

Katarzyna Sudoł

*Kształtowanie się reklamy farmaceutycznej w Polsce w latach 1918-2013 na przykładzie środków przeciwbólowych. Czynniki i kierunki przemian*

**Wstęp**

1. Wyjaśnienie cezur czasowych: od daty odzyskania niepodległości przez Polskę po okresie rozbiorów do czasów współczesnych.
2. Określenie obszaru badań: badaniom zostanie poddany obszar znajdujący się w granicach państwa polskiego w latach 1918-2013.
3. Wyjaśnienie pojęć wykorzystywanych w pracy doktorskiej: definicja leku, leku OTC, produktu farmaceutycznego, suplementu diety, pojęcia reklama farmaceutyczna, standard reklamy farmaceutycznej, informacja o leku, lek i środek przeciwbólowy, wykaz leków przeznaczonych do obrotu pozaaptecznego.
4. Charakterystyka problemu w świetle dotychczasowego piśmiennictwa dotyczącego obszaru badań podejmowanych w pracy doktorskiej
  - a) w dotychczasowym piśmiennictwie istnieje szereg publikacji dotyczących historii i teorii reklamy (Doliński D. *Psychologia reklamy*, Wrocław 2001; Goban-Klas T., *Komunikowanie i media*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2004, 11-31; Burtenshaw B., Mahon N., Barfoot C., *Kreatywna reklama*, tłum. H. Król, Warszawa 2008; Czapiewski A., *Rozwój czasopiśmiennictwa lekarskiego polskiego w pierwszej połowie XX wieku do roku 1946 włącznie*, Poznań 1947).
  - b) istnieją także publikacje poświęcone historii wprowadzania do terapii leków przeciwbólowych (Supniewski J. *Farmakologia*, Warszawa 1950, Gryglewski R., Kostka-Trabka E., Splawiński J, *Farmakologia*, Kraków 1989; Brzeziński T. (red.), *Historia medycyny*, Warszawa 1988; Rembieliński R., Kuźnicka B., *Historia farmacji*, Warszawa 1987; Danysz A. *Historia farmakologii w Polsce*, Warszawa 1997).

c) jak dotąd nie powstało jednakże opracowanie o charakterze monograficznym łączące te dwa obszary badań

5. Celem poznawczym mojej pracy doktorskiej będzie ukazanie wpływu postępu wiedzy w zakresie leków przeciwbólowych i środków przeciwbólowych, które były w latach 1918-2013 wprowadzane w Polsce do terapii, na kształtowanie się rodzimego standardu reklamowego tej grupy produktów farmaceutycznych. Cel poznawczy ma charakter oryginalny.

6. Cel poznawczy zrealizuję odpowiadając na następujące pytania badawcze:

a) Jak kształtował się w świecie postęp naukowy i technologiczny w farmacji w zakresie leków przeciwbólowych w latach 1918-2013?

b) Jak rozwijały się w świecie w latach 1918-2013 teoria i metody przekazu reklamowego, ze szczególnym uwzględnieniem reklamy produktów związanych z obszarem zdrowia?

c) Jak kształtował się w Polsce w latach 1918-2013 rynek leków przeciwbólowych rodzimej produkcji i produktów importowanych?

d) Jakie zmiany w standardzie reklamy leków przeciwbólowych możemy obserwować w polskim piśmiennictwie specjalistycznym o profilu farmaceutycznym i jak możemy je powiązać z wprowadzaniem do terapii nowych produktów farmaceutycznych o działaniu przeciwbólowym?

7. Podstawą źródłową mojej pracy doktorskiej będą czasopisma polskie, trafiające do specjalistów oraz te, które są dostępne dla odbiorcy na rynku pozaaptecznym:

a) „Wiadomości Farmaceutyczne”

(Warszawa: Towarzystwo Farmaceutyczne Warszawskie, wydawane w latach: 1874 - 1939)

b) „Wiadomości Aptekarskie”

(Kraków: Izba Aptekarska Gen. Gubernatorstwa, wydawane w latach: 1940 - 1944)

c) „Farmacja Polska”

