

"Media znowu zawiodły". Polski Związek Serwisów Opon krytykuje

data aktualizacji: 2025.11.25



Bezpieczeństwo schodzi na drugi plan. Nie ma profilaktyki, nie ma ostrzeżeń, nie ma edukacji. Są nagłówki, które mają się sprzedać - w taki sposób Polski Związek Serwisów Opon komentuje zachowanie mediów i dziennikarzy, które - jak ocenia związek - nie informowały właściwie kierowców o potrzebie wymiany opon na zimowe, nie zamieszczały merytorycznych komunikatów.

- Czasami naprawdę mamy wrażenie, że media czekają na stłuczki, korki i dramaty, bo dopiero wtedy zaczyna się ruch, kliknięcia i nagłówki - piszą w komunikacie przedstawiciele PZSO podkreślając, że od połowy października wysyłali oni informacje do mediów, zachęcali do prowadzenia kampanii związanych z bezpieczeństwem na drogach.

- Ale kiedy spadł pierwszy śnieg i zaczęły się poślizgi, stłuczki i paraliż na drogach wtedy nagle media „przypomniały sobie”, że istnieje coś takiego jak bezpieczeństwo ruchu drogowego. (...) Tragedia generuje wyświetlenia - czytamy w komentarzu związku.

Rzeczywiście trudno oprzeć się wrażeniu, że nie tylko drogowców zima potrafi zaskoczyć. I trudno nie przyznać przedstawicielom PZSO racji w tym przypadku...

Źródło: