

Kronikk

Demoniseringen av legemiddelindustrien fordummer

Legemidler bør være gjenstand for våken og kritisk journalistikk. I Norge forveksles det med vane-preget mistenksomhet og demonisering av legemiddelindustrien. Publikum taper ved at de ikke får del i viktig kunnskap.

Oppgitte interessekonflikter:
Se til slutt i artikkelen

Kim Hannisdal

hannisdal@argument.no
Argument
Stortingsgaten 22
0122 Oslo

Moderne legemidlers bidrag til økt levealder, helse og frihet fra smerte og lidelse i rike deler av verden kan knapt overvurderes. Legemidlers medvirkning til gjennomgripende sosiale endringer er også betydelig. Med retten til selvbestemt abort og tilgang på p-pillar fikk kvinner muligheten til selv å bestemme hvor mange barn de ville ha og når. Dette åpnet for økt yrkesdeltakelse og økonomisk uavhengighet av menn.

Sammenliknet med p-pillen blir derfor brenselmotoren og atombomben som historiske smellbongbonger å regne. Så hvorfor er stoff om legemidler nærmest tabu i mange nyhetsredaksjoner?

Tilliten verdig?

Om legemiddelindustriens velsignelser har vært mange, har synderegisteret vært like omfattende. Thalidomidskandalen i 1960-årene åpnet ikke bare opinionens øyne for legemiddelbivirkninger som fenomen, skandalen ble håndtert på en måte som skapte et tidsskille i hvordan industrien ble oppfattet i mediene og blant folk flest. Mistilliten har siden fått rikelig næring av

mange eksempler på uansvarlig håndtering av bivirkningssaker, manglende vilje til å publisere også negative studieresultater og lurvete markedsføringsmetoder.

Så er det kanskje ingen grunn, da, til å stille spørsmål ved at mediene knapt vil røre ved legemidler som stoffområde? Jeg mener det er alvorlig, fordi det bidrar til å holde folk kunnskapsløse om et tema av stor betydning for den enkelte og for samfunnet.

Et uopplyst publikum er lettere å bedra med røverhistorier om mirakelmedisiner garantert fri for bivirkninger av noe slag. Et uopplyst publikum er også et uopplyst elektorat. Derfor kan mangelen på elementær forståelse av hva legemidler er, hva de kan gjøre og hva de ikke kan gjøre, også være en utfordring for demokratiet i et velferdssamfunn der medisinsk teknologi spiller en svært viktig rolle.

Lavt kunnskapsnivå

Gjennom mitt arbeid som kommunikasjonsrådgiver, med helse og legemidler som spesialfelt i mange år, har jeg sett hvordan temaet legemidler og deres rolle i sykdomsbehandlingen forsømmes i norske medier.

Det betyr ikke at pressen *aldri* skriver om legemidler. Paradoksalt nok ser vi stadig sensasjonsoppslag om legemidler med påstander om virkninger det ikke finnes dekning for. Det mest dramatiske jeg i øyeblikket husker er nyheten som ble presentert i flere medier høsten 2003 – om et legemiddel som kunne forebygge de fleste tilfeller av brystkreft. Dette kunne skape helt urealistiske forventninger på et område der de rammede og deres pårørende – hvorav mange er barn – begjærlig griper alt som kan gi håp. Fortjenstfullt satte journalist Anne Hafstad i Aftenposten saken på plass i en grundig artikkel samme høst.

For et par år siden arrangerte jeg et presse-seminar om et nytt, hormonbasert prevensjonsmiddel for kvinner. Vi unnlot selvfølgelig ikke å redegjøre for hvilke bivirkninger slike prevensjonsmidler kan gi. Etter seminaret snakket jeg med TV 2s utsendte helsereporter. Bevares, saken var da interessant nok, mente hun, men de ville vente med å lage en reportasje til det kom et bivirkningsfritt middel. Hun smilte nærmest litt overbærende da jeg forklarte at de nok måtte belage seg på å vente en stund.

Slike episoder vitner om et lavt kunnskapsnivå i mange redaksjoner. Dette er også et ressursspørsmål, og i et slikt perspektiv gir nedskjæringene i Dagbladet og i andre redaksjoner grunn til uro.

Sex, kjendiser, lidelse og død

Medienes forsømmelser når det gjelder dekning av legemidler fører til at selve *dramaturgien* får uforholdsmessig stor betydning for vurderingen av om en sak skal omtales. Legemiddelbehandling er assosiert med potensielt alvorlige tilstander og i ytterste konsekvens liv og død. Omtalen og fremstillingen av legemiddelstoff bør avspeile det.

Det gir grunn til bekymring at banale virkemidler som kjendiser og sex ser ut til å avgjøre viktige mediers vurderinger og beslutninger ved omtale av legemidler. Popularisering er av det gode, men en banalisering er ingen andre enn eventuelt dårlige PR-folk tjent med. Likevel kan disse bli vinnerne, fordi legemiddelfirmaene vil etterspørre løsninger som viser seg å virke – «Skaff oss en kjendis!».

Jeg håper dette kan bli oppfattet som mer enn sutring fra en marginal yrkesgruppe innen et arbeidsfelt mange setter spørsmålstegn ved. Jo, det er et problem for oss og våre klienter innen legemiddelindustrien at det blir vanskeligere å jobbe seriøst med helsestoff. Om vulgariseringen er et problem for oss, er den også et problem for offentligheten, som får tiltøyset vesentlig informasjon eller som ikke blir orientert om viktige nyheter fordi de ikke tilfredsstiller mediens krav til dramaturgi.

Victoria i uskyldsblått

Min erfaring er at man imange legemiddelfirmaer ønsker å jobbe seriøst som kilde for mediene. Men enkelt er det ikke. Det lar seg lettest illustrere ved å gi et eksempel.

På oppdrag for firmaet Janssen-Cilag jobbet jeg med å formidle betydningen av et nytt legemiddel innen behandling av beinmargskreft. Kunnskapsfaktoren var skyhøy, jippo-faktoren desto lavere. Når saken likevel ikke var helt uten innslag av jippo, er det noe Kungliga Vetenskapsakademien må svare for.

Vetenskapsakademien fikk seg nemlig til å gi fjorårets nobelpris i kjemi til en gruppe

forskere som i 1980-årene fant ut hvordan cellene «merker» proteiner som skal destrueres, for å kunne skille dem fra dem som skal beholdes. Etter merkingen blir de utpekte sendt til de såkalte proteasomene i cellene, som fungerer som en slags søppelkvern.

Parallelt med offentliggjøringen av prisen og tildelingen senere ble et nytt legemiddel mot beinmargskreft introdusert i Norge. Velcade er det første anvendte resultatet av kunnskapen nobelprisvinnerne frembrakte. Midlet er en såkalt proteasomhemmer. Det forhindrer at veksthemmende faktorer blir brutt ned, dermed formerer kreftcellene seg langsommere. Studieresultater viste at pasienter som kunne være aktuelle for dette midlet, kunne få fordoblet gjenværende levetid med denne behandlingen sammenliknet med behandlingen som gis i dag.

Det går svært lenge mellom de gode nyhetene innen behandlingen av beinmargskreft, og i fagmiljøet ble Velcade derfor tatt imot med interesse. Som ledd i mitt arbeid med å skaffe bakgrunnsinformasjon kontaktet jeg fagmiljøet for forskning og behandling av blodsykdommer ved St. Olavs Hospital og Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet. Dette miljøet, ledet av professor Anders Waage, er ledende innen forskning på beinmargskreft i Norge.

Ut fra en felles oppfatning om at publikum har nytte av å kjenne til medisinske fremskritt, var miljøet villige til å kommentere betydningen av Velcade overfor en journalist på rent faglig basis. Noen økonomisk kompensasjon var selvsagt aldri på tale, for å komme det spørsmålet i forkjøpet. Verken firmaet, undertegnede eller de involverte spesialistene var ute etter annet enn en balansert og nøktern fremstilling av nyheten.

Sammen syntes vi det var spennende å vise linjen fra grunnforskningen nobelprisvinnerne hadde gjort, til anvendelsen og de vurderingene legene må gjøre som forvaltere av vitenskapelig viten i sin daglige praksis – preget av forventninger fra pasienter, ønske om mer og bedre dokumentasjon om effekt og bivirkninger, etikk, sykehusøkonomi og helsepolitikk. Saken ble presentert på behørig vis, klart og tydelig med legemiddelfirmaet som kilde.

I Sverige fikk saken bred dekning både i aviser og TV. Det ble laget grafiske illustrasjoner som fremstilte virkningsmekanismen. Spesialister formidlet så godt det lot seg gjøre et balansert budskap om midlets betydning. Men svenske medier er kanskje mindre kritiske enn norske?

I Norge var NTB alene om å omtale saken, men meg bekjent ble ikke artikkelen brukt av andre medier.

Dagen etter nobelprisutdelingen, da både SVT og TV4 hadde hatt lengre studiosamtaler om den nye behandlingsformen, leste vi hva VG hadde fått med seg fra utdelingen: «Victoria hadde valgt uskyldsblått, med lav utringning og vidt skjørt, mens lillesøsteren forfylte kvelden i en gyllen gullfarget kjole drapert med blonder over brystet og lange ermer.»

Som det sømmer seg en våken og kritisk presse, med behørig avstand til legemiddelindustrien, hadde Norges største avis valgt å dekke nobelprisutdelingen med fokus på kongefamiliens kjolevalg.

Sladder og kunnskapsvegring forkledd som kritisk distanse

I Norge er det ikke lov å annonsere for reseptbelagte legemidler overfor andre enn helsepersonell. Blant annet derfor er det er ingen tvil om at medieomtale av legemidler kan ha stor markedsføringsverdi. Redaksjonene gjør rett i å vurdere dette kritisk.

Men kan saken ha offentlig interesse, selv om den *også* har verdi som markedsføring?

Kanskje man må leve med det innen journalistikken rundt legemidler, slik jeg antar man gjør det innen andre grener av faget. Det ser ut til å gå riktig fint innen nyhets- og forbrukerjournalistikk rundt forbruker-elektronikk, biler og feriereiser, for å nevne noe. Sammenlikningen blir ikke helt riktig, for det er en langt grundigere og mer kritisk journalistikk vi behøver om legemidler enn vi ser på disse områdene.

En kilde er vel aldri uten en eller annen form for interesse, økonomisk eller annen, som må tas med i den journalistiske vurderingen? Dette gjelder på legemiddelfeltet som på andre områder. Likevel er mitt inntrykk fra utallige runder med journalister gjennom mange år at industrien i utgangspunktet er så ettertrykkelig demonisert at den på det nærmeste er utdefinert som kilde.

Spørsmålet er om det bare kan forklares med legemiddelindustriens synder og overtramp gjennom tidene. Jeg tror det også har å gjøre med dyptliggende tradisjonelle oppfatninger om helse, lidelse, død og kommers som uforenlige størrelser. Børs og katedral, altså.

I tillegg møter sannsynligvis den kunnskapsorienterte journalistikken jeg etterlyser på legemiddelområdet den samme motstanden professor Dag O. Hessen og andre erfarer innen naturvitenskapelige emner. I en kronikk i Dagbladet 5.2. 2005 spurte Hessen om Norge er en nasjon med større hang til sladder enn til kunnskap. Det er Victorias kjole som fanger interessen, ikke proteasomets virkemåte (minst like

vakker, for øvrig!) som nøkkel til å bedre behandlingen av alvorlig kreftsyke.

I debatten om naturvitenskapens usynlighet i mediene er det flere som trekker frem C.P. Snows postulat om to parallelle vitenskapskulturer, den naturvitenskapelige og den humanistisk-samfunnsfaglige, og vanskene med å bygge bro mellom dem. Tilhørighet i de respektive kulturrene medfører ulik virkelighetsforståelse, og det kan neppe herske særlig tvil om at den norske journaliststand har større avstand til den naturvitenskapelige enn til den humanistiske og samfunnsvitenskapelige kulturen.

Denne avstanden og mangel på forståelse av naturvitenskapelig tenkemåte er etter mitt skjønn relevant for å forstå mediernes forhold til legemidler og legemiddelindustri.

Det er grunn til å spørre om det som fremstår som kledelig, kritisk distanse til legemiddelindustrien, ofte maskerer usikkerhet og kunnskapsvegring innen et fagfelt mange journalister oppfatter som fremmed og vanskelig.

Var det bare på egne vegne journalistene hadde lidd under denne kunnskapsvegringen, hadde det ikke behovd å være til stor bekymring. Problemet er at dette også gjøres på lesernes og på samfunnets vegne.

Manuskriptet ble godkjent 23.6. 2005.

Oppgitte interessekonflikter: Forfatteren arbeider som konsulent og har flere oppdrag for legemiddelindustrien, som kan tjene på at argumenter som dette fremføres og vinner forståelse.



www.rus-nett.no

Telefon: 69 28 32 80
Telefax: 69 28 55 26
E-mail: ict@rus-nett.no

En ideell livssynsnytral stiftelse

Behandling av rusavhengighet

- Avgiftningsprogram
- Klientprogram
- Forlenget behandling
- Halv-Veis Hus
- Familieprogram
- Ettervernsprogram
- Bedriftstilpasset program
- Råd og veiledning