

Program jako sprosté slovo

30.května 2006 Ivan Langer

Několik týdnů před volbami zveřejnily politické strany své volební spoty, které bude vysílat Česká televize v rámci zákonem daného času. Sociální demokraté nezklamali - ze čtyř volebních spotů jsou tři negativní, pouze čtvrtý nabízí pozitivní (?) nabídku.

Pomineme-li kvalitu spotů z režisérského hlediska, až do krajností zabíhá snaha socialistů urážet politickou konkurenci. Není se však čemu divit - volební kampaň ČSSD se od svého počátku ani ničím jiným nevyznačuje - hlavním znakem jsou ataky na volební konkurenci, výroky premiéra Paroubka počínaje, negativní kampaní ODS mínus konče.

Pořekadlo, že ten, kdo hodně mluví, málo přemýšlí, platí na socialisty jako vyšité. Strana nepřichází s žádným programem a její síla je založena pouze na agresivitě a silných slovech. Absence myšlenek, z nichž tato slova vycházejí, je více než zřejmá. Program ČSSD je pouze cirkulací nereálných nápadů z roku 2002, a to v umocněném balení. Slova o boji s korupcí blednou při pohledu na seznam osob jako Zgarba, Palas, Doležel, Hanáček či Lázníčka, zvyšující se nezaměstnanost kontrastuje se slibem o vytvoření 200 000 nových pracovních míst. Při tristním pohledu na realizaci slibů z posledního programu je zřejmé, že situace sociální demokracii ani nic jiného, než útoky na cizí myšlenky, neumožňuje. ČSSD musela jednoduše počkat, až opoziční strana vytvoří program, aby se vůči němu mohla vymezovat.

Volební spoty neukazují pouze na vyprázdněnost programu socialistů, ale i na to, že vládní strana se neštítí ani osobních útoků. Socialisté změnili s nástupem Jiřího Paroubka pravidla mezistranického boje a za normu soupeření přijali iracionální invectivy. Jaký je lék? Nenechat se vtáhnout do této hry - snažit se dále do politického boje aplikovat serióznost a slušnost a nepřistoupit na hazardní poker neslušnosti, zahájený sociální demokracií v čele s Jiřím Paroubkem.