

# Retoryka zreinterpretowana

## Rhetoric reinterpreted

13 (1) 2026

ISSUE EDITOR: EWA MODRZEJEWSKA

**JAKUB PSTRĄG**

UNIwersytet Jagielloński, Polska

<https://orcid.org/0000-0003-0277-3288>[jakub.pstrag@uj.edu.pl](mailto:jakub.pstrag@uj.edu.pl)

### Ich metafory w naszym życiu – perswazyjna funkcja języka metaforycznego w wypowiedziach kandydatów na prezydenta Polski

#### The metaphors we live by: the persuasive function of metaphorical language in candidates' for the Polish presidency statements

#### Abstract

Tematem artykułu jest analiza wystąpień kandydatów na prezydenta Polski ze szczególnym uwzględnieniem Karola Nawrockiego i Szymona Hołowni w trakcie przedwyborczych debat telewizyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem perswazyjnej roli metafory. Metafora w ujęciu kognitywnym to nie tylko sposób mówienia, lecz przede wszystkim narzędzie rozumowania, dlatego stanowi też ważny element retorycznych zabiegów, mających na celu przekonanie odbiorcy do proponowanej przez nadawcę wizji świata. Metafora może zatem, inaczej niż w przypadku argumentacji opartej na racjonalnych przesłankach, kreować pożądane przez mówców zestawy przekonań i postawy oraz wzmacniać postulowane w tekstach wartości. Analizie poddane zostały te spośród wystąpień, które zaliczane są do tzw. swobodnej wypowiedzi, czyli zawczasu przygotowanych tekstów, mających stanowić sedno programu wyborczego i planowanych przez kandydata działań. W ramach sześciu wyróżnionych kategorii tematycznych związanych bezpośrednio z wyborami zidentyfikowano schematy, które najczęściej mają konotacje negatywne. Dominują metaforyczne nawiązania do choroby, braku woli czy zwierzęcia. Na tym tle pozytywnie odznaczają się jedynie metafory POLITYK TO BUDOWNICZY i POLITYK TO REPREZENTANT.

This article examines the rhetorical discourse of Polish presidential candidates (including Karol Nawrocki and Szymon Hołownia) as manifested in pre-election televised debates, with particular emphasis on the persuasive function of metaphor. Approached from a cognitive-linguistic perspective, metaphor is construed not merely as an ornamental feature of language but, more fundamentally, as an instrument of conceptual reasoning. As such, it constitutes a critical component of the rhetorical strategies through which political speakers seek to persuade their audiences to adopt a particular vision of social and political reality. In contrast to argumentation grounded in rational premises, metaphor operates at the level of affective and ideological conditioning, enabling speakers to construct systems of belief and value-laden attitudes congruent with their rhetorical objectives and to reinforce the normative frameworks inscribed in their discourse. The analysis concentrates specifically on speeches categorized as candidate's closing statement — that is, pre-composed addresses intended to articulate the foundational tenets of each candidate's electoral platform and programmatic agenda. Within the six thematic categories directly related to elections, patterns were identified that most often carry negative connotations. Metaphorical references to illness, lack of will, or animals predominate. Against this background, only the metaphors POLITICIAN AS BUILDER and POLITICIAN AS REPRESENTATIVE stand out positively.

#### Key words

metafora, perswazja, przedwyborcza debata prezydencka, dyskurs polityczny  
metaphor, persuasion, presidential debate, political discourse

#### License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0).  
The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received: 22 January 2026 | Accepted: 16 March 2026

DOI: <https://doi.org/10.29107/rr2026.1.3>

**JAKUB PSTRĄG**

UNIwersytet Jagielloński, Polska

<https://orcid.org/0000-0003-0277-3288>

[jakub.pstrag@uj.edu.pl](mailto:jakub.pstrag@uj.edu.pl)

## **Ich metafory w naszym życiu – perswazyjna funkcja języka metaforycznego w wypowiedziach kandydatów na prezydenta Polski**

