

Urszula Kurcewicz

Etos obywatelski i etos patriotyczny w retoryce kampanii prezydenckiej 2010 r.

SŁOWA KLUCZOWE:

etos, etos obywatelski, etos patriotyczny, kampania wyborcza

Podstawowym pojęciem konstytuującym etos, mimo nieco odmiennych sposobów definiowania, jest pojęcie wartości. Wartości integrują, harmonizują, dają poczucie tożsamości i trwania grupom społecznym. Dla polskiego społeczeństwa w okresie stabilizacji i rozwoju demokracji szczególnie ważne są te, które wpisują się w etos życia publicznego. Dlatego też interesujące wydaje się, czy etos obywatelski, w którym oparcie ma system demokratyczny, czy też głęboko zakorzeniony w polskiej kulturze etos patriotyczny, a można domniemywać, że jeden i drugi, mają miejsce w świadomości społeczeństwa.

Urząd prezydenta jako jedna z najważniejszych instytucji w państwie winien pełnić szczególne zadanie w zakresie kreowania i podtrzymywania wartości obywateli.

Wybory prezydenckie 2010, choć odbywające się w szczególnej dla Polski sytuacji, stworzyły możliwości analiz wystąpień kandydatów na urząd prezydenta, również z perspektywy przekazywanych wartości, które winny odzwierciedlać się w wizji państwa. Dokonano zatem analizy wypowiedzi, a także komentarzy do nich, dwóch czołowych kandydatów na urząd głowy państwa.

W świetle zmieniających się reguł i form kampanii wyborczych refleksję budzi także problem, czy misja rozumiana jako przekaz wartości i ideologii nie została zdominowana przez przekazy informujące o mniej istotnych dla życia publicznego faktach i zdarzeniach z życia obydwu kandydatów.

Pojęcie etosu

Zgodnie ze słownikiem wyrazów obcych przez określenie *ethos*¹ rozumie się pewien całokształt społecznie uznawanych i przyswojonych w danej zbiorowości społecznej wartości i norm regulujących zachowanie jej członków². Słownik języka polskiego, z kolei za etos uznaje obyczaje, normy, wartości, wzory postępowania składające się na styl życia i charakter danej grupy, określające jej odrębność³.

W podejściu naukowym do zjawiska etosu i jego relacji z kategoriami takimi jak moralność czy tradycja niezwykle istotne są badania Marii Ossowskiej⁴. Uczona uznając interdyscyplinarny charakter studiów nad kulturą i społeczeństwem stwierdziła, że jedną z kluczowych kategorii socjologii kultury jest właśnie etos, który rozumiała jako: „styl życia jakiejś społeczności, ogólna orientacja jakiejś kultury, przyjęta przez nią hierarchia wartości, bądź formułowane *explicite*, bądź dająca się wyczytać z ludzkich zachowań”⁵.

Do klasycznego już w nauce podejścia Ossowskiej odwołują się badacze zajmujący się pojęciami etosu i szerzej tradycji, publikujący i odnoszący swoje prace do społeczeństwa polskiego po transformacji ustrojowej 1989 r. Ilustracją niech będzie następująca definicja: „*ethos* stanowi swoistą konfigurację, system bądź układ dominujących w danej kulturze wartości, idei, określających jej charakter, zapewniających jej wewnętrzną harmonię i integrujących jej poszczególne elementy. Jest zatem *ethos* typem ładu aksjonormatywnego, stanowiącego ważny czynnik decydujący o trwaniu i tożsamości uczestników różnych grup i kręgów socjokulturowych obserwowanych w perspektywie «historii długiego trwania»”⁶.

W powyższych ujęciach etos, jako kategoria opisowa odnoszona jest do grup, nie zaś indywidualów. Pomimo iż w niniejszym artykule przyjęto pierwsze podejście, to warto jednak, dla pokazania uniwersalności tego pojęcia przytoczyć jego wymiar indywidualistyczny. W obrębie przedmiotu najwybitniejszym przedstawicielem wspomnianej koncepcji – zwa-

¹ Autorka artykułu dla swojego użytku przyjmuje pisownię etos, w cytatach wersje autorów publikacji, do których się odwołuje *ethos* lub *etos*.

² *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 1971, s. 203.

³ *Słownik języka polskiego*, Warszawa 1971, s. 558–559.

⁴ M. Ossowska, *Socjologia moralności*, Warszawa 1969, s. 16.

⁵ M. Ossowska, *Ethos rycerski i jego odmiany*, Warszawa 1986, s. 5.

⁶ J. Baradziej, J. Goćkowski (red.), *Cywilizacja, tradycja, ethos. Rozważania o tradycji i etosie*, Kraków 1998, s. 8.

nej też ujęciem personalistycznym etosu był Józef Tischner. W artykule *Markszizm a teoria osobowości* definiuje on ethos jako „miejsce zadomowienia żywej istoty, właściwe dla niej środowisko życia, ten szczególny obszar, w którym może się ona czuć «jak u siebie w domu», gdzie nie potrzebuje niczego udawać, gdzie może być sobą. Poszukiwanie właściwego ethosu jest dla człowieka identyczne z dążeniem do autentycznego człowieczeństwa. Wrastać w swój ethos to przyswajać sobie właściwą hierarchię wartości, według której można sięgać po jedno dobra, a odrzucać inne⁷”. Jądrzem koncepcji indywidualistycznej jest obserwowanie pokrywania się uznawanych i deklarowanych wartości w obrębie wyznawanego przez daną jednostkę etosu a jej praktykowanym stylem życia. W odróżnieniu od podejścia zbiorowego, perspektywa personalistyczna zakłada wąskie cezurę czasowe badań – ich okres stanowi czas trwania jednego pokolenia lub węższe życie jednostki. W „historii długiego trwania” badamy symultanicznie pokolenia żyjące w danej wspólnocie etosowej oraz wynik wielopokoleniowego nabywania doświadczeń przy przestrzeganiu bądź łamaniu przykazań i zasad etosu.

W historii Polski kształtowanie się etosu życia publicznego, po okresie ożywienia w latach międzywojennych i bohaterstwie czasu okupacji, doświadczyło zahamowania po II wojnie światowej. Wyrwa lat socjalizmu, kiedy etos publiczny był „niejako” zdegenerowany, spowodowała poczucie zwalniania obywateli z należytych działań i postaw, tworząc jednocześnie antyobywatelski ład. W państwach totalitarnych i semitotalitarnych, ich ustrój i struktura władzy wykluczają autonomiczną aktywność obywatelską. Obywatelstwo sprowadza się w zasadzie do przynależności państwowej. Zjawisko samoorganizacji obywateli w wymiarze politycznym, ekonomicznym i społecznym nie zostało jednak całkowicie w Polsce Ludowej wykorzenione. Przejawem ożywiania etosu obywatelskiego i narodowego były masowe wystąpienia antysystemowe, kulminacją których była transformacja ustrojowa 1989 r. Wybory z czerwca 1989 r. były – jak określają Ewa Nowak i Karolina M. Cern – formą „aktu politycznego samookreślenia całego suwerena (ludu). Przekształciło ono zniewoloną, w poważnym stopniu zdesperowaną – ale przede wszystkim pozbawioną podstawowych praw i wycieńczoną moralnie masę ludzką w społeczeństwo obywatelskie, aczkolwiek społeczeństwo to nie osiągnęło jeszcze formy dojrzałej i stabilnej⁸”.

⁷ J. Tischner, *Markszizm a teoria osobowości*, „Znak” 1976, nr 28, s. 263.

⁸ E. Nowak, K.M. Cern, *Ethos w życiu publicznym*, Warszawa 2008, s. 46–47.

W literaturze polskiej próby rozbicia pojęcia etosu na czynniki składowe podjął się Czesław Rybotycki. Przytaczając tę analizę należy pamiętać, iż autor odróżnia swoje ogólne pojęcie etosu od tego, który przedstawiła M. Ossowska. Rybotycki określa swoje podejście nie jako „hierarchię wartości z określoną dominantą” lecz jako „syndrom zjawisk z dwóch dopełniających się sfer: moralności i obyczaju”⁹. W swoich pracach Cz. Rybotycki odróżnia elementy składowe z obu sfer tworzące dopiero razem etos jako kategorię opisową. Sferę moralności tworzą światopogląd, wartości, oceny i normy oraz wzorce osobowe. Obyczaj z kolei wyraża się w zachowaniach przybierających następujące formy: zachowania codzienne w sekwencjach powtarzalnych, święta i rytuały, potoczny styl językowy oraz świat przedmiotowych odniesień. Autor zaznacza również, że obie kategorie na poziomie empirycznego doświadczenia przenikają się¹⁰. W deskrypcji wymienionych przejawów moralności i obyczaju odnosi się on do klasycznego dla nauk humanistycznych rozumienia części składowych tych zjawisk powołując się na prace Stefana Czarnowskiego, Stanisława Ossowskiego, Zygmunta Baumana, Ralpa Lintona czy Ervinga Goffman’a¹¹.

Widzimy zatem, że etos jako kategoria opisowa jest „użyteczny” w opisywaniu i analizie zjawisk na różnych poziomach: zarówno w życiu jednostkowym, jak i zbiorowym, a także w bardzo ważnym obszarze dla współczesnych, szczególnie tak młodych jak polski, systemów demokratycznych – mianowicie w życiu publicznym.

Wiedząc już jak definiowany jest etos ogólnie należy zastanowić się czym jest to zjawisko w odniesieniu do życia publicznego i sceny politycznej. Przestrzeń publiczna, będąca miejscem manifestacji obywatelskiej polityczności wytwarza swoisty etos, odmienny od tego, jakim kierujemy się w życiu prywatnym. Odwołując się do heglowskiego pojęcia obywatela i społeczeństwa obywatelskiego znajdujemy jednostkę ludzką jako członka dwóch społeczności: rodzinnej i obywatelskiej. Każda z tych

⁹ Cz. Rybotycki, *Ethos jako kategoria opisowa*, [w:] J. Baradziej, J. Goćkowski (red.), *Cywilizacja...*, s. 93.

¹⁰ Tamże, s. 93–95.

¹¹ Cz. Rybotycki, *Etos*, [w:] Cz. Rybotycki (red.), *Układ słów kluczowych dla bazy danych o źródłach etnograficznych*, ZN UJ, Varia t. CCCXLIII, Kraków 1995; S. Czarnowski, *Socjologiczne określenie faktu religijnego*, [w:] tenże, *Dzieła*, t. 2, Warszawa 1956; S. Ossowski, *Konflikty niewspółmiernych skal wartości*, [w:] tenże, *Dzieła*, t. 3, Warszawa 1967; Z. Bauman, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Warszawa 1994; R. Linton, *Kulturowe podstawy osobowości*, Warszawa 1975; E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Warszawa 1981.

społeczności rządzi się własną zasadą etyczną. Posiada swoje interesy i cele, które odpowiadają wzajemnym więziom między ich uczestnikami. Można powiedzieć za Shlomo Avineri, że człowiek jako część rodziny kieruje się „partykularnym altruizmem” dbając o najbliższych, w życiu obywatelskim natomiast rządzącą zasadą jest „powszechny egoizm”, którym kierują się obywatele dbający o własne potrzeby i cele¹².

Etos obywatelski

Mówiąc o pojęciu etosu podkreśliłam już, że to wartości stanowią jego jądro. Zobaczmy zatem jakie wartości usytuowane są centralnie w etosie obywatelskim a jakie w patriotycznym.

W dyskusjach na temat etosu obywatelskiego ujawniły się dwa nurty myślenia o obywatelskości, nurt liberalny i republikański (komunitariański). Dyskusja odbywa się na kilku płaszczyznach:

1. Płaszczyzna relacji między obywatelem a polityczną zbiorowością.

Liberalne spojrzenie przyjmuje, że obywatel – autonomiczna jednostka jest w stanie samodzielnie określać i zmieniać swoją społeczną jaźń¹³.

Komunitarianie utrzymują silne zakorzenienie jednostki – obywatela w społeczeństwie. Jaźń człowieka powstaje w wyniku uświadamiania sobie miejsca w społecznej przestrzeni, rolach społecznych, historii swojego państwa, narodu. Obywatel, to obywatel określonej republiki. Tożsamość określona jest przez „miejsce pochodzenia”¹⁴.

2. Płaszczyzna określająca zasady przynależności obywatela do zbiorowości.

W koncepcji liberalnej centralne miejsce zajmuje idea swobodnego zrzeszania się. Na straży prawa do wolności i równości wszystkich podmiotów stoją rządy prawa. Dobro wspólne rozumiane jest proceduralnie.

¹² G.W.F. Hegel, *Zasady filozofii prawa*, Warszawa 1969, § 49 z uzupełnienia; E. Nowak, K.M. Cern, *Ethos ...*, s. 48.

