

Polityka obrazkowa

1 września 2014

Polityczna atmosfera w Wielkiej Brytanii się zagęszcza. Opozycyjna Labour rozpoczyna dwunastomiesięczny marsz po władzę. Hamuje ją lider, który wciąż nie może przełamać swojego negatywnego wizerunku i uzyskać społecznej aprobaty.

Ed Miliband i Partia Pracy zdają sobie sprawę z tego, że mają problem. Nie jest to ich program wyborczy, pomysł na politykę, gospodarkę i społeczeństwo. Nie jest to ich gabinet cieni, w którym roi się od tęgich głów z ważnymi ideami. Ani nawet wrogo nastawiona, w większości sprzyjająca konserwatystom prasa. Nawet nie medialny imperator Rupert Murdoch. Problemem jest lider laburzystów. A dokładniej jego medialny wizerunek. Brytyjskie społeczeństwo Milibandowi nie chce zaufać, bo nie widzi w nim materiału na premiera. Lider Partii Pracy w najlepszym razie przypomina nudnego pracownika uniwersytetu albo schematycznego urzędnika. W najgorszym gapiowatego Wallace'a ze słynnej brytyjskiej animacji „Wallace i Gromit”. W telewizji, która ze swej natury daje pierwszeństwo obrazowi nad tekstem, skrótowym hasłom nad pogłębioną analizą, emocjom nad racjonalnością, wrzaskom nad debatą, Miliband wypada źle. Nie jest dobrym oratorem, nie ma telewizyjnej charyzmy, nie elektryzuje, nie przykuwa uwagi. Działa na widzów jak pigułka na sen.

Na gazetowych zdjęciach lider opozycji nie wypada wcale lepiej. Młodszy z Milibandów nie ma aparycji męża stanu. Z twarzy nie bije mu powaga, pewność siebie, zdecydowanie. Młodość, która teoretycznie powinna być atutem, w praktyce staje się wizerunkowym ciężarem. Energiczność, zapał, bezkompromisowość, impertynencja, bunt, odwaga czy świeżość kojarzone z młodym wiekiem w przypadku lidera opozycji nie istnieją. Miliband idealnie obrazuje charakterystykę „młodego starego”. Wygląda jak doświadczony, znudzony życiem i zanudzający otoczenie niezrozumiałymi,

przeintelektualizowanymi wywodami starzec owinięty w młodą powłokę. A dziś, kiedy polityka, tak jak i religia, wiadomości, sport, wychowanie oraz gospodarka, jest już tylko dodatkiem do przemysłu rozrywkowego, wrażenia wzrokowe mają kolosalne znaczenie. W politycznej grze na medialne gęby Labour przegrywa z torysami na każdym froncie, co może skutkować porażką wyborczą.

Z...Z...Z...Z...

W zeszłym tygodniu Ed Miliband zaryzykował i spróbował zmierzyć się ze swoim negatywnym medialnym wizerunkiem. Słabości zamienić w zalety. Bronią, którą wybrał, była autoironia pomieszana z powagą. Partia Pracy doskonale zdaje sobie sprawę z tego, że walka o władzę rozegra się na poziomie personalnym. „Afera kanapkowa”, czyli niefortunna seria zdjęć lidera Labour, który wyglądał dziwacznie, jedząc tosta z bekonem, to tylko preludium do znacznie ostrzejszych kpin. Od teraz każde zdjęcie i każde wystąpienie Milibanda będzie przez konserwatystów brane pod lupę i wysyłane w medialny świat z jasnym przekazem. „Czy Ed wygląda jak przyszły premier, czy też raczej jak dziwak? Sam zdecyduj”. Przyparty do wizerunkowego muru, w sondażach popularności i zaufania znacznie ustępujący premierowi Cameronowi lider Labour postanowił wyprzedzić spodziewane, nadchodzące ataki. „Nie jestem z powszechnego castingu. Można znaleźć polityków o bardziej kwadratowych szczękach, lepiej wyrzeźbionych. Takich, którzy nie wyglądają jak Gromit” – mówił podczas swojej konferencji prasowej. I pytał: „Powinniśmy cenić pozerstwo czy pryncypia? (...) Polityka oparta na photo op kreuje cynizm, na który wyborcy tak bardzo narzekają, zarzucając politykom, że wszyscy są tacy sami, nikt nie jest sobą”.

