3	4	5	
18. Smärtst. medel i övrigt	1	2	3	4	5	
19. Laxermedel	1	2	3	4	5	
20. Antacidpreparat	1	2	3	4	5	
21. Sjö-, bil-, flygsjukemedel	1	2	3	4	5	
22. Järnpreparat	1	2	3	4	5	
23. Vitaminpreparat	1	2	3	4	5	
24. Allmänt stärkande preparat	1	2	3	4	5	
25. Avmagringsmedel	1	2	3	4	5	
26. Desinfic. halstabletter	1	2	3	4	5	
27. Hostpreparat	1	2	3	4	5	
28. Astmamedel	1	2	3	4	5	

Ytterligare motiveringar:

29—30. XX

31. Om Ni tänker på hälsotillståndet i landet i stort, anser Ni då att till allmänheten riktad annonsering för receptfria läkemedel är till skada, till nytta eller av mindre betydelse?
- Ev. motivering:
- Till stor skada 1
 Till viss skada 2
 Har mindre betydelse 3
 Till viss nytta 4
 Till stor nytta 5
 Ingen åsikt 6
32. Om Ni tänker på förtroendeförhållandet i det stora hela mellan läkarna och allmänheten, anser Ni då att annonseringen för receptfria läkemedel är till skada, till nytta eller av mindre betydelse?
- Ev. motivering:
- Till stor skada 1
 Till viss skada 2
 Har mindre betydelse 3
 Till viss nytta 4
 Till stor nytta 5
 Ingen åsikt 6
33. Om Ni tänker på Ert eget förtroendeförhållande till en annonserande läkemedelsfabrik, anser Ni då att denna fabriks annonsering av receptfria läkemedel till allmänheten påverkar Er värdering av fabriken positivt eller negativt, eller saknar detta betydelse i sådant sammanhang?
- Ev. motivering:
- Positivt 1
 Negativt 2
 Betydelselöst 3
 Ingen åsikt 4

Reklam för *farmaceutiska specialiteter* är underkastad statlig kontroll, men ej förhandsgranskning. Denna reklam får icke vara oriktig, överdriven eller missvisande.

Reklam för de s. k. *fria läkemedlen* övervakas av stiftelsen »Reklamgranskning för fria läkemedel» i vilken Medicinalstyrelsen och Sveriges Läkarförbund ha representanter. Denna övervakning sker i efterhand, och ingripande förekommer när anmärkning anses motiverad.

Vi söka nu erhålla en samlad bild av ett stort antal läkares uppfattning om hur detta granskningssystem fungerar.

Vi ha här på måfå valt ut åtta exempel på läkemedelsannonser ur svensk press hösten 1950. Skulle Ni ha något emot att värdera var och en av dessa annonser med avseende på de uppgifter om verkan som ev. ges i annonserna, och det helhetsintryck som den enskilda annonsen gör på Er.

	Uppgifter om verkan			Helhetsintryck		
	Annonsen är		Ingen åsikt	Annonsen är		Ingen åsikt
	Godtagbar	Ej godtagbar		Godtagbar	Ej godtagbar	
34. Annons nr 1	1	2	3	4	5	6
35. Annons nr 2	1	2	3	4	5	6
36. Annons nr 3	1	2	3	4	5	6
37. Annons nr 4	1	2	3	4	5	6
38. Annons nr 5	1	2	3	4	5	6
39. Annons nr 6	1	2	3	4	5	6
40. Annons nr 7	1	2	3	4	5	6
41. Annons nr 8	1	2	3	4	5	6

Om Ni anser annonsen icke godtagbar (i endera avseendet eller båda) vad grundar Ni då främst Er uppfattning på?

- 42. Annons nr 1
- 43. Annons nr 2
- 44. Annons nr 3
- 45. Annons nr 4
- 46. Annons nr 5
- 47. Annons nr 6
- 48. Annons nr 7
- 49. Annons nr 8

50. X

Vi öka nu erhålla en samlat bild av ett stort antal läkares uppfattning om hur deras yrkesutövning fungerar. Detta är ett viktigt steg i vår fortsatta utvärdering av läkares yrkesutövning och förhållanden i sjukvården. Denna översiktning är ett viktigt steg i vår fortsatta utvärdering av läkares yrkesutövning och förhållanden i sjukvården.

10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

| Uppgifter om verksamheten | Annonser i Uppgifter om verksamheten | | | Annonser i Helsetidskriften | | |
|---------------------------|--------------------------------------|--------------------|-------------------|-----------------------------|--------------------|-------------------|
| | Godtag-
bar | Bl. god-
tagbar | Ingen
särskild | Godtag-
bar | Bl. god-
tagbar | Ingen
särskild |
| 41. Annonser nr 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 42. Annonser nr 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 43. Annonser nr 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 44. Annonser nr 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 45. Annonser nr 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 46. Annonser nr 6 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 47. Annonser nr 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 48. Annonser nr 8 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Om Ni antar annonser i läsa godtagbar (i endast avseendet eller båda) vad grundar Ni på för att uppfattning på...

41. Annonser nr 1
42. Annonser nr 2
43. Annonser nr 3
44. Annonser nr 4
45. Annonser nr 5
46. Annonser nr 6
47. Annonser nr 7
48. Annonser nr 8
49. Annonser nr 9
50. Annonser nr 10
51. Annonser nr 11
52. Annonser nr 12
53. Annonser nr 13
54. Annonser nr 14
55. Annonser nr 15
56. Annonser nr 16
57. Annonser nr 17
58. Annonser nr 18
59. Annonser nr 19
60. Annonser nr 20
61. Annonser nr 21
62. Annonser nr 22
63. Annonser nr 23
64. Annonser nr 24
65. Annonser nr 25
66. Annonser nr 26
67. Annonser nr 27
68. Annonser nr 28
69. Annonser nr 29
70. Annonser nr 30
71. Annonser nr 31
72. Annonser nr 32
73. Annonser nr 33
74. Annonser nr 34
75. Annonser nr 35
76. Annonser nr 36
77. Annonser nr 37
78. Annonser nr 38
79. Annonser nr 39
80. Annonser nr 40
81. Annonser nr 41
82. Annonser nr 42
83. Annonser nr 43
84. Annonser nr 44
85. Annonser nr 45
86. Annonser nr 46
87. Annonser nr 47
88. Annonser nr 48
89. Annonser nr 49
90. Annonser nr 50
91. Annonser nr 51
92. Annonser nr 52
93. Annonser nr 53
94. Annonser nr 54
95. Annonser nr 55
96. Annonser nr 56
97. Annonser nr 57
98. Annonser nr 58
99. Annonser nr 59
100. Annonser nr 60