



## Reklamacja partii towaru

Czy partie polityczne potrafią wytworzyć funkcjonalny i potrzebny wyborcy towar?

Rządzący politycy dbają o opakowanie, o sposób ekspozycji. Przestał liczyć się program partii, misja,

potrzeby wyborców.

Sytuacja przypomina mechanizmy rządzące showbiznesem, choć z jedną różnicą. Piosenkarz, aktorka, prezenter zabiegają o jak największą ilość minut w mediach, jak największą ilość napisanych komentarzy, linijek tekstu. Obecność w telewizji czy radio buduje ich popularność. Gonią za splendorem, błyskającymi fleszami i ciepłem studyjnych lamp. Jednak obok tej pogoni równolegle wytwarzana jest usługa, produkt – piosenka, film czy rewia.

W obecnej polityce pościg za popularnością stał się produktem, celem samym w sobie. Coraz częściej na końcu nie ma programu, oferty politycznej, przygotowanych rozwiązań. Jest jedynie promocja i reklama.

Wyborca widzi festiwal popularnych twarzy, które gładkimi słowami prezentują tylko siebie. Nie ma produktu, który można ocenić, uznać za swój, utożsamić się.

Każde kolejne wybory pokazują, że Polacy mają dość oglądania ładnych opakowań. Wrzucając głos do urny zaakceptowali kierunek, postawili na określone osoby licząc na spełnienie obietnic.

Zawiedli się i teraz widzimy proces reklamacji.



Brygida Kuźniak – Przewodnicząca Partii Demokratycznej