„To, jak myślimy o świecie i – co chyba ważniejsze – jak o nim opowiadamy, ma więc olbrzymie znaczenie. Coś, co się wydarza, a nie zostaje opowiedziane, przestaje istnieć i umiera. Wiedzą o tym bardzo dobrze nie tylko historycy, ale także (a może przede wszystkim) wszelkiej maści politycy i tyrani. Ten, kto ma i snuje opowieść – rządzi.”  
Olga Tokarczuk, *Przemowa noblowska* 2018

### **1. Wprowadzenie**

Przedmiotem artykułu jest analiza wystąpień kandydatów na prezydenta Polski w trakcie przedwyborczych debat telewizyjnych pod kątem zastosowanych metafor. Wskazuję w niej wyłaniające się z tych przemówień sposoby interpretacji rzeczywistości, wizje polityki, jak również ich potencjał perswazyjny. Materiał, który stanowi podstawę badań, zebrany został podczas odbywających się w kwietniu i maju 2025 roku telewizyjnych debat przedwyborczych<sup>1</sup>. Przedmiotem mojego zainteresowania są użyte przez polityków metafory w ogóle. Nie badałem zaś zmian w sposobach wypowiedzi kandydata w zależności od określonego nadawcy<sup>2</sup>. Z zarejestrowanego materiału do badania wybrałem jedynie fragmenty, zaliczane do tzw. swobodnej wypowiedzi, w czasie której polityczki i politycy mieli możliwość wygłoszenia – najpewniej przygotowanego wcześniej – krótkiego oświadczenia. Pomimo kontekstu debaty i towarzyszących jej sporów i emocji, swobodna wypowiedź nie jest zazwyczaj bezpośrednią reakcją na czyjąś wcześniejszą

1. Zarejestrowany materiał pochodzi z debat przedwyborczych zorganizowanych przez następujących nadawców: Telewizja Republika (9.05.2025), Super Express (28.04.2025) oraz wspólna debata trzech telewizji: Polsat, TVN oraz TVP (12.05.2025) Różna reprezentacja ilościowa wypowiedzi poszczególnych kandydatów wynika z braku udziału części z nich w debatach organizowanych przez Telewizję Republika. Transkrypcji dokonałem za pomocą programu Clipchamp, umożliwiającego automatyczne przepisywanie ścieżki audio na tekst, który został następnie sprawdzony pod względem poprawności i dokładności zapisu.

2. Ta kwestia wymaga jednak dalszych, pogłębionych analiz.

wypowiedź, a zatem użyte w niej metafory nie wynikają z narzuconego tematu czy ewentualnych pytań poprzedników lub prowadzących dziennikarzy, ale należą do repertuaru językowego nadawcy i są realizacją przyjętej strategii perswazyjnej.

## 2. Telewizyjna debata prezydencka

Wraz ze zmianą systemu politycznego w Polsce po 1989 roku nastąpiły rewolucyjne zmiany w procesie wyborczym. Od tej pory to politycy muszą zabiegać o wyborców – centralne miejsce we wszystkich kampaniach zajęła właśnie debata telewizyjna (por. Budzyńska-Daca 2015). Debata przedwyborcza, w tym szczególnie prezydencka, nie jest jedynie jednorazowym wydarzeniem medialnym, lecz złożonym gatunkiem retorycznym, który stanowi kluczowe narzędzie w procesie kształtowania się społeczeństwa demokratycznego. W swojej fundamentalnej monografii Agnieszka Budzyńska-Daca wskazuje, że debata w demokracji pełni funkcję testu kompetencji komunikacyjnych i argumentacyjnych kandydatów, będąc jednocześnie rytuałem politycznym o wysokim stopniu sformalizowania. Z kolei Agnieszka Kampka podkreśla, że debata to także doskonałe narzędzie, służące zarówno budowaniu wizerunku, jak również deprecjonowaniu przeciwnika politycznego (por. Kampka 2016).

