

La tête pleine d'envies, ... et les pieds par terre!



Chères Collègues, chers Collègues,
Au moment d'«inaugurer» PrimaryCare avec ce numéro 1/2001, à part un petit pincement de fierté et une gerbe de pensées reconnaissantes, je me suis remémoré beaucoup de remarques que nous avons engrangées toutes ces dernières années, au sujet de ce que devrait être un vrai, bon, solide journal des Médecins de Premier recours. Les suggestions allaient d'un «NEJM» de la Médecine de Premier recours à un «bulletin Bostitch» ronéotypé comme en '68, avec surtout de très nombreuses demandes quant à l'éthique financière du journal, à propos de la publicité.

Vous avez maintenant entre les mains le résultat de cette gestation passionnante, de cette cuisine extraordinaire où nous avons mêlé envies, demandes, besoins et réalisme – laissez-vous aller à apprécier sans a priori, ... et à critiquer, nous avons besoin des deux et l'interactivité ne sera pas une formule creuse, c'est promis!

La question de la publicité a animé plusieurs discussions avec notre éditeur. Il y a de la publicité dans PrimaryCare, c'est un fait, et nous ne pourrions pas publier une revue qui corresponde à nos besoins sans support financier. C'est néanmoins une publicité modérée dans son volume, et si le succès de notre journal appelle «trop» d'annonces, nous réévaluerons les limites à y mettre; c'est aussi une publicité qui sera honnête dans la mesure où il ne sera pas question de la lier délibérément à la partie rédactionnelle – il n'y aura jamais un article écrit justement au sujet du produit vanté sur la page d'en face; ça aussi, c'est promis!

Un journal sans publicité aurait sans doute été encore plus «propre», témoignant d'une espèce de pureté, de non-compromission avec le monde, qui nous aurait à toutes et à tous, dans un certain sens, fait plaisir.

Néanmoins, le monde, justement, nous vivons en plein dedans, et nous avons fait le choix de produire notre revue comme nous faisons de la médecine: la tête pleine d'envies, de rêves et d'ambitions, et les pieds par

terre! Nous sommes partie prenante d'un chassé-croisé économique dont le déni ne mènerait pas loin; nous sommes capables, sans aucun doute de ma part, de garder un esprit éveillé et critique, même dans la durée; et enfin nos idées méritent d'être exposées et défendues mais cela coûte cher.

Voilà donc dans quel esprit nous démarrons avec PrimaryCare, avec des rêves, du réalisme et de l'esprit critique; je vous souhaite, à vous aussi, beaucoup de plaisir en sa compagnie!

Jacques de Haller, Président de la
Société Suisse de Médecine Générale

Wunsch und Wirklichkeit



Liebe KollegInnen,

Im Augenblick, da ich – nicht ohne ein bisschen Stolz und mit einem Strauss von dankbaren Gedanken – PrimaryCare mit dieser Nummer 1/2001 einweihe, denke ich an all die vielen Bemerkungen, die in den letzten Jahren an uns herangetragen wurden ... wie eine richtige, gute und anständige Zeitschrift der medizinischen GrundversorgerInnen aussehen sollte. Die Vorschläge reichten von einem «NEJM» der Allgemeinmedizin bis zu einem vielfältigen «Bostitch-Bulletin» – wie in den 68ern – und betrafen vor allem die finanzielle Ethik der Zeitschrift bezüglich der Werbung.

Jetzt haltet Ihr das Resultat dieser passionierten Entstehungsgeschichte in Euren Händen. Es stammt aus dieser ungewöhnlichen Küche, wo schöne Wünsche, Forderungen, echte Bedürfnisse und das Mögliche unter einen Hut gebracht werden. Jetzt liegt es an Euch, das Ergebnis unvoreingenommen zu begutachten ... und zu kritisieren; wir brauchen beides. Der interaktive Austausch wird nicht eine leere Worthülse bleiben – das sei Euch versprochen!

Die Frage der Werbung haben wir wiederholte Male mit unserem Verleger diskutiert. Es gibt Werbung in PrimaryCare, das ist eine Tatsache. Ohne finanziellen Support wäre es uns nicht möglich, eine unseren Bedürfnissen entsprechende Zeitschrift herauszugeben. Doch die Werbung bleibt zurückhaltend. Sollte der Erfolg unserer Zeitschrift «zu viele» Inserate anziehen, werden wir nötige Limitierungen neu überdenken. Die Werbung in PrimaryCare wird anständig sein, denn sie wird entschieden nicht an den redaktionellen Teil geknüpft sein. Es wird nie einen Artikel geben, welcher zum Inserat auf der gegenüberliegenden Seite verfasst wurde, das sei Euch auch versprochen!

Eine Zeitschrift ohne Werbung wäre zweifellos noch «sauberer» gewesen; sie hätte von einer Lauterkeit gezeugt, von einer Nicht-Preisgabe der eigenen Prinzipien gegenüber der Welt; das hätte uns alle in gewissem Sinne gefreut.

Doch – à propos Welt – wir leben ja voll in ihr; und deshalb haben wir uns entschie-

den, unsere Zeitschrift so zu produzieren, wie wir die Medizin betreiben: den Kopf voller Wünsche, Träume und Ehrgeiz, und die Füsse fest auf der Erde! «Wunsch und Wirklichkeit» ... Wir sind nun einmal Teil einer ökonomisch orientierten Welt; und wir kämen nicht weit, wenn wir uns ihr verweigern würden. Ohne leisesten Zweifel sind wir imstande, selbst auf lange Dauer einen wachen und kritischen Geist zu bewahren. Und – last but not least – unsere Ideen sind es wert, in der Öffentlichkeit dargestellt und verteidigt zu werden ... und das kostet viel Geld.

In diesem Sinn und Geist machen wir uns mit PrimaryCare auf den Weg, mit Träumen, dem Sinn für die Wirklichkeit und einem kritischem Geist. Ich wünsche Euch viel Vergnügen mit PrimaryCare!

Jacques de Haller, Präsident der
Schweizerischen Gesellschaft
für Allgemeinmedizin

(deutscher Text: B. Kissling)