

Polityczne okulary – część II

Wojciech K. Szalkiewicz

Opublikowane 18 listopada w Internecie nowe „orędzie” Jarosława Kaczyńskiego to kolejny ciekawy element dla analizy naszej sceny politycznej od strony marketingu politycznego i samej polityki.

Zacznijmy od tytułowych okularów.

Gdy 9 maja tego roku lider PiS, w ramach kampanii prezydenckiej, pojawił się na monitorach komputerów i telewizyjnych ekranach z „orędziem do przyjaciół Rosjan”, jednym z elementem dyskusji wokół tej produkcji były okulary, w których wystąpił J. Kaczyński. Nie tylko ja miałem wówczas wątpliwości dotyczące tego „akcentu” jego nowego wizerunku (zob. [Polityczne okulary](#), PRoto.pl, 26.05.10 r.) Chciałem wówczas wierzyć, że to jeden z symboli „przemiany duchowej”, jakiej miał doznać ten polityk pod wpływem tragedii smoleńskiej. Jednak już wówczas miałem co do tego spore wątpliwości. Rozwiązał je szybko sam bohater tego spotu.

Szybko okazało się, że i okulary, i orędzie były tylko „kreacją” jego sztabu wyborczego – i to kreacją, zdaniem samego zainteresowanego, nieudaną, zrobioną wbrew niemu. W związku z czym nie ma już w PiS-ie ówczesnej szefowej sztabu wyborczego Jarosława Kaczyńskiego – Joanny Kluzik-Rostkoskiej, nie ma też i... okularów. Trzeba jednak zaznaczyć, że w nowym spocie coś z tego „ducha” tego majowego pozostało – ta sama forma, ta sama scenografia, ten sam Kaczyński. Pozostały też wątpliwości co do prawdziwości tego „Listu do Polaków”. Za chwilę znów bowiem może okazać się, że kampania PiS-u trafiła w „niewłaściwe ręce” lub, że jej lider działał on pod wpływem leków.

Zanim jednak dowiemy się, jakie były kulisy powstania tego „Listu” warto zwrócić uwagę również na inną różnicę pomiędzy tymi „orędziami”.

Tamto majowe, mimo że formalnie adresowane było „do przyjaciół Rosjan”, skierowane było do szerokich rzesz Polaków, których Jarosław Kaczyński chciał pozyskać do swojej kandydatury. Było elementem zasypywania okopów wojny polsko-polskiej. Stąd też wzbudziło wiele emocji, dyskusji – przyczyniło się jednak w jakimś stopniu do – moim zdaniem – świetnego wyniku lidera PiS-u w wyborach prezydenckich.

To listopadowe – jest już niestety kolejnym „orędzem” użytym na wojnie polsko-polskiej. Analizując jego treść nie mam wątpliwości, do kogo jest też skierowane. Już nie Polacy-wyborcy. To jest przesłanie ograniczone do twardego elektoratu PiS, które wpisuje się w nurt

„zwierania szeregów” przed kolejnym starciem z Platformą Obywatelską. Nie stoi więc za nim nadzieja na kolejne głosy, na przekonanie nieprzekonanych. Również i w tym materiale PiS nie wychodzi poza „oblężoną twierdzę”, nad którą unosi się duch nieżyjącego Lecha Kaczyńskiego.

Dlatego też, już dziś mogę się zakładać, że zgodnie z tradycją rozpoczętą wyborami samorządowymi sprzed czterech lat, niezależnie od wyniku i tak PiS ogłosi swój kolejny wyborczy sukces (zob. KWS – [Kolejny Wielki Sukces](#) ?!, PRoto.pl, 18.06.09 r.). Potwierdzać go będą jakieś liczby zdobytych foteli prezydentów, burmistrzów, wójtów i radnych, liczba zdobytych głosów, procenty poparcia, komentarze zaprzyjaźnionych komentatorów i dziennikarzy, itp. Podobnie jak po poprzednich wyborach zbiorą się polityczne gremia partii i ogłoszą, jak Marek Suski w 2009 r.: „Kampania była dobra, wynik jest sukcesem, nie było żadnych błędów”. Co najwyżej J. Kaczyński powtórzy swoje słowa z 2007 r.: „Musimy się otworzyć na młodych, na wielkie miasta, na mieszkańców wsi”.

Dlaczego jednak nie będzie to sukces. W skali kraju – jak pokazują to praktycznie wszystkie sondaże – PiS nadal nie będzie miał tego, o co w walce politycznej chodzi – czyli realnej władzy, w tym także tej samorządowej.

Mam jednak nadzieję, podobnie jak i J. Kaczyński w swoim „Liście do Polaków”, że do władzy powołamy: „ludzi, którzy traktują ją jako służbę, jako służbę innym”, niezależnie od reprezentowanej przez nich opcji politycznych. Dlatego zachęcam, aby wybierając swoich reprezentantów do samorządu „myśleć samodzielnie” i „z dala od polityki”.