

Zeszyty Instytutu

PATRIOTYZM:

**MIĘDZY DUMĄ
A ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ**

spis treści

WSTĘP	5
PATRIOTA, CZYLI KTO?	
Lech Wałęsa Nie ma patriotów lepszych czy gorszych	6
Krystyna Skarżyńska Gorące emocje i chłodne interesy	8
Krzysztof Michalski Emocje i obowiązki	12
Andrzej K. Koźmiński Między ekonomią a patriotyzmem	16
DUMNI Z POLSKI	
Jarosław Makowski Patriotyzm otwarty, patriotyzm zamknięty	20
Wally Olins Teraz jest czas na Polskę!	22
José Filipe Torres Polska Power!	26
SPOJRZENIE Z ZAGRANICY	
Jiří Pehe Patriotyzm Szwejka	28
Leonie Huddy Dobry Amerykanin głosuje i protestuje	30
Jamie Stokes Naród tak, państwo nie	32
Gesine Schwan Europejskie mosty porozumienia	34
RÓŻNE OBLICZA PATRIOTYZMU	
Dominika Kasprovicz Manifestując polskość	36
Helena A. Jędrzejczak 2 maja wywieszę flagę	38
Aleksandra Kaniewska Oddajcie nam Powstanie	40

© Copyright by Instytut Obywatelski
Warszawa 2012

Publikacja dostępna na stronie
www.instytutobywatelski.pl

Korekta
Magdalena Jankowska

Opracowanie graficzne, skład i łamanie
Marcin Tas

Druk
Drukarnia EFEKT Warszawa

Instytut Obywatelski
ul. Wiejska 12 lok. 9
00-490 Warszawa
www.instytutobywatelski.pl
e-mail: biuro@instytutobywatelski.pl
tel. 22 459 64 41

ISBN 978-83-63874-06-3

wstęp

Szanowni Państwo,

w przededniu kolejnej rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości przedstawiamy wybór tekstów na temat patriotyzmu, które ukazywały się przez ostatnie dwa lata na stronie internetowej Instytutu Obywatelskiego.

Teksty zawierają różnorodne spojrzenia. Każdy z autorów patrzy na patriotyzm inaczej. Dla jednych to sprawy wielkie – bo narodowe i związane z historią. Dla innych drobne, codzienne, które dopiero połączone w całość tworzą rzeczy wielkie. Zdaje nam się, że proces poszukiwania odpowiedzi na bardzo ogólne pytanie: „czym jest patriotyzm?”, nigdy się nie zakończy. Bo żyjemy w świecie, w którym państwa i narody przywiązanie do ojczyzny pojmują w różny sposób. W jaki? To zależy od lokalnej historii, tradycji czy geopolitycznej pozycji danego państwa. Dziś też – jak pisze dla nas prezydent Lech Wałęsa – musimy zacząć się zastanawiać, czym jest patriotyzm i tożsamość nie tylko w wymiarze narodowym, ale także europejskim.

Odmienne doświadczenia naszych autorów pokazują różne odmiany patriotyzmu. Przedstawiają go też w różny sposób: naukowy, filozoficzny, anegdotyczny czy w kontekście konkretnych wydarzeń – Święta Flagi Narodowej czy Powstania Warszawskiego.

Komentarze piszą dla nas nie tylko Polacy, lecz także Amerykanka, Brytyjczyk, Czech, Hiszpan i Niemka. Takie zestawienie opinii pokazuje różne spojrzenia na patriotyzm i na Polskę. Jacy jesteśmy my, Polacy? Często popadamy ze skrajności w skrajność – nie doceniamy się, wpadamy w samozachwyty lub pogrążamy się w martyrologicznym cierpieniu. Na szczęście Polska się zmienia. Leczymy kompleksy. Czujemy się coraz bardziej dumni z naszego kraju. Ważne też jednak, żebyśmy nie popadli w samouwielbienie.

Życie pokazuje, że dopiero nasza postawa – słowa i czyny – potwierdza, czy jesteśmy patriotami. To one wypełniają treścią nasze codzienne życie. Jak pokazują nasze teksty, dobry Amerykanin głosuje i protestuje, Brytyjczyk ufa swojemu państwu, a Czech nie do końca uważa się za patriotę.

A Polacy? No właśnie. Jakimi jesteśmy obywatelami? Wystarczająco dobrymi?

Te wszystkie spojrzenia budują szeroki obraz patriotyzmu.

Zapraszamy do lektury i dyskusji!

Zespół Instytutu Obywatelskiego

Lech Wałęsa

Nie ma patriotów lepszyc czy gorszych

Dzisiaj żyjemy w wolnym i demokratycznym kraju. Nie musimy już walczyć o wolność, tylko ją pielęgnować.

1. Moim marzeniem jest, aby uczucie tożsamości narodowej i wzruszenia przy hymnie czuły nasze dzieci, wnuki i prawnuki.

Wiem jednak, że to bardzo trudne zadanie. Dlatego musimy od najmłodszych lat uczyć dzieci poszanowania dla tradycji i wartości. Nie bez znaczenia jest tytaniczna praca, jaką mają do wykonania nauczyciele. W tym roku, w 85. rocznicę ustanowienia Mazurka Dąbrowskiego hymnem Rzeczypospolitej, napisałem do nauczycieli list, w którym prosiłem, by trwali w swojej misji.

Jak tłumaczę swoim wnukom, czym jest patriotyzm? Staram się przekazać im, jak ciężka była nasza walka. Chciałbym, aby wiedziały, ile wyrzeczeń, łez i ofiar kosztowało nas to, żeby one dzisiaj mogły żyć w demokratycznym kraju. Muszą wiedzieć, że wolność nie jest nam dana raz na zawsze, musimy ją umacniać mądrością i pracą.

Za czasów mojej młodości patriotyzm był tożsamy z szacunkiem dla państwa i jego historii, szacunkiem dla wiary i Kościoła, dla pracy i ziemi. Wolność była wartością, której tak bardzo nam brakowało. Dzisiaj musimy przededefiniować te wartości. Mamy zupełnie inną epokę. Żyjemy w wolnej i zjednoczonej Europie. Dla mnie patriotyzm to poszanowanie dla tych wartości, jakie wywalczyliśmy – najpierw obalając komunizm, a potem tworząc „państwo Europa”.

2. Czy dzisiejszy patriotyzm w Polsce bardziej dzieli, niż łączy?

Nie zgodzę się, że patriotyzm musi dzielić. Nie ten prawdziwy, wynikający z miłości do Ojczyzny i szacunku dla drugiego człowieka. Dzieli ta forma grania patriotyzmem, w której próbuje się szukać „lepszyc” i „bardziej prawdziwych” Polaków czy krzyknieć: „Tu jest Polska”. Potrafilimy się ostatnio łączyć w narodowej zadumie, chociażby po śmierci Ojca Świętego, bł. Jana Pawła II. Pytanie pozostaje tylko, czemu na tak krótko. I czemu od razu zniszczono podniosły nastrój, wyciągając kwestie lustracyjne i budując podziały.

Wydawało się, że będziemy umieli być solidarni po katastrofie pod Smoleńskiem. To tragiczne wydarzenie, w którym zginęli wybitni przedstawiciele naszego narodu, reprezentujący tak różne

Oczywiście wciąż ważny jest patriotyzm lokalny, ale musimy wypracować wspólne wartości dla Europy.

środowiska polityczne, mogło pozwolić Polakom na porozumienie ponad podziałami. Niestety, niektórym takie zjednoczenie było bardzo nie na rękę i postanowili całą sytuację wykorzystać politycznie. Do dzisiaj mamy tego efekty.

Innym wydarzeniem – jakże odmiennym, bo radosnym – były Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej. I tym razem część polityków, siejąc zamęt, chciała nie dopuścić do zjednoczenia narodu. Na szczęście im się nie udało. Za każdym razem, kiedy zasiadałem na naszych pięknych stadionach, czułem dumę i niedowierzanie. Podczas Euro 2012 pokazaliśmy patriotyzm nowych czasów,

patriotyzm radosny, otwarty, bardziej spoglądający w przyszłość i cieszący się z chwili, z polskiego sukcesu. Pokazaliśmy patriotyzm bez podziału na patriotów lepszych i gorszych. Pamiętajmy o tym!

3. Nowoczesny patriotyzm w kontekście globalnym

Dzisiaj żyjemy w epoce informacji i globalizacji. Musimy przestawić się z dotychczasowego myślenia na poziomie „państwo-kraj” na myślenie „państwo-Europa”. Oczywiście wciąż ważny jest patriotyzm lokalny, ale musimy wypracować wspólne wartości dla Europy. Potrzebujemy nowych struktur i nowych rozwiązań, które będą właściwe na nowe czasy.

Kampania „Gen Wolności” zainicjowana przez Instytut Lecha Wałęsy ma na celu promowanie nowoczesnego poczucia patriotyzmu i integrowanie Polaków wokół pozytywnego postrzegania osiągnięć obywateli i państwa. Chcemy uświadomić Polakom, że zawsze, niezależnie od czynników historycznych, posiadali „gen wolności”. Gen twórczy, nie tylko pozwalający przetrwać, ale też wspierający rozwój człowieka, nawet w chwili opresji. Tego „genu” nigdy nie straciliśmy. Powinniśmy być z tego dumni i przekazać młodemu pokoleniu wartości wynikające z doświadczenia historii.

Dzisiaj żyjemy w wolnym i demokratycznym kraju. Nie musimy już walczyć o wolność, tylko ją pielęgnować.

Instytut Lecha Wałęsy prowadzi również program „Solidarność dla Przyszłości”, który ma na celu promocję wartości solidarności i pomoc społeczeństwu, w których demokracja jest dopiero budowana. W te programy są zaangażowani za-

Dzisiaj żyjemy w wolnym i demokratycznym kraju. Nie musimy już walczyć o wolność, tylko ją pielęgnować.

zwyczaj młodzi ludzie, dla których idee solidarności i wolności są aktualne i ważne.

Bardzo chciałbym, by „geny wolności i solidarności” miały także dzieci z pokolenia moich wnuków. I to jest wyzwanie dla nas wszystkich.

Tekst ukazał się na stronie 08 listopada 2012 r.

<http://www.institutobywatelski.pl/11270/lupa-institutu/nie-ma-patriotow-lepszyc-czy-gorszych>

LECH WAŁĘSA – prezydent RP w latach 1990–1995. Najważniejsza postać polskiej opozycji demokratycznej – działacz związkowy, przywódca „Solidarności”. Laureat pokojowej Nagrody Nobla w 1983 roku. Człowiek roku 1981 tygodnika „Time”.

Krystyna Skarżyńska

Gorące emocje

i chłodne interesy

Młodzi cieszą się, że są Polakami. Lubią Polskę. Może nawet jest to gorące uczucie. Nie nazwałabym go jednak ślepą miłością.

Weronika Przecherska: Pani profesor, jak definiować patriotyzm w dobie globalizacji?

Prof. KRYSZYNA SKARŻYŃSKA: Trudno udzielić jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, czym powinien być w dzisiejszych czasach patriotyzm. Zastanówmy się raczej nad tym, czy i jaki patriotyzm daje się pogodzić z procesami globalizacji. Dziś stosunek do ojczyzny budujemy, kierując się w sporej mierze racjonalnymi kryteriami, nie tylko przywiązaniem do tradycyjnych narodowych symboli. Poczucie wspólnoty i przywiązanie do niej tworzą dobre szkoły, wygodny transport publiczny, sprawna administracja, łatwy dostęp do pomocy lekarskiej czy jasne przepisy prawne. Taki obywatelski patriotyzm jest jednak nadal silniejszy w zamożnych, ustabilizowanych europejskich demokracjach niż w krajach Europy Wschodniej.

A jak to wygląda w Polsce?

Od połowy lat dziewięćdziesiątych ubiegłego stulecia młodzi Polacy deklarują tym większe przywiązanie i sympatię do Polski, im bardziej są zadowoleni z życia, im więcej mają przyjaciół czy częściej udzielają się społecznie. Cieszą się, że są Polakami i lubią Polskę. Być może jest to gorące uczucie, nie nazwałabym go jednak ślepą miłością. Jednocześnie są krytyczni wobec naszego państwa i społeczeństwa. Większość młodych

osób odrzuca ten typ patriotyzmu, w którym miłość do ojczyzny przejawia się w stałej gotowości do wyrzeczeń, cierpień i umierania w jej obronie.

Jaki jest więc ten polski patriotyzm?

Wiosną ubiegłego roku przeprowadzałam badania dotyczące patriotyzmu polskiej inteligencji. Po raz pierwszy patriotyzm rozumiany jako związek z dobrze funkcjonującym, dającym bezpieczeństwo państwem był nieco silniejszy niż patriotyzm symboliczny, bezkrytyczny i bardzo emocjonalny. Jednak nawet wśród młodych, wykształconych ludzi około 10 procent deklaruje przywiązanie do Polski oparte na poczuciu naszej wyjątkowej martyrologii, nieufności wobec sąsiadów i bezkrytycznym stosunku do naszej historii.

Zapewne to właśnie ten martyrologiczny, oparty na cierpieniu patriotyzm jest bardziej spektakularny niż zadbane ulice i sprawna administracja.

Przekonanie, że „naród polski cierpiał bardziej niż wszystkie inne narody” oraz że „jesteśmy narodem zawsze dającym świadectwo prawdziwej wiary, wiernym Bogu, pielęgnującym tradycyjne chrześcijańsko-narodowe wartości”, jest oczywiście obecne w naszym myśleniu o patriotyzmie. Nie jest to wzorzec dominujący ani powszechnie akceptowany, warto jednak o nim mówić.

Dlaczego?

Przekonania o wyjątkowych cierpieniach i krzywdach narodowych często wiążą się z usprawiedliwianiem polskich błędów, niepowodzeń, zaniedbań czy z biernością społeczną. Wygląda to tak, jakby ponoszone przez naród ofiary i doznawane

cierpienia były traktowane jako substytuty innych zasług. Codzienne starania o polepszenie jakości życia w tej perspektywie są mało ważne. Nie mogą być przecież źródłem dumy. Na uwagę zasługują tylko nadzwyczajne czyny. To demotywujące i szkodliwe dla świadomości społecznej. Po co się starać, skoro i tak jesteśmy skazani na porażki i cierpienia?

W takiej perspektywie żaden wysiłek rzeczywiście nie ma sensu.

W martyrologicznym patriotyzmie liczą się intencje, nie rezultaty. Polec za młodu, w obronie honoru, w słusznej sprawie, to jest patriotyczne. Naprawianie mostów, selekcionowanie śmieci czy podlewanie kwiatów przed domem nie są godnymi zajęciami dla martyrologicznego patrioty. On ceni tylko wielkie czyny, niezależnie jakim efektem się kończą.

Taki patriotyzm wiąże się także z poczuciem zewnętrznego zagrożenia i podejrzliwością wobec wszelkich „obcych”. Prowadzi do ograniczenia kontaktów z ludźmi z innych krajów oraz osłabienia kooperacji międzynarodowej. Z czasem łączy się nawet z jawną wrogością wobec tych, którzy kwestionują naszą wyjątkowość, nie doceniają naszych narodowych zasług lub nas krytykują. Ten martyrologiczno-mesjanistyczny patriotyzm odżywa szczególnie w trudnych dla Polaków momentach.

Słyniemy z tego, że wtedy najbardziej się jednoczymy i solidaryzujemy ze sobą.

Jest tak tylko pozornie. Wystarczy sobie przypomnieć, co zdarzyło się po katastrofie smoleńskiej. Badania Agnieszki Golec de Zavała i Aleksandry Cichockiej wykazały, że po 10 kwietnia 2010 roku osoby, które wybierają myślenie gloryfikujące nasz ciągle wystawiony na zewnętrzne zagrożenia naród, silniej wierzyły, że wypadek został spowodowany spiskowym działaniem Rosjan, niż osoby odrzucające ten sposób myślenia o Polsce. Te pierwsze bardziej popierały także działania mające na celu jakieś formy odwetu wobec Rosjan.

Wielkościowo-martyrologiczny patriotyzm wiąże się jednak również z tendencją do odrzucania i usuwania z pamięci informacji o historycznych i aktualnych wydarzeniach, które zakłócają dobre

myślenie o Polakach. Charakteryzuje się skłonnością do łatwego przypisywania złych intencji grupom zewnętrznym przy interpretacji ich działań, których znaczenie ma niezbyt jasny czy ambiwalentny dla naszego kraju charakter.

To zaś prosta droga do uprzedzeń i nacjonalizmów...

Gdy ludzie nie radzą sobie z własnym życiem, ich codzienny byt jest zagrożony, często szukają winnych i odpowiedzialnych nie wśród „swoich”, ale raczej wśród „obcych”. W ten sposób są także interpretowane kłopoty całych krajów. Tak dzieje się w Grecji, w mniejszym stopniu w Hiszpanii i we Włoszech.

Również procesy globalizacyjne traktuje się jako przyczyny narodowych kłopotów. Paradoksalnie, zamiast w trudnych sytuacjach zbierać siły razem z innymi krajami i społeczeństwami, niekiedy opowiadamy się przeciwko integracji. Strategia „każdy sobie rzepekę skrobie” wydaje się jednak skuteczna tylko doraźnie.

Kryzys finansowy pokazuje jednak, że coraz rzadziej myślimy w europejskich kategoriach, górę biorą zaś narodowe egoizmy.

W czasie problemów społeczeństwa zamykają się, obwiniają inne kraje i ponadnarodowe instytucje za własne kłopoty. To jednak nie jedyny powód. Warto zauważyć, że trudniej jest się identyfikować ze wspólnotami większymi niż sąsiedzkie czy miejskie. Taki proces wymaga abstrakcyjnego myślenia, operowania szerszymi kategoriami poznawczymi. Dlatego tak ważne jest, by wyraźniej akcentować znaczenie współpracy w tych szerokich, ponadnarodowych wspólnotach. Bez wzbudzenia pozytywnych uczuć wobec dziedzictwa Unii Europejskiej trudno będzie zbudować europejski patriotyzm.

Czujemy się Europejczykami czy Polakami?

Od momentu upadku komunizmu z roku na rok maleje procent osób identyfikujących się z Polską. Na pytanie, z jakim obszarem geograficznym czujesz się przede wszystkim związany, w 1989 roku Polskę wskazywało 81 procent respondentów. W kolejnych latach odpowiadało w ten sposób jednak coraz mniej z nas.

Liczby mówią same za siebie: w 1990 roku było to 80 procent, pięć lat później tylko 75 procent. W 1999 roku twierdziło tak 55 procent badanych. Niespełna dwadzieścia lat po przełomie już tylko 52 procent.* Co ciekawe, coraz mniej z nas identyfikuje się też z Europą. Wystarczy uważnie przyjrzeć się danym. W 1989 roku tę europejską tożsamość deklarowało 19 procent Polaków, w 1990 roku – 16 procent. Niewielki wzrost zaobserwowano w 1995 roku, kiedy z Europą identyfikowało się 19 procent ankietowanych. Później jednak wynik ten utrzymywał się na poziomie 7 procent (lata 1999 oraz 2008). Systematycznie rośnie natomiast liczba osób, które czują więź z regionem Polski (od 33 procent w 1989 roku do 53 procent w 2008 roku) lub miejscowością, w której żyją (odpowiednio 59 procent i 84 procent).

Dlaczego tak jest?

Więź z własnym krajem jest deklarowana zwłaszcza wtedy, gdy odnosi on znaczące sukcesy, jest podziwiany, szanowany, znajduje się „na ustach całego świata”. W naszym przypadku miało to miejsce w 1989 roku. Podobnie jest z „lokalnym patriotyzmem”. Wzrasta, gdy małym wspólnotom dobrze się powodzi, lepiej się w nich żyje. Jednym z czynników tych lokalnych osiągnięć jest oczywiście pomoc Unii Europejskiej oraz aktywność obywateli. Ta zaś jest wyraźnie wyższa na poziomie lokalnym niż w sprawach ogólnokrajowych.

Czy bardzo różnimy się w tej kwestii od pozostałych Europejczyków?

Mieszkańcy krajów Unii coraz częściej identyfikują się z własnym krajem. Badania z serii European Values Study (projekt badawczy analizujący postawy Europejczyków – przyp. red.) pokazały, że Europejczycy utożsamiają się przede wszystkim z obszarem geograficznym czy miejscowością, w której aktualnie mieszkają. Identyfikacja ogólnoeuropejska jest wybierana tylko przez 14 procent Europejczyków. Z biegiem czasu jednak częstsze migracje, wielokulturowość czy możliwość nawiązania relacji przyjacielskich i bizne-

sowych w świecie internetu będą coraz bardziej oddzielać nas od tradycyjnych narodowych tożsamości. Podobną rolę będzie pełniła świadoma polityka rządów, informująca o globalnych procesach w ekonomii czy polityce.

Czy powinniśmy jeszcze więcej mówić o Unii? Mam wrażenie, że media są przesiąknięte tym tematem.

Dziś stanowczo zbyt mało miejsca w publicznym dyskursie poświęca się symbolicznemu, kulturowemu czy emocjonalnemu znaczeniu Unii Europejskiej. Polacy widzą raczej interes w unijnym członkostwie niż czują bliskie więzi z innymi Europejczykami. Ten deficyt pozytywnych emocji związanych z europejską wspólnotą jest obserwowany nie tylko u nas, ale i w innych krajach Europy. Niestety, osłabia to poczucie europejskiej tożsamości. Zapominamy, że Unia Europejska to **My** – a nie jacyś **Oni**, których należy wykorzystać, kiedy tylko się da. Stosunkowo wysoka jakość naszego życia to przecież nie tylko dobrobyt materialny.

Powoli będziemy się jednak stawali obywatelami Europy, świata jako całości – a nie tylko określonego państwa. Im więcej Polaków będzie się identyfikowało z polskością z oczami szeroko otwartymi na Europę i świat, tym większa szansa na zbudowanie dobrego państwa. Takiego, do którego będziemy chcieli wracać dlatego, że dobrze się tu żyje.

*Dane pochodzą z badań EVS oraz World Values Survey, prowadzonych na ogólnopolskich próbach reprezentatywnych.

Tekst ukazał się na stronie 08 listopada 2012 r.
<http://www.institutobywatelski.pl/11236/lupa-institutu/gorace-emocje-i-chlodne-interesy>

prof. KRYSZYNA SKARŻYŃSKA – psycholog, kierownik Katedry Psychologii Społecznej w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej i w Pracowni Psychologii Politycznej w Instytucie Psychologii Państwowej Akademii Nauk.

Krzysztof Michalski

Emocje i obowiązki

Patriotyzm powinien być widziany z perspektywy wartości uniwersalnych. W naszym rozumieniu siebie – jako społeczeństwa, narodu – musi zawierać się również odniesienie do innych ludzi, do człowieka jako takiego, a nie tylko do wartości lokalnych.

1.

Czym jest patriotyzm dla Polaka, który mieszka w innym kraju, który ma dwa obywatelstwa – zarówno polski, jak i austriacki paszport?

Patriotyzm można zdefiniować, jak sądzę, przez kryjące się w nim napięcie. Z jednej strony patriotyzm to więź emocjonalna, to przywiązanie do pewnych wartości, do instytucji i do historii, z których biorą się te wartości i instytucje. Nie są to naturalnie wartości spójne bądź moralnie jednoznaczne; dobro miesza się w nich ze złem, duże z małym, jedno nie pasuje do drugiego, raz bierze górę to, raz tamto. Nie wyszliśmy (podobnie jak Niemcy czy Rosjanie) z mlekiem matki ani skłonności do zła, ani do dobra.

Historycznie narosłe postawy, normy, nawyki, instytucje społeczne, jakie składają się na znaczenie pojęcia „Polska” czy „Rosja”, nie dadzą się ułożyć w żaden system, ująć w żadną logikę. Stąd pojęcia te nigdy nie są precyzyjne, zawsze otwarte na zmiany, na korektury, mogą być ciągle definiowane na nowo.

A jednak wszystko to stanowi jakąś nie do końca zdefiniowaną, postrzępioną na skraju całość. Choć nie jestem, oczywiście, odpowiedzialny za to, co robił mój dziadek – to jednak był to mój dziadek, wstyd czy duma, gdy o nim myślę, nie są nieuzasadnione.

Być może dlatego – z powodu niespójności, braku logiki, historycznego charakteru tego tworu, który nazywam „Polską” (czy „Niemcami”) – patriotyzm przejawia się też zmysłowo: w zapachach, w obrazach, w widokach.

Z drugiej strony patriotyzm to zbiór obowiązków, zebranych, tak jak i odpowiadające im uprawnienia, w pojęciu „obywatel”. Uczucia, zmysły, obrazy nie mają w tym kontekście znaczenia. Ważne jest, co powinno się robić (jako obywatel RP czy USA) i do czego ma się prawo. Nie określają tego wierzby płaczące, pierogi, kościół Mariacki – tylko ustawy, prawa, konstytucje.

Z jednej strony patriotyzm to więź emocjonalna, to przywiązanie do pewnych wartości, do instytucji i do historii, z których biorą się te wartości i instytucje. Z drugiej strony patriotyzm to zbiór obowiązków, zebranych, tak jak i odpowiadające im uprawnienia, w pojęciu „obywatel”.

Obie strony patriotyzmu: akceptacja zbioru obowiązków i praw oraz zakorzenienie w historycznie powstałym zbiorze wartości, nie są od siebie niezależne – choć często są w konflikcie, nie mogą bez siebie istnieć. Prawo definiujące pojęcie „obywatel” daje stabilność i pewien koniecz-

ny stopień jednoznaczności więziom emocjonalnym – a wartości, instytucje, historie wypełniają to prawo treścią. Bez nich byłoby puste.

Nie ma też oczywiście powodu, by mówić o patriotyzmie, o czymś patriotyzmie, tylko w liczbie pojedynczej. Można mieć dwa patriotyzmy (dwie ojczyzny), a nawet więcej. Ja w każdym razie czuję się w takiej sytuacji całkiem dobrze. Przyznaję, Polakiem bardzo lubię być, a o Austrii myślę raczej jako obywatel. Metaforyka odwołująca się do biologicznych związków rodzinnych jest tu trochę myląca.

Bardziej odpowiednie byłoby odwołanie medyczne: choć nie można mieć dwóch biologicznych matek, można mieć jednocześnie grypę i wrzód żołądka (tak jak można być zarazem Polakiem i Austriakiem).

Czy można kwestionować patriotyzm? Co to znaczy?

2.

Oczywiście, można, ba, nawet trzeba. „Polska jest najważniejsza” to wyjątkowo idiotyczne hasło, niemożliwe do zaakceptowania dla nikogo, kto potrafi odróżnić dobro od zła – a już zupełnie nie dla kogoś, kto uważa się za chrześcijanina. Jeśli w interesie „Polski” – to czy można zrobić wszystko? Ukraść? Oszukać? Zabić dziecko? I jak wyjaśnić fakt, że w opowieściach Mateusza, Marka, Łukasza i Jana, które od prawie dwóch tysięcy lat organizują nasze dyskusje o tym, co najważniejsze, nie ma mowy o „Polsce”? Zapomnieli wspomnieć?

Związek z jakąś lokalną, partykularną wspólnotą – patriotyzm – powinien być widziany, co wydaje się oczywiste, z perspektywy wartości uniwersalnych. W naszym rozumieniu samych siebie jako społeczeństwa, narodu, musi zawierać się również wymiar uniwersalny, odniesienie do innych ludzi, do człowieka jako takiego, a nie tylko do wartości lokalnych. Nie tylko do członków tej samej wspólnoty. Inaczej nie będziemy narodem, a bandą, gangiem, szczepem.

Nosicielami tego uniwersalnego elementu są zwykle jakieś instytucje czy grupy społeczne. To

one otwierają wspólnotę na to, co inne, i przez to „podnoszą ją do ludzkości”. W Polsce taką grupą był na przykład pewien rodzaj szlachty. Wystarczy zajrzeć do wspomnień i dzienników Zygmunta Mycielskiego, Jacka Woźniakowskiego, Krzysztofa Kozłowskiego czy Kazimierza Iłkowskiego, żeby zobaczyć, co mam na myśli. Inną grupą tego rodzaju (nosiciele uniwersalizmu w polskości) byli niektórzy polscy Żydzi czy żydowscy Polacy – tacy choćby jak Antoni Słonimski czy Paweł Hertz. W obu przypadkach wychodzące poza etniczną, geograficzną, lokalną polskość tradycje pozwalały – pośrednio też innym Polakom – zdefiniować „Polskę” w kategoriach uniwersalnych, nieplemiennych.

Instytucją pełniącą podobną funkcję był też w Polsce niewątpliwie Kościół rzymskokatolicki: Kościół Sapiehy, Wojtyły czy Tischnera. Wreszcie uniwersytety, gdzie, przynajmniej w założeniu, młodzi Polacy powinni się uczyć trudnej umiejętności przyswojenia tradycji innych, rozumienia Dantego, Heideggera czy Konfucjusza. Umiejętności, bez której sens własnej tradycji staje się niedostępny.

Wszystkie te grupy i instytucje straciły bądź tracą dziś swoje pierwotne znaczenie. Następców Mycielskiego czy Hertza nie widać, w kościołach polskie flagi zasłaniają tabernakulum, uniwersytety zamieniają się w szkoły zawodowe, gdzie trenuje się umiejętności (rzekomo) przydatne na rynku. Być może – kto wie? – inne grupy i instytucje zajmą ich miejsce.

Być może będą to instytucje europejskie.

Czy istnieje patriotyzm europejski?

3.

Narodu europejskiego – jeszcze (?) – nie ma. Emocjonalna więź z własnym krajem i jego tradycją rzadko wychodzi poza jego granice.

A jednak czasem się to zdarza.

Na przykład tym uprzywilejowanym, którzy bywają gdzieś indziej. Czuję to bardzo mocno w USA, gdzie spędzam parę miesięcy w roku. Jestem tam przede wszystkim Europejczykiem, tak jak w Wiedniu jestem przede wszystkim Polakiem.

Czasem patriotyzm europejski jest częścią składową, elementem patriotyzmu lokalnego, narodowego. Emocjonalny związek z własnym krajem zakłada również związek emocjonalny z Europą. Coś takiego często ma miejsce w Niemczech; dla wielu Niemców – po doświadczeniach wojny i nazizmu – akceptacja niemieckości jest zarazem akceptacją Europy. Nie przypadkiem Niemcy były od początku motorem zjednoczenia Europy.

Więź emocjonalna z Europą bywa też rezultatem strachu. Pojawia się niekiedy w obliczu niebezpieczeństwa. W obawie przed nową wojną zagrożeni wzrastającym w siłę na wschodzie komunizmem Niemcy, Francuzi, Włosi poczuli się

Europejczykami. Była to niewątpliwie jedna z „sił dośrodkowych” powstającej Unii Europejskiej.

Instytucji „obywatelstwa europejskiego”, tej drugiej strony patriotyzmu, (jeszcze?) nie ma. Czy powstanie? Zależy to także, może nawet przede wszystkim od tego, czy odczuwana już czasem i na różne sposoby ponadnarodowa, europejska wspólnota wartości, instytucji i historii okaże się wystarczającą podstawą jakiegoś europejskiego porządku politycznego.

Tekst ukazał się na stronie 13 listopada 2011 r.

<http://www.instytutobywatelski.pl/3458/lupa-instytutu/emocje-i-obowiazki>

KRZYSZTOF MICHALSKI – wykłada filozofię na Boston University i Uniwersytecie Warszawskim oraz kieruje Instytutem Nauk o Człowieku w Wiedniu. Ostatnio ukazały się jego książki *Zrozumieć przemijanie* i *Płomień wieczności*.

Andrzej K. Koźmiński

Między ekonomią a patriotyzmem

Jedną z powinności obywatela jest płacenie podatków i podporządkowanie się regułom, które obowiązują w danym kraju – mówi prof. ANDRZEJ K. KOŹMIŃSKI w rozmowie z JANEM GMURCZYKIEM

Jan Gmurczyk: O patriotyzmie ekonomicznym rzadko się słyszy. Czym on jest?

Prof. Andrzej K. Koźmiński: Patriotyzm ekonomiczny to dążenie do tego, by dane społeczeństwo się bogaciło. Oto najprostsza definicja. Przypomina mi się od razu towarzyszący Gierkowi i powiedzenie: „Aby Polska rosła w siłę, a ludzie żyli dostatniej”. Wbrew pozorom to nie jest wcale takie głupie ujęcie patriotyzmu ekonomicznego, ponieważ o to właśnie chodzi. Przy czym to wszystko musi się dokonywać w warunkach pewnej równowagi, czyli akceptowanych form społecznych i politycznych.

Co to oznacza?

Trzeba brać pod uwagę szersze wskaźniki aniżeli tylko wartość dochodu narodowego i jego dynamikę. Patriotyzm ekonomiczny powinien zakładać, że wszystkie grupy społeczne mniej więcej uczestniczą w bogaceniu się i że nie tworzą się nadmierne różnice dochodowe. Oczywiście takie różnice są niezbędne i normalne, ale sytuacje skrajne lub zbliżające się do skrajnych są niewskazane.

Podobnie rzecz ma się z życiem intelektualnym, które musi być odpowiednio wspomagane przez potencjał ekonomiczny. Innymi słowy, chodzi o zamożne i szczęśliwe życie.

Czy moglibyśmy wymienić jakieś przykłady patriotyzmu ekonomicznego?

Są to głównie kraje skandynawskie, na przykład Finlandia, która według mnie jest bardzo prześlągnięta patriotyzmem ekonomicznym. Można także poszukać przykładów wśród innych państw, którym udało się zbudować bardzo wysoki poziom dobrostanu. Takim krajem jest na przykład Singapur.

A jak sprawa wygląda w Polsce?

Pod tym względem ostatnie dwie dekady wcale nie wyglądają źle. Na pewno zrobiliśmy duży postęp. Chyba nigdy w historii nie mieliśmy tak dobrych dwudziestu lat. Oczywiście można się zastanowić nad tym, czy jest to wynik świadomego patriotyzmu ekonomicznego, czyli z jednej strony patriotyzmu władz, a z drugiej patriotyzmu obywateli, którzy mają na uwadze coś więcej niż tylko swój interes osobisty, krótkoterminowy. Trudno mi odpowiedzieć na to pytanie, ale w każdym razie efekty wyglądają nieźle.

Czy możemy nazwać patriotą kogoś, kto deklaruje, że kocha swoją ojczyznę, ale woli płacić podatki za granicą, na przykład w rajach podatkowych?

Nie. Uważam, że zachowanie, które ostatnio obserwujemy we Francji, jest przejawem braku patriotyzmu ekonomicznego. Oczywiście jeżeli poziom opodatkowania zbliża się do granic konfiskaty, wtedy można się zastanowić, czy jest to

jakiś obronny argument. Moim zdaniem nie, bo jedną z powinności obywatela jest płacenie podatków i podporządkowanie się regułom, które obowiązują w danym kraju.

Ale mówi się przecież, że „pieniądz nie zna ojczyzny”. Czy istnieje w ogóle miejsce na patriotyzm w czasach globalizacji i liberalizacji?

Powierzchniowa odpowiedź mogłaby być taka, że nie, bo te czasy już minęły. Przede wszystkim jednak twierdzenie, że kapitał nie ma narodowości, jest mocno przesadzone. Prawdę powiedziawszy, każda firma ma w genach swoje cechy narodowe. Co więcej, kraj pochodzenia jest uprzywilejowanym beneficjentem działania firm globalnych i to też wydaje się dosyć normalne. Zatem zarówno kulturowo, jak i ekonomicznie kapitał ma swoją narodowość. Ubolewam przy tym, że Polska właściwie nie dorobiła się do tej pory żadnej liczącej się firmy działającej w skali międzynarodowej.

W dobie globalizacji można i należy dbać o swoją „małą ojczyznę”. Myślę, że nawet w warunkach daleko posuniętej integracji europejskiej – a jestem zwolennikiem takiej integracji – dbałość o tę „małą ojczyznę” pozostanie istotna i nie da się tego zmienić. Państwo narodowe, w tradycyjnej, XIX-wiecznej formie, właściwie powoli odchodzi do lamusa, lecz świadomość społeczna, która wyraża się w pewnego rodzaju patriotycznych dążeniach, pozostaje.

Wyobraźmy sobie państwową fabrykę na skraju bankructwa. Aby uratować miejsca pracy, trzeba sprzedać firmę zagranicznemu inwestorowi. Pojawiają się jednak obawy przed kapitałem zagranicznym. Jak wyjaśnić społeczeństwu takie dylematy?

W obiegu społecznym mamy dużą liczbę mitów różnego rodzaju. Akurat niedawno prowadziłem badania na temat opinii ludzi o kapitale zagranicznym i one wcale nie są takie negatywne. Pewne grupy polityczne próbują budować swoją pozycję na strachu przed kapitałem zagranicznym, ale obywatele uważają, że jeśli zagraniczny inwestor jest poważny, daje gwarancję rozwoju firmy i wykazuje skłonność, by podporządkować się naszym regułom gry, to nie ma żadnego problemu.

Trzeba umieć przeciwstawić się krzykliwej, populistycznej propagandzie, która często towarzyszy podobnym przypadkom. Należy przy tym zwracać uwagę na to, że Polska jest, niestety, krajem ubogim w kapitał. Gdybyśmy mieli rozwijać się w oparciu o kapitał rodzimy, to byśmy się w ogóle nie rozwijali. Dość spojrzeć na poziom oszczędności i kapitalizację firm czy banków. Okazuje się, że my po prostu nie mamy kapitału i musimy go importować.

A czy istnieje coś takiego jak „europejski patriotyzm ekonomiczny” albo „europejski interes gospodarczy”?

Obawiam się, że jeszcze nie. Mamy całą kolekcję patriotyzmów ekonomicznych, a nawet w niektórych przypadkach nacjonalizmów ekonomicznych. Trzeba odróżnić patriotyzm od nacjonalizmu. Nacjonalizm jest zawsze „przeciwko”, a patriotyzm jest „za”. Kiedyś twórcy państwa włoskiego powiadali, że „mamy już Włochy, a nie mamy Włochów”. Podobnie można powiedzieć, że mamy już Europę, ale Europejczyków jeszcze bardzo niewiele.

Sądzę, że problem ten widać wyraźnie we wszelkiego rodzaju negocjacjach europejskich. Wszystkie kraje starają się dążyć do realizacji swoich interesów. Interes wspólny dostrzegają dopiero wtedy, gdy sprzyja on realizacji interesów narodowych.

Odpowiedzią jest głębsza integracja.

Stany Zjednoczone Europy, które dla mnie oświadczenie byłyby czymś pożądanym, to jeszcze dość odległa przyszłość – właśnie dlatego, że świadomość wspólnego interesu europejskiego jest jeszcze niewielka. Niemniej jednak przebija się. Najlepszy dowód na to jest taki, że Europa staje na głowie, żeby wyciągnąć jakoś Greków z przepaści. Dość silnie wspierane są też Włochy, Hiszpania i Portugalia. Innymi słowy, na poziomie elit istnieje świadomość, że korzyści, które wynikają ze wspólnoty europejskiej, są wyższe aniżeli koszty – nawet bardzo wysokie – ratowania maruderów.

Z drugiej jednak strony na poziomie szerokiej świadomości społecznej mamy jeszcze sporo do zrobienia. Niemcy, Finowie, Holendrzy i Brytyjczycy

cy bardzo narzekają, że muszą Greków i innych „ciągnąć za uszy”. Przy czym wydaje mi się, że wkrótce to się jednak zmieni. Nawet Niemcy zaczynają sobie zdawać sprawę, że są największymi beneficjentami zjednoczonej Europy. Gdyby przypadkiem pewnego dnia obudzili się z przewartościowaną marką, to dopiero by zajęczeli.

Pracownicy i przedsiębiorcy w Europie wciąż czują się bardziej częścią rynku narodowego niż wspólnego rynku europejskiego?

Chyba tak, aczkolwiek i to się zmienia. Świadomość paneuropejska narasta i będzie narastała. Jestem pod tym względem optymistą.

A co z nacjonalizmem? Czy może zahamować proces pogłębiającej się integracji w Europie?

Nacjonalizm jest w ogóle rzeczą bardzo niebezpieczną i oczywiście może zahamować ten proces, zwłaszcza gdyby pojawiła się sytuacja kryzysowa, która poważnie zagroziłaby poziomowi

życia licznych grup społecznych. Wówczas mogą się pojawić elementy nacjonalizmu. Zwróćmy uwagę, że ten nacjonalizm pojawia się w Grecji, bardzo silny jest też na Węgrzech – słowem, w krajach ekonomicznie najsłabszych i najbardziej zagrożonych spadkiem poziomu życia.

Zwykle jest tak, że wybuchy negatywnych emocji pojawiają się wtedy, gdy po dłuższym okresie prosperity następuje załamanie koniunktury. To jest właśnie przykład Grecji. Na szczęście grecki nacjonalizm nie jest szczególnie groźny dla nikogo z wyjątkiem samych Greków. Natomiast gdyby tego rodzaju nastroje pojawiły się w większej grupie krajów, zwłaszcza dużych, wówczas mogą zaistnieć działania, które będą zmierzały do zahamowania procesów integracyjnych.

Tekst ukazał się na stronie 08 listopada 2012 r.

<http://www.instytutobywatelski.pl/11278/lupa-instytutu/miedzy-ekonomia-a-patriotyzmem>

Jarosław Makowski

Patriotyzm otwarty, patriotyzm zamknięty

1.

Mamy dziś w Polsce dwa sposoby przeżywania patriotyzmu. Patriotyzm zamknięty i patriotyzm otwarty.

Pierwszy ma zabarwienie prawicowe. Definiuje się przede wszystkim przez pryzmat etniczno-narodowy.

Dlatego ten typ patriotyzmu jest zasadniczo zaburczony, wykluczający, mający ograniczoną tolerancję do wszystkiego, co inne, obce, nie-polskie. Nie dziwi, że polskość jest tu rozumiana ciasno, skupiona na selektywnie prezentowanej tradycji, impregnowana na samokrytykę.

Ten typ patriotyzmu najlepiej oddaje hasło: „Kto nie kocha swojego kraju tak jak my, »prawdziwi Polacy«, ten nie jest Polakiem”.

2.

Drugi ma zabarwienie liberalne. Definiuje się przede wszystkim przez pryzmat obywatelskiego zaangażowania, szacunku wobec demokratycznych norm, troski o państwo jako owoc wysiłku każdego obywatela.

Ten typ patriotyzmu jest otwarty. W inności, wielości tradycji składających się na nasze dziedzictwo widzi nie tyle zagrożenie, co bogactwo. I szansę!

Dlatego polskość jest tu rozumiana szeroko, gdyż przejawia się nie tylko w miłości do swojej ojczyzny, ale też charakteryzuje ją krytyczna lojalność.

Ten typ patriotyzmu najlepiej oddaje hasło: „Każdy, kto szanuje Polskę i wiąże z nią swoją przyszłość, ma do niej prawo tak jak my”.

3.

Liberalni patrioci muszą dziś głośno powiedzieć, że Polki i Polacy mają prawo do przeżywania swojego patriotyzmu w sposób otwarty, a nie tylko zamknięty.

„Godne milczenie”, które tak często charakteryzuje liberałów w kwestiach narodowych, sprawia, że prawica monopolizuje patriotyzm, pokazując go w krzywym zwierciadle, gdyż jest to dla niej politycznie wygodne i opłacalne.

Tymczasem, co winni sobie wziąć do serca liberałowie, „duma narodowa jest dla państwa tym – pisał amerykański liberał Richard Rorty – czym dla jednostki jest poczucie własnej wartości: niezbędnym warunkiem samodoskonalenia”.

4.

Ale jak w praktyce prezentuje się narracja „patriotyzmu zamkniętego”?

Jarosław Kaczyński, który jest symbolem tego sposobu myślenia, nie waha się mówić do każdego z nas: „Jeśli chcesz być patriotą, musisz mnie naśladować. Jeśli chcesz służyć z całych sił ojczyźnie, musisz stanąć obok mnie – ramię w ramię”.

Kto tego nie rozumie, ba, kto nie jest w stanie przyjąć tych słów i wskazań prezesa PiS za dobrą monetę, sam stawia się poza narodową wspólnotą. Jest po prostu zdrajcą!

A jak przedstawia się narracja „patriotyzmu otwartego”?

