

Ako to vidím ja

Vädnúce triky

Nereálne sľuby a osobné útoky. To sú tradičné „ťaháky“ tlačoviek premiéra Roberta Fica. Populizmus má však dvoch veľkých nepriateľov. Čas a realitu.

V najbližšej volebnej kampani by zrejme sľub, že zníži spotrebnú daň, zďaleka nezabral tak ako pred tromi rokmi. Nebodoval by ani záväzok, že „zruší živnostníkov z donútenia“, alebo že pochyťá nečestných zbohatlíkov cez zákon o preukazovaní pôvodu majetku. Nedôveryhodne by pôsobil aj sľub znížiť počet úradníkov o pätinu, prípadne že odškodní klientov nebankových subjektov. Ani úniky od podstaty diskusie k útoku na integritu oponenta už nemôžu mať svoju starú razanciu. Slovná agresia proti textilkám, energetikom, bankám, reťazcom či poisťovniam sa raz musela prejaviť v poklese investícií.

Témy tlačoviek Roberta Fica sa týkali hlavných problémov Slovenska minimálne. Kedy sa premiér venoval školskej reforme, zmenám v zdravotníctve, vynútiteľnosti práva, kedy sa zaoberal rastúcim zneužívaním sociálneho systému? Až po „budíčku“ z Bruselu oznámil snahu o nápravu nástenkového tendra. Presne tak, ako sa mu vďaka preferenciám darí u nás vytvárať nepriateľskú atmosféru proti zamestnávateľom či novinárom, mohol by radšej pre Slovensko vytvoriť atmosféru proti tunelovaniu, falošným „péenškám“, plytvaniu v štátnej správe, nespravodlivosti v súdnictve, zadlžovaniu nemocníc a iných štátnych subjektov. Premiér isto aj sám zaregistroval vädnúci úspech svojich starých trikov. Vari ich len nenahradí novými. Uprostred krízy.

pondelok 27. 4. 2009 | Eugen Jurzyca, riaditeľ inštitútu INEKO