



Les i dette nummeret

LES MER OM

Vaksinering med utilsiktet effekt

En ung kvinne fikk hodepine etter få dager og utviklet en fatal hjerneblødning ti dager etter å ha fått AstraZeneca-vaksinen. Senere undersøkelser tyder på at hun døde av vaksineindusert immun trombotisk trombocytopeni.

To friske leger i 30- og 40-årene utviklet dyp venetrombose fire uker etter vaksinering med samme vaksine. De hadde lav Wells-skår, til tross for sikre funn ved ultralydundersøkelse, og normale blodplattetall.

Veien ut av koronapandemien krever årvåkenhet for mulige bivirkninger av vaksinering, kloke valg og at folk følger helse råd. Snart går Norge over fra en pandemi til en varig endemisk tilstand.

Leder: Årvåkne leger gir bedre vaksinesikkerhet

Kort kasuistikk: Dyp venetrombose mer enn to uker etter vaksinering mot covid-19

Kort kasuistikk: Fatal hjerneblødning etter covid-19-vaksine

Videokonsultasjoner – funker det?

Videokonsultasjoner kan være godt egnet ved oppfølging av pasienter med revmatisk sykdom, oftest for pasienter med enkle problemstillinger. Dette viser erfaringer fra Diakonhjemmet Sykehus i Oslo. Pasientene var stort sett fornøyd, men mange syntes det var problematisk å ikke bli undersøkt klinisk.

Økt bruk av teknologisk kommunikasjon kan føre til større forskjeller i bruk av helsetjenester mellom dem som behersker ny teknologi, og dem som ikke gjør det. Det er usikkert når «digital avstandsnærhet» er til hjelp og når den snarere kan gjøre skade.

Leder: Avstand og nærhet i klinisk arbeid

Originalartikkel: Bruk av videokonsultasjon ved en revmatologisk poliklinikk

Markedsføringen av kosmetisk kirurgi forfører

Kosmetisk kirurgi markedsføres med et budskap om at kvinnekroppen kan og bør modelleres. Potensielle kunder omtales som pasienter, inngrep alminneliggjøres og oppmerksomheten rettes mot kroppslige feil. Femininitet og sensualitet fremheves. Man lover bedre selv bilde og bedre livskvalitet og tilbyr pakkeløsninger og aktuell finansiering. Dette fremkommer i en kritisk analyse av markedsføringen til 36 private klinikker på nett og i aviser i form av tekst, stillbilder og videoklipp.

Originalartikkel: Markedsføring av kosmetiske inngrep – en kvalitativ analyse

Publisert: 25. mai 2021. Tidsskr Nor Legeforen. DOI: 10.4045/tidsskr.21.08.03
© Tidsskrift for Den norske legeforening 2020. Lastet ned fra tidsskriftet.no