Otóż ja nie powiem, że Jarosław Kaczyński i jego zwolennicy są złymi patriotami. Nie powiem, że nie kochają swojego kraju, że nie są z niego dum-

ni lub że cynicznie i programowo działają na jego szkodę. Nie powiem, nawet gdyby dziś Kaczyński był premierem, że jego rząd nie jest moim rządem, choć pewnie byłbym wobec niego bardzo krytyczny.

Powiem natomiast, że – choć wiele nas dzieli, poczynając od rozumienia narodowej wspólnoty – przedstawiciele patriotyzmu zamkniętego chcą służyć ojczyźnie, działać na rzecz jej pomyślności. Czy kiedykolwiek usłyszę od kogoś z prawej strony, że mimo bycia liberałem jestem również dobrym polskim patriotą?

5.

I na koniec trzy słowa, dlaczego jestem dumny z mojego kraju.

Jestem dumny z tego, co każdy z osobna i wszyscy razem osiągamy własnymi siłami, odwagą i wiarą, a nie poprzez bycie posłusznym takim czy innym wodzom.

Jestem dumny z Polek i Polaków, moich współobywateli, gdyż – na szczęście – wciąż jesteśmy gotowi uważać, że dobre społeczeństwo to takie, które myśli o sobie, że nie jest dość dobre.

I być może w tym tkwi źródło tego, że chcemy być lepszym społeczeństwem, co znaczy, że chcemy budować instytucje, które nie upokarzają ludzi. Że chcemy budować państwo, które jest narzędziem tworzenia najlepszych możliwych warunków dla naszego rozwoju i samorealizacji.

A jeśli tak, to może nie jest z nami tak źle, jak niektórzy próbują nam wmówić.

Tekst ukazał się na stronie 01 maja 2012 r.

<http://www.institutobywatelski.pl/6552/komentarze/patriotyzm-otwarty-patriotyzm-zamkniety>

JAROSŁAW MAKOWSKI – publicysta, filozof, szef Instytutu Obywatelskiego.

Wally Olins

Teraz jest czas

na Polskę!

Branding narodowy to połączenie XIX-wiecznego nacjonalizmu z marketingiem XXI wieku. Ale wizerunku nie zmienia się w jedną noc. Na to potrzeba dziesięciu lub więcej lat.

Aleksandra Kaniewska: Powtarza Pan wielokrotnie, że Polska nie powinna czuć się drugoligowym krajem, że przebyliśmy długą, efektywną drogę modernizacyjną itp. Jak w takim razie wytłumaczy Pan to, że wciąż słabo wypadamy w globalnych rankingach popularności i rozpoznawalności? Nie lubią nas?

Wally Olins: Wcale nie jest tak, że inne nacje was nie lubią. Po prostu mają obraz Polski, który jest całkowicie oderwany od rzeczywistości. Wizerunek waszego kraju, jak pewnie Pani wie, wiąże się z przymiotnikami: postkomunistyczny, zimny, szary, nieprzyjazny, biedny, wiejski.

Ale Polska się zmienia i wciąż będzie się zmieniać. Dopóki jednak nie przyjmiecie proaktywnej roli w promowaniu tych zmian i siły waszego kraju, negatywne skojarzenia będą trwać. To się samo nie robi.

Polska ma duży potencjał – komercyjny, kulturalny, sportowy, artystyczny czy naukowy. Jeśli spojrzeć na kraje, które od lat mają świetną rozpoznawalność i cieszą się szacunkiem, to najczęściej od lat mocno inwestują one w promocję swoich osiągnięć. Polska tego nie robi. Macie więc dobrą opinię i zupełnie nijaki wizerunek.

Są ewidentnie rzeczy, na które nie mamy wpływu, a które mogą działać na naszą niekorzyść: pogoda, tragiczna historia, tendencje martyrologiczne. Jak z takim bagażem przekonywać świat, że jesteście super?

Przede wszystkim są kraje z dużo gorszym klimatem, a wciąż mają świetny dorobek wizerunkowy. Na przykład Szwecja. Albo Kanada.

Ale o Kanadyjczykach mówi się, że są nudni...

To duża przesada! Jasne, że wszyscy kochamy uogólnienia, ale ludzie są różni. Wracając do kwestii niezbyt korzystnego punktu startowego, chciałbym opowiedzieć historię pewnego kraju. W XVI wieku był imperium, ale stopniowo tracił na znaczeniu i sile. Doszło do tego, że jego wpływy w Europie były prawie zerowe, różne kraje robiły zakusy na jego ziemię i tron. Po latach militarnej dyktatury i wyniszczającej wojny domowej był biedny i odległy od reszty. Do tego pozostawał pod ogromnym, hamującym wpływem Kościoła katolickiego i skrajnej prawicy. A teraz zagadka: jaki to kraj?

Brzmi znajomo...

To Hiszpania z lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku, zanim zaczął się tam jakikolwiek proces rebrandingu, czyli świadomej pracy nad zmianą wizerunku. Widzi Pani, jak wiele z tych elementów przypomina Polskę? Nawet naturalna zaleta Hiszpanii, czyli słoneczna pogoda, była kiedyś jej wadą. Wielu turystom wakacje na hiszpańskich plażach kojarzyły się bowiem z tanim alkoholem i balangami. Ale w latach osiemdziesiątych Hiszpanie podjęli odważną decyzję, żeby zwrócić uwagę świata na hiszpańską kulturę – promując między innymi jedno z najważniejszych muze-

ów świata, Prado w Madrycie, czy różnorodność miast: Barcelony, Sewilli i Santiago de Compostela. Teraz Hiszpania może poszczycić się znanymi na świecie markami, jak Zara, Repsol, Telefonica, ma rozpoznawalnych polityków: José Marię Aznara czy Javierę Solanę, a także ludzi kultury: Pedro Almodóvara czy Santiago Calatravę. Zdiagnozowano najlepsze strony Hiszpanii i wzięto byka za rogi. To samo musi zrobić Polska.

Żeby to zrobić, najpierw sami musimy uwierzyć, że mamy mocne strony, w które warto inwestować. Może przydałaby nam się taka zbiorowa, narodowa psychoterapia, żebyśmy uwierzyli, jak duży mamy potencjał?

Absolutnie! Bo tak naprawdę Polakom brakuje wiary nie w samych siebie, ale we własny kraj.

Czy to dlatego reszta świata postrzega nas jako smutasów?

Jeśliby założyć, że Polska to kraj smutnych ludzi, warto zapytać, dlaczego tak jest. Myślę, że bardziej właściwie byłoby powiedzieć, że brakuje wam pewności siebie. Dlatego możecie wydać się smutni.

Z drugiej strony tak naprawdę do niedawna Polacy nie mieli z czego być dumni. Ale teraz to się zmieniło – macie jedną z lepiej funkcjonujących gospodarek w Europie, stabilny i przyjazny reformom rząd. To świetny początek. Pamiętajmy jednak, że takie zmiany wymagają czasu.

Czyli?

Wizerunku nie zmienia się w jedną noc. Na to potrzeba dziesięciu lub więcej lat. Ale żeby program zmian nie był tylko strzelaniem w próżnię, potrzebne jest zogniskowanie działań. Ustalenie nadrzędnego celu. A tego w Polsce brakuje. Są oczywiście inicjatywy i strategie stosowane przez oddzielne podmioty: Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Izby Turystyki, Ministerstwo Kultury itp. Problem w tym, że każda jest inna, nie mają wspólnej, nadrzędnej myśli przewodniej. Dlatego nie prowadzą do niczego konkretnego.

Mówi się, że najlepszymi ambasadorami każdego kraju są jego mieszkańcy. Jamie Stokes, Brytyjczyk mieszkający w Polsce, pisze w ko-

mentarzu dla Instytutu Obywatelskiego, że Polacy uwielbiają narzekać na Polskę, ale oburzają się, kiedy robią to obcokrajowcy. Brytyjczycy chyba nie są tak krytyczni. Może to jakaś dżentelmeńska umowa?

Szczerze mówiąc, nie sędzę. Znam wielu Brytyjczyków, którzy otwarcie krytykują swoją ojczyznę. Dzieje się tak również w Danii, przez wielu uważanej za miejsce prawie idealne – z jej pięknymi domkami i sympatycznymi ludźmi. Ale Duńczycy są bardzo krytyczni – i wobec swojego kraju, i wobec siebie. Mówią o sobie, że są zafanymi hipokrytami, niby otwartymi na świat, a tak naprawdę mocno zamkniętymi na inność.

Skąd wziął się pomysł, żeby kraje traktować jak produkty, które można promować?

W największym skrócie, branding narodowy to połączenie XIX-wiecznego nacjonalizmu z marketingiem XXI wieku. Wystarczy spojrzeć, jak rozwijała się historia. Idea nowoczesnych państw-narodów zaczęła się kształtować pod koniec XVIII wieku razem z wydarzeniami rewolucyjnej Francji i republikańskiej Ameryki. Później nastął wiek XIX, podczas którego zjednoczyły się Niemcy i Włochy. Na tych zjednoczonych ziemiach zaczęła się tworzyć odrębna tożsamość narodu, duma ze wspólnej historii i kultury. Z kolei po I wojnie światowej, kiedy upadły imperia osmańskie, habsburskie i rosyjskie, na gruzach starych państw w ogromnym tempie powstawały nowe formacje. Mniej więcej w 1919 roku na świecie było około 80 państw, dziś ta liczba dobiega do 200.

Czyli mnogość państw to jak podaż produktów na rynku? Trzeba się wyróżnić, żeby odnieść sukces nad konkurencją?

Mniej więcej tak. Do elementu narodowego doszedł czynnik komercyjny. Dzięki globalizacji każdy może pojechać dziś wszędzie, kupić wszystko, biznes może działać z każdego miejsca na świecie. To sprawiło, że państwa konkurują ze sobą, na przykład o wpływy z turystyki czy atencję inwestorów.

Brand to rozpoznawalność, ale też szacunek. Na przykład Słowacja produkuje najwięcej na świecie samochodów w przeliczeniu na pojedynczego mieszkańca. Ale na żadnym z tych aut nie po-

jawia się napis: „Made in Slovakia”. Dlaczego? Bo to nie podwyższyłoby ceny takiego samochodu, ale obniżyłoby ją. Co innego, kiedy pojawia się „Made in Germany” czy „Made in Japan”. Marka danego samochodu jest wzbogacana o skojarzenia związane z tymi krajami (Japonia: nowoczesne technologie, design, bezpieczeństwo; Niemcy: inżynieria, niezawodność, dobra jakość).

Na takiej samej zasadzie kochamy francuskie perfumy czy włoską modę. A świetna polska firma kosmetyczna Irena Eris skarży się, że kobiety z zagranicy nie kupują jej produktów. Bo Polska, niestety, jeszcze nie kojarzy się z luksusem czy dobrą jakością. Nie jesteście jedynym krajem, który ma ten problem. O produktach z Chin

Siłą napędową Polski są przeciwności – jest częścią Zachodu, ale i Wschodu, który doskonale rozumie.

można powiedzieć wszystko, tylko nie „wysokogatunkowe”.

Zajmował się Pan między innymi rebrandingiem Niemiec. Jak więc wytłumaczy Pan taki paradoks: niemiecka ekonomia świetnie prosperuje, niemieckie produkty kojarzą się z jakością, ale same Niemcy raczej nie są uznawane za miejsce cool?

Ale czy Niemcy muszą być cool? Bo jeśli nie są, nie powinny udawać. Najważniejsza w brandinggu jest bowiem szczerłość. Być może więc niemiecki projektant mody niekoniecznie powinien opierać swoją markę na narodowych skojarzeniach, tak jak zrobiłby to Francuz, Włoch czy Japończyk, bo te kraje kojarzą się z modą. Może odwołać się do innych asocjacji. Nie chodzi przecież o to, żeby udawać kogoś innego, ale promować to, o czym reszta może nie wiedzieć.

A z czym kojarzy się Panu hasło „Made in Poland”?

WALLY OLINS – światowej sławy brytyjski specjalista od brandinggu, właściciel agencji reklamowej Saffron Brand Consultants i autor wielu książek, między innymi *O marce*, *Podręcznik brandinggu*. Doradzał światowym organizacjom i krajom w zakresie ich tożsamości, marek i komunikacji. Zajmował się między innymi promocją Hiszpanii, Portugalii i Nowego Jorku, a także rebrandingiem Niemiec i Wielkiej Brytanii. Wykłada gościnnie w Said Business School na Oxford University, na Lancaster University i w Copenhagen Business School.

Polska ma ogromny, wciąż niewykorzystany potencjał – piękne miasta, jak Wrocław i Kraków, turystyczne skarby na Mazurach, świetną ofertę teatralną, filmową i muzyczną. Jeśli dodać do tego prawie 40 milionów mieszkańców, można zbudować świetną, rezonującą kampanię. Tworząc podstawy strategii promocyjnej dla Polski, doszliśmy kilka lat temu do idei *creative tension* (pl. „twórcze napięcie”).

Nad tym projektem pracuje Pan od ośmiu lat, czyli od momentu, kiedy rozpoczął Pan współpracę z Krajową Izbą Gospodarczą i Instytutem Marki Polskiej. Na czym polega polskie „twórcze napięcie” według Wally’ego Olinsa?

To nie hasło reklamowe, ale myśl przewodnia. Siłą napędową Polski są przeciwności – jest częścią Zachodu, ale i Wschodu, który doskonale rozumie. Polacy są więc uczuciowymi idealistami, ale – jak pokazuje przykład polskich emigrantów – potrafią być pragmatyczni i zaradni, urodzeni przedsiębiorcy. Często potrafiacie osiągać rzeczy niemożliwe.

Dzisiejsza Polska bardzo szybko się zmienia, a to rodzi pewne napięcie. Na tej właśnie kreatywnej sile warto oprzeć spójne działania wizerunkowe, także z zakresu polityki, gospodarki, kultury czy stosunków społecznych. Na szczęście klimat polityczny tym razem nam sprzyja.

Jeśli na zmianę wizerunku pracuje się około dziesięciu lat, powinniśmy się chyba spieszyć?

Zdecydowanie tak! Teraz jest czas na Polskę.

Rozmowa ukazała się na stronie 12 listopada 2011 r. <http://www.instytutobywatelski.pl/3448/komentarze/teraz-jest-czas-na-polske>

José Filipe Torres

Polska Power!

W każdym kraju drzemie jakiś potencjał. W promocji zarówno tych bogatych, jak i biednych, można natrafić na podobne problemy.

Weronika Przecherska: Jakie ma Pan skojarzenia z Polską?

José Filipe Torres: Teraz jestem stronnicy. Lepiej zapytać o moje skojarzenia z Polską przed i po researchu, jaki przeprowadziłem. Wcześniej Polska kojarzyła mi się z przemysłem. Teraz najważniejsze skojarzenie to potencjał oraz talent Polaków. Stąd strategia „Polska Power!”.

Trzeba jednak pamiętać, że branding państwa to nie jest pomysł na cały kraj. Taka strategia nie może służyć zbyt wielu celom. Trzeba ją tworzyć w trzech obszarach: talent, eksport i turystyka. Jeśli zapytasz mnie, z czym kojarzy mi się Polska, odpowiem w tych trzech kategoriach. Turystyka – to natura, lasy, czystość. Zagraniczne inwestycje, handel, eksport – tu skojarzenie z przemysłem. Talent – dobrze przygotowani i ciężko pracujący Polacy.

Tworzy się trzy różne marki?

Tak. Tworzymy trzy różne komunikaty kierowane do trzech różnych grup. Turystów nie zwabi pracowitość Polaków. Ciężka praca to ostatnia rzecz, o jakiej chcą słyszeć na urlopie. Kusząca może się natomiast okazać perspektywa relaksu na łonie polskiej natury. Ważne jest też stworzenie pewnej architektury strategii, wzięcie odpowiedzialności przez konkretne osoby. Za interesowane instytucje muszą mówić jednym głosem. Tworząc koncepcję, trzeba opowiadać

o osiągnięciach, przytaczać konkretne historie czy przykłady. Dobry pomysł w połączeniu z talentem to prosta droga do sukcesu.

Co chciałby Pan, by myślano o Polsce po wprowadzeniu strategii „Polska Power!”?

Buduję strategię marki w obszarze gospodarki. W tym przypadku grupą docelową są zagraniczni inwestorzy, przedsiębiorcy oraz ludzie biznesu. Chciałbym, by kojarzono nasz kraj z talentem czy potencjałem. By przedsiębiorcy, decydując się na inwestowanie w polskie firmy, mieli pewność, że znajdą tu ciężko pracujących, oddanych swojej firmie pracowników. I że inwestycje zakończą się sukcesem.

Moim celem jest zbudowanie takiej świadomości wśród tych, którzy jeszcze Polski nie znają. To właśnie dla nich tworzy się strategię. Oczywiście znaczną rolę odegrają nowe media, marketing szeptany czy informacje, które pojawiają się na łamach prasy. Resztę zrobią ludzie.

Jakie mogą być przeszkody w tym kreowaniu wizerunku Polski?

Paradoksalnie największym wyzwaniem dla brandingu państw nie są przeszkody zewnętrzne, lecz kraj sam w sobie. Dlaczego? Różnorodność opinii, instytucji, interesów. Gdy zbyt wiele grup chce pracować nad budową marki, obraz może stać się niewyraźny. To duże zagrożenie. Trzeba uważać, by tak się nie stało.

Jak dziś efektywnie promować kraj?

Wizerunek kraju równie łatwo jest zburzyć, jak go zbudować. Problem polega na tym, że to sztuka, której kraje dopiero się uczą. Powoli rodzi się świadomość, że spoty i duże publikacje reklamowe nie zmieniają reputacji kraju i nie zwrócą się w inwestycjach. Kluczem do promo-

wania krajów są dziś nowe media, prasa czy telewizja. Liczy się jednak *content* (pl. „zawartość”), a nie reklama.

Czy i jak można ocenić wartość reputacji państwa?

Jeśli mówimy o biznesie, to oczywiście takim wyznacznikiem są pieniądze. Wyniki gospodarcze, produkt krajowy brutto są kryterium sukcesu. PKB ma jednak pewne tendencje. Prognozuje się, na jakim poziomie się utrzyma. Można więc stwierdzić, jaki wpływ będzie miała dana strategia na wyniki gospodarcze.

Wizerunek państwa jest wyrazisty, jeśli jego gospodarka jest obecna za granicą. Jakie kraje łatwiej jest promować? Te bogatsze czy mniejsze, biedniejsze?

Oczywiście łatwiej jest promować kraje bogatsze. Wyobraźmy sobie, że jestem inwestorem. Muszę zdecydować, gdzie ulokować pieniądze – do wyboru mam Stany Zjednoczone i Madagaskar. Teoretycznie odpowiedź jest prosta. Wybieram Stany Zjednoczone. Jednak to Madagaskar jest jednym z najszybciej rozwijających się krajów na świecie. Krajem, którym interesuje się coraz więcej inwestorów. A na dodatek jest położony blisko Afryki – kontynentu bogatego w surowce, których nie znajdzie się gdzie indziej. Wszystko zależy więc od tego, jak zostanie przedstawione dane państwo. W każdym kraju drzemie jakiś potencjał. W promocji zarówno tych bogatych, jak i biednych można natrafić na podobne problemy.

Który kraj byłby dla Pana dużym wyzwaniem?

Oczywiście kraj, w którym nie panuje ustrój demokratyczny. W przypadku takich krajów najtrudniej jest wprowadzać strategię. Podobnie w krajach, w których naruszane są prawa człowieka czy istnieją duże różnice klasowe.

Często wspomina Pan o roli filmów w budowaniu marki danego kraju. „Władca Pierścieni” był wielką szansą dla Nowej Zelandii, „Borat” zaś zepsuł wizerunek Kazachstanu. Czy rola filmów jest aż tak duża?

Ujmę to w ten sposób. Gdybym był prezydentem, zainwestowałbym wszystkie możliwe środki w nakręcenie filmu o danym kraju. To idealny sposób na lokowanie produktu. Świetnym przykładem jest Nowy Jork. Dlaczego są nim zachwyceni nawet ci, którzy nigdy tam nie byli? Właśnie dzięki filmom. Rozrywka to świetny towar eksportowy Stanów Zjednoczonych. Niestety, nie widziałem żadnego filmu, który promowałby w ten sposób Polskę.

Ale to miecz obosieczny. Przy pomocy filmu można też zniszczyć wizerunek kraju, tak jak to było w przypadku filmu „Borat” i Kazachstanu. Po to są jednak specjaliści, by taki wizerunek naprawić. Z pewnością rozwiązaniem dla Kazachstanu jest w tym momencie skupienie się na sprawach gospodarczych, przeprowadzenie udanych inwestycji.

Rozmowa ukazała się na stronie 13 listopada 2011 r. <http://www.institutobywatelski.pl/3453/komentarze/polska-power>

JOSÉ FILIPE TORRES – ekspert ds. brandingu państw, prezes Bloom Consulting (jednej z firm odpowiedzialnych za tworzenie strategii brandingu państwa „Polska Power!” dla polskiego Ministerstwa Gospodarki).

Jiří Pehe

Patriotyzm Szwejka

Patriotyzmu nie da się tak po prostu nauczyć. Trzeba sprawić, by ludzie byli dumni z własnego kraju.

Patriotyzm to delikatna kwestia. W dzisiejszych czasach jest nie tylko obroną interesu własnego kraju, ale także myśleniem o roli państwa w globalnym kontekście, od którego przecież wszystkie nowoczesne kraje są zależne.

W przypadku Czechów jest to jeszcze bardziej skomplikowane. Z powodu zagmatwanej historii nasza tożsamość narodowa nie jest całkowicie zdefiniowana. Podobnie patriotyzm. Doskonale obrazuje to jeden przykład. Niedawno obchodziliśmy 93. rocznicę powstania Czechosłowacji.

Czesi są patriotami do pewnego stopnia. właściwie od XVII wieku nie musieli, tak jak Polacy, bronić swojego terytorium lub narodu.

Jak powiedział prezydent Václav Klaus, to nasze największe i najważniejsze święto. Jednak celebrowaliśmy rocznicę powstania państwa, które już nie istnieje. Czesi zbudowali przecież Czechosłowację wraz ze Słowakami. Po podziale mamy tylko Republikę Czeską. Nic dziwnego, że wywołuje to problemy z tożsamością.

Czesi są patriotami do pewnego stopnia. Właściwie od XVII wieku nie musieli, tak jak Polacy, bronić swojego terytorium lub narodu. Patriotyzm Czechów nie jest też tak bardzo określany przez religię, historię czy narodowe traumy. Niepewność narodowej tożsamości sprawia zaś, że ma

ona bardziej defensywny charakter. Czesi mają tendencję do nieufania temu, co obce i co pochodzi z zewnątrz. Sądzę, że polski patriotyzm jest bardziej otwarty. Nie obawia się tak bardzo Europy i sąsiadów.

Nie do końca zdefiniowany patriotyzm Czechów trudno jest wykorzystać do celów politycznych. W badaniach opinii publicznej wyraźnie widać, że żadna z partii nie podkreśla zbyt patriotycznego nastawienia. W czeskiej polityce epatowanie patriotyzmem przynosi efekt odwrotny od zamierzonego.

Oczywiście niektórzy politycy próbują wykorzystać patriotyzm lub nacjonalizm do celów politycznych. Prezydent Václav Klaus stara się budować świadomość kwestii patriotycznych oraz używa nacjonalistycznej retoryki przeciwko Unii Europejskiej. Nie odnosi jednak na tym polu wielkich sukcesów.

Próby zdefiniowania czeskiego patriotyzmu w bardziej pozytywny sposób pokazują, że niewiele jest takich kwestii, z którymi Czesi silnie się identyfikują – obszarów (które jak w przypadku Polski wyznacza Kościół rzymskokatolicki) mogących być podstawą patriotycznych uczuć.

Trudno stwierdzić, czy będąc członkiem zjednoczonej Europy, Czesi są bardziej europejscy, czy jednak skupieni na narodowym interesie. Odpowiedź leży gdzieś pośrodku. Widać tu pokoleniową przepaść. Młodzi Czesi są z pewnością nastawieni bardziej proeuropejsko niż starsze pokolenia. W większym stopniu identyfikują się z Europą. Korzystają z możliwości, jakie daje bycie członkiem wspólnoty: podróżowania, studiowania czy pracy.

Czesi jednak, w przeciwieństwie do Polaków, nie są idealistami. Są narodem bardziej pragmatycz-

nym i realistycznym. Nastawienie przeciętnego Czecha do Unii Europejskiej jest zależne od tego, jak w danym momencie Unia Europejska sobie radzi. Prezydent Klaus twierdzi, że nie powinniśmy tak bardzo polegać na Brukseli i Unii Europejskiej, ponieważ nie przynosi nam to korzyści. Taki pragmatyzm oczywiście ma wpływ na Czechów.

W dzisiejszych czasach pielęgnowanie patriotycznych uczuć jest trudne. Jeśli naprawdę chcemy być patriotami, musimy mieć pewność, że nasz kraj dobrze sobie radzi, jest konkurencyjny na arenie międzynarodowej. Patriotyzmu nie da się tak po prostu nauczyć. Trzeba sprawić, by ludzie byli dumni z własnego kraju. Dlatego ostatnia propozycja czeskiego ministra edukacji Josefa Dobeša, by nauczać patriotyzmu w szkołach, spotkała się z surową krytyką.

Republika Czeska jest na 53. miejscu (na 178 krajów) w publikowanym co roku przez Transparency International Indeksie Percepcji Korupcji. Kadra urzędnicza i politycy są oceniani negatywnie, między innymi przez Światowe Forum Ekonomiczne. Nie jest to powód do dumy. Na nic zdadzą się lekcje patriotyzmu, przedstawianie sylwetek czeskich bohaterów, sportowców czy naukowców, jeśli ludzie będą widzieć, że ich kraj cierpi z powodu korupcji czy niekompetencji polityków. Patriotyczne odczucia można rozbudzić tylko pracą i działaniami, które sprawią, że obywatele będą mieli powody do dumy.

Czesi są też bardzo sarkastyczni – to różnica między nami a Polakami. Generalizując, Polacy to romantyczny naród. Patos czy okazywanie uczuć nie są dla nich problemem. Czesi zaś są narodem racjonalistów. Nie lubią silnych emocji. Są odporni na autorytety, które mówią im, co mają czuć. Wystarczy poczytać *Przygody dobrego wojaka Szwejka*, by zrozumieć stosunek Czechów do takich praktyk. Trudno jest też uczyć patriotyzmu w dobie internetu, kiedy każda potrzebna nam informacja znajduje się na wyciągnięcie ręki. Mówienie o narodowych bohaterach i wygranych wojnach nie wystarczy. Nauka patriotyzmu

jest dużo bardziej skomplikowanym procesem i obywatele nie lubią być w ten sposób manipulowani.

Nastroje patriotyczne mogą być silniejsze – w obliczu globalnego kryzysu czy kryzysu europejskiej wspólnoty. W takich sytuacjach Czesi mają skłonność do wycofywania się i zamykania we własnych granicach, co nie jest oczywiście przykładem produktywnego patriotyzmu. Ten rodzaj defensywnego patriotyzmu czy nacjonalizmu zawsze będzie tu obecny. Jeśli za dziesięć, dwadzieścia lat Republika Czeska będzie sobie dobrze radzić, także na arenie międzynarodowej, obywatele z pewnością będą mieli powody do dumy. Jeśli tak się nie stanie, żywa będzie wśród Czechów tendencja do uciekania w ton drwiny i ironii z własnego narodu.

Kiedy patriotyzm jest politycznym sloganem, społeczeństwo automatycznie nastawia się negatywnie. Ludzie od razu dzielą się na większość – reagującą ironią i sarkazmem – oraz mniejszość, której skłonności nacjonalistyczne biorą się z pobudek politycznych.

Niektórzy Czesi z pewnością są dumni ze swojego kraju, ale jeśli spojrzeć na sondaże, większość takiej dumy nie deklaruje. Zdają sobie sprawę z występowania negatywnych zjawisk. Szczególnie młodzi są wyczuleni na społeczne patologie, takie jak korupcja. Ta świadomość negatywnie wpływa na ich stosunek do państwa, wobec którego są krytyczni. Znacznie bardziej krytyczni niż starsze pokolenie, na którym swe piętno odcisnął komunizm.

Sądzę, że Czesi dziś nie są dumni z własnego państwa. Raczej zachowują wobec niego sceptycyzm. To nastawienie dotyczy także przyszłości i kierunku, w którym zmierza Republika Czeska.

Tekst ukazał się na stronie 10 listopada 2011 r. <http://www.instytutobywatelski.pl/3409/lupa-instytutu/patriotyzm-szwejka>

JIRÍ PEHE – dyrektor filii New York University w Pradze.

Leonie Huddy

Dobry Amerykanin głosuje i protestuje

Duma z własnego narodu jest źródłem poczucia własnej wartości. Innymi słowy, utożsamiamy się z osiągnięciami własnego kraju, a jego sukcesy mają wpływ na naszą miłość własną.

Naukowe badania nad patriotyzmem od lat zakłóca zagmatwany i niejasny system definicji i oczekiwanych społecznych konsekwencji, w ramach których patriotyzm jest definiowany. Chodzi więc o narodową lojalność, uwielbienie narodowych symboli, wspólne wartości czy wiarę w wyższość swojego państwa. Tożsamość narodowa jest również ważnym składnikiem w budowaniu obywatelskiego przywiązania do dojrzałego narodu.

Oczywiście pojęcie tożsamości narodowej różni się w zależności od kraju. Najczęściej przywiązanie do własnego kraju wiąże się z uczuciem dumy i pewnym wewnętrznym faworyzowaniem („my” jesteśmy lepsi niż „oni”). Ale znaczenie i natężenie tej identyfikacji zmienia się – i to zarówno, gdy spojrzymy na różne narody, jak i w obrębie danego kraju.

Historia Stanów Zjednoczonych doprowadziła do odpowiedniego poszanowania wartości politycznych oraz działań na rzecz wolności, swobód, równości i postaw obywatelskich, między innymi głosowania w wyborach powszechnych. Dla wielu to właśnie te wartości są

centralne w świadomym byciu Amerykaninem. Inne, symboliczne aspekty patriotyzmu, na przykład miłość do flagi, są dużo bardziej niejasne. Z reguły też bardziej ceni je prawa strona sceny politycznej.

Bycie dobrym amerykańskim patriotą – cóż to dzisiaj znaczy? Pieczenie indyka na Święto Dziękczynienia, utrzymywanie czystości na ulicach i wokół własnych domów, pomaganie potrzebującym? Na poziomie państwowym jedną z najważniejszych cech „dobrego Amerykanina” wciąż jest wykorzystanie naczelnego demokratycznego przywileju, czyli udział w wyborach. Niektórzy uważają też, że ważne jest, by urodzić się w Stanach Zjednoczonych, mówić po angielsku i być chrześcijaninem. Ale z tym etniczno-narodowym podejściem nie wszyscy się utożsa-

Najczęściej przywiązanie do własnego kraju wiąże się z uczuciem dumy i pewnym wewnętrznym faworyzowaniem

miają. Większość myśli po prostu, że wystarczy głosować i czuć się Amerykaninem.

Mimo że żyjemy w coraz bardziej zglobalizowanym świecie, świadomość przynależności narodowej pozostaje bardzo ważna dla obywateli Stanów Zjednoczonych. Amerykanie odczuwają silną dumę z osiągnięć swojego państwa i – pomimo kryzysu finansowego – wierzą, że jest i pozostanie ono mocarstwem.

Teoria tożsamości społecznej mówi, że duma z własnego narodu jest źródłem poczucia wła-

snej wartości. Innymi słowy, utożsamiamy się z osiągnięciami własnego kraju, a jego sukcesy mają wpływ na naszą miłość własną. Nie chodzi jednak o to, że w parze z patriotyzmem musi iść niechęć do innych państw.

W jednym z badań nad amerykańskim patriotyzmem wskazywaliśmy na subiektywny aspekt członkostwa w grupie narodowościowej. Tak naprawdę przynależność zależy od tego, jak moc-

Z czego zatem dumni są Amerykanie? Najogólniej – z systemu politycznego, w którym przyszło im funkcjonować.

no dany obywatel odczuwa i w jakich kategoriach definiuje swój udział w danym państwie.

Tożsamość współczesnego Amerykanina jest z reguły mocno określona, ale nowi imigranci oraz członkowie mniejszości rasowych i etnicznych w dużo mniejszym stopniu czują się „częścią” Ameryki niż reszta.

W szerszym ujęciu nie wolno zapominać także o ideologii politycznej. Amerykańscy konserwatyści patrzą na patriotyzm przez pryzmat etniczno-narodowościowy. Polityczni liberałowie natomiast w dużo większym stopniu skłonni są wiązać amerykańską tożsamość z uczestnictwem w życiu obywatelskim i systemie norm.

Psychologowie z University of Massachusetts Robert Schatz i Ervin Staub oraz politolog Howard Lavine w swoim badaniu z 1999 roku porównują różne odcienie narodowego przywiązania, umieszczając je na linii między tak zwanym patriotyzmem „ślepy” a „konstruktywnym”. Ten drugi, ciekawy i wciąż bardzo aktualny, jest formą patriotyzmu dużo bardziej akceptowaną przez liberałów. Definiuje się go jako „przy-

wiązanie do własnego kraju, charakteryzujące się krytyczną lojalnością”. Jest napędzany pragnieniem obywateli do uzyskania pozytywnej zmiany, zgodnie z zasadą: „Nie akceptuję decyzji polityków w tej sprawie, ponieważ zależy mi na moim kraju”.

Patriotyzm konstruktywny opiera się na egzekwowaniu obywatelskiego prawa do wolności słowa i protestu. Dlatego okupujący amerykańskie miasta i instytucje finansowe z pewnością uważają się za dobrych patriotów.

Z czego zatem dumni są Amerykanie? Najogólniej – z systemu politycznego, w którym przyszło im funkcjonować. Dla wielu z nich światowy kryzys gospodarczy to sygnał, że recesja nie ogranicza się tylko do USA. Dlatego wciąż wierzą, że to ich kraj jest miejscem realizacji życiowych szans i wolności.

Oczywiście nie da się nie zauważyć, że ostatnie protesty w ramach Occupy Wall Street pokazują pęknięcia w zaufaniu do systemu. Ale, co ciekawe, protestujący to w gruncie rzeczy idealisci i patrioci, którzy wierzą w swój kraj. Uważają, że ich działania zmieniają i ulepszą istniejący system polityczno-gospodarczy. Mogą być rozczarowani czynami swoich przywódców politycznych, zwłaszcza tych reprezentujących ich w Kongresie, ale wciąż pokładają ufność w amerykańskim systemie jako całości. Nie ma tu więc mowy o anarchii.

*Tekst ukazał się na stronie 10 listopada 2011 r.
<http://www.instytutobywatelski.pl/3412/lupa-instytutu/dobry-amerykanin-glosuje-i-protestuje>*

LEONIE HUDDY – profesor nauk politycznych Stony Brook University w Nowym Jorku, dyrektorka uniwersyteckiego Center for Survey Research, współautorka książki *Oxford Handbook of Political Psychology*.

Jamie Stokes

Naród tak, państwo nie

Polacy mają nieubłaganie lekceważący stosunek do swojej klasy politycznej. To nie jest niezwykle samo w sobie – jest wręcz oznaką zdrowej demokracji.

Mieszkam w Polsce od kilku lat. Co mnie wciąż zaskakuje? Chyba to, że wciąż pierwszą rzeczą, o którą Polacy pytają obcokrajowca, jest: „Dlaczego zamieszkałeś w Polsce?”.

Zazwyczaj pytanie to jest zadawane pełnym niedowierzania tonem. Większość Polaków zakłada być może, że „przybysze” zostali wysłani tu za karę albo nie mogą wrócić do swoich krajów, ponieważ ktoś z pistoletem przetrzymuje ich paszport. Będę wiedział, że Polska naprawdę się zmieniła, kiedy ludzie przestaną zadawać mi to pytanie.

Główną różnicą między polskim i angielskim stosunkiem do patriotyzmu jest fakt, że Polacy bardziej się o niego martwią. Z mojego doświadczenia wynika też, że polski patriotyzm koncentruje się na ludziach, a nie na państwie. Wy, Polacy, uważacie siebie za najlepszych ludzi na świecie (i nic w tym dziwnego), ale zdajecie się głęboko zawstydzeni kondycją własnego państwa (co w sumie jest niesłychane, zwłaszcza w Europie). Z kolei Anglicy uważają swój naród za najlepszy na świecie (znów, nie dziwota), ale są też dumni ze swojego państwa i jego instytucji.

Korzenie tego podziału „polskiej świadomości narodowej” nie są jednak trudne do znalezienia. Przez prawie 200 lat, aż do 1989 roku, rządy i instytucje były ludności polskiej narzucane i nie odzwierciedlały w pełni jej życzeń ani charakteru.

Myślę, że minie jeszcze trochę czasu, zanim Polacy zaczną traktować rządy – nawet te, które sami wybrali – jako coś innego niż odległy od ludzi i abstrakcyjny koncept.

Jak już kiedyś pisałem, ten stan rzeczy (i umysłu) dobrze odzwierciedla polski stosunek do wody pitnej. Polacy nie piją wody z kranu, mimo miliardów wydanych na modernizację infrastruktury oraz raportów międzynarodowych organów kontroli, które głoszą, że woda w Polsce jest całkowicie bezpieczna. Zamiast tego wolą wydawać ciężko zarobione pieniądze na wodę butelkowaną – i zauważcie, że zawsze jest to polska woda mineralna, z mitycznych miejsc położonych wysoko w górach.

Dlaczego tak się dzieje? Ponieważ woda z kranu pochodzi od państwa. Siłą rzeczy jest więc niepewna. A woda butelkowana pochodzi z polskiej gleby, z wnętrza Ziemi, a więc nie tylko jest godna zaufania, ale i w magiczny sposób życiodajna!

Polacy mają nieubłaganie lekceważący stosunek do swojej klasy politycznej. To nie jest niezwykle samo w sobie, jest wręcz oznaką zdrowej demokracji. Ale polska niechęć do polityków różni się subtelnie od tej angielskiej. Anglicy uważają polityków za obłudnych i, prawdopodobnie, skorpupowanych. Polacy myślą podobnie, ale w tym samym czasie są także bardzo wrażliwi na to, jaki poziom wyrafinowania ci sami politycy prezentują. Uważnie studiują zdjęcia swojego prezydenta czy premiera pokazywane na arenie międzynarodowej i przechodzi ich dreszcz. Wszak żaden z obecnych polityków nie zdaje się pasować do wytwornego świata Carli Bruni-Sarkozy.

Polacy są niezwykle świadomi swojego wizerunku za granicą. Niemal pierwszą rzeczą, którą prezydent Komorowski powiedział o udanym awaryjnym lądowaniu Boeinga 767 LOT-u w zeszłym

tygodniu, było stwierdzenie, że Polska pokazała światu, jaka jest profesjonalna i dobrze przygotowana. Może to i prawda. Ale przypadkowo zdradza również polskie podejście, że – być może – reszta świata uważa, że jesteście źle przygotowani i nieprofesjonalni.

Inna, ciekawa dla mnie, obserwacja. Polska puchnie z patriotycznej dumy, gdy jakiś Polak dokona czegoś, co zostanie zauważone w świecie. I jest okrutnie zraniona, kiedy jakiś Polak przynosi im na arenie międzynarodowej wstyd. To był w pewnym sensie geniusz Jana Pawła II. W towarzystwie innych światowych przywódców papież zawsze był idealnie pewny siebie, spokojny i mądry, ale nigdy nie stracił też tej racjonalnej polskości, która łączyła go z ludźmi w jego ojczyźnie.

Jan Paweł II stał się archetypem polskiego bohatera patriotycznego: uznawany na całym świecie i nieskażony związkiem z państwem. Adam Małysz nie miał tego wyrafinowania, ale charakteryzowała go pewność, międzynarodowy szacunek i urok „jednego z nas”. Wszystko to sprawiło, że stał się drugim po papieżu nowoczesnym bohaterem narodowym.

Polacy są często oskarżani o nadmierną wrażliwość na krytykę ich kraju – zwłaszcza jeśli weźmie się pod uwagę, że sami spędzają dużą część czasu na podobnej czynności! Myślę, że to wynik braku rozróżnienia, o którym wspominałem wcześniej, między narodem rozumianym jako ogół osób, dzielących wspólną kulturę, a państwem. To, niestety, konwersacyjna pułapka, w którą wpada wielu obcokrajowców.

Jak to działa? Otóż Polak skarży się gorzko i bardzo szczegółowo na stan polskich dróg lub linii kolejowych. Na co jego przyjaciel z zagranicy komentuje grzecznie: „No tak, Polska jest nieco słabo rozwinięta”. Eksplozja patriotycznego oburzenia, która z reguły następuje, wygląda niewytłumaczalnie, jeśli nie zrozumie się, że podtekst wcześniejszej krytyki był inny. Mianowicie: „To nie my! My jesteśmy wyrafinowanymi, cywilizowanymi ludźmi. To

nasze głupie państwo, które dźwigamy na plecach!”. Czasem trudno to zrozumieć...

Jak patrzę na polskie święta narodowe? Wydaje mi się, że Polacy mają pewną, dosyć dziwną skłonność do rozpamiętywania tragedii. Trudno zrozumieć na przykład, dlaczego tragedię Powstania Warszawskiego przypomina się co roku syrenami wyjąca w całym kraju, a „cud nad Wisłą” zasługuje nawet na czerwony kolor w kalendarzu.

Podejrzewam, że wiele z tych niespójności jest związanych z czasami okupacji. Podczas zaborów niemożliwe lub niebezpieczne było upamiętnianie tych, którzy brali udział w powstaniach. Za rządów komunistów podobnie – nie wolno było czcić ofiar zbrodni katyńskiej ani tych, którzy zginęli w Powstaniu Warszawskim. Nic więc dziwnego, że pierwszą rzeczą, którą Polska uczyniła, gdy wreszcie przejęła swój los we własne ręce, było pełne i oficjalne upamiętnienie tych ofiar.

Po części dlatego najważniejsze publiczne uroczystości są związane – z definicji – z momentami polskich tragedii i porażek. Gdyby nie były tragediami, okupanci nie byłiby w stanie zatrzeć i stłumić pamięci o nich. Może to stwarzać wrażenie, że Polska jest zainteresowana upamiętnianiem wyłącznie katastrof, ale myślę, że to chwilowy stan rzeczy. Im dłużej wasz kraj jest panem swojego losu, tym więcej będzie miał szczęśliwych wydarzeń do zapamiętania.

Z drugiej strony prawdą jest też to, że romantyczne podejście do Polski jako męczennika Europy wciąż silnie oddziałuje na polską wyobraźnię społeczną. Na przykład Mickiewicz i inni romantycy odgrywają nieproporcjonalnie dużą rolę w polskim systemie edukacji. Można więc argumentować, że ostateczną ironią polskiego romantycznego snu o narodowości jest to, że spełnił się wtedy, kiedy sama koncepcja narodu stała się *passé*.

Tekst ukazał się na stronie 10 listopada 2011 r. <http://www.instytutobywatelski.pl/3426/lupa-instytutu/narod-tak-panstwo-nie-2>

JAMIE STOKES – angielski pisarz i felietonista, redaktor prowadzący angielskojęzycznego miesięcznika „Krakow Post”. Mieszka w Polsce od kilku lat, prowadzi popularny blog na portalu Wirtualna Polska: <http://wiadomosci.wp.pl/kat,119594,publicysta,Jamie-Stokes,komentarze.html>.

Gesine Schwan

Europejskie mosty porozumienia

Europa nie budzi dziś w Europejczykach pozytywnych emocji. Przypomina raczej wielki bazar, na którym politycy próbują ze sobą negocjować i wypracowywać polityczne zyski dla siebie lub swojego kraju

Urodziłam się w Niemczech, w Berlinie. Dorastałam we francuskiej szkole. Wiele lat współpracowałam z Polakami. Chętnie bywam w słonecznych Włoszech. Czuję się w pewien sposób związana z każdym z tych krajów i za przyszłość każdego z nich odpowiedzialna. Dlatego nie lubię mówić o europejskiej tożsamości. Słowo „tożsamość” sugeruje, że możemy się identyfikować tylko z jednym miejscem. A przecież tak nie jest.

Wolę termin europejska „przynależność”. Właśnie przynależność i odpowiedzialność są dla mnie równoznaczne ze słowem patriotyzm. Niestety, dziś nadal definiujemy go w opozycji do innych: Stanów Zjednoczonych, Chin czy Rosji. Z psychologicznego punktu widzenia to zupełnie zrozumiałe. Łatwiej jest budować polityczną czy duchową jedność, mając wspólnego przeciwnika. Takie były też przecież podwaliny europejskiego projektu. Wtedy przeciwstawialiśmy go Związkowi Radzieckiemu i dawnym Niemcom. Dziś motorem naszych działań staje się konkurowanie z chińską gospodarką.

Zamiast wspierać chińskie ruchy społeczne, stawiamy na rywalizację. To droga donikąd. Oczywiście – starajmy się być bardziej innowacyjni, prześcigać się w pomysłach i nowatorskich roz-

wiązaniach. Nie budujemy jednak europejskiej solidarności i patriotyzmu w oparciu o wspólnych wrogów.

Europa nie budzi dziś w Europejczykach pozytywnych emocji. Nie kojarzy się ze wspólnym projektem, który trzeba tworzyć i pielęgnować. Przypomina raczej wielki bazar, na którym politycy próbują ze sobą negocjować i wypracowywać polityczne zyski dla siebie lub swojego kraju. Po powrocie z Brukseli chwalą się zaś osiągniętymi rezultatami. Nic dziwnego, że coraz mniej tę Europę lubimy i coraz rzadziej się z nią identyfikujemy.

Kształtuje nas także pamięć i historia. Oczywiście wiele jest w niej wstydlwych kart, o których chcielibyśmy zapomnieć.

Nie obwinałabym za to jednak kryzysu finansowego. Te procesy zaczęły się znacznie wcześniej. Przecież już od przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych coraz częściej patrzyliśmy na kraje przez pryzmat inwestycji kapitałowych. Ten wyścig oddzielał nas od siebie, zamiast zbliżać. Pogłębiał dzielące nas różnice i uwypuklał przeciwieństwa.

Nie jest jednak tak, że jesteśmy bez winy. Wręcz przeciwnie. Wystarczy spojrzeć na działania Berlina. Niestety, przez ostatnie lata zdają się koncentrować na obronie niemieckiego przemysłu i forsowaniu partykularnych korzyści.

Niemcy, ze względu na swoją pozycję gospodarczą, odgrywają szczególną rolę w Europie. Dzięki temu przez wiele lat forsowano ich punkt widzenia. Rząd zamiast inwestować w przyszłościowe

projekty i wspierać walczące z bezrobociem kraje Południa, udzielał wysoko oprocentowanych pożyczek. W Europie brak było dla tego niemieckiego głosu przeciwwagi. We Włoszech premierem był traktowany z przymrużeniem oka Silvio Berlusconi. Francuski prezydent Nicolas Sarkozy nie sprzeciwiał się decyzjom kanclerz Angeli Merkel. Dziś ta europejska układanka się zmienia. Premier Mario Monti i szef Europejskiego Banku Centralnego Mario Draghi to zupełnie inne osobowości i tym samym inny polityczny potencjał.

Coraz więcej wątpliwości budzi też medialna interpretacja kryzysu. Niemiecka opinia publiczna przedstawiała go zawsze w czarno-białych barwach. My – Niemcy – zrobiliśmy wszystko najlepiej. Ci, którzy popełniali błędy, powinni się od nas uczyć i naśladować nasze poczynania. Gdy dziś słucham Niemców, którzy tak krytycznie mówią o krajach europejskiego Południa, wstydę się za nich. Wstyd to jednak także pewna forma przynależności.

Zamiast dzielić, skupmy się więc na tym, jak łączyć. Wspierajmy wspólne europejskie projekty kulturalne, sportowe czy wymiany młodzieży. To one kształtują poczucie wspólnoty, respekt wobec drugiego człowieka. Pamiętam, jak jeszcze w szkole śpiewałam w chórze. Występowałam w różnych krajach, poznawałam nowe kultury. To jedno z doświadczeń, które ukształtowało moje spojrzenie na świat. Nauczyło tolerancji i zrozumienia.

Kształtuje nas jednak także pamięć i historia. Oczywiście wiele jest w niej wstydlwych kart, o których chcielibyśmy zapomnieć. Wbrew oczekiwaniom badania (projekt prof. Roberta Traby i prof. Hansa Henninga Hahna „Erinnerungsorte” poświęcony wspólnym polsko-niemieckim miejscom pamięci – przyp. red.) pokazują jednak, że wspomnienia narodów nie są spójne czy uwięzione w narodowych schematach. Przeciwnie – zależą od naszej sytuacji życiowej, zamieszkiwanego regionu czy płci.

Paradoksalnie, te różnice pomagają w budowaniu wspólnej europejskiej przynależności. Kwestia pamięci zawsze przychodzi mi też na myśl mój

zabawny spór z Adamem Michnikiem. Z uporem twierdził, że Niemcy i Polacy nigdy nie będą tak samo wspominać kanclerza Otto von Bismarcka. Z pełnym przekonaniem odpowiedziałam mu wtedy: „Mylisz się, Adamie, katolicki socjaldemokrata wspomina Bismarcka tak samo jak Polak. Bismarck zwalczał przecież zarówno katolików, jak i socjaldemokratów”.

We współczesnej, pogrążonej w kryzysie Europie ważne jest budowanie politycznego zbliżenia i konsensusu. Dlatego z taką aprobatą przyglądam się próbom zmian na tej europejskiej arenie. Obecnie pracuje się nad propozycjami wzmocnienia Parlamentu Europejskiego. Koncepcja zakłada organizowanie wspólnych posiedzeń wraz z parlamentarzystami reprezentującymi izby narodowe. Takie spotkania mogłyby być okazją do bliższego poznania się nawzajem, jak i zrozumienia swoich problemów. Fińscy, hiszpańscy czy włoscy politycy mogliby wymienić się doświadczeniami, omówić, co jest dla nich ważne i ustalić plan działania. Nie tylko wykonywać instrukcje płynące z Brukseli.

„Chciałabym budować europejskie mosty porozumienia” – mówiłam, gdy zostałam rektorem Uniwersytetu Europejskiego Viadrina we Frankfurcie nad Odrą. Dziś nadal tak postrzegam swoją rolę. Tacy europejscy „budowniczości” powinni stale odwoływać się do myśli Immanuela Kanta i stawiać się w sytuacji innych. Skupić się na korygowaniu błędów oraz wypracowywaniu konsensusu.

Oczywiście nie bądźmy w swojej solidarności bezkrytyczni. Jednak zanim zaczniemy oceniać, zastanówmy się, z jakimi wyzwaniem muszą się dziś zmierzyć Grecy, Włosi czy Hiszpanie. Rzeczywistość odbiega do ideału i Kantowskiej wizji. Mimo wszystko z optymizmem patrzę w europejską przyszłość.

tł. Weronika Przecherska

Tekst ukazał się na stronie 08 listopada 2012 r.
<http://www.institutobywatelski.pl/11284/lupa-institutu/europejskie-mosty-porozumienia>

prof. dr GESINE SCHWAN – politolog, rektor HUMBOLDT-VIADRINA School of Governance.

Dominika Kasprowicz

Manifestując polskość?

Symbole narodowe – temat choć kontrowersyjny, przez polskiego ustawodawcę jest traktowany wyjątkowo liberalnie.

Tysiące przyodziań w biało-czerwone flagi fanów Adama Małysza czy tłumy z wymalowanymi na twarzach barwami narodowymi wraz z pluszowym orłem-maskotką kibicujące polskim siatkarzom to obrazy, do których przywykliśmy i które wywołują w nas głównie pozytywne skojarzenia. Z drugiej strony mamy grupy pseudokibiców, którzy flagi Polski używają jako planszy do prezentacji obraźliwych haseł, godła narodowe umieszczone jako element ozdobny na wódczanych kieliszkach wypełniających kramy z „pamiątkami z Polski”. Symbole narodowe – temat choć kontrowersyjny, przez polskiego ustawodawcę jest traktowany wyjątkowo liberalnie.

Nowelizacja ustawy z 2004 roku o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej znacząco rozluźniła rygory związane z ich wykorzystywaniem. Poprzedzona dyskusją w mediach oraz akcjami organizacji pozarządowych, znalazła swój finał w Sejmie z inicjatywy dwóch klubów opozycyjnych. Przypomnijmy, że w 2003 roku pod obrady komisji trafiły równoległe dwa projekty – autorstwa Platformy Obywatelskiej i Ligi Polskich Rodzin.

Do tego czasu, zgodnie z zapisami z 1980 roku, używanie emblematów było możliwe tylko w czasie świąt państwowych i w określonych przepisami sytuacjach. Godła, barw czy hymnu od momentu wejścia w życie nowelizacji może

używać każdy (a więc każda osoba fizyczna i każda osoba prawna, jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, instytucja i organizacja społeczna) i w każdych okolicznościach, pod warunkiem że otacza symbole narodowe należyłą czcią i szacunkiem. Dozwolone jest również ich wykorzystywanie przy produkcji materiałów będących przedmiotem obrotu handlowego, pod warunkiem że zostaną umieszczone w formie stylizowanej lub artystycznie przetworzonej.

Jakie przesłanki towarzyszyły osiem lat temu autorom zmian ustawy? Zdaniem posłów PO ich wprowadzenie było szczególnie ważne, znoszono bowiem regulacje władz Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, które karały za użycie godła,

Godła, barw czy hymnu od momentu wejścia w życie nowelizacji może używać każdy i w każdych okolicznościach, pod warunkiem że otacza symbole narodowe należyłą czcią i szacunkiem.

barw czy hymnu w czasie wystąpień robotniczych, a zapisów ustawy z roku 1980 używały do tłumienia wystąpień, demonstracji i protestów opozycji. Dla posłów LPR zgłoszony projekt miał mieć charakter wychowawczy, „dawał możliwość właściwego manifestowania więzi z narodem i państwem przynależną Polakom i cudzoziemcom mieszkającym na terenie RP”. Powszechny i dobrowolny dostęp do symboli narodowych po 15 latach nabierał, *nomen omen*, symbolicznego wymiaru.

Najwięcej kontrowersji w Sejmie wywołał pomysł ustanowienia dnia 2 maja Dniem Flagi Rzeczypospolitej Polskiej. W zamyśle projektodaw-

cy dzień ten miał być „obchodzony bez patosu w duchu patriotycznym w przededniu święta 3 maja”. Pomysł wzorowano na rozwiązaniach takich państw, jak Szwecja, Stany Zjednoczone Ameryki czy Holandia, i uzasadniano „koniecznością poszerzenia wiedzy obywateli na temat historii i znaczenia symboli narodowych”. Dla części posłów pomysł Dnia Flagi nie dawał odpowiedzi na te wyzwania, dyskusja, która w tym czasie przetoczyła się przez ławy sejmowe, z powodzeniem mogłaby być przeprowadzona również dziś.

Dobrowolne użycie przez obywateli symboli narodowych, choćby w Dniu Flagi, ma być wyrazem ich identyfikacji ze wspólnotą, identyfikacji, która (przynajmniej w zamyśle ustawodawcy w 2004 roku) wynika z pozytywnych przesłanek i wspólnotę tę utrwala. Dokonując przeglądu ostatnich dobrowolnych, oddolnych manifestacji polskości, którym towarzyszyły symbole narodowe, trudno jednak mówić o ich jednoznacznie integracyjnej funkcji. Flagi i godła użyte do podkreślenia poczucia odrębności i margi-

nalizacji grupy tak zwanych „obrońców krzyża”, a nieobecne po „drugiej stronie”, w grupie pikietujących; kadry z filmu Marka Koterskiego, gdzie

Dobrowolne użycie przez obywateli symboli narodowych, choćby w Dniu Flagi, ma być wyrazem ich identyfikacji ze wspólnotą,

flaga narodowa zostaje rozdarta przez „polskich patriotów” okazują się symboliczne. Czy można więc mówić o sukcesie Dnia Flagi i akcji edukacyjnej, o ile takowa została podjęta? Czy po ośmiu latach przybyło radosnych powodów, dla których przy użyciu narodowych symboli manifestowalibyśmy swoją polskość?

Tekst ukazał się na stronie 01 maja 2011 r.

<http://www.institutobywatelski.pl/6523/komentarze/manifestujac-polskosc>

DOMINIKA KASPROWICZ – pracuje w Instytucie Politologii Uniwersytetu Pedagogicznego w Krakowie.

Helena A. Jędrzejczak

2 maja wywieszę flagę

Flaga jest potrzebna. Tak po prostu. Jako symbol obywateli dużego, wolnego kraju, dumnego ze swej historii i cieszącego się współczesnością.

Jadę rowerem przez Szwecję. Przed każdym domem stoi maszt z flagą. Przechodzę mazurską polną drogą obok letniego domku Norwegów. Granatowo-czerwona flaga dumnie łopocze na wietrze. Płynę na bałtycki rejs. Polska bandera jest najlepszą ozdobą jachtu. Idę uliczką willowego osiedla. Albo alejką dowolnej podwarszawskiej czy podkrakowskiej miejscowości – i wiem, że moje oczy nie zobaczą żadnej flagi, i to nie dlatego, że źle jej wypatruję.

Trudno krytykować kogokolwiek za powszechną i nieszkodliwą praktykę, a właściwie – brak praktyki. Skandynawska tradycja czy też obyczaj wywieszania albo stawiania flagi przed domem, w oknie albo na maszcie, w Polsce w tej chwili jest po prostu nieobecna. Popularne w Norwegii czy Finlandii najróżniejsze przedmioty z narodową flagą, w Polsce są niemal zastrzeżone dla sportowych (dobrze, że nie tylko piłkarskich!) kibiców albo zagranicznych turystów. Człowiek z miniaturową flagą wpiętą w klapę marynarki z dużym prawdopodobieństwem okaże się wyznawcą poglądów endeckich – a z tym też mi bardzo nie po drodze.

Za polską flagę ginęli bohaterowie. Polską flagę zatykano na szczytach pierwszy raz zdobytych gór i z radością wywieszano po odzyskaniu niepodległości. Kiedy oglądam scenę z „Katynia” Wajdy, w której ruski żołdat rozrywa biało-czer-

woną flagę na pół, z białej czyniąc onucę, stają mi łzy w oczach. Kiedy słucham słów hymnu – też. Wiem, jak wielu przeszło cierpienia, prześladowania albo poniosło śmierć za te barwy i słowa. I darzę je właściwym narodowym symbolom szacunkiem.

Ale dzisiaj biało-czerwona flaga jest albo zaklętą świętością, albo narzędziem walki politycznej. Przedmiotem magicznym, służącym do odprawiania obrzędów mających na celu odpędzenie albo przewyciężenie obcych. Symbolem nie łączącym, ale wykluczającym ze wspólnoty tych, którzy mają też inne świętości, którzy po prostu chcą tutaj, czyli w Polsce, żyć i płacić podatki. My, zwykli, porządni obywatele, musimy flagę odzyskać. Musimy móc się nią cieszyć nie tylko wtedy, gdy wygrywa Justyna Kowalczyk albo Adam Małysz – zwłaszcza że ten ostatni już nie startuje.

Flaga jest potrzebna. Tak po prostu. Jako symbol obywateli dużego, wolnego kraju, dumnego ze swej historii i cieszącego się współczesnością. Jako wyraz pamięci o tych, którzy za jej barwy oddali życie, i jako znak uznania naszej wartości. Nie wyższej od tych, których flaga jest żółto-niebieska, biało-granatowo-czerwona albo czarno-żółto-czerwona. Wartości po prostu, a nie szukającej porównania z innymi. Tylko ten, kto czuje się dobrze sam ze sobą, może dobrze i skutecznie współpracować z innymi.

Potrzebujemy symbolu, który będzie nas, polskich obywateli, jednoczył. Który będzie zapraszał innych i symbolizował to, co w naszej historii najlepsze. Mamy taki symbol. Musimy go tylko odczarować. Nie traktować jako dobra dostępnego tylko dla tych, którzy zdadzą egzamin z polskości, albo jako symbolu polskiej reprezentacji olimpijskiej. Uczynić go dostępnym (mentalnie!) dla wszystkich tych, którzy będą pamiętać po-

ległych na polu chwały i będą umieli się cieszyć, że dziś sami nie muszą ginąć. Tak po prostu, na co dzień, po skandynawsku traktując wywieszenie flagi jako normalny gest mniej lub bardziej zadowolonego obywatela. Zanim tak się stanie, minie dużo czasu. Na razie flaga ma swoje święto. Dzień, w którym ja, Ty i każdy zwykły obywatel może się nią cieszyć, bez obawy uznania za kibola/endeka/

człowieka nadmiernie zapatrzonyego w przeszłość – niepotrzebne skreślić. Ten dzień przypada 2 maja. Ja wtedy wywieszę flagę. A Ty?

Tekst był opublikowany na stronie 01 maja 2011 r.
<http://www.instytutobywatelski.pl/6517/komentarze/drugiego-maja-wywieszę-flagę>

Aleksandra Kaniewska

Oddajcie nam Powstanie

Powstanie – jako symbol, idea, wydarzenie – zostaje stopniowo zawłaszczane przez politykę. I polityków. Dla jednych jest i zawsze będzie na świeczniku. Dla innych stało się polityczną tarczą, w którą należy celować.

Było sobie miasto... Kiedyś dumne i piękne, nazywane nawet (trochę na wyrost i raczej lokalnie) „Paryżem Północy”. Później krwawiące, dymiące, na którego ulicach ginęły setki tysięcy Polaków – młodych, starych, dzieci. Dzisiaj na zgliszczach dawnej Warszawy powoli rodzi się nowe miasto – kosmopolityczne, tętniące życiem, z coraz lepszą ofertą kulturalną, coraz równiejszymi chodnikami, bardziej niezawodną infrastrukturą, wieczornym gwarem i knajpkami *al fresco*. Miasto, z którego jesteśmy dumni. Od 1 sierpnia 1944 roku wiele się zmieniło. Tak, jakby Warszawa upadła, żeby narodzić się na nowo.

Powstanie Warszawskie to bezsprzecznie jedno z najważniejszych i najbardziej brzemiennych w skutki wydarzeń w najnowszej historii Polski. Jak wiele innych już od momentu upadku było poddawane historycznej i militarnej ocenie i wisksekcji. Tragedia narodowa, która obchodzona jest jak święto? Czy święto patriotyzmu, które tak naprawdę było zwykłą tragedią setek tysięcy cywilów?

Z roku na rok o ambjonalnym zrywie młodych powstańców pisze się coraz więcej. Coraz więcej i coraz ostrzej. Mam też wrażenie, że Powstanie –

jako symbol, idea, wydarzenie – zostaje stopniowo zawłaszczane przez politykę. I polityków. Dla jednych jest i zawsze będzie na świeczniku. Dla innych stało się polityczną tarczą, w którą należy celować – im więcej budzących grozę i obrzydzenie epitetów, im ostrzejsze wnioski (dotyczące szans i możliwości, tak łatwe do sformułowania z pozycji wygodnego fotela i podłączonego do internetu komputera), tym lepiej. Powstanie Warszawskie jest jak całun turyński – albo weń wierzysz, albo nie.

Tymczasem dla wielu młodych (ale być może też starszych) osób Powstanie nie jest tak jednoznaczne. Na pytanie: „było warto czy nie było warto?”, odpowiedzieliby pewnie: „Nie wiem”. O Powstaniu i bohaterskiej 63-dniowej walce warszawian uczyli się w szkole, weryfikując swoją wiedzę z późniejszą lekturą książek, opowieściami rodzinnymi i wspomnieniami żyjących jeszcze powstańców-staruszków.

Tradycja może być apolityczna i uniwersalna. Przypominam sobie własne zdziwienie, kiedy podczas pierwszej jesieni na Wyspach Brytyjskich zobaczyłam noszone z dumą przez Brytyjczyków maki – papierowe kotyliony pamięci, po angielsku *poppies*. Wpinane w klapy marynarek, doklejane do kapeluszy, noszone przy płaszczach, sukienkach, ale też jako element biżuterii. Są symbolicznym hołdem, jaki mieszkańcy Wielkiej Brytanii oddają wszystkim ofiarom wojen.

Nosi się je od końca października do 11 listopada, czyli do tak zwanego Remembrance Day (Dnia Pamięci) – oficjalnego końca I wojny światowej. Sztuczne maki są sprzedawane na Wyspach przez Royal British Legion – organizację pomagającą kombatantom – a ich głównym mottem jest hasło: *Remember the dead, don't forget the living* (Pamiętajmy o zmarłych,

nie zapominajmy o żywych). Noszą je wszyscy – od weteranów wojennych, przez celebrytów i dziennikarzy. BBC co roku ustanawia dzień, od którego prezenterzy wpinają w klapy czerwone kwiaty. Noszą je także przedstawiciele rodziny królewskiej.

Trzy lata temu część Brytyjczyków mocno się oburzyła, kiedy FIFA zakazała angielskim piłkarzom przypinania maków do sportowych koszulek podczas meczu z Hiszpanią. Interweniował premier David Cameron, a także książę William, który w liście do władz FIFA napisał, że „maki nie są symbolem politycznym, ale mają upamiętniać tych, którzy zginęli”.

Wojny, powstania, przewroty i rewolucje organizowane przez garstki ludzi zawsze wpływają na życie mas. Ich rolę oceniają historycy, politolodzy, ale także my wszyscy – obserwatorzy życia publicznego. Dla każdego warszawiaka i nie-warszawiaka Powstanie Warszawskie ma inne znaczenie. Jedni stracili w nim członków rodzin. Innych, jak profesora Normana Daviesa, może wzruszać poświęcenie młodych poetów, na przykład Krzysztofa Kamila Baczyńskiego, a jeszcze inni pragną bardziej krytycznej oceny przywódców Powstania: Antoniego Chruściela, Leopolda Okulickiego czy Tadeusza „Bora” Komorowskiego.

Jedno jest pewne: większość warszawiaków chce pamiętać. Pokazuje to chociażby amatorski film Wojtka Jeżowskiego „There is a city”, który właśnie podbija internetową przestrzeń. „Jest takie miasto, które co roku zastyga na minutę. Sprawdź, dlaczego to robimy” – mówią angielskie podpisy, bo inicjatywa ma na celu pokazanie kawałka polskiej historii także widzowi z zagranicy.

A Warszawa rzeczywiście staje. Mieszkańcy, nieprzymuszeni żadną dyrektywą czy ustawą, stają na chodnikach, zsiadają z rowerów, odrywają się na 60 sekund od sałatek i mrożonej *latte*. Słuchają wycia syren i zatrzymują się na chwilę – chociażby po to, żeby docenić to, co mają tu i teraz. Warszawska rzeczywistość, choć wciąż daleka od tej z zachodnich stolic, daje im przecież tyle możliwości – a na pewno szansę na dobre, nor-

Politycy i krytycy historyczni, nie zabierajcie nam Powstania tak, jak próbujecie zawłaszczyć sobie polską flagę. Nie budujcie mu pomników i nie zrzucacie go z piedestału.

malne życie. Życie, które dla powstańców było walutą tak cenną, jak złoto i amunicja.

Politycy i krytycy historyczni, nie zabierajcie nam Powstania tak, jak próbujecie zawłaszczyć sobie polską flagę. Nie budujcie mu pomników i nie zrzucacie go z piedestału. Dajcie nam możliwość przeżywania tej rocznicy tak, jak chcemy – przy 60-sekundowej zadumie na jednej z ulic Warszawy, przy krótkim filmie na YouTube czy przy debacie na temat tego, czy warto było walczyć, czy nie warto.

Pamięć nie ocenia, lecz pamięta.

Tekst ukazał się na stronie 1 sierpnia 2012 r. – w rocznicę wybuchu Powstania Warszawskiego.
<http://www.institutobywatelski.pl/8741/komentarze/oddajcie-nam-powstanie>

ALEKSANDRA KANIEWSKA – analityk polityczny ds. Wielkiej Brytanii w Instytucie Obywatelskim, publicystka.

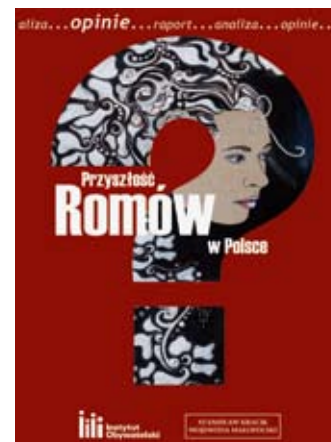
Publikacje Instytutu Obywatelskiego



Jak będzie zmieniać się edukacja? Wyzwania dla polskiej szkoły i ucznia – raport

Edukacja jako obszar kluczowy dla rozwoju społecznego wymaga analiz wybiegających daleko w przyszłość. W raporcie „Jak będzie zmieniać się edukacja? Wyzwania dla polskiej szkoły i ucznia” autorstwa Witolda Kołodziejczyka (czasopismo „Edukacja i Dialog”) i Marcina Polaka (portal Edunews.pl) mowa jest o wyzwaniach, jakie przed edukacją stawia XXI wiek.

Autorzy raportu zwracają szczególną uwagę na globalne związki i zależności, które mają wpływ na procesy uczenia się. Wskazują, jakie czynniki w największym stopniu wpływają na procesy edukacyjne. Opisują scenariusze i tendencje zmian w szkolnictwie. Zadają pytania o rolę nauczyciela oraz o wymiar osobisty edukacji – po co się uczyć w XXI wieku?



Przyszłość Romów w Polsce – zapis dyskusji

„Przyszłość Romów w Polsce” – zapis dyskusji to efekt debaty zorganizowanej przez Instytut Obywatelski oraz Pełnomocnika Wojewody Małopolskiego ds. mniejszości narodowych i etnicznych. W debacie szukaliśmy odpowiedzi na pytania, czy instytucje europejskie, takie jak Komisja Europejska, Parlament Europejski czy Rada Europy, a także poszczególne kraje i regiony robią wystarczająco dużo dla integracji mniejszości. Czy we właściwy sposób prowadzą politykę poszanowania i wspierania mniejszości oraz wywiązują się z zobowiązań państwowych i międzynarodowych?

W publikacji, oprócz wypowiedzi wojewody Stanisława Kracika, europoseł Róży Thun, pełnomocnik Elżbiety Mirgi-Wójtowicz, Artura Paszko (ekspert UE EQUAL) i Magdaleny Śliwki (Instytut Obywatelski), znalazły się reprodukcje prac Małgorzaty Mirgi-Tas.



W kierunku nowoczesnej polityki energetycznej. Energia elektryczna – raport

Raport przedstawia obecny stan elektroenergetyki oraz kierunki rozwoju tego sektora. A także: sposoby tworzenia zrównoważonego energy-mix zapewniającego nam stabilność dostaw. Autorzy ukazują szanse i zagrożenia związane z pozyskiwaniem energii przy użyciu różnych źródeł.

Autorzy raportu to uznani eksperci ds. energetyki: (red.) Marek Woszczyk, prezes URE; Hanna Trojanowska, Pełnomocnik Rządu ds. Polskiej Energetyki Jądrowej; dr Jan Rączka, prezes NFOŚ; dr Zdzisław Muras, dyrektor Departamentu Przedsiębiorstw Energetycznych URE; dr Mariusz Swora, WPIA UAM w Poznaniu; Henryk Kaliś, przewodniczący Forum Odbiorców Energii Elektrycznej i Gazu Ziarnego; Mariusz Przybylik, dyrektor w A.T. Kearney oraz Magdalena Śliwka, Instytut Obywatelski.



Rozwój przedsiębiorczości szansą polskich obszarów wiejskich – raport

Autor raportu, Michał Marciniak, pełnił funkcję dyrektora Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

O tym, jak ważna jest tematyka podjęta w raporcie świadczy fakt, że obszary wiejskie stanowią aż 93 proc. powierzchni Polski i są zamieszkiwane przez ok. 40 proc. ludności kraju. Według prognoz GUS sytuacja ta będzie się w najbliższych latach utrzymywać.

Największym problemem dotyczącym wieś jest bezrobocie. Autor wyciąga wniosek, iż celem polityki rozwojowej dla wsi powinno być przede wszystkim wspieranie mechanizmów rozwijających przedsiębiorczość. Teza ta wsparta została faktami obrazującymi wyzwania stojące przed obszarami wiejskimi i konkretnymi rekomendacjami autora.



Miasto w działaniu – raport

Celem raportu „Miasto w działaniu. Zrównoważony rozwój z perspektywy oddolnej” pod redakcją Przemysława Filara i dr. Pawła Kubickiego jest analiza najważniejszych aspektów miejskiej rzeczywistości.

Autorzy – eksperci i aktywiści miejscy – podkreślają potrzebę decentralizacji i zwiększenia podmiotowości miast. Charakteryzują problematykę demokracji i partycypacji miejskiej oraz skupiają uwagę na roli transportu miejskiego, kultury w procesie rozwoju miast i kształtowaniu się lokalnych społeczności. Autorzy przedstawiają własne propozycje rozwiązań przeciwdziałających nieprzemyślanej polityce mieszkaniowej i niekontrolowanej suburbanizacji.



Pokolenie V4 – raport

1 lipca 2012 r. Polska objęła roczne przewodnictwo w Grupie Wyszehradzkiej. Z tej okazji spyaliśmy młodych obywateli z państw Grupy Wyszehradzkiej – aktywnych liderów społeczności – o to, czym dla nich jest Europa Środkowa. Czy dzisiejsi dwudziestoparolatkowie z Czech, Polski, Słowacji i Węgier czują się Środkowoeuropejczykami, mocno związanymi ze swymi regionami? Jak oceniają działalność oraz potencjał V4? Wreszcie, czy postawią na bliższą współpracę pomiędzy państwami Europy Centralnej, gdy za parę lat ich pokolenie przejmie stery władzy w swoich krajach?

wNa te i inne pytania odpowiadają oni sami, w swoich ojczystych językach. Wszystkie teksty dostępne są także w języku polskim.