Rozwój środków masowego przekazu i ich ucyfrowienie powodują, że nie tylko nadawca publiczny ma możliwość organizowania tego typu przedsięwzięć – ale również inne mniejsze podmioty. Stąd tak duża liczba debat w trakcie kampanii w roku 2025. Debaty przedwyborcze miały miejsce nie tylko w studio telewizyjnym, gdzie interakcja zachodzi między precyzyjnie określonymi uczestnikami w z góry narzuconym reżimie czasowym, ale również na scenie na rynku miasta, co wprowadza kolejnego uczestnika – widzów, żywo i głośno reagujących na wypowiedzi kandydatek i kandydatów. Takie widowiska, ze względu na swoiste reguły mogą stać się formą medialnej inscenizacji, w której argumentacja jest nieprzejrzysta, a widz traci możliwość rzetelnej oceny ofert politycznych. Dlatego też tego typu debaty wyłączyłem ze swojej analizy.

Debatę definiuję jako formę polilogu o określonej liczbie uczestników, zorganizowanego według ściśle określonych reguł i im podlegającego. Zaproszeni protaagoniści spotykają się, by bronić własnych poglądów i atakować cudze, przy czym rola atakującego/atakowanego nie jest przypisana na stałe i zmienia się dynamicznie w czasie trwania programu (por. Pstrąg 2004). Budzyńska-Daca zauważa, że zwłaszcza postulat odpowiedniego czasu na prezentację poglądów jest w telewizji niemal niemożliwy do zrealizowania, co zmusza mówców do stosowania uproszczonych, ale ściśle określonych strategii komunikacyjnych.

### 3. Metafora w ujęciu kognitywnym

Metafora może być nie tylko elementem poetyckiego zachwyty nad światem, ale także skutecznym narzędziem perswazji, a zatem ważnym elementem praktyki retorycznej. Jedną z cech dyskursu politycznego jest chęć wpływania na poglądy odbiorców i kształtowania postaw, dlatego też wszystkie wypowiedzi o takim charakterze podporządkowane będą nadrzędnej idei retorycznej – czyli przekonywaniu. Jednym z narzędzi służących perswazji (i również niestety manipulacji) będzie właśnie metafora, która za pomocą prostych środków modeluje sposób odbioru komunikatu i narzuca jego interpretację.

Mimo doskonale już ugruntowanych badań językoznawczych nad metaforą w nurcie kognitywnym, dyskusja nad jej istotą wciąż nie ustaje i kolejni badacze wskazują na potencjał i możliwości, jakie związane są z takim ujęciem. A jak wynika z nawet pobieżnego przeglądu narosłej wokół tematu literatury, ma ono równie wielu zwolenników, co przeciwników.

W przełomowej dla tematu książce z 1980 roku (polskie wydanie z 1988 r.) „Metafory w naszym życiu” autorzy – George Lakoff i Mark Johnson – w sposób jasny i konsekwentny wykazali, że metafora nie jest li tylko tropem literackim, ale stanowi kluczowy dla ludzkiego języka sposób postrzegania i rozumienia świata. Zaznaczając przy tym wyraźnie, że przenośnia jest przede wszystkim naszym sposobem myślenia – wtórnie zaś mówienia. Przeniesienie metafory z obszaru figur retorycznych do obszaru procesów poznawczych uruchomiło lawinę prac, starających się potwierdzić ten pogląd lub zaprzeczyć stawianej w książce tezie.

Kognitywna Teoria Metafory (Conceptual Metaphor Theory – CMT) opiera się na fundamentalnym założeniu ucieleśnienia (*embodiment*) procesów poznawczych, przy czym uznaje się, że system pojęciowy człowieka jest w dużej mierze ustrukturyzowany metaforycznie, co pozwala na rozumienie domen abstrakcyjnych poprzez domeny konkretne, zakorzenione w doświadczeniu zmysłowo-ruchowym. A zatem zarówno człowiek, użytkownik języka, jak również jego doświadczenia, stawiani są przez kognitywistów w centrum uwagi, choć amerykańskie badania ciążą ku doświadczeniu cielesnemu, a np. polskie, z kręgu lubelskiej szkoły (por. Bartmiński 1999; Bartmiński, Niebrzegowska 1998), jako istotniejsze wskazują doświadczenia kulturowe i społeczne. Przy czym, jak podkreśla niemiecki badacz Jörg Zinken (2001), metafory odwołujące się do doświadczenia cielesnego są lepiej utrwalone, co rzecz jasna wynika z ich natury, od tych o charakterze kulturowym, odwołujących się do stereotypów, które jednak przez to mają większy potencjał przenoszenia sądów ideologicznych.

Nie wchodząc głęboko w teorię i niuanse definicyjne, w artykule tym przyjmuję założenie, że metafora to mechanizm poznawczy, mentalne odwzorowanie wiedzy i struktury wnioskowania z domeny źródłowej (B) na domenę docelową (A).

Zatem w schemacie A TO B (np. POLITYKA TO GRA<sup>3</sup>), polityka, jako pojęcie mniej zrozumiałe i abstrakcyjne tłumaczy się przez zestawienie jej z grą, zabawą, doświadczeniem bliskim większości z ludzi (por. Taylor 2007, Kövecses 2011). Wynika to z oczywistego faktu: jesteśmy istotami cielesnymi i nasze umysły nie są w stanie funkcjonować bez kontekstu ciała i poza jego obrębem. Dlatego żaden z wymienionych w artykule schematów metaforycznych nie miałby sensu, gdyby nie ta właśnie okoliczność. Można zatem przypuszczać, że związek umysłu z układem sensomotorycznym przekłada się także na naszą percepcję rzeczywistości i ma poważne implikacje perswazyjne (Meier, Scholer i Fincher-Kiefer 2014, 56). Przy czym pamiętać należy, że identyfikacja metafory na poziomie językowym, nie jest równoznaczna ze stwierdzeniem działania metafory na poziomie pojęciowym – potwierdzenie tego wymaga bowiem zaawansowanych badań, również tych niejęzykoznawczych.

Mimo ogromnego wpływu na nauki humanistyczne i społeczne, CMT od czterech dekad wciąż pozostaje przedmiotem intensywnej kontrowersji naukowych, a krytyka płynie z różnych stron: od językoznawców, przez psycholingwistów aż po neurolingwistów<sup>4</sup>. Krytycy podkreślają, że bez niezależnych dowodów na istnienie struktur konceptualnych, które nie sprowadzają się jedynie do analizy leksykalnej, CMT pozostaje teorią tautologiczną, która wyjaśnia to, co sama założyła. Niemożliwa jest również weryfikacja stawianych tez, a używane przez Lakoffa i Johnsona pojęcia są niezbyt precyzyjne. Inny nurt krytyki sugeruje, że CMT zakłada istnienie nieświadomego mechanizmu, który dokonuje odwzorowania między domenami, ale nie wyjaśnia, jak ten proces fizycznie zachodzi w strukturach neuronalnych, jak również nie tłumaczy dlaczego właśnie te, a nie inne elementy struktury zostają odwzorowane (czyli dlaczego np. w metaforze TEORIA TO BUDYNEK, mówi się o fundamentach teorii, ale już nie korytarzach i oknach). Ponadto zauważa się, że prostsze modele leksykalne i pragmatyczne mogą wyjaśniać te same zjawiska bez konieczności postulowania skomplikowanych mapowań konceptualnych w pamięci długotrwałej.

Raymond W. Gibbs Jr. (2011), broniąc klasycznej wersji CMT, argumentuje, że dowody z neuronauki i psycholingwistyki wskazują na aktywację ucieleśnionych struktur (np. obszarów motorycznych przy frazie „grasp an idea”) nawet wtedy, gdy użytkownicy nie są tego świadomi. Potwierdzają to również wcześniejsze badania Lakoffa (2008), który rozwinął Neuronalną Teorię Metafory (Neural Theory of Metaphor). Osadza on CMT w architekturze ludzkiego mózgu i dowodzi na

3. Metafory pojęciowe zwyczajowo zapisuje się przy pomocy kapitalików w formie A TO B, gdzie B oznacza domenę docelową (lub jej element), a A – domenę źródłową (lub jej element).

4. Dyskusje i głosy przeciwników referują w swoich tekstach, będących równocześnie odpowiedziami na zarzuty, m.in. Lakoff (2008), Gibbs (2011, 2014) oraz Kövecses (2008, 2020). Informacje na ten temat przytoczone w artykule pochodzą z tych właśnie opracowań.

podstawie zaawansowanych badań klinicznych, że metafora nie jest abstrakcyjnym bytem, lecz fizycznym obwodem neuronalnym, powstałym w wyniku uczenia się przez doświadczenie. Z kolei Zoltán Kövecses, uznawany za jeden z filarów CMT, w swojej monografii „Extended Conceptual Metaphor Theory” (2020) podjął ambitną próbę zsyntetyzowania dotychczasowych głosów krytycznych i przeciwstawia im zaktualizowaną rozszerzoną teorię metafory (ECMT). Jak sam przyznaje, standardowa wersja CMT z 1980 roku była zbyt uproszczona i statyczna, co czyniło ją podatną na ataki ze strony psychologów i lingwistów korpusowych.

Najważniejszą innowacją w ECMT jest wprowadzenie hierarchicznego modelu struktur pojęciowych uczestniczących w metaforyzacji. Kövecses odchodzi od dychotomii domena źródłowa / domena docelowa na rzecz czterech poziomów schematyczności:

1. Poziom schematów wyobraźniowych (*Image schemas*): najbardziej abstrakcyjny poziom (np. POJEMNIK, DROGA), zapewniający uniwersalny fundament dla wielu metafor.
2. Poziom domen (*Domains*): ogólne obszary doświadczenia (np. BUDYNKI, WOJNA).
3. Poziom ram (*Frames*): bardziej szczegółowe struktury wiedzy (np. budowanie domu, atakowanie pozycji wroga).
4. Poziom przestrzeni mentalnych (*Mental spaces*): najbardziej konkretny, dynamiczny poziom, na którym dochodzi do faktycznego rozumienia wypowiedzi w kontekście (*online processing*).

Ten wielopoziomowy model pozwala Kövecsesowi wyjaśnić, dlaczego metafory mogą być jednocześnie uniwersalne (na poziomie schematów) i skrajnie zróżnicowane kulturowo czy sytuacyjnie (na poziomie ram i przestrzeni).

Trwająca od czterech dekad debata wokół kognitywnej teorii metafory doprowadziła do powstania paradygmatu znacznie bardziej zniuansowanego i potwierdzonego doświadczeniami. Choć podstawowe dla teorii założenia – ucieleśnienie i systematyczność odwzorowań – przetrwały próbę czasu, to sposób ich rozumienia uległ zasadniczej zmianie: źródłem danych nie jest już intuicja badacza, ale korpusy językowe i osiągnięcia neuronauk; proste odwzorowanie domen zastąpiono wielopoziomą hierarchią schematów, ram, przestrzeni kognitywnych; z kolei ważnym elementem determinującym wybór i formę metafory stał się pomijany we wcześniejszych badaniach kontekst.

Podsumowując, historia kontrowersji wokół kognitywnej teorii metafory to historia dojrzewania dyscypliny. Od radykalnych, momentami spekulatywnych tez o naturze ludzkiego umysłu, kognitywistyka przeszła drogę ku nauce opartej

na dowodach, która potrafi przyznać rację swoim krytykom i zintegrować ich spostrzeżenia w ramach szerszego, bardziej kompleksowