

KOMENTÁR IVANA ZUZULU: NAČO JE TOĽKO POLITICKÝCH STRÁN, KEĎ SĽUBUJÚ TO ISTÉ?

07 FEBRUÁR, 2018

BRATISLAVA – V snahe neuraziť žiadneho nositeľa volebného práva hovoria takmer všetky politické strany to isté. Preferujú demokraciu, slobodu, podporujú rodinu, bojujú proti korupcii, väčšina je proeurópsky orientovaná, chce nízke dane, vysoké platy, ekonomický rast a právny štát. Čo však tieto pojmy znamenajú, ostáva z programov nejasné. Každý potenciálny volič si môže dosadiť, čo mu vyhovuje. Chýbajú totiž základné idey. Z politiky sa nevytratila slušnosť, ako niektorí tvrdia, zmizlo niečo omnoho dôležitejšie – hodnoty. A ak náhodou ešte niekde ostali, ohýbajú sa podľa aktuálnej potreby. Keď sú marketingovo atraktívne, hlásajú sa z tribún, ak nie, všetci sa tvária, že sú v podstate umiernené stredoví a vyhýbajú sa hodnotovým otázkam, pretože samozrejme nechcú trieštiť krehkú jednotu našej spoločnosti.

Strany sa menia na záujmové skupiny, ktoré sa pod pláštikom ušľachtlosti snažia iba o presadenie krátkodobých záujmov svojich zakladateľov či „podporovateľov“. Neponúkajú dlhodobú víziu krajiny, pretože tá musí vychádzať z hodnôt. Ak ich strany nemajú, nemôžu mať ani víziu, ani odvalu na väčšie zmeny. Nemyslím personálne zmeny, ale zásadné spoločenské zmeny, ktoré môžeme presadzovať len vtedy, ak vychádzajú z hodnôt, ku ktorým sa verejne hlásime a máme odvahu ich obhajovať. Hodnotovým debatám sa politické elity pokiaľ možno vyhýbajú. Nechcú si nikoho pohnevať, ani ohroziť svoj starostlivo budovaný mediálny imidž. Politika sa však bez hodnôt a ideí robiť nedá.

Marazmus straníckej politiky, presvedčenie, že „všetci politici sú rovnakí“, je na Slovensku ovplyvnený aj historicky – totalitným vývojom politiky od r. 1939 do roku 1989. 50 rokov politickej totality sa prejavilo v tom, že mnohí brali systém jednej „štátostrany“ ako úplne samozrejmy a snažili sa mu prispôbiť (stranícka knižka ako vstupenka k arizácii či ako kvalifikačný predpoklad úspechu). Táto historická skúsenosť sa dodnes prejavuje v motivácii niektorých občanov vstupovať do politických strán s cieľom dosiahnuť individuálny prospech. A naopak podozrievavosťou iných, pre ktorých je vstup do akejkoľvek politickej strany dôkazom prospechárstva.

Po roku 89 začal našu spoločnosť valcovať politický marketing, ktorý mnohých presvedčil, že najlepšie je to, čo je práve populárne, o čom sa najviac píše, čo je najčastejšie v televízii, čo má najviac páčikov, zdieľaní alebo videní. Výsledkom je, že politické názory a volebné

preferencie sú u nás dosť nestále. U niektorých sú dokonca premenlivejšie ako stravovacie návyky či trendy v obliekaní. Ibaže žijeme v dobe, ktorá pred nás stavia zásadné civilizačné výzvy. A tie odborníci na politický marketing nevyriešia.

Autor: RNDr. Ivan Zuzula, CSc., Foto: FB / #SIEŤ
predseda strany #SIEŤ