¹³ W. Kymlicka, *Liberalizm a komunitarianizm*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie: wybór tekstów*, Warszawa 2004, s. 155–156, 162–163; J. Rawls, *Political Liberalism: Reply to Habermas*, „Journal of Philosophy”, march 1995, nr 92, s. 132–180.

¹⁴ A. MacIntyre, *Czy patriotyzm jest cnotą?*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie...*, s. 392; M. Sandel, *Republika proceduralna i niewarunkowana jaźń*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie...*, s. 84.

W demokratycznym państwie prawa przynależność państwowa rozumiana jest jako asocjacja wolnych i równych obywateli. Obywatel jest działającym podmiotem, który sam określa siebie jako podmiot polityczny¹⁵.

Komunitarianie postrzegają przynależność obywatelską w kategoriach przynależności przyrodzonej. Wspólnota polityczna jest wspólnotą losów zarówno przeszłych jak i przyszłych. Obywatele to członkowie narodowej republiki. Wspólnym celem obywateli jest podtrzymywanie historycznie ukształtowanego zbioru instytucji¹⁶.

3. Płaszczyzna określającą pozycję i rolę państwa.

Liberałowie uważają, że przestrzeń społeczeństwa obywatelskiego jest wyraźnie oddzielona od państwa i w stosunku do państwa nadrzędna. Społeczeństwo polityczne tworzą zaangażowani w polityczną działalność obywatele i ich stowarzyszenia, głównie konkurujące ze sobą partie¹⁷.

Komunitarianie stoją na stanowisku, że republika jest wspólnym przedsięwzięciem wspólnoty narodowej. Współuczestnictwo w służbie narodowi, czy społeczności lokalnej są sposobem budowania i wyrażania obywatelskiego zaangażowania. Polityka państwa jako dobra wspólnego ma prymat nad neutralnością. Państwo ma pomagać jednostkom w odkrywaniu ich patriotyzmu.

4. Płaszczyzna analizy wartości – cnót obywatelskich.

Obywatel według liberałów powinien charakteryzować się:

- odwagą,
- lojalnością,
- niezależnością,
- otwartością umysłu,
- etyką pracy,
- zdolnością do odsunięcia gratyfikacji w czasie,
- umiejętnością przystosowania się do przemian ekonomicznych i technologicznych,
- zdolnością do rozpoznawania i respektowania praw innych,

¹⁵ M. Walzer, *Komunitariańska krytyka liberalizmu*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie...*, s. 112; J. Habermas, *Obywatelstwo i tożsamość narodowa. Rozważania nad przyszłością Europy*, Warszawa 1993, s. 12–13; W. Kymlicka, *Liberalizm a komunitarianizm...*, s. 230; S. Holmes, *Anatomia antyliberalizmu*, Kraków 1998, s. 268–271.

¹⁶ M. Sandel, *Republika proceduralna...*, s. 84–88; Ch. Taylor, *Nieporozumienia wokół debaty liberalno-komunitariańskiej*, [w:] P. Śpiewak (wyb.), *Komunitarianie...*, s. 61.

¹⁷ W. Kymlicka, *Liberalizm a komunitarianizm...*, s. 247–250; M. Walzer, *Komunitariańska krytyka...*, s. 109.

- gotowością do żądania tylko tego, za co można zapłacić,
- zdolnością oceniania pracy osób sprawujących urzędy,
- gotowością do zaangażowania się w publiczny dyskurs¹⁸.

Komunitarianie uważają, że podstawową cnotą – cnotą kardynalną obywatela jest patriotyzm. Warunkiem istnienia wolnego państwa jest występowanie wśród obywateli głębokiej patriotycznej identyfikacji. Solidarność patriotyczna stanowi gwarancję dla instytucji zapewniających obywatelskie swobody¹⁹.

Etos patriotyczny

Mówiąc o etosie patriotycznym trzeba wyraźnie rozróżnić pojęcie patriotyzmu od nacjonalizmu. W literaturze występują różne konceptualizacje tych pojęć. Warto spojrzeć na nacjonalizm chociażby z dwóch perspektyw – ideologicznej i jako postaw jednostek. Nacjonalizm, jak pisze Jerzy Szacki występując pod postacią ideologii zasadza się na siedmiu podstawowych założeniach takich jak: 1. więzi narodowe są najważniejsze, najbardziej naturalne, najbardziej zobowiązują jednostkę do lojalności, 2. przynależność jednostki do danego narodu nie jest dobrowolna: wynika z faktu, iż człowiek urodził się jako członek danego narodu i jest nim na zawsze, 3. naród stanowi jedyne legitymizowane źródło władzy politycznej, władza ma być emanacją narodu, 4. każdy naród jest unikatową wspólnotą, która powinna być wieczna i istnieć wbrew tendencjom zjednoczeniowym i unifikacyjnym, 5. interesy narodowe są ważniejsze niż wszystkie inne, zarówno grupowe, jak i indywidualne, 6. naród jest homogeniczny i stanowi jedność, wszelkie różnice i podziały wewnątrz narodu są szkodliwe, 7. to co swoiste dla narodu jest lepsze niż to co obce²⁰.

Nacjonalizm jako postawa wobec narodu jest opisywany w kilku wymiarach. Najczęściej występującymi w literaturze wymiarami opisującymi w tej płaszczyźnie nacjonalizm są: 1. pragnienie powstania oddzielnego, niezależnego państwa narodowego i/lub satysfakcja z jego istnienia; 2. dążenie do utrzymania grupy „etnicznie czystej”, maksymalnej homogenizacji poprzez siłową asymilację „innych”, ich deportację, czy nawet zabijanie; 3. postawa narodowej dominacji, ksenofobia, obawa przed

¹⁸ W. Galston, *Liberal Purposes: Goods, Virtues and Duties in the Liberal State*, Cambridge 1991, s. 221–224.

¹⁹ Ch. Taylor, *Nieporozumienia ...*, s. 55.

²⁰ J. Szacki, *Nacjonalizm*, [w:] A. Jasińska-Kania (red.), *Trudne sąsiedztwa. Z socjologii konfliktów narodowościowych*, Warszawa 2001.

„obcymi”, którzy są pod różnymi względami gorsi niż „swoi”; 4. etnocentryzm – docenianie grupy własnej jako cnotliwej i lepszej niż grupy „obce”, poczucie narodowej wyższości²¹.

Chociaż przyjmuje się, iż postawa nacjonalistyczna i postawa patriotyczna wyrażają ustosunkowania wobec narodu, to podkreśla się znaczne różnice jakościowe różniące obydwie postawy. Nacjonalizm to miłość do własnego kraju czy narodu połączona z wrogością wobec innych krajów i ludzi z nich pochodzących. Nacjonalizm charakteryzuje się poczuciem wyższości własnego narodu, chęcią rywalizacji z innymi narodami i dominacji nad innymi uznawanymi za gorsze²². Patriotyzm natomiast to miłość, przywiązanie do własnego kraju, narodu, duma z własnej narodowej tożsamości. Z szacunkiem i umiłowaniem ojczyzny łączy się chęć ponoszenia za nią ofiar, ale także wypełnianie obowiązków obywatelskich. Wartości patriotyczne wynikające z miłości do ojczyzny traktowanej jako wartość autoteliczna. Patriotyzm przybierał różne formy od walki o ojczyznę z poświęceniem własnego życia w czasach wojen do świadomej postawy obywatelskiej wyrażającej się w działaniach na rzecz społeczeństwa, państwa. Patriotyzm wyraża się też w umiłowaniu i pielęgnowaniu tradycji, oddawaniu czci bohaterom narodowym, pamięci o nich. Patriotyzm przejawia się również w otwartości na inne narody, w uznaniu ich praw do niepodległości i suwerenności.

W „historii długiego trwania” istotnym jest wskazanie w życiu zbiorowym i potwierdzenie stałej obecności wartości określanych jako fundamentalne czy wręcz autoteliczne. Wartości te służą do identyfikacji nieprzerwanego funkcjonowania instytucji społecznych, które generują i dbają o podtrzymanie norm gwarantujących ochronę i nauczanie wartości niezbywalnych dla zachowania i przetrwania wspólnot etosowych²³. Jedną z tych instytucji w państwie jest urząd prezydenta.

Miejsce etosu w kampanii wyborczej

Kampania wyborcza w najszerszym znaczeniu jest to „wyodrębniona faza procesu wyborczego, obejmująca okres od ogłoszenia decyzji o przeprowadzeniu wyborów do ściśle określonego momentu poprzedzającego

²¹ K. Skarżyńska, *Nacjonalizm i patriotyzm: orientacje ideologiczne i postawy jednostek*, [w:] K. Skarżyńska (red.), *Podstawy psychologii politycznej*, Poznań 2002, s. 275–292.

²² Tamże.

²³ Szerzej: J. Baradziej, *Ethos w perspektywie sporu o ład i nie-ład w życiu zbiorowym*, [w:] J. Baradziej, J. Goćkowski (red.), *Cywilizacja...*, s. 86–89.

głosowanie”²⁴. Kampania wyborcza stanowi zatem mechanizm, który wykorzystywany jest przez partie polityczne i indywidualnych kandydatów w dążeniu do maksymalizacji rezultatu wyborów²⁵.

Kampanie wyborcze stanowią odzwierciedlenie strategii wyborczych, gdy partie i ich kandydaci na dane „stanowisko definiują, zwłaszcza na potrzeby masowego wyborcy, ideologiczną i programową tożsamość partii”²⁶. Podobne stanowisko prezentuje J. Muszyński, podkreślając, że strategia wyborcza to „całokształt koncepcji, wyobrażeń, założeń określających wizję rozwoju stosunków politycznych w perspektywie co najmniej kilku, częściej kilkunastu lat”²⁷. Autor precyzuje, że strategia może przybrać postać luźnego zbioru koncepcji, wyobrażeń i założeń, bądź stanowić zwarty tekst określający cele wieloletniego rozwoju oraz formułujący sposoby i środki urzeczywistniania zamierzonego celu²⁸.

W ostatnich latach odnotowuje się proces tzw. personalizacji kampanii wyborczych, który pierwotnie wykształcił się w systemach prezydenckich i semiprezydenckich. W krajach demokratycznych o systemie parlamentarno-gabinetowym, choć nadal główną rolę grają partie polityczne, to równie wyraźne jest zjawisko koncentracji kampanii wyborczych na kandydatach na najwyższe urzędy w państwie²⁹. O ewolucji pozycji lidera partii na rynku wyborczym świadczy: wzrost zainteresowania życiem prywatnym polityka i prezentowanymi w nim postawami, tendencja do etykietowania poszczególnych rządów nazwiskami członków gabinetów oraz substytucjonalne przenoszenie symboliki partii politycznej na rzecz wizerunku jej lidera³⁰.

Kampanie wyborcze stanowią część procesu politycznego komunikowania się między elitami a wyborcami. Dla jasności i skuteczności prowadzonych na rynku wyborczym – jak podaje Robert Wiszniowski – partie polityczne posługują się wieloma technikami porozumiewania się z otoczeniem³¹. Szczególna rola przypada tutaj marketingowi politycznemu, który – jak podkreśla Grażyna Ulicka – jest „wyrazem uwzględnienia przy tworzeniu projektów i programów politycznych oraz ich promocji, instru-

²⁴ A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Leksykon politologii*, Wrocław 1996, s. 137.

²⁵ Tamże, s. 138.

²⁶ Tamże, s. 391.

²⁷ J. Muszyński, *Leksykon marketingu politycznego*, Wrocław 2001, s. 200.

²⁸ Tamże.

²⁹ A. Antoszewski, R. Herbut (red.), *Leksykon...*, s. 138.

³⁰ B. Dobek-Ostrowska, R. Wiszniowski, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Wrocław 2007, s. 174–175.

³¹ Tamże, s. 149.

mentów badań oraz środków komunikacji istniejących we współczesnych społeczeństwach (badania opinii publicznej, media, w tym zwłaszcza telewizja i Internet, reklama, public relations)”³².

Pomimo złożoności współcześnie organizowanych kampanii wyborczych, jak w każdej strategii można wyróżnić pięć nieodzownych elementów. Krzysztof Oblój wyróżnił kolejno: misję, domenę działania, cele strategiczne, przewagę strategiczną oraz funkcjonalne programy działania³³. Dla rozważań nad miejscem etosu obywatelskiego i narodowego w kampanii prezydenckiej najistotniejszym elementem jest misja, czyli przesłanie dla wyborców. W przesłaniu tym kandydat precyzuje długofalowe zamierzenia, określa się ideowo, pokazuje swoje aspiracje. Wydaje się zatem, iż nieodzowną częścią misji w kampanii wyborczej jest opowiedzenie się lidera za konkretnymi wartościami.

Przypominając pojęcie etosu jako systemu dominujących w danej kulturze wartości i idei decydujących o tożsamości i trwaniu różnych grup i kręgów socjokulturowych, możemy zauważyć, że etos patriotyczny nie oznacza wykluczenia etosu obywatelskiego, szczególnie w formie obywatelstwa republikańskiego.

Celem artykułu jest uzyskanie odpowiedzi na pytanie: czy w wystąpieniach kandydatów na urząd prezydenta prezentowanych w czasie kampanii wyborczych można wyodrębnić etosowe wartości, na których kandydaci budują wizję własnej prezydentury, a zatem wizję państwa. Przyjmując, iż jednym z elementów kampanii jest formułowanie misji, to interesującym wydaje się określenie jaki etos leży u podłoża przekazywanej wyborcom wizji państwa.

Analiza etosu obywatelskiego i patriotycznego – badania empiryczne

Aby odpowiedzieć na podstawowe pytania dokonano analizy treści wypowiedzi Jarosława Kaczyńskiego i Bronisława Komorowskiego oraz komentarzy zamieszczonych w trakcie kampanii wyborczej na łamach dwóch wysokonakładowych dzienników „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej”.

Odnalezienie w zamieszczonych na łamach prasy wypowiedziach obydwu kandydatów idei obywatelstwa okazało się niezwykle trudne.

³² G. Ulicka, *Marketing polityczny a treści i postrzeganie polityki*, „Studia Politologiczne” 2010, Vol. 16, s. 12–13.

³³ K. Oblój, *Strategia sukcesu firmy*, Warszawa 2000, s. 33–35.

W komentarzach publiczności i politycy w większym stopniu niż sami kandydaci przypisują im proobywatelskie lub antyobywatelskie wartości.

Docenienie wagi udziału w wyborach przez PO, a za tym idąca kampania na rzecz aktywności obywatelskiej jest na pewno wyrazem wartości etosu obywatelskiego. W „Rzeczpospolitej” Dorota Kołakomska 8–9.05.2010 w artykule *Komorowski odwiedzi Polskę* relacjonuje: „Akcję poprawiającą frekwencję Platforma już uruchomiła na swojej stronie internetowej. Pod hasłem „Twój głos jest ważny. Głosuj bez meldunku” młodzieżówka PO – Stowarzyszenie Młodzi Demokraci informuje, gdzie mają się zwrócić osoby, które chcą głosować poza miejscem zamieszkania”.

Rolę społeczeństwa obywatelskiego podkreśla Komorowski w wywiadzie prowadzonym przez Teresę Torańską „Gazeta Wyborcza” 17.06.2010 *Lepiej nie grzeszyć*:

„B. Komorowski – (...) rolę lidera jest wyznaczanie kierunku, przedstawianie wizji, artykułowanie marzeń.

T. Torańska – „Pana?”

B. Komorowski – „Państwo wolnych obywateli. Społeczeństwo obywatelskie. Ale także państwo zdolne do podejmowania odważnych decyzji przyspieszających nasz rozwój gospodarczy. (...) Polsce potrzebna jest prezydentura, która Polaków łączy, a nie dzieli. Potrzebny jest prezydent, który będzie budował kładki pomiędzy partiami politycznymi, różnymi opcjami, sympatiami, antypatiami. Oraz będzie starał się osłabiać ostre podziały partyjne, próbując radykalizm sprowadzić do sporu politycznego. Spór bowiem jest czymś absolutnie normalnym w demokracji ale nie musi zmieniać się w wojny”.

„Gazeta Wyborcza” 24.06.2010 zamieszczając komentarz Agaty Nowakowskiej do debaty TV cytuje B. Komorowskiego „Istotą polskości jest umiłowanie wolności czyli liberalizm właśnie i solidarność. Nie wolno rozdzielać solidarności i wolności”.

W wypowiedziach Komorowskiego przewija się wątek wspierania samorządności. „Gazeta Wyborcza” 18.06.2010 przedstawiając relację z wizyty marszałka w Stalowej Woli cytuje: „Ja stawiam na wzmocnienie dialogu ze związkami zawodowymi poprzez ożywienie Komisji Trójstronnej. Respektowanie praw pracowniczych jest bardzo ważne”.

Wagę samorządności w wystąpieniach B. Komorowskiego zauważyła także „Rzeczpospolita” 24.06.2010 Dorota Kołakowska *Z wizytą u sołtysa. Platforma organizuje spotkania, by przekonać wyborców ze wsi. Pomagać mają samorządowcy PSL*: „-Marszałek będzie przypominał, że to dzięki Platformie udało się uchwalić ustawę o funduszach sołeckich, która wzmocniła

pozycję sołtysów w samorządzie i wyposażyła ich w dodatkowe środki finansowe – zdradza poseł Michał Szczerba (PO), współpracownik kandydata Platformy. (...)

Marszałek podkreślał, że płocki szpital św. Trójcy, działający obecnie jako spółka, to «zakład opieki zdrowotnej przekształcony zgodnie z tym, co planuje i co robi rząd PO». Przypomniął też, że komercjalizację placówki przeprowadził lokalny samorząd wraz z prezydentem miasta, który jest członkiem PiS”.

Mówiąc o swoim stosunku do prezydentury („Gazeta Wyborcza” 26–27.06 2010) w wywiadzie prowadzonym przez Renatę Grochol, Jarosława Kurskiego i Wojciecha Szackiego B. Komorowski wskazuje na konieczność pogłębiania samorządności: „Rolą prezydenta jest wspierać a czasami wymuszać wolę modernizowania Polski, ale rolą prezydenta jest także inicjowanie niektórych prac rządu albo wychodzenie z własnymi inicjatywami. (...) taki obszar, który widzę to pogłębianie samorządności. Być może wyjdę tu z pierwszą własną inicjatywą albo jedną z pierwszych, czyli okręgów jednomandatowych w wyborach radnych na wszystkich szczeblach samorządów”.

W wystąpieniach Jarosława Kaczyńskiego publikowanych na łamach obydwu dzienników pojawiają się sprzeczne idee. „Rzeczpospolita” 08–09.05.2010 informując o powstaniu komitetu poparcia wskazuje na wartości, które można odnieść do republikańskiej wizji obywatelstwa, Jarosław Stróżyk *Kaczyński: Polska jest najważniejsza*: „Prezes PiS zaprezentował komitet poparcia. Tworzą go m.in. muzycy, aktorzy i historycy. Podobne mają powstać w całej Polsce. Z usłyszanych w deklaracji słów najważniejsze dla mnie są te mówiące o wizji Polski. Nowoczesnej a jednocześnie kontynuującej tradycję, suwerennej i otwartej na świat: a przede wszystkim dumnej ze swej tożsamości. Polska jest najważniejsza”. Podobne wystąpienie znajdujemy w numerze „Rzeczpospolitej” z 14.05.2010 Jarosław Stróżyk Wojciech Wybranowski *Pierwszy wywiad: Kandydat PiS odpowiadał na pytania w sieci. Od poniedziałku rusza w teren*: „Polska musi być państwem nowoczesnym, bo nie ma miejsca dla innej Polski we współczesnej Europie. Jednocześnie musi być to państwo mocne przez to wszystko, co buduje tradycja. Konieczny jest szacunek dla naszej historii, naszego języka, naszego dorobku kulturalnego”.

Jednocześnie J. Kaczyński wskazuje na wartości liberalnego społeczeństwa obywatelskiego „Gazeta Wyborcza” 01.06.2010 Wojciech Szacki *Niespodzianka Kaczyńskiego. Otwarcie Centrum Informatycznego w Hotelu Europejskim w Warszawie*: „Kaczyński podkreślał, że jego celem jest aktywizacja obywateli, bo obywatel dobrze poinformowany, zachęcony do

działania pro publico bono, to ogromna wartość dla społeczeństwa (...) Taki obywatel jest bardziej funkcjonalny, bardziej wydajny, efektywny dla całości niż obywatel, który informacji nie ma, który wręcz podlega czasem różnego rodzaju manipulacjom – mówił szef PiS. Dodał, że chce budować społeczeństwo aktywne. To co nazywamy społeczeństwem obywatelskim, jest z całą pewnością słabsze niż mogłoby być”.

W przeddzień, mówiąc na wiecu w Zakopanem o polskim społeczeństwie Kaczyński podkreśla inne obywatelskie wartości „Gazeta Wyborcza” 31.05.2010 Przemysław Siedlecki *Jarosław Kaczyński przyspiesza pod Tatrami*: „Przypominał, że Polska słynęła z tolerancji wobec mniejszości religijnych i narodowych. – Jak w żadnym państwie w Europie w zgodzie żyli tu przedstawiciele różnych wyznań: katolicy, prawosławni, muzułmanie, Żydzi. Stworzyliśmy wielki tolerancyjny naród, którym jesteśmy do dziś”.

Wkrótce prezes wygłasza skrajnie odmienne zdanie, które można odczytać jako zaprzeczenie idei obywatelstwa liberalnego „Gazeta Wyborcza” 23.06.2010 *Kaczyński na wiecu w Łodzi*: „Państwo powinno oddziaływać na wszystkie sfery życia, także rodzinę. Powinno załatwiać sprawy za obywateli, tak jak przez dwa lata naszych rządów kiedy rosły płace. Z jednej strony mamy radykalny eksperyment liberalny, a z drugiej propozycję zrównoważonej polityki społecznej. Nie możemy przyjmować zimnej polityki liberałów, która pozostawia kobiety same”.

Swoje antyliberalne stanowisko, zwłaszcza w sferze gospodarczej J. Kaczyński wyraża na spotkaniu z mieszkańcami Rzeszowa „Rzeczpospolita” 24.06.2010 Józef Matusz, Wojciech Wybranowski *Kaczyński stawia na sieć Sztab kandydata dynamizuje kampanię wyborczą w Internecie. Ale nie uniknął wpadki*: „W swoim przemówieniu lider PiS podkreślił także, że jest przeciwko liberalizmowi jako wierze, że jeden mechanizm społeczny, czyli rynek, jest w stanie wszystko uregulować”.

Odnalezienie wartości jakie konsolidują etos patriotyczny w publikacjach obydwu dzienników nie jest trudne. Obydwaj kandydaci swój wizerunek i wizję Polski budują w oparciu o etos patriotyczny. „Rzeczpospolita” 15–16.05.2010 informuje: „W piątek kandydat PO zwiedził wraz z synem gen. Tadeusza Bora-Komorowskiego, Adamem Muzeum Powstania Warszawskiego. Marszałek Sejmu stwierdził, że wszyscy mamy prawo do tradycji niepodległościowej, a Komorowscy w szczególności, i podkreślił, że chciał swą wizytą zademonstrować niezgodę na próbę zawłaszczenia tej tradycji”.

W spocie wyborczym B. Komorowski podkreśla element swojej narodowej tożsamości („Rzeczpospolita” 29–30.05.2010). Jarosław Stróżyk i Katarzyna Borowska *Pierwszy spot Komorowskiego*: „Kiedy ktoś mnie

pyta, skąd jestem, odpowiadam, że z Polski. Z całej Polski”. W kolejnym spocie wyborczym omawianym przez Piotra Gursztyna („Rzeczpospolita” 08.06.2010) prezentuje fragmenty swego życiorysu: „Całe życie służyłem Polsce. (...) Zacząłem od demonstracji w Marcu 68. A potem była szczeniacka konspiracja. Pierwszy raz aresztowali mnie, gdy miałem 19 lat. (...) Jestem synem odważnego narodu. Moi odważni przodkowie bili się we wszystkich wojnach, we wszystkich powstaniach”.

„Gazeta Wyborcza” 14.06.2010 przedstawia wypowiedzi B. Komorowskiego wyrażające także inny patriotyzm, niż patriotyzm walki. W podsumowaniu pierwszej debaty TV kandydat mówi „(...) w ciągu 21 lat wolnej Polski osiągnęliśmy bardzo wiele. Teraz możemy sobie postawić główny zasadniczy cel, jakim jest dogonienie peletonu krajów starej U.E. pod każdym względem, rozwoju gospodarczego, nawet także płac. To od nas zależy, czy w imię nowoczesnego patriotyzmu dalej zmodernizujemy odważnie Polskę. W tym samym numerze „Gazeta Wyborcza” publikuje relację z wiecu na Agrykoli w Warszawie – Magdalena Kurska „Komorowski: *Chodźcie z nami*”: „Nuty optymizmu pobrzmiwały też w mowie Komorowskiego «Tu na Agrykoli, jest dziś Polska optymistyczna i solidarna, Polska nadziei i wiary, że nawet największe trudności da się pokonać wyteżoną pracą i przekonaniem, że damy radę» – mówił”.

W wywiadzie prowadzonym przez Teresę Torańską *Lepiej nie grzeszyć* („Gazeta Wyborcza” 17.06.2010) B. Komorowski konceptualizuje swoją nową wizję patriotyzmu, odmienną od tej, w której określał własną tożsamość. Mówi o patriotyzmie pracy odwołując się do przyszłości. Wcześniej przedstawiał się jako patriota przywołując wizję patriotyzmu walki. „Trzeba mówić, o patriotyzmie nie tylko w kontekście narodowych wspomnień o historycznych klęskach i bohaterskich czynach, bo dzisiaj patriotyzm oznacza przede wszystkim dobrą pracę dla ojczyzny i dumę z jej osiągnięć. A przed nami dużo trudniejsza rzecz do wykonania. Musimy zapewnić Polsce ważne miejsce w Europie”.

W wystąpieniach Jarosława Kaczyńskiego wartości etosu patriotycznego dominują nad innymi prezentowanymi przez kandydata. Od początku kampanii pokazuje on Polskę jako najwyższą autoteliczną wartość.

J. Kaczyński w czasie prezentacji warszawskiego komitetu poparcia powiedział: „Z usłyszanych w deklaracji słów najważniejsze są te mówiące o wizji Polski. Nowoczesnej a jednocześnie kontynuującej tradycję, suwerennej i otwartej na świat, a przede wszystkim dumnej ze swej tożsamości. Polska jest najważniejsza”. („Rzeczpospolita” 08–09.05.2010, Jarosław Stróżyk *Kaczyński: Polska jest najważniejsza*).

W relacji z wiecu na Placu Teatralnym w Warszawie, Wojciech Szacki *Wiec Kaczyńskiego na Pl. Teatralnym* („Gazeta Wyborcza” 24.05.2010) czytamy: „My Polacy potrafimy być w trudnych sytuacjach razem, to nasza siła, to nasza solidarność, która budowała wielkie chwile w naszej historii (...). Państwo jest naszą wspólną własnością, wspólnym dobrem (...). Muszę tutaj – po prostu dlatego, że jestem Polakiem, polskim obywatelem, pochylić się w pas przed tymi wszystkimi, którzy z powodzią walczą na pierwszej linii”.

Wojciech Wybranowski i Katarzyna Kopacz na łamach „Rzeczpospolitej” omawiają klip wyborczy J. Kaczyńskiego: „Sztab wyborczy Jarosława Kaczyńskiego zaprezentował w śróde jego klip wyborczy. Kandydat PiS mówi w nim, że myśląc o Polsce, często wspomina symbole historii. W tym kontekście wymienia słynny 700-letni dąb Bartek (...) «Siła państwa i dobrobyt społeczeństwa nie są dane raz na zawsze. Wymagają nieustannej troski, wspólnego działania oraz mądrości i odwagi rządzących. Podejmując decyzję dziś, bierzemy odpowiedzialność za losy przyszłych pokoleń» – mówi w klipie Kaczyński”. („Rzeczpospolita” 04.06.2010 *Komorowski u emigrantów, Kaczyński w nowym klipie, Czasu coraz mniej kampania się zaostrza*).

W podsumowaniu pierwszej debaty TV (relacja „Gazeta Wyborcza” 14.06.2010) J. Kaczyński odwołuje się do patriotyzmu, który ma służyć rozwojowi kraju: „Ja też stawiam na patriotyzm, patriotyzm rozwoju. Rozwój jest dzisiaj dla Polski najważniejszy, a dla rozwoju najważniejsze jest porozumienie”.

Czytając komentarze i artykuły publikowane na łamach obydwu dzienników odnosi się wrażenie, że ich treści bazują głównie na zastanej wiedzy o kandydatach, w niewielkim stopniu dopuszczają sądy odnoszące się do wypowiedzi dwóch głównych aktorów sceny politycznej. Jako przykład posłużyć może artykuł Agaty Nowakowskiej i Dominiki Wielowiejskiej *Platforma wraca do życia*, zamieszczony w „Gazecie Wyborczej” 20.05.2010: „Jednym z problemów Komorowskiego jest to, że ludzie niewiele o nim wiedzą. A przecież Komorowski swoim życiorysem i postawą wpasowuje się idealnie w model konserwatywnego polityka przywiązanego do silnej rodziny i mocno przywiązanego do Kościoła”.

Na konwencji PO Jerzy Buzek przedstawia następująco B. Komorowskiego („Gazeta Wyborcza” 28.06.2010): „Komorowski uczestniczył w ważnych projektach ostatnich dziesięcioleci. W latach PRL jako 19-letni chłopak walkę z systemem opłacił więzieniem. Tak działa prawdziwy patriota”.

„Gazeta Wyborcza” 12–13.06.2010 publikuje artykuł Jakuba Halcewicz-Pleskaczewskiego *Ja jestem antyprezydentem*: Komorowski „mówi o potrzebie modernizacji, ale jest nienowoczesny jak Kaczyński (...) chce być gwarantem wartości wspólnoty i solidarności. Chce łączyć szukać porozumienia (...). Jest koncyliacyjny, czasem zbyt gładki – w powszechnym odbiorze często bez wyrazu”.

Znacznie ostrzejszy ton przybierają na łamach „Gazety Wyborczej” wypowiedzi oceniające Jarosława Kaczyńskiego.

Waldemar Kuczyński pisze: „Jarosław Kaczyński w podsumowaniu pierwszej debaty zapowiedział, że będzie prezydentem wszystkich Polaków (...). Nie ma szans na to polityk, który zna jedno działanie matematyczne – dzielenie – i to zawsze odkąd jest w polityce. A ostatnio na tych, co są Polakami prawymi i nieprawymi, na tych którzy mogą zostać w Polsce i na tych, którzy powinni sobie gdzieś pójść bo rzekomo nie chcą pokoju w kraju, na tych, którzy żyjąc w Polsce muszą dopiero do jakiejś innej Polski wrócić. To są aktualne w tej kampanii prezydenckiej myśli polityka zapowiadającego, że chce być prezydentem wszystkich Polaków”. („Gazeta Wyborcza” 29.06.2010).

Ireneusz Krzemiński komentując drugą debatę TV („Gazeta Wyborcza” 01.07.2010) mówi: „Deбата pokazała prawdziwe twarze obu kandydatów. Przede wszystkim jeśli chodzi o Jarosława Kaczyńskiego, to wilk wyszedł z owczej skóry! Zobaczyliśmy polityka, którego dobrze znamy i pamiętamy: bardzo ostro i stanowczo mówiącego, pewnego siebie i wygłaszającego sądy nieznoszące sprzeciwu, a także używającego dogmatycznych, bezdyskusyjnych tez (charakterystyczna wypowiedź: «polityka zagraniczna, jak wiadomo, opiera się na kilku zasadach» – to klasyczne myślenie dogmatyczne). Trzeba przyznać, że był bardzo dobrze przygotowany. Ale zaprezentował wizję prezydentury przeciwstawiającej się w każdej niemal kwestii temu, co robi rząd. Nie ulega wątpliwości, że jako prezydent będzie Lechem Kaczyńskim do kwadratu – jeśli idzie o relacje z rządem”.

Publicysta „Rzeczpospolitej” Rafał Ziemkiewicz komentując wystąpienia J. Kaczyńskiego pisze: „Słowa o zakończeniu wojny polsko-polskiej nie są, wbrew temu co uparcie powtarzają szalikowcy PO „falszywą retoryką”, tylko nową strategią polityczną. Emocje, które obsługiwał podział na Polskę „solidarną” i „liberalną”, wygasają już bowiem, podobnie, jak wygasły emocje podziału na post-Solidarność i post-PZPR”. („Rzeczpospolita” 18.06.2010, Rafał A. Ziemkiewicz *Wielka improwizacja*).

Z kolei Mariusz Ziomecki w artykule *Powtórka z rozrywki* („Rzeczpospolita” 02.07.2010) stwierdza: „Jarosław Kaczyński nie jest koniunkturu-

ralnym oportunistą: ma głęboko ugruntowane przekonania, a kampania pokazała, że ich nie zmienił. Pozostaje więc konserwatystą (ci, co walą teraz w niego za umizgi do SLD, boją się niepotrzebnie). To nadal polityk o orientacji narodowej, dziedzic przedwojennej endecji, spoglądający na świat przez nieco anachroniczne okulary, przez to bywa śmieszny, a zdarza się też, że niebezpieczny. Pozostaje również mało przewidywalny, co u głowy państwa jest wadą”.

Znając wyniki wyborów można zadać kolejne pytanie: jakie czynniki zdecydowały o wyborze tego a nie innego kandydata? W przypadku wygranej J. Kaczyńskiego pytanie również byłoby aktualne. Obywatele nie stanęli przed wyborem dwóch wizji Polski. Nie bez trudu w prezentacjach kandydatów publikowanych w prasie można było odnaleźć elementy wartości decydujących o wizji państwa i społeczeństwa. Wartości budujące etos obywatelski w wystąpieniach B. Komorowskiego pojawiają się w kontekście wspólnoty narodowej, rzadziej w kontekście liberalnego obywatelstwa. Współwystępujące w wypowiedziach liberalizm z solidarnością nie niosą za sobą treści znaczeniowych, jakie można odnieść do konkretnych problemów życia społecznego. W wypowiedziach J. Kaczyńskiego etos obywatelski tym bardziej jest niewyraźny. Wypowiedziom zawierającym treści, z których można by wnioskować o wizji społeczeństwa obywatelskiego zaprzeczają przeciwne podnoszące znaczenie silnego, wszechobecnego, opiekuńczego państwa.

W kampaniach obydwu kandydatów z łatwością można odnaleźć wartości konstytuujące etos patriotyczny. Hasło wyborcze J. Kaczyńskiego „Polska jest najważniejsza” stanowi motto kampanii tego kandydata. B. Komorowski mniej wyraźnie wpisuje się w etos patriotyczny, jednakże znaczna część wypowiedzi kandydata oscyluje wokół patriotyzmu. Jaki patriotyzm jest ważny dla kandydatów? Wyraźnie narzuca się patriotyzm przeszłości, walki o wolność Polski, w której uczestniczyli sami kandydaci a także poprzedzające ich pokolenia. Jak pisze Jakub Halcewicz Pleskaczewski („Gazeta Wyborcza” 12–13.06.2010) „Problem polega na tym, że obaj kandydaci raczej zacierają różnice między sobą, niż je eksponują. Kaczyński udaje, że zapomina o IV RP, zakopuje topór wojenny, jest rozważny i spokojny. A Komorowski ściga się na biografie i patriotyzm”.

Polacy nie wybierali zatem między oddzielnymi wizjami państwa, państwa liberalnego czy konserwatywnego, wolnorynkowego czy etatystycznego. Powtórzmy zatem pytanie: jeśli nie wizje państwa budowanego na podwalinie określonych wartości, to co przesądziło o wyborach Polaków? Odpowiedź na to ważne dla rozwoju społeczeństwa, jego miejsca w strukturach europejskich, pytanie wymaga kolejnych badań.

STRESZCZENIE

Pojęcie etosu odnoszone zazwyczaj do społeczeństwa, rozumiane jest jako konfiguracja, system, czy układ dominujących w danej kulturze wartości i idei decydujących o tożsamości i trwaniu różnych grup i kręgów socjokulturowych. Etos jako kategoria opisowa jest wykorzystywany dla analiz zjawisk na różnych poziomach życia jednostki i społeczeństwa, a szczególnie ważny jest dla opisu życia publicznego. Obecność w życiu publicznym wartości generujących i podtrzymujących trwanie instytucji demokratycznych państwa jest szczególnie ważne w młodych demokracjach, do których należy również Polska. Dlatego też jako główny cel artykułu autorka postawiła analizę prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 z perspektywy roli misji, rozumianej jako nośnika wartości. Autorka będąc badaczem historii Polski przyjęła, iż w polskiej kulturze winny być obecne zarówno wartości etosu patriotycznego, jak i etosu obywatelskiego – poszukiwała ich wyrazu w publikacjach dwóch ogólnopolskich, wysokonakładowych dzienników „Rzeczpospolitej” i „Gazety Wyborczej” relacjonujących kampanię wyborczą.

Urszula Kurcewicz

CIVIL AND PATRIOTIC ETHOS IN THE 2010 POLISH PRESIDENTIAL CAMPAIGN RHETORIC

Notion ethos concerning usually a society is understood as guiding beliefs or ideals that characterize a community, a nation. Ethos as a descriptive category is used to analyze different phenomena on several unit and society life levels. Its importance shows the research on public life (Moreover, Mentioned category is crucial to describe the public life). Presence of values which generate and hold up the existence of democratic institutions is especially important for a young democracies like Poland. The article's purpose is to analyze polish presidential campaign in the light of mission understood as a carrier of values. The author who is mainly interested in polish history, assumes that the values from civil and patriotic ethos should be present in polish culture. The author analyses (considers) materials from two polish-wide newspapers with high editions "Rzeczpospolita" and "Gazeta Wyborcza".