Miliband ma rację, ale to niczego nie zmienia. Ludzie z emfazą narzekają na tabloidyzację polityki, a jednocześnie traktują polityczne wybory jak głosowanie w The X Factor. Wygrywa ten, kto oprócz talentu ma jeszcze to mityczne „coś”. A do tego wzbudza emocje i ładnie wygląda w telewizji. Bo chociaż, jak

słusznie zauważa Ed Miliband, dobre „przywództwo polega na wielkich ideach, które zmieniają rzeczywistość”, „zasadach”, „trwaniu przy swoich poglądach, nawet kiedy jest to trudne” oraz na „przyzwoitości i empatii, tak aby rozumieć problemy ludzi z wszystkich środowisk”, to jednak w kulturze obrazkowej same idee, nawet te najbardziej słuszne i trafne, nie wystarczają.

POLITYCZNE LAS VEGAS

Już w 1984 r. amerykański socjolog Neil Postman w swoim głośnym eseju „Zabawimy się na śmierć” malował przynębiający obraz kultury politycznej wyjałowionej przez nowe media. W drugiej połowie XX wieku charakter i tęsknoty, nie tylko amerykańskiego społeczeństwa, najlepiej wyrażało Las Vegas. Rozrywka totalna. Ponieważ prawa show-biznesu wymagają pięknych ludzi – pisał – to i polityka posługuje się metodą castingu. Nieważne, co polityk wie i potrafi. Nieważne, co mówi. Ważne, jak wygląda. Treści nie mają znaczenia. Liczą się jedynie wrażenia wzrokowe. Rezultat: trywializacja i emocjonalizacja życia politycznego, w którym dominuje kultura obrazkowa, a nie oświeceniowa, racjonalna logika. Informacyjna rozrywka – infotainment – reżyserowane pojedynki telewizyjne udają, że kształcą telewidzów. W rzeczywistości są oni jednak oszukiwani okruchami wiedzy – podawanej bez ładu i składu i bez odniesienia do realnego życia. Polityka straciła swój filozoficzny wymiar. Liczy się teatr.

W 1858 r. Abraham Lincoln i Stephen Douglas stoczyli ze sobą w kampanii wyborczej siedem publicznych debat. Za każdym razem obaj mieli do dyspozycji po półtorej godziny na zaprezentowanie swych poglądów, po czym po pół godziny na replikę. Dziś taki intelektualny maraton jest nie do pomyślenia, bo ludzie nie potrafią już koncentrować uwagi i oczekują głównie rozrywki. Teraz w debatach telewizyjnych kandydatów na najwyższe urzędy w krajach Zachodu każdy ma zazwyczaj trzy minuty na zaznaczenie swego stanowiska w najbardziej dramatycznych i skomplikowanych sprawach tego

świata. A cały spór sprowadza się do przerzucania się kilkoma naprędce wyuczonymi hasłami, telegenicznymi gestami i grą mimiki.

W 2001 r. socjolog Thomas Meyer przestrzegał, że demokracja przemienia się w mediokrację. Piarowskie projekcje wizerunkowe, polityka symboliczna i polityczne widowiska medialne (zjazdy partii, obchody i uroczystości) zastępują tradycyjną demokrację partyjną. Pod naciskiem własnej logiki system medialny skolonizował politykę. Co prawda nadal gremia partyjne, komisje sejmowe i rzeczoznawcy w żmudnych negocjacjach równoważą sprzeczne interesy i zawierają skomplikowane kompromisy, jednak debaty parlamentarne są podporządkowane logice telewizyjnej: brutalna puenta dyskredytująca przeciwnika jako wroga lub zdrajcę zastępuje wywód. W konsekwencji obserwujemy erozję życia partyjnego. Proste potrzeby politycznego widowiska wymagają prostych konstrukcji, czyli personalizacji polityki. Stąd coraz ważniejsza rola partyjnych liderów, którzy są już nie tylko twarzami poszczególnych ugrupowań, ale ich całym organizmem. Głową, szyją, nogami...

Słynne Leninowskie zawołanie: „Partia to ja” nigdy nie było tak powszechne jak dziś. Dla Labour to pułapka bez wyjścia. Zwłaszcza po doświadczeniu z Tonym Blairem, czującym się wyśmienicie w kulturze politainmentu – politycznej rozrywce. Jego triki skutecznie zaadoptował David Cameron, który w politycznym Las Vegas mimo fatalnej strategii i gry znaczonymi kartami wciąż dominuje przy pokerowym stole. I jeśli Partii Pracy nie uda się przekonać wyborców do tego, że „polityka to coś więcej niż wizerunek”, to on drugi raz z rzędu zgarnie całą pulę.

Autor: Radosław Zapałowski

Źródło: [eLondyn](#)