(Warszawa: Polskie Towarzystwo Farmaceutyczne; wydawana od połowy 1945 - obecnie)

d) „Głos Kobiet”

(Kraków | Warszawa; Centralny Wydział Kobiet Polskiej Partii Socjalistycznej; wydawany w latach 1908 - 1939)

e) „Moja Przyjaciółka”

(Żnin; Alfred Ksycki; wydawana w latach 1934 - 1939)

f) „Przyjaciółka”

(Warszawa; Spółdzielnia Wydawnicza "Czytelnik" | RSW Prasa-Książka-Ruch | EDIPRESE POLSKA S.A.; wydawana w latach 1948 - 2009)

g) „Twój Styl”

(Warszawa; Wydawnictwo Bauer; wydawany od lipiec/sierpień 1990 - obecnie)

8. Podstawą metodologiczną pracy będzie metodologia antropologii wiedzy i antropologii mediów.

## **Rozdział I**

### **Omówienie metodologii i charakterystyka źródeł**

## **Rozdział II**

### **Zmiany w standardzie produkcji i dystrybucji leków przeciwbólowych w Polsce w latach 1918-2013**

1. Omówienie najważniejszych grup leków przeciwbólowych, kolejno wprowadzanych do terapii w świecie w latach 1918-2013
2. Charakterystyka miejsc ich produkcji w Polsce:
  - a) Leki wytwarzane w aptekach – leki recepturowe i apteczne; przepisy farmakopealne
  - b) Leki produkowane fabrycznie (ziołowe i syntetyczne)



3. Charakterystyka leków przeciwbólowych dystrybuowanych w Polsce w latach 1918-2013
4. Charakterystyka możliwości uzyskiwania dostępu do leków przeciwbólowych przez pacjentów polskich
  - a) Leki dostępne na receptę w aptekach (wymienię te leki, podając daty ich wprowadzania do sprzedaży i daty wycofywania leków przestarzałych, uznanych za szkodliwe itp.)
  - b) Leki dostępne bez recepty w aptekach (jak wyżej)
  - c) Leki dostępne w innych miejscach dystrybucji (wymienię te miejsca)

### **Rozdział III**

#### **Ramy prawne dotyczące reklamy produktów leczniczych w Polsce w latach 1918-2013**

1. Uregulowania prawne dotyczące reklamy farmaceutycznej w Polsce w latach 1918-1945
2. Uregulowania prawne dotyczące reklamy farmaceutycznej w Polsce w latach 1945-1989
3. Uregulowania prawne dotyczące reklamy farmaceutycznej w Polsce w latach 1989-2013

### **Rozdział IV**

#### **Kształtowanie się standardu reklamy produktów leczniczych w świecie w latach 1918-2013**

1. Uregulowania prawne dotyczącej tej kwestii w krajach będących największymi producentami leków.
2. Kształtowanie się standardu reklamy farmaceutycznej w świecie w latach 1918-2013.

### **Rozdział V**

#### **Przemiany standardu reklamy farmaceutycznej w Polsce w latach 1918-2013 w zakresie leków przeciwbólowych**

1. Analiza źródeł z lat 1918-1945 (w tym miejscu wymienię leki przeciwbólowe, jakie wystąpiły w przywoływanych przeze mnie reklamach. Określę czy były to leki polskie czy importowane.)
2. Analiza źródeł z lat 1945-1989 (jak wyżej)

3. Analiza źródeł z lat 1989-2013 (jak wyżej)

## **Rozdział VI**

### **Charakterystyka i analiza elementów językowych i wizualnych przekazu reklamowego leków przeciwbólowych w Polsce w latach 1918-2013.**

1. Okres 1918-1945
2. Okres 1945-1989
3. Okres 1989-2013
4. Określenie związku wprowadzania nowych leków przez ich zróżnicowanych producentów z przemianami w standardzie reklamy
  - a) Producenci krajowi - apteki i lokalny przemysł farmaceutyczny – analiza ich przekazu reklamowego dotyczącego leków przeciwbólowych
  - b) Producenci zagraniczni – analiza ich przekazu reklamowego dotyczącego leków przeciwbólowych

## **Zakończenie**

Wnioski z dokonanych analiz