

Szczyt medialnej hipokryzji

Autor tekstu: Michał Miś

Lekarze są niemoralni – zawyrokował bez zmrżenia oka Kamil Durczok we wczorajszym wydaniu „Faktów”. Przyłożył, trzeba przyznać, z grubej rury. W pierwszej wiadomości dnia dziennikarze głównego serwisu informacyjnego TVN wspólnie z reporterami „Newsweeka” odkrywają przerażającą prawdę – lekarze piją wódkę za pieniądze firm farmaceutycznych, które w ten odrażający sposób próbują przekonać ich do przepisywania swoich leków. Po prostu jeden wielki skandal.

I w tym momencie zrobiło mi się niedobrze. Dziennikarska hipokryzja sięgnęła bowiem szczytu. Z dwóch co najmniej powodów.

Pierwszy, mniej ważny, jest taki, że lekarze od dobrych kilkunastu lat zachowują się w ten sposób. Wie o tym każdy, najgorzej nawet poinformowany pracownik marketingu. Odkąd wielkie firmy farmaceutyczne pojawiły się w Polsce, muszą w jakiś sposób rozdysponować swoje budżety reklamowe związane z lekami na receptę lub tymi przeznaczonymi bezpośrednio na użytek szpitali. A że możliwości mają ograniczone ustawowo gro środków trafia właśnie do marketingu bezpośredniego, którego jednym z zadań jest utrzymywanie dobrych relacji z lekarzami. Przy czym relacje te utrzymywane są nie tylko na promach, ale również podczas tygodniowych „konferencji naukowych” na Seszelach, Malediwach czy Karaibach. Niektórzy dziennikarze nazywają ten proceder próbą przekupstwa. Ich prawo.

Zanim jednak w ten sposób Szanowni Państwo Redaktorstwo do końca zniszczą renomę zawodu lekarza w Polsce, niech choć przez moment zastanowią się i przeprowadzą choć niewielki rachunek sumienia – bliższy ich własnego podwórka. Pozwolą Państwo, że przybliżę ten temat, posługując się retoryką nieszczęsnego posła Wierzejskiego – o tym, czemu wzoruję się na tym osobniku, później.

Czy nie jest prawdą więc, że pewien słynny prezenter pogody w jednej z największych stacji telewizyjnych w Polsce, wystąpił w reklamie jogurtu – reklamie, która w bardzo mało etyczny sposób sugerowała, że smakołyk ten ma więcej zalet dla zdrowia niż w rzeczywistości. I czy nie jest prawdą, że prezenter ten miał mieć w związku z wystąpieniem w reklamie nieprzyjemności od pracodawcy, które po kilkudniowej burzy ograniczyły się do wysłania niesubordinowanego pracownika na urlop? Czy zgoda znanej z serwisu informacyjnego postaci do reklamy wątpliwych produktów nie jest przypadkiem nieetyczna?

A może z innej, również medialnej, beczki. Czyż nie jest prawdą, że wszystkie wielkie wydawnictwa prasowe – również te, które mają w swoim „portfolio”, jak w marketingowym żargonie mówi się na wszystkie tytuły jednego wydawcy – prasę opiniotwórczą nie starają się uzyskiwać przychylności przedstawicieli domów mediowych (a więc firm, które decydują o rozdysponowaniu wielomilionowych budżetów reklamowych pomiędzy tytułami prasowymi), organizując pokazy filmowe, suto zakrapiane alkoholem imprezy, wielodniowe wyjazdy – choćby na mundial – za które mili goście nie płacą grosza? Czy takie postępowanie jest etyczne?

Można tak wymieniać w nieskończoność – dziennikarze motoryzacyjni większą część miesiąca spędzają na odbywających się w najpiękniejszych zakątkach świata pokazach premierowych nowych modeli, za co redakcja nic nie płaci. Dziennikarze społeczni i popularnonaukowi jeżdżą na koszt wielkich koncernów, nie tylko po to by przywieźć ciekawy tekst, ale również by zachować w dobrej pamięci firmę fundatora wyjazdu.

A może inne grupy zawodowe tzw. społecznego zaufania postępują inaczej? Skądże! Nauczyciele premiiowani są przez wydawnictwa edukacyjne za polecenie uczniom określonych podręczników np. wakacjami lub sprzętem komputerowym,

kancelarie prawne organizują rausze dla decydentów biznesowych – niekoniecznie klientów, wielkie firmy z każdej praktycznie branży mają przeznaczone pieniądze na utrzymywanie dobrych relacji ze swoim kontrahentami, środowiskami opiniotwórczymi, nawet politykami.

Pytanie tylko: Co z tego?

Ano nic. Rzecz po prostu nie jest niemoralna – dlatego wzorem polityka LPR nie wymieniałem nazwisk dziennikarzy i nazw firm. I dlatego właśnie takie oburzenie wywołała we

mnie wczorajsza informacja „Faktów”, które w cyniczny sposób zdają się nie zauważać, że imprezy takie jak ta zorganizowana dla lekarzy są najnormalniejszym w świecie sposobem działania firm, z którym stykają się wszystkie branże zawodowe w nowocześnie prowadzonych interesach nie tylko w Polsce, ale i na całym świecie. Relacja „Faktów”, miała wywołać jedynie święte oburzenie osób, które na co dzień nie mają okazji zetknąć się z tym procederem — grup wykluczonych z kapitalistycznej gospodarki rynkowej. Skoro więc zgadzamy się, że gospodarka rynkowa jest rozsądnym wyborem, czemu nie wyrażamy zgody na działanie takiej jej gałęzi jak public relations, marketing czy lobbying, choć sami korzystamy na co dzień z tych samych metod — i przez moment przez głowy nam nie przejdzie, że możemy być w ten sposób skorumpowani — w końcu mamy własny rozum i potrafimy oddzielić marketing od zdrowego rozsądku. Czemu więc lekarze mieliby nie potrafić? Ale tego wszystkiego już się w „Faktach” nie tłumaczy, bo zepsułoby prowadzącemu tezę. Szkoda.

A ja swoją drogą cieszę się, że coraz mniej mam wspólnego z zawodem dziennikarza.

Michał Miś

Dziennikarz popularno-naukowy

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 06-06-2006)

[Oryginał.](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4817) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,4817>)

Contents Copyright © 2000-2008 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora.

Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych

serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl