

„Aniołki Kaczyńskiego”

– przedmioty czy podmioty kampanii wyborczej Prawa i Sprawiedliwości?

KAMPANIE WYBORCZE SĄ SZCZEGÓLNYMI OKRESAMI, w których oprócz eksponowania programów partii i dyskusji merytorycznych, mających przyciągnąć lub zatrzymać elektorat, ważną rolę odgrywa marketing polityczny. Jego integralną częścią jest reklama polityczna, dzięki której kreuje i poprawia się wizerunek polityków¹. Rozwój środków masowego przekazu zmusił aktorów politycznych do tego, aby przywiązywali większą wagę do swego wizerunku medialnego, ponieważ jest to czynnik, który ma wpływ na wybory obywateli. Celem dbania o wizerunek jest oddziaływanie na świadomość wyborców: „wizerunek – efekt kreacji – jest przedstawieniem doświadczanym przez odbiorców”². Badanie wpływu działań polityków na podejmowanie decyzji przez wyborców jest tematem na oddzielną pracę, ale przyglądając się zabiegom polityków w kwestii prezentacji swoich postaci w mediach, można zauważyć, że działaniom tym przypisują duże znaczenie.

Podczas kampanii wyborczej do polskiego parlamentu w 2011 r. partie polityczne przywiązywały dużą wagę do kreowania wizerunku swoich liderów. Dotyczyło to zarówno ugrupowań lewicowych, jak i tych z prawicy oraz centrum sceny politycznej. Prawo i Sprawiedliwość (PiS) skoncentrowało swoją kampanię wizerunkową na „ocieplaniu” obrazu prezesa partii, Jarosława Kaczyńskiego oraz na pokazaniu, że program PiS może być także ciekawy dla ludzi młodych, wykształconych, obytych w świecie. W tym celu swoistymi „twarzami partii” na okres kampanii wyborczej stały się atrakcyjne kobiety, członkinie Prawa i Sprawiedliwości, w towarzystwie których często pojawiał się

¹ B. Hordecki, *Kreowanie wizerunków a demokracja – w poszukiwaniu hipotezy badawczej*, [w:] *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenie dla współczesnej demokracji*, red. P. Pawełczyk, Poznań 2007, s. 141.

² Ibidem, s. 145.

sam Jarosław Kaczyński. Nie byłoby w tym nic dziwnego, gdyby nowe twarze reklamujące PiS były aktywnymi i znanymi działaczkami partii.

Bohaterki kampanii wizerunkowej Prawa i Sprawiedliwości, nazwane przez prasę „Aniołkami Kaczyńskiego”, mimo iż niejednokrotnie od wielu lat należały do ugrupowania, to nigdy do jego „pierwszego szeregu”. Świadczą o tym, m.in. miejsca na listach wyborczych, które zajmowały w swoich regionach (najwyższe zajęły Aleksandra Jankowska – nr 4 liście PiS-u w okręgu gdańskim oraz Magdalena Żuraw – nr 4 na liście bydgoskiej³). Pojawienie się ich w przedwyborczych reklamach i na plakatach, a przede wszystkim sposób kreacji ich wizerunku w środkach masowego przekazu rodzi pytanie, czy kobiety te były podmiotami, czy może raczej przedmiotami kampanii wyborczej PiS-u. Bezpośrednią przyczyną zainteresowania tym zagadnieniem był billboard, opatrzony hasłami „Zwyciężymy” oraz „Chodźcie z nami”, na którym oprócz wspomnianych sloganów można było zobaczyć siedem atrakcyjnych, modnie ubranych i uśmiechających się do potencjalnych wyborców młodych kobiet. Stylizacja ich wizerunku, wzorowana na ekskluzywnych pismach kobiecych oraz towarzyszący jej – zawsze ten sam – sposób mówienia o J. Kaczyńskim jako prawdziwym gentelmanie, zatroskanym o losy Polski mężu stanu, pozwalają postawić tezę, że „aniołki” były wyłącznie przedmiotami kampanii wyborczej Prawa i Sprawiedliwości. Ich zadaniem było pełnienie jednej, ważnej roli: przekonanie wyborców, że J. Kaczyński nie jest tylko konserwatywnym politykiem, skupionym na mówieniu wyłącznie o przeszłości i katastrofie smoleńskiej. Analiza materiałów wyborczych Prawa i Sprawiedliwości, a także komentarzy medialnych, wywiadów oraz konferencji prasowych z udziałem wspomnianych kobiet, potwierdza postawioną tezę.

Aby móc w pełni odpowiedzieć na postawione w tytule pracy pytanie należy w pierwszej kolejności wyjaśnić, co kryje się pod pojęciem „przedmiot” oraz „podmiot”, także w sensie politycznym. Słownik współczesnego języka polskiego definiuje „przedmiot” jako: „realny element otaczającego świata, rzecz wyodrębniona za pomocą zmysłów (...); obiekt czyjś zainteresowania, uwagi, czyichś uczuć, cel czyje-

³ Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory 2011 do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, Sejm okręg nr 25*, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/220000/pl/okr-25.html#tabs-1>, 29.04.2012 r.; Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory 2011 do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, Sejm okręg nr 4*, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/040000/pl/okr-4.html?tab=2#tabs-1>, 29.04.2012 r.

goś działania”⁴, podczas gdy „podmiotowi” przypisuje atrybut myślenia – jest to „istota myśląca, przeżywająca, działająca”⁵. Definicje te można zastosować i odnieść również do świata polityki, gdzie podmiotami będą merytorycznie zabierający głos politycy, podejmujący działania przedstawiciele establishmentu, a rolę przedmiotów będą wypełniały pozostałe elementy, stanowiące „obiekt czyjegoś zainteresowania”. Niniejsza praca stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, na ile bohaterki kampanii wyborczej Prawa i Sprawiedliwości wpisały się w przedstawione rozwinięcia definicyjne w/w pojęć: czy były podmiotami, czy może raczej przedmiotami kampanii wyborczej swojej partii?

Siedem kobiet z plakatów wyborczych Prawa i Sprawiedliwości to członkinie partii z różnych regionów Polski: Aleksandra Jankowska, Ilona Klejnowska, Anna Krupka, Sylwia Ługowska, Anna Schmidt, Magdalena Wiciak oraz Magdalena Żuraw⁶. Za najbardziej doświadczoną kandydatkę w wyborach do Sejmu można uznać A. Jankowską, która należy do partii od ponad 10 lat, dwukrotnie była radną Sopotu, a w czasie rządów koalicji PiS-LPR-Samoobrona sprawowała urząd wicewojewody pomorskiego. Miała za sobą także nieudany start w wyborach na prezydenta Sopotu w 2006 r.⁷. Będąc zatrudnioną w Regionalnym Zarządzie Gospodarki Wodnej w Gdańsku uczestniczyła w pracach międzynarodowych zespołów roboczych przy Ministerstwie Środowiska (prace dotyczyły m.in. implementacji prawa UE). A. Jankowska szefuje sopockim strukturom PiS-u od 2007 r. Obecnie pełni funkcję wiceprezesa Agencji Ratingu Społecznego, do 2011 r. była dyrektorem Instytutu Stefczyka, który zajmuje się rozwojem i promocją spółdzielczości⁸.

Aleksandra Jankowska podczas pracy w Komisji Etyki Rady Miasta Sopotu zyskała przydomek „ostrej Oli od etyki”⁹. W wywiadzie dla telewizji TVN24 odpierała zarzuty, że jej obecność na billboardzie

⁴ B. Dunaj, *Słownik współczesnego języka polskiego*, Warszawa 1996, s. 874.

⁵ Ibidem, s. 776.

⁶ „Chodźcie z nami” – Serwis wyborczy KW Prawo i Sprawiedliwość, <http://wybierzpis.org.pl/chodcie-z-nami/>, 31.03.2012 r.

⁷ *Oficjalne wyniki sopockiego referendum*, „Gazeta.pl, Trójmiasto”, http://trojmiasto.gazeta.pl/trojmiasto/1,35612,6617584,Oficjalne_wyniki_sopockiego_referendum.html, 29.04.2012 r.

⁸ *Aleksandra Jankowska*, http://www.aleksandrajankowska.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=473, 29.04.2012 r.

⁹ M. Kawiński, „Aniołki Kaczyńskiego” walczą o Sejm. „Żeby Polska była gwiazdą pierwszej świetności”, „Wprost”, <http://www.wprost.pl/ar/263250/Aniolki-Kaczynskiego-walczą-o-Sejm-Zeby-Polska-była-gwiazda-pierwszej-swietnosci/>, 31.03.2012 r.

jest przypadkowa. Podkreślając swoją wieloletnią pracę na rzecz partii, uznała za niesłuszne stwierdzenie, że została nagle wezwana przez prezesa PiS-u. Poza tym argumentowała, że chce być posłanką, ponieważ „Sejm jest po to, by dbać o interesy Polaków”¹⁰. Akcentując swój potencjał, dobrą organizację, energiczność w działaniu, A. Jankowska stwierdziła: „to nie dla mnie jest Sejm. Ja jestem dla Sejmu i Polski”. Kandydatka Prawa i Sprawiedliwości nie bała się zabierać głosu w sprawach, w których jej partia miała dość konserwatywne poglądy, np. w kwestii refundacji antykoncepcji. Nie wypowiedziała się jednak stanowczo, co zrobiłaby – będąc posłanką – gdyby musiała zagłosować w sprawie refundowania zabiegów *in vitro*¹¹.

Kandydatka nr 4 na gdańskiej liście PiS-u często powoływała się na poparcie, jakiego udzielił jej J. Kaczyński. Nie oburzała się, kiedy media okrzyknęły ją jednym z „aniołków” prezesa. W „Rozmowie kontrolowanej” w Radiu Gdańsk powiedziała, że nie ma nic przeciwko nazywaniu jej w ten sposób – „to jest akurat miła nazwa (...), aniołki raczej dobrze nam się kojarzą i jeżeli mamy być aniołkami dla Polski, to bądźmy nimi”¹². Podkreślając oryginalność kampanii swojej partii oraz estetykę billboardu, odpierała zarzut dziennikarki, że celem kampanii jest ocieplenie wizerunku jej prezesa. A. Jankowska mówiła, że jest to wyłącznie próba odfalszowania kreowanego przez media wizerunku PiS-u jako partii ludzi brzydkich, starszych, „moherów”. Według kandydatki, „dziewczyny z PiS-u to nie tylko ładnie buzie”, co pokazują ich biografie i długoletnia praca na rzecz partii, m.in. aktywny udział w tworzeniu programu PiS-u dla ludzi młodych¹³.

Zajmując czwarte miejsce na liście wyborczej, A. Jankowska wyprzedziła dwóch ówczesnych posłów Prawa i Sprawiedliwości. Przed nią znaleźli się jednak Anna Fotyga, Maciej Łopiński i Andrzej Jaworski¹⁴. W okręgu gdańskim, z którego kandydowała, było do rozdysponowania 12 mandatów – szanse na zdobycie jednego z nich były zatem dość duże, a na pewno większe niż w przypadku jej koleżanek z plaka-

¹⁰ „Aniołek PiS” za refundacją antykoncepcji, „TVN24”, <http://www.tvn24.pl/1,1718664,druk.html>, 31.03.2012 r.

¹¹ Ibidem.

¹² Rozmowa kontrolowana, „Radio Gdańsk”, <http://radiogdansk.pl/index.php/rozmowa-kontrolowana/19446-aleksandra-jankowska-prawo-i-sprawiedliwo.html>, 31.03.2012 r.

¹³ Ibidem.

¹⁴ Państwowa Komisja Wyborcza, Wybory 2011 do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/wyn/220000/pl/okr-25.html#tabs-1>, 31.03.2012 r.

tu. A. Jankowska uznała, że czwarte miejsce jest dla niej dużym sukcesem, na który pracowała latami. Uzyskując zaledwie 3 398 głosów, nie zdobyła nawet 1% wszystkich ważnych głosów oddanych w wyborach w jej okręgu, tracąc bardzo dużo do znanych partyjnych działaczy usytuowanych na trzech pierwszych miejscach¹⁵.

Absolwentka dziennikarstwa Wyższej Szkoły Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, I. Klejnowska, jest jednym z najmłodszych „aniołków Kaczyńskiego”. Jak sama podkreśla, już podczas studiów prowadziła audycje telewizyjne w TV Trwam oraz pracowała w Radiu Maryja. Odebrała także praktykę w Parlamencie Europejskim i Sejmie RP, w którym pracuje do dzisiaj jako wicedyrektor Biura Prasowego Klubu Parlamentarnego Prawo i Sprawiedliwość¹⁶. Podobnie jak A. Jankowska, I. Klejnowska podkreśla, że jej obecność zarówno w partii, jak i na plakacie nie jest wynikiem przypadku. Na stronie internetowej Komitetu Wyborczego PiS czytamy: „Uczestniczyłam w wielu kampaniach wyborczych (...). Myślę samodzielnie, dlatego umiem zweryfikować obietnice zielonej wyspy i powroty z Irlandii. Mam odwagę opowiedzieć się po stronie odważnego i odpowiedzialnego polityka, jakim jest Jarosław Kaczyński. W obecnej kampanii wyborczej uczestniczę w podróżach Prezesa PiS J. Kaczyńskiego po Polsce i prowadzę Jego konferencje”¹⁷. Słów I. Klejnowskiej o J. Kaczyńskim z pewnością nie można uznać za przypadek – wyłania się z nich obraz polityka, któremu powinni zaufać młodzi ludzie, tak jak czyni to kandydatka z miejsca nr 6 płockiej listy PiS-u do Sejmu.

„Super Express” przyglądając się plakatowi wyborczemu Prawa i Sprawiedliwości pisze, że „gdyby nie logo partii, nikt by nie wpadł na to, że siedem uroczych pań ma coś wspólnego z polityką. Wyglądają one jakby reklamowały wszystko, tylko nie partię”¹⁸. I. Klejnowska ustosunkowując się do tego stwierdzenia, powiedziała, że jest to odważna forma kampanii, ale zdecydowano się na nią, aby pokazać, że w PiS-ie są także ludzie młodzi. Zapytana o to, dlaczego zajmuje dopiero szóste miejsce na liście, skoro jest jedną z twarzy kampanii wizerunkowej partii, I. Klejnowska odpowiedziała dość lakonicznie, że chciałaby się dostać do Sejmu, ale „jeśli się nie uda, nie będzie tra-

¹⁵ Ibidem.

¹⁶ „Chodźcie z nami” – *Serwis wyborczy...*, op. cit.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ *Wybory 2011. SEKSkampania. Ślicznotki z PiS zachęcają: Chodźcie z nami*, „Super Express”, http://www.se.pl/wydarzenia/kraj/wybory-2011-sekskampania-slicznutki-z-pis-zachecaja-chodzcie-z-nami_205489.html, 31.03.2012 r.

gedii”. Podkreśliła przy tym swoją świadomą przynależność do PiS-u „nie dla stołka, ale ze względu na (...) przekonania”¹⁹. Wyborcy nie obdarzyli jej jednak wystarczającym zaufaniem, które umożliwiło by jej zdobycie mandatu – uzyskując nieco ponad 2 % głosów, I. Klejnowska nie otrzymała mandatu parlamentarnego²⁰.

Podobny los spotkał A. Krupkę, kandydatkę z miejsca szóstego gliwickiej listy PiS-u. Absolwentka socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, bardzo akcentująca patriotyczne tradycje swej rodziny oraz opiekę naukową Jadwigi Staniszkis, zdobyła zaledwie 3 044 głosy²¹. A. Krupka pracowała wiele lat w biurze krajowym Prawa i Sprawiedliwości, a obecnie redaguje serwis internetowy partii²². Na pytanie, co sądzi o nazywaniu jej „aniołkiem” odpowiedziała, że jest to kreacja medialna i że ona sama działa w partii od pięciu lat, zna swoją wartość i takie określenia nie robią na niej wrażenia. A. Krupka podkreśliła jednocześnie wyjątkowość prezesa J. Kaczyńskiego, nazywając go wspaniałym politykiem i człowiekiem, z którym dobrze jej się współpracuje. Zaakcentowała także jego łagodność, mówiąc, że J. Kaczyński „nigdy nie podnosi głosu na pracowników”²³. Udziału w projekcie jakim był billboard „Chodźcie z nami” nie traktowała w kategoriach wykorzystania kogoś przez partię, tylko jako pokazanie, że PiS jest ugrupowaniem wielopokoleniowym.

Nazwana przez prasę „Miss PiS” lub „Angelina Jolie PiS-u”, Sylwia Ługowska to studentka ostatniego roku europeistyki Uniwersytetu Łódzkiego, a zarazem członkini Prawa i Sprawiedliwości od 2007 r. i rzeczniczka Klubu PiS w Sejmiku Województwa Łódzkiego²⁴. Ku swojemu zaskoczeniu znalazła się na listach wyborczych do parlamentu w 2011 r., ale – jak podkreślał przewodniczący łódzkiego regionu PiS-u, Jarosław Jagiełło, nie była to przypadkowa nominacja, ponieważ

¹⁹ *Nasz wywiad z gwiazdą PiS Iloną Klejnowską: Wiem, dlaczego Lis pomylił się co do mojego okręgu. „Nieuważnie czyta własne pismo”, „wPolityce.pl”, <http://wpolityce.pl/wydarzenia/15939-nasz-wywiad-z-gwiazda-pis-ilona-klejnowska-wiem-dlaczego-lis-pomylił-sie-co-do-mojego-okregu-nieuwaznie-czyta-wlasne-pismo>, 31.03.2012 r.*

²⁰ *Państwowa Komisja Wyborcza, Wybory 2011 do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej*, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/cpr/sjm-16/pl/e6798798-f168-4552-a57e-226c3564b35c.html>, 31.03.2012 r.

²¹ *Ibidem.*

²² „Chodźcie z nami” – *Serwis wyborczy...*, op. cit.

²³ A. Pustułka, *Aniołek prezesa mówi: nie jestem aniołkiem*, „Dziennik Zachodni”, <http://www.dziennikzachodni.pl/artykul/452984,aniolek-prezesa-mowi-nie-jestem-aniołkiem,id,t.html>, 01.04.2012 r.

²⁴ „Chodźcie z nami” – *Serwis wyborczy...*, op. cit.

S. Ługowska uzyskała wysoki wynik w wyborach samorządowych i to skłoniło do zaproponowania jej kandydatury w wyborach do Sejmu²⁵. „Miss PiS” zwróciła na siebie szczególną uwagę mediów podczas kongresu młodzieżówki Prawa i Sprawiedliwości, podczas którego siedziała obok prezesa partii. Komplementowała go takimi określeniami, jak stuprocentowy gentelman, szarmancki, bardzo kulturalny mężczyzna, w towarzystwie którego każda kobieta czuje się wyjątkowo²⁶. Poza tym J. Kaczyński jest jej zdaniem osobą, której poglądy „nie chwieją się jak chorągiewka”, ponieważ nigdy nie zmienił się jako polityk²⁷. Podkreślając koncyliacyjność prezesa partii przypomniawszy jego apel o zakończenie wojny polsko-polskiej, który nie został wysłuchany przez „drugą stronę”²⁸. Odpowiadając na pytania czytelników „Wprost” S. Ługowska wspominała wielokrotnie o tym, że PiS jest otwarty na młodych działaczy. Władze partii udowodniły to, powierzając im napisanie programu partii, skierowanego do młodzieży. S. Ługowska nie obawiała się, że zostanie jedynie elementem gry wyborczej²⁹.

„Newsweek” zwrócił uwagę, że S. Ługowska w niektórych okresach kampanii wyborczej była nawet bardziej aktywna medialnie niż sam prezes partii. Gazeta napisała dość prowokacyjnie, że „gdyby uroda była jedynym kryterium politycznym, S. Ługowska już dziś mogłaby zostać premierem”³⁰, a wszystko, co mówi, schodzi automatycznie na drugi plan, gdyż słuchacz koncentruje się na urodzie młodej kandydatki Prawa i Sprawiedliwości, a nie na jej słownym przekazie. S. Ługowska, podobnie jak jej koleżanki, zaprzeczyła, że główną rolę, którą mają wypełnić, jest przekonanie wyborców o łagodności J. Kaczyńskiego. Swoją obecność u jego boku podczas kongresu młodzieżówki partii tłumaczyła zwykłym przypadkiem³¹. Oburzała się jednak,

²⁵ *Sylwia Ługowska, czyli aniołek Kaczyńskiego, idzie do Sejmu!*, „Super Express”, http://www.se.pl/wydarzenia/kraj/sylwia-lugowska-nazywana-aniolkiem-prezesa-idzie-do-sejmu_194338.html, 01.04.2012 r.

²⁶ *Angelina Jolie PiS idzie do Sejmu*, TVN24, <http://www.tvn24.pl/0,1709514,0,1,angelina-jolie-pis-idzie-do-sejmu,wiadomosc.html>, 01.04.2012 r.

²⁷ *Sylwia Ługowska, PIĘKNA działaczka PiS: Nie napiszę pracy magisterskiej o Jarosławie Kaczyńskim*, „Super Express”, http://www.se.pl/wydarzenia/kraj/sylwia-lugowska-piekna-dzialaczka-pis-nasza-partia-jest-autentyczna-nie-napisze-pracy-magisterskiej-_190697.html, 01.04.2012 r.

²⁸ Ibidem.

²⁹ *Sylwia Ługowska: PiS traktuje młodych ludzi poważnie*, „Wprost”, <http://www.wprost.pl/ar/250211/Sylwia-Lugowska-PiS-traktuje-mlodych-ludzi-powaznie/>, 01.04.2012 r.

³⁰ I. Ryciak, *Bella Sylwia*, „Newsweek” 2011, nr 25, s. 32.

³¹ Ibidem.

gdy media postrzegały ją wyłącznie przez pryzmat jej wizerunku – pytała, czy ma się oszpeścić, aby udowodnić, że jest inteligentna. Dla niej wygląd zewnętrzny w polityce odgrywa drugoplanową rolę, dlatego – jak sama podkreślała – stara się nie odnosić do tego typu porównań, ale nie czuje się bynajmniej ozdobą PiS-u³². Duża rozpoznawalność w środowisku lokalnym oraz piąte miejsce na łódzkiej liście PiS-u nie wystarczyły do uzyskania mandatu poselskiego, co jednak nie zniweczyło politycznych ambicji S. Ługowskiej.

A. Schmidt (nr 5 na liście PiS-u, Krosno³³) i M. Wiciak (nr 6 na liście PiS-u, Bielsko-Biała³⁴) podzieliły w tej kwestii los pozostałych „aniołków Kaczyńskiego”. Obie ukończyły uczelnie o profilu katolickim – pierwsza z nich Katolicki Uniwersytet Lubelski (pisząc pracę na temat powstania i działalności PiS-u), druga natomiast Wyższą Szkołę Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu, a później Uniwersytet im. Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie. Obie pracowały także w strukturach krajowych Prawa i Sprawiedliwości. A. Schmidt była członkiem Gabinetu Politycznego w KPRM w latach 2005-07. M. Wiciak jest zatrudniona od 2009 r. w Biurze Krajowym PiS w Warszawie. Dla obu kandydatek bardzo ważne są takie wartości jak rodzina i tradycja, co niejednokrotnie podkreślały podczas kampanii wyborczej³⁵. W porównaniu do pozostałych kandydatek Prawa i Sprawiedliwości, których sylwetki zostały przedstawione w niniejszej pracy, aktywność medialna A. Schmidt i M. Wiciak była wyraźnie słabsza.

Obok hasła „aniołki Kaczyńskiego” w mediach funkcjonowały także inne określenia, jak np. „paprotki”, co ostro skrytykowała I. Klejnowska, mówiąc: „proszę mnie nie nazywać ani aniołkiem, ani paprotką, ani nimfą. Nie jestem puszką coca coli, żadnym produktem popkultury”³⁶. A. Schmidt nie przeszkadzało natomiast bycie „aniołkiem” – tak bardzo ceni J. Kaczyńskiego, że tego typu określenie

³² T. Walczak, *Sylwia Ługowska: Nie oszpecę się, żeby pokazać inteligencję. WYWIAD z piękną działaczką PiS*, „Super Express”, http://www.se.pl/wydarzenia/opinie/sylwia-lugowska-nie-oszpece-sie-zeby-pokazac-inteligencje-wywiad-z-piekna-dzialaczka-pis_195210.html, 29.04.2012 r.

³³ Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory 2011 do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, Sejm okręg nr 22*, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/180000/pl/okr-22.html?tab=2#tabs-1>, 29.04.2012 r.

³⁴ Państwowa Komisja Wyborcza, *Wybory 2011 do Sejmu i Senatu Rzeczypospolitej Polskiej, Sejm okręg nr 27*, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/240000/pl/okr-27.html#tabs-1>, 29.04.2012 r.

³⁵ „Chodźcie z nami” – *Serwis wyborczy...*, op. cit.

³⁶ A. Niewińska, M. Subotić, *Kampania na wysokich obcasach*, „Rzeczpospolita”, <http://www.rp.pl/arttykul/721792.html?print=tak&p=0>, 29.04.2012 r.

nawet jej schlebia – mówiła w wywiadzie dla „Wprost”³⁷. M. Wiciak nie mogła natomiast zrozumieć, dlaczego media kreowały je na „głupie dziewczynki z billboardu”³⁸. Zastanawiała się, co stanowiło podstawę takiej opinii³⁹.

Zdecydowanie najbarwniejszym i najbardziej aktywnym „aniołkiem Kaczyńskiego” była Magdalena Żuraw, absolwentka Uniwersytetu im. Kardynała Stefana Wyszyńskiego, znana z publikacji dla tygodników „Uważam Rze”, „Najwyższy Czas”, czy dla „Gazety Polskiej”. Obecnie jest zatrudniona w centrali partii w Warszawie i broniąc wartości konserwatywno-liberalnych, nieustannie walczy „swoim piórem” o obronę życia poczętego⁴⁰. M. Żuraw stała się obiektem licznych komentarzy w następstwie tekstów, które publikowała na swoim blogu. Otwarcie skrytykowała uczestniczki Europejskiego Kongresu Kobiet, określając całe przedsięwzięcie „absurdalnym feministycznym sabatem organizowanym za publiczne pieniądze”⁴¹. Bardzo sceptycznie odnosi się także do roli kobiet w ogóle w życiu społecznym, czemu daje upust w tekście pt. „Szarańcza”. Oskarżając o niszczenie wszystkiego, czego się dotkną, ubolewa nad zaniżaniem poziomu nauki i kultury przez kobiety, co skutkuje niszczeniem ludzkiego ducha⁴².

Kandydująca z czwartego miejsca bydgoskiej listy PiS-u zasłynęła także ostrym starciem z „aniołkiem Kaczyńskiego” z poprzedniej kampanii parlamentarnej z 2007 r., Joanną Kluzik-Rostkowską. M. Żuraw odpowiedziała na list otwarty dawnej szefowej PJN-u, w którym ta pytała, „czy warto dawać świadectwo wizerunkowi, z którym dzień po wyborach ich szef rozstanie się bez sentymentów”⁴³. J. Kluzik-Rostkowska. Przytoczyła w liście także wypowiedź J. Kaczyńskiego

³⁷ M. Kawiński, „Aniołki Kaczyńskiego” walczą o Sejm. „Żeby Polska była gwiazdą pierwszej świetności”, „Wprost”, <http://www.wprost.pl/ar/263250/Aniolki-Kaczynskiego-walcza-o-Sejm-Zeby-Polska-byla-gwiazda-pierwszej-swietnosci/>, 01.04.2012 r.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ „Chodźcie z nami” – Serwis wyborczy..., op. cit.

⁴¹ M. Żuraw, *Kongres Kobiet? Nie, dziękuję. Absurdalny feministyczny sabat za publiczne pieniądze*, „wPolityce.pl”, <http://wpolityce.pl/dzienniki/dziennik-magdaleny-zuraw/14802-zuraw-dla-wpolitycepl-kongres-kobiet-nie-dziekuje-absurdalny-feministyczny-sabat-za-publiczne-pieniadze>, 29.04.2012 r.

⁴² M. Jędrzyk, *Kandydatka PiS dziękuje za feministyczny sabat*, „Wysokie Obcasy”, http://www.wysokieobcasy.pl/wysokie-obcasy/1,115167,10313751,Kandydatka_PiS_dziekuje_za_feministyczny_sabat.html, 01.04.2012 r.

⁴³ „Jest mi Pani szkoda. Chyba, że Pensja Jest Najważniejsza”. „Ładna buzia” PiS odpowiada Kluzik, „Polska. The Times”, <http://www.polskatimes.pl/artykul/452053,jest-mi-pani-szkoda-chyba-ze-pensja-jest-najwazniejsza,id,t.html>, 01.04.2012 r.

z 2010 r., który mówiąc o swoim wizerunku w kampanii prezydenckiej, stwierdził: „było takie przeświadczenie, że ładne buzie w sztabie i demonstrowanie, że ja jestem niesłychanie łagodny, przyniesie nam poparcie elektoratu wielkomięjskiego. Łagodnie mówiąc, nic z tego nie wyszło”⁴⁴. M. Żuraw skwitowała obawy J. Kluzik-Rostkowskiej wyrażeniem współczucia – pisała: „Szkoda mi Pani: start z listy partii (Platformy Obywatelskiej – przyp. K.K.) musi być prawdziwym koszmarem. Chyba że dla Pani, jak twierdzą niektórzy, to Pensja Jest Najważniejsza...”⁴⁵.

Porównując reakcje wszystkich siedmiu bohaterek plakatu na nazywanie ich „aniołkami Kaczyńskiego” można zaobserwować tendencję zmierzającą w kierunku akceptacji tego określenia. Część z kandydatek PiS-u do Sejmu podchodziła z dużym dystansem (o czym mówiły w wywiadach) zarówno do uczestniczenia w kampanii wizerunkowej partii, jak i do komentarzy, które pojawiły się w jej następstwie. Każda z pań protestowała jednak przeciw uprzedmiotowianiu ich wizerunków – podkreślały, że nie są tylko ładnymi i atrakcyjnymi buziemi z billboardu, a o swoich atutach nie muszą mówić – wystarczy zajrzeć do ich programów politycznych⁴⁶. Kandydatki nie stroniły od przypomnienia, że są współautorkami programu Prawa i Sprawiedliwości skierowanego do ludzi młodych, a start w wyborach parlamentarnych traktują bardzo poważnie, jako misję powierzoną im przez kierownictwo partii. Zgodnie twierdziły także, że tego typu kampania jest bardzo odważna i oryginalna, ale ma to zrealizować pewien cel – przyciągnąć młody elektorat do partii kojarzonej zazwyczaj z osobami starszymi.

Żadna z bohaterek kampanii wizerunkowej PiS-u z 2011 r. nie czuła się uprzedmiotowiona, ani tym bardziej wykorzystana przez swoją partię. Na zarzuty, że są wyłącznie tzw. „naganiaczkami”, mającymi za zadanie zdobycie dodatkowych głosów przez PiS, odpowiadały, że jest naturalnym, że zajmują dalsze miejsca na listach wyborczych, ponieważ te pierwsze przypadły czołowym działaczom⁴⁷. Ich zdaniem

⁴⁴ Kluzik-Rostkowska do sztabowców PiS: „Już gdzieś widziałam taki wizerunek Kaczyńskiego...”, „Polska. The Times”, <http://www.polskatimes.pl/artukul/451612,kluzik-rostkowska-do-sztabowcow-pis-juz-gdzies-widzialam,id,t.html>, 21.10.2012 r.

⁴⁵ Ibidem.

⁴⁶ „Mamy program, nie tylko urodę”, TVN24, <http://www.tvn24.pl/-1,1718012,0,1,mamy-program--nie-tylko-urode,wiadomosc.html>, 01.04.2012 r.

⁴⁷ W okręgu gdańskim pierwsze miejsca zajęli: Anna Fotyga, Maciej Łopiński oraz Andrzej Jaworski (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/220000/pl/okr-25.html#tabs-1>, 29.04.2012 r.), w okręgu bydgoskim Kosma Złotowski, Tomasz Latowski, Bartosz Kownacki (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/040000/>

nie powinno to budzić żadnego zdziwienia. W rzeczywistości jednak na wysokich miejscach na listach oprócz wieloletnich działaczy partyjnych znalazły się osoby, które nie były członkami partii, np. były zastępca prokuratora generalnego, Zbigniewa Ziobry – Dariusz Barski; Krzysztof Czabański, publicysta i były prezes zarządu Polskiego Radia, czy bezpartyjny profesor UMCS, Waldemar Paruch. Niemniej jednak kandydaci ci nie stali się twarzami kampanii, mimo iż zajęli wyższe miejsca na listach wyborczych niż bohaterki PiS-owskich billboardów.

W kampanii parlamentarnej w 2007 r. Prawo i Sprawiedliwość również zdecydowało się na eksponowanie kobiet na plakatach promujących ugrupowanie i to właśnie wtedy po raz pierwszy pojawiło się w dyskursie publicznym określenie „aniołki Kaczyńskiego”. Wówczas role te odgrywały wspomniana już J. Kluzik-Rostkowska, G. Gęsicka oraz A. Natalli-Świat. W bardzo eleganckich strojach i modnej, nowoczesnej stylizacji zastanawiały się wraz z prezesem Kaczyńskim nad przyszłością Polski. „Aniołków” z tamtej kampanii nie należy jednak porównywać z tymi, które obserwowaliśmy cztery lata później. Zarówno J. Kluzik-Rostkowska, G. Gęsicka jak i A. Natalli-Świat wówczas były od lat bezsprzecznie kojarzone z Prawem i Sprawiedliwością. Niejednokrotnie zabierały merytorycznie głos w imieniu partii, czy to na sali sejmowej, czy w mediach. Można zatem uznać, że należały do czołowych działaczek partii, dlatego też nie budziło zdziwienia wykorzystanie ich wizerunków przez Prawo i Sprawiedliwość w kampanii wyborczej. Inaczej było w roku 2011, kiedy partia zdecydowała się umieścić na plakatach mało znane w skali kraju, atrakcyjne działaczki partyjne. Ich życiorysy dowodzą, że od wielu lat współpracowały z PiS-em, ale nigdy nie stały w pierwszych krajowych szeregach partii i nie wypowiadały się w jej imieniu. Zmieniła to dopiero kampania wyborcza, której stały się bohaterkami. Poza tym kobiety biorące udział

pl/okr-4.html?tab=2#tabs-1, 29.04.2012 r.), w okręgu plockim Wojciech Jasiński, Marek Opiola, Maciej Wąsik, Robert Kołakowski, Marian Pagórek (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/140000/pl/okr-16.html?tab=2#tabs-1>, 29.04.2012 r.), w okręgu gliwickim Piotr Pyzik, Jerzy Polaczek, Aleksander Chłopek, Tadeusz Wita, Alfred Pyrk (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/240000/pl/okr-29.html?tab=2#tabs-1>, 29.04.2012 r.), w okręgu krośnieńskim Marek Kuchciński, Waldemar Paruch, Piotr Babinetz, Stanisław Piotrowicz (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/180000/pl/okr-22.html?tab=2#tabs-1>, 29.04.2012 r.), w okręgu bielskim Stanisław Szwed, Krzysztof Czabański, Jacek Falfus, Kazimierz Matuszyny, Stanisław Pięta (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/240000/pl/okr-27.html#tabs-1>, 29.04.2012 r.), w okręgu łódzkim Witold Waszczykowski, Dariusz Barski, Jerzy Loba, Elżbieta Więclawska-Sauk (źródło: PKW, <http://wybory2011.pkw.gov.pl/geo/100000/pl/okr-9.html#tabs-1>, 29.04.2012 r.).

w kampanii przed czterema laty były kreowane na specjalistki, dobrze przygotowane do sprawowania władzy, stanowiące silne merytoryczne zaplecze partyjne. Współczesne „aniołki Kaczyńskiego” to w pierwszej kolejności atrakcyjne, wykształcone, młode i modnie ubrane kandydatki do Sejmu, dopiero później – za sprawą wywiadów, których udzielały, przebijają się eksponowane przez nie fakty z ich życia i działalności na rzecz partii. Różnice przejawiały się także w zajmowanych miejscach na listach wyborczych – jest to kolejny dowód na to, że siedem kandydatek Prawa i Sprawiedliwości nie należało do pierwszoplanowych polityków ugrupowania.

Przyglądając się wynikowi wyborczemu, który osiągnęły „aniołki Kaczyńskiego” (łącznie 26 722 głosy⁴⁸), raczej trudno zaliczyć tę kampanię wizerunkową Prawa i Sprawiedliwości do udanych. Postawioną w początkowej części pracy tezę, że kobiety te pełniły raczej rolę przedmiotów niż podmiotów kampanii, zdaje się potwierdzać ich nieobecność w mediach po wyborach na jesieni 2011 roku. Niemniej jednak tego typu kampania wizerunkowa odbiła się szerokim echem w mediach, zwłaszcza w okresie wzmożonej aktywności kandydatek PiS-u, czego wyrazem mogą być liczne artykuły i wzmianki prasowe, których działaczki były bohaterkami (m.in. „Super Express”, „Wprost”, „Newsweek”, „Gazeta Wyborcza”⁴⁹ czy „Rzeczpospolita”⁵⁰).

SUMMARY

IN AN ELECTION CAMPAIGN IN 2011 LAW AND JUSTICE PARTY (Prawo i Sprawiedliwość or PiS) promoted itself by means of billboards (among others), on which seven young and attractive women were smiling and encouraging the voters to “come with them”. It means to vote on PiS. Using in this campaign female candidates unknown to public opinion and the way of creating their image induces to ask the question: “Are these women objects or subjects?”

⁴⁸ Obliczenie własne na podstawie danych PKW.

⁴⁹ W. Szacki, *Prawdziwy PiS chowa się za paprotki*, „Gazeta Wyborcza”, http://wyborcza.pl/1,76842,10324036,Prawdziwy_PiS_chowa_sie_za_paprotki.html, 01.04.2012 r.

⁵⁰ A. Niewińska, M. Subotić, *Kampania na wysokich obcasach*, „Rzeczpospolita”, <http://www.rp.pl/artykul/721792.html?print=tak&p=0>, 01.04.2012 r.

NOTA O AUTORCE

Karolina Karolczak [karolina_karolczak@poczta.fm] – Absolwentka stosunków międzynarodowych, doktorantka na WNPiD UAM w Poznaniu. Główne obszary zainteresowań: pamięć zbiorowa i stosunki polsko-niemieckie po II wojnie światowej; rola i pozycja kobiet w polityce.