

**Rafał Kalukin**

## **Czy partie polityczne to przeżytek?**

(fragment)

Młodzi ludzie nie znoszą partii politycznych, jednocześnie chcą zmienić system, bo ten też im się nie podoba. Lecz tej zmiany mogą dokonać tylko partie, bo one zdobywają realną władzę. Oto dlaczego dla młodego polityka jest kwadraturą koła.

Z badań opinii publicznej wynika, że im Polak starszy, tym mocniej angażuje się w konflikt władzy z opozycją. Według CBOS w najmłodszej grupie wiekowej (18–24 lata) blisko 60 proc. badanych nie zamierza deklarerować się jako sympatycy obozu rządzącego bądź formacji opozycyjnych. Wśród trzydziestolatków – blisko połowa.

Oczywiście partie polityczne od lat nie mają dobrej opinii, i dotyczy to całego społeczeństwa. Młode pokolenie jest po prostu bardziej wyczułone na cynizm i hipokryzję polityki. W dużej mierze politycy sami ponoszą winę. Niezdolni do formułowania długofalowych programów rozwojowych, podporządkowani sondażom i wyborczej doraźności, unikający wielkich wyzwań. (...)

Łatwo więc zbyć sprawę frazesami o deficycie świadomości politycznej młodego pokolenia bądź jego braku wrażliwości na sprawy publiczne. Problem jest głębszy, skoro nawet w rozmowach ze świetnie wyedukowanymi liderami młodych intelektualnych środowisk dylemat „PiS czy PO” pojawia się w formie szczątkowej. Jako opresyjnie narzucająca się i niechciana ogólna rama światopoglądowa. Żywe są za to pytania o instytucjonalny model samych partii. Czy ich formuła w ogóle jest jeszcze w stanie zainteresować młodych Polaków? A jeśli nie, to czym ją zastąpić?

Wielkie partie w krajach zachodniej Europy, które mają w genach doświadczenie masowości, również mają problem z reprodukcją pokoleniową. Ale przynajmniej szukają sposobów na powstrzymanie erozji. Przykładem think tank Das Progressive Zentrum, działający przy niemieckiej SPD i pracujący nad projektem wewnętrznej reformy struktury partyjnej. Młodych aktywistów nie sposób już bowiem zaprząć do rutynowych schematów organizacyjnych, stałych zebrań, procedur wyborczych. Są zbyt rozproszeni w wielości swych zainteresowań, aby poddać się partyjnemu reżimowi. Pojawiają się, gdy dzieje się coś istotnego, po czym na długo znikają. Trzeba więc proponować alternatywne formuły uczestnictwa, aby w miarę możliwości utrzymać ich przy sobie.

Polskie partie, nadmiernie skupione na politycznym marketingu, nie zaprzatają sobie tym głowy. Młodzi zwykle robią tam za atrakcyjny brand, którym można się pochwalić przed wyborcami. I tak jest od lat. Jeszcze w odległej epoce rządów Leszka Millera tygodnik „Nie” skwitował takie zabiegi rysunkiem satyrycznym „SLD stawia na młodych”: stary działacz stawiał na zgiętym wpół młodziaku kufel piwa. Od tamtej pory niewiele się zmieniło.

Inna sprawa, że młody aktyw aż tak bardzo nie różni się od starego. Sumiennie zaliczał kursy politycznego wyrachowania w partyjnych młodzieżówkach i poza świeżością opakowania niewiele więcej oferuje. Nic więc dziwnego, że w oczach rówieśników jego reprezentanci nie wypadają wiarygodnie. Prędzej już dostarczają materiału do internetowej „beki”, jeśli akurat zdarzy się, że któryś trafi w łapy bezwzględnego dziennikarza, który potrafi kilkoma pytaniami rozbroić ich wykute na blachę „narracje”. Zdarzają się oczywiście wyjątki od tej reguły, niestety, odosobnione (...).