



Тадићева мантра коју сада за њим здушно понављају сви његови преплашени коалициони и опозициони партнери – да избори нису решење у времену оволике светске, а поготово домаће кризе – има за циљ да за још неки месец одложи неминовно суочавање са грађанима. „Србија назадује последњих 20 година“, рекао је председник приликом недавног боравка у Пекингу, чиме не знам да ли жели да умањи своју (2000–2009) или Дачићеву (1990–2000) одговорност у „њиховим“ периодима на власти. Да ли је Тадићева политичка судбина да нас води из горег на горе – показаће време.

Председник који је почетком године на сав глас по свим медијима трагао за идејом како ћемо против кризе изгледа да је пронашао решење. Није оригинално, јер не верујем да му је супарник то шапнуо на уво, више ми личи на типичну српску крађу интелектуалне својине. Погледајте предизборне програме председничких кандидата на прошлогодишњим изборима и све ће вам бити јасно.

Учестало појављивање Тадића у медијима подстиче на размишљање који су његови мотиви да у монолозима (новинари који воде интервјуе више личе на његове саветнике, него на особе које могу и желе да дођу до адекватних одговора који интересују грађане Србије) пред гледаоце износи политику коју је промовисао и као председник Србије и као председник Демократске странке, која је водећи коалициони партнер у влади чији је он неоспорни шеф. Евидентна је његова политичка потреба да комуницира са грађанима у посебно усликаним прилозима на националним телевизијама и да их као шеф државе обавештава о хиперактивностима које обавља у име и за добробит Србије (њених грађана). О изузецима који пак највише интересују грађане, као на пример супер-тајне изречене током разговора са Бајденом, после (или пре) којих уследише вратоломије у спољној политици земље, он не говори. Аргументе које сâм себи и грађанима Србије предочава, попут тога да је криза последица неолиберализма, или да новца нема у свету, па га нема ни у Србији, или да морамо да мењамо свест, или да ће да демистификује политику, како рече опет у свом монологу у емисији код Оље Бећковић, Тадић користи за политички адвертајзинг – опседање интелигенције гласача довољно дуго да се од њих извуче политичка корист, тј. победа на изборима без обзира на цену коју ће касније грађани платити.

Међутим, није јасна његова потреба да као шеф странке разговара само сâм са собом и понеким одабраним новинаром. Нормално би било за сваког представника, а поготово председника странке, учесника у политичким расправама, да јавност и политичке

Избори нису решење али су предуслов да се до решена дође

Пише: Милан Пурић

среда, 09 септембар 2009 15:02

противнике кроз дискусије и јавно сучељавање снагом аргумената приволи на заједнички напор за превазилажење оволике кризе. Његови представници радо би то урадили само у случајевима гашења радничких пожара и отпуштања радника из прекомерне државне администрације за коју су сами одговорни. Да ли би било нормално да опозиционе странке, па макар то био и ЛДП, имају бар 40 одсто времена или простора на релевантним медијима у Србији? Шта би се десило да опозиција у свом политичком адвертајзингу може на свим медијима да покаже моћ својих идеја? Можете само замислити шта би све грађани Србије чули да им се то омогући. А тек који би ефекат имале њихове информације да могу да их стално понављају хиљадама пута, попут хиљаду евра вредних акција Млађана Динкића, 300.000 аутомобила и 200.000 (прво било 500.000) новозапослених? Који ефекат би имало учестало понављање информације да Тадић сада ради по спољнополитичком програму на који се толико жестио у својој изборној кампањи? То је једини начин да опозиција буде успешна у захтеву за превременим изборима. Тотална социјална беда се још не појављује на улици, јер се перфидном игром (задуживање на све стране и постепено спуштање животног стандарда) полако спушта праг издржљивости грађана, као у Крагујевцу у случају „Заставе“ кад су ономад Ђелић и другови истрпели погром због отпуштања радника. Сад разбијени, пасивизирани и додатно презадужени, заједно са својом децом, радници не представљају праву опасност на улицама, како је храбро изјавио председник Владе Мирко Цветковић.

Нема ничег лепшег за опозицију него да се чувени двојац Динкић–Ђелић (ваљда су се искрено свађали или је и то била једна од безбројних обмана маминог магистра и теткиног кауча) што више показује у јавности по праву силе (власти) на медије. Избори на Вождовцу показали су како су напредњаци, лепећи Динкићеве слике уз предизборне плакате ДС-а, након 15 година победили у једном од највећих упоришта демократских власти.

Кад већ имамо овако савршен закон о информисању који напада чак и први ешалон друге Србије (Бујошевић, било би интересантно објавити све коментаре на чланке у *Политици*

па да се види шта је све његова цензура зауставила), могле би се на Дачићеву иницијативу убацили и одредбе о томе колико релевантног медијског простора треба по закону дати опозицији. Помоћ коју је Тадић прихватио за усвајање Закона о информисању показује да ни прљаве руке не сметају његовом политичком стомаку кад је опстанак на власти у питању.

Политичке емисије које ће уследити на јесен даће одговор колико су избори близу, јер Тијанић има нос за информације, богато искуство и зна кад је готово и ко ће следећи одлучивати о јавном сервису. У ери најјаче Милошевићеве власти 1993. године мој

Избори нису решење али су предуслов да се до решена дође

Пише: Милан Пурић

среда, 09 септембар 2009 15:02

најбољи друг из детињства био је један од главних у пропагандном штабу СПС-а. Било је то време апсолутне доминације државних СПС медија. Питао сам га тада да ли он заиста мисли да све информације које пласирају у јавност било ко озбиљан може да прихвати као истините. Смејући ми се, објаснио је да не разумем политику и да се у ТВ Дневнику, најгледанијој и најутицајнијој емисији, информације праве и саопштавају онако како то желе да виде њихови СПС бирачи, а не онако како стварно јесте. Ово време по много чему необично подсећа на прошлост. Тадић, Цветковић, Динкић, а поготово преплашени Ђелић утркују се ко ће саопштити више онога што бирачи ДС-а очекују да чују. Гласачи ДС-а су политичким адвертајзингом доведени у позицију да дају легитимитет ономе што се издешавало у последњих десетак година. Изузетак су последњи избори кад су Дачић и Палма преокренули предизборну вољу грађана.

Свеколико одустајање у стратегијама, развојним пројектима и скоро свим приоритетима које је наводно узроковано светском кризом (а што је само мањим делом тачно), бесомучно задуживање будућности и стављање дужничке омче Србији око врата сведочи о моралу садашње власти. Зато су избори почетак решења наших проблема, поготово ако медијски буду поштени.