

Czwarta władza, ta kryształowa...

24 sierpnia 2014

Data publikacji: 11.05.2007

Od 2001 roku obowiązuje ustawa Prawo farmaceutyczne. Zezwolono w niej (art. 52), by leki – te sprzedawane bez recept – mogły być reklamowane. Zachęcanie „...do stosowania produktu leczniczego mające na celu zwiększenie liczby przepisywanych recept, dostarczania, sprzedaży lub konsumpcji produktów leczniczych...” stało się przewidziane prawem.

Firmy farmaceutyczne, dla zwiększenia sprzedaży, uruchomiły reklamy, promocje i inne działania prowadzone przez agencje public relations. Wydatki na ten cel zmniejszą płacone podatki, bo można je odliczyć od przychodów, jako że są one poniesionym kosztem. Jak wielkie są to pieniądze łatwo zorientować się, patrząc na cenniki reklam. Przykładowo, jednorazowa emisja 30-sekundowego spotu przez TVN w czasie dużej oglądalności kosztuje do 60 tys. zł.

Gdy włączymy telewizor, zawsze na którymś z kanałów słyszymy, że specyfik X jest dobry na ból głowy i brzucha, na ból kości i zatok, że dobry jest na dzień i na noc. Leki pod względem ilości reklam pobiły proszki do prania i piwo.

Obecnie Polska stała się jednym z największych konsumentów parafarmaceutyków i leków sprzedawanych bez recept. Pracują nad tym firmy farmaceutyczne, agencje PR i media. Marketing generuje sprzedaż. Ludzie leczą się w sklepach, w kioskach, na stacjach benzynowych. Zachęceni reklamami, połykają tabletki. Jak nie pomoże jedna, to bierze się dwie, a potem następną. Mimo że reklamy czasem zalecają konsultacje ze specjalistą, to wielu sądzi, iż sami leczą się właściwie. Miesięcznie na reklamy wydawane są miliony, jeśli nie setki milionów złotych. Na zakupy leków bez recept – znacznie więcej. Jaki może mieć

to wpływ na zdrowie społeczeństwa, każdy niech osądzi sam.

Nie chcę tu analizować skutków zdrowotnych, lecz przedstawić różne przypuszczenia dotyczące skutków tak znacznego uzależnienia mediów od pieniędzy z reklam firm farmaceutycznych.

Z finansów firm farmaceutycznych i możliwości wpływania tą drogą na media, a co za tym idzie – na społeczeństwo, zdawał sobie sprawę Prezes Izb Lekarskich, Konstanty Radziwiłł. Gdy zapowiadał powołanie koalicji „Teraz Zdrowie”, dla walki o zarobki lekarzy, mówił: „...Koalicja »Teraz Zdrowie« jest skupiona na jednym postulacie: zwiększenia nakładów na ochronę zdrowia. Jeżeli będziemy współdziałać z firmami farmaceutycznymi, ten postulat będzie bardziej słyszalny, nie ma co ukrywać: firmy farmaceutyczne mają ogromne pieniądze, które są potrzebne na lobbing...”. Poza wszystkim innym, wypowiedź ta budzi wątpliwości, czy firmy farmaceutyczne nie wykraczają w marketingu daleko poza zakres przewidziany Kodeksem Handlowym.

I rozpoczęto działanie. Kilka miesięcy po przystąpieniu do UE, zaczęło się straszenie exodusem lekarzy. Wydrukowano setki, jeśli nie tysiące, artykułów o tym, ilu to już lekarzy wyjechało, ilu wyjedzie i jakie problemy mają szpitale z zatrudnianiem specjalistów. Podawano, iż 4 czy 5 tys. lekarzy wystąpiło o dokumenty zezwalające na pracę w UE i już ich w kraju nie ma lub zaraz nie będzie. Lekarze żądali podwyżek, a media wtórowały, nagłaśniając żądania i grożąc masową emigracją.

Wmawiano społeczeństwu, iż wydajemy tylko 3,8% PKB na zdrowie, a inne kraje więcej. Porównywano pełne wydatki na ochronę zdrowia innych państw z wydatkami sektora publicznego w Polsce. Mechanizm jest prosty: jeden czy kilku napisze, a setki, bez sprawdzenia, powtarzają. Tymczasem jesienią tego roku Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) opublikowała zestawienie, z którego wynika, że na ochronę zdrowia, podobnie

jak inne kraje, wydaliśmy w 2003 r. w sumie 6,5% PKB a nie 3,8% PKB. Media oczywiście nabrały wody w usta i niczego nie sprostowały.

W końcu, jak twierdzi minister zdrowia, okazało się też, że w okresie dwóch lat od przystąpienia do UE, mimo silnej presji medialnej, z Polski wyjechało ok. 1 tys. lekarzy, co stanowi 1% pracujących w tym zawodzie. W tym samym czasie wyjechało proporcjonalnie znacznie więcej ludzi innych zawodów. Tego porównania już media nie zrobiły...

Pamiętamy zeszłą kadencję parlamentarną. Pamiętamy, jak media „jeździły” po b. ministrze zdrowia Mariuszu Łapińskim, gdy oświadczył, iż zajmie się lekami refundowanymi z budżetu. Nagonka trwała tak długo i skutecznie, że minister został odwołany. Nie byłem pupilem SLD ani nie mogę być posądzany o sympatie do tamtego układu. Nie chcę też oceniać działań M. Łapińskiego, ale pozwolę sobie zacytować, za publikacją Sławomira Latkowskiego, fragmenty książki byłego ministra. Łapiński pisze: „...Jak tylko ogłosiłem, że biorę się za listę leków refundowanych zgłosili się do mnie dziennikarze, twierdząc, że przedstawiciele firm farmaceutycznych poszukują dziennikarzy, którzy wzięliby się za mnie. /.../ Spotkałem się niedawno z szefem jednej z najskuteczniejszych firm od czarnego PR-u w kraju. Rozmawialiśmy o jednym dziennikarzu, który pisał artykuły atakujące moją osobę. Z 600 tys. złotych, które otrzymał za artykuły, za 300 tys. kupił sobie mieszkanie”.

Latkowski pisze dalej od siebie, że: „działo się to za pośrednictwem lobbysty Marka Dochnała. O korumpowaniu dziennikarzy, czarnym PR, wspominali mi także wrogowie Łapińskiego. Jeśli to prawda co pisze w swej książce, to media czeka taki sam pogrom jak po aferze Rywina SLD...”.

W innej publikacji Latkowski wspomina rozmowę z następcą Łapińskiego: „Marek Balicki, były minister zdrowia, opowiedział mi o konferencji prasowej, na której pojawiło się

tylko dwóch, trzech dziennikarzy, a reszta to »pijarowcy« zainteresowanych firm farmaceutycznych. Każdy z dziennikarzy styka się »pijarem« i »pijarowcami«, ludźmi służb, którzy chętnie służą pomocą, informacją, dokumentami, opracowaniami. Załatwią spotkanie, kontakt...», i zastanawia się dalej: „...Ile nagrodzonych tekstów było podanych na tacy? Wiele. A ta kwestia powinna wreszcie wyjść na powierzchnię świata mediów, bo za wieloma tekstami stoją osoby lub firmy »pijarowskie«, przedstawiciele służb: policji, wojska, ABW, WSI, które w tekście zastępuje się sformułowaniem wytrychem – nasze śledztwo dziennikarskie ustaliło, wykryło, doprowadziło do wniosków...”.

Ile jest prawdy w relacjach Mariusza Łapińskiego i Marka Balickiego – nie wiem. Wiem natomiast, jak na przestrzeni lat media traktowały informacje o problemie błędów lekarskich, przekazywane przez stowarzyszenie, którym kieruję. Do roku 2002 publikowano lub relacjonowano wszystkie przekazywane informacje. Telewizje organizowały programy poświęcone problemowi tuszowania błędów lekarskich. Po 2002 r. systematycznie zmniejszała się ilość programów o tej tematyce. Obecnie w mediach ma miejsce pełna blokada w kwestii jakichkolwiek działań czy informacji stowarzyszenia. Sporadycznie prosi się nas o jakieś komentarze do indywidualnych spraw. Czasowy związek tych zmian ze wzrastającymi dochodami mediów z reklam leków nie jest dowodem na nic, ale rodzi on podejrzenia funkcjonowania mechanizmów korupcyjnych.

Pisano wielokrotnie, że w opinii społeczeństwa najbardziej skorumpowaną grupą są politycy. Takie opinie urabiają powtarzane przez lata doniesienia medialne. Nie publikuje się jednak danych i nie badano tematu korupcji „czwartej władzy”, jaką są same media. Temat tabu czy wszyscy po prostu boją się tego ruszać? Sądzę, że afera, której bohaterem był L. Rywin, czy doniesienia M. Łapińskiego, powinny były już dawno spowodować takie badania.

Czy jako proces społeczny ma miejsce korumpowanie mediów – to pytanie jest otwarte. Nie mamy i pewnie łątwo nie będziemy mieć dowodów. Poza normalnymi czynnościami sprawdzającymi, wymagałoby to przeprowadzenia szeregu audytów i kontroli skarbowych. Pamiętać należy jednak, że istnieją uzasadnione podejrzenia, a prawo zezwalające na lobbing medialny dla sprzedaży leków jest czymś, co prowadzić może do korupcji.

Media stanowią IV władzę i to nie pochodzącą z wyborów. Warto zastanowić się, czy osoby pełniące w nich kierownicze stanowiska oraz właściciele mediów, nie powinni zostać zobligowani, jak politycy, do publikowania corocznych oświadczeń majątkowych.

Autor: Adam Sandauer

Źródło: [„Obywatel” nr 1 \(33\) 2007](#)