

ORSZÁGGYŰLÉSI KÉPVISELŐ
Fidesz – Magyar Polgári Szövetség

Országgyűlés Hivatala

Irományszám: K/15239

Érkezett: 2008 MARCH 14.

Dr. Szili Katalin
az Országgyűlés Elnöke részére

Kérdés

Helyben

Tisztelt Elnök Asszony!

Háziorvosokra, kórházakra, egyetemekre nincs pénz, propagandára viszont napról napra adódik – ma éppen 600 millió forint? címmel, a Hárszabály 91. §-a alapján kérdést kívánok benyújtani Veres János pénzügyminiszternek. A kérdésre a választ írásban kérem.

Tisztelt Miniszter úr!

A kormánypártok számára katasztrofális vereséget hozó Szociális Népszavazás óta eltelt napokban a kormányzati tisztviselők folyamatosan azt mondják, hogy a referendum milyen nehéz helyzetbe hozza a költségvetést. Túl azon, hogy a költségvetés főösszegének egy ezrelékét megmozgató változtatásra való képtelenség önmagában felveti a kormányzati alkalmatlanság kérdését, az is némiképpen disszonánssá teszi az Önök érvelését, hogy egy még el sem indult kormányzati program kommunikációjára nagy hirtelen el tudtak költeni 1,6 milliárd forintot, és nem okoz gondot az új kormányzati luxusautó-flotta beszerzése sem.

Amire tehát költeni akarnak, arra költenek. Nap, mint nap hallani olyan híreket, amelyek ezt támasztják alá. Egyik nap arról értesülhettünk, hogy Szilváss György feleségét szakállamtitkárrá nevezték ki a Pénzügyminisztériumban, ma pedig azt olvashattuk, hogy a Magyar Posta 600 millió forintot költ kommunikációra: médiatervezésre és médiavásárlásra.

Önök tehát 1,6 milliárd forintot költenek egy még nem is létező kormányzati program kommunikációjára és most a Magyar Posta is 600 milliót áldoz PR célokra. A két összeg együtt közel annyi pénzt tesz ki, mint amennyit a kormány 2008-ban tandíjbevételeből várt. Felesleges kiadásokhoz tehát mindig megtalálják a forrásokat. Kommunikációra és PR célokra van pénz? Közben pedig – ha a népakarat el nem törölte volna – tandíjat akartak szedni, kizárni ezzel a szegényebb családokból származó fiatalokat a felsőoktatásból.

Miniszter Úr!

Mi szükség van arra, hogy a közszolgáltatást végző állami cég, a Magyar Posta a jelen helyzetben több, mint félmilliárd forintot költson médiatervezésre és vásárlásra?

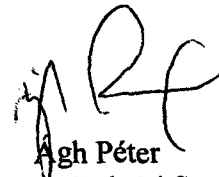
Mit és miért kíván reklámozni a Magyar Posta?

Az Ön tárcájának felügyelete alá tartozó vállalatok, intézmények és szervezetek 2008-ban mennyi pénzt fognak elkölteni marketing, PR, illetve kommunikációs célra?

Várom megtisztelő válaszát.

Budapest, 2008. március 14.

Tisztelettel:



Ágh Péter
Fidesz – Magyar Polgári Szövetség