

Czy wystarczy „baneroza”?

Za kilka dni pójdziemy do urn, żeby wybrać gospodarzy naszych gmin – burmistrzów, wójtów, prezydentów i oczywiście radnych. Piękne święto demokracji. Świętujemy je niezwykle kolorowo. Sam biorę w tym udział, więc jeśli pojawią się w tym tekście jakieś złośliwości, to odnoszę je również do siebie.

Ale o co chodzi? Ano o to, że zastanowienie, rozwagę, uczciwą ocenę kandydatów zamieniliśmy w banerozę – kto więcej banerów wywiesi, ten lepszy! Może w ogóle odwołać głosowanie, a tylko policzyć banery, plakaty, ulotki (można stworzyć kilka kategorii) i potem ogłosić, kto wygrał. Kandydat, który zajął więcej płotów i metrów kwadratowych zostanie burmistrzem. Do Rady Miejskiej też mogą obowiązywać takie „kompetencje”: więcej banerów, więcej płotów i szczere uśmiechy. Te można mierzyć linijką: kto się szerzej uśmiecha gromadzi więcej punktów.

No, dobrze! Robię sobie jaja z poważnych spraw. Ale robię to nie bez powodu.

Wybory nie są konkursem piękności, ani „kabaretowym rejsiem”, mają wyłonić ludzi, którym powierzemy nasze gminy na najbliższe pięć lat. Już nie raz przekonaliśmy się, że można się grubo pomylić. Przykłady sami znacie.

Zatem nie patrzcie na nasze oblicza na banerach i plakatach, patrzcie na programy, na listę rzeczy do zrobienia i oceńcie, które z nich są realne, a które są tylko kielbasą wyborczą. Zapytajcie swoich kandydatów o te programy, niech wam powiedzą kogo wezmą na swoich zastępców, na skarbnika gminy, na sekretarza itd. Komu powierzą inwestycje i czy potrafią pozyskiwać na nie fundusze, np. unijne? Kto zajmie się oświatą, kulturą, pomocą społeczną, służbą zdrowia? Czy mają pomysł na długi, skoro tak je krytykują? Czy wiedzą jak aplikować po dotacje?

To ważne, bo widzę i słyszę np. obietnice strefy ekonomicznej na... prywatnych gruntach i linii gazu wysokociśnieniowego. Ktoś inny gawędzi tylko o konieczności przewietrzenia urzędu – czy to jest program na pięć lat? Nie zawadzi też zapytać kandydata o naszą wspólną

przyszłość, a nie dowiadywać się jedynie jaką ma listę komplementów na swój temat.

Oceniamy więc kompetencje i doświadczenie, a nie twarze na banerach, nawet jeśli jest ich tysiąc i wszystkie czarujące. Nie o to w tym wszystkim chodzi.

Marek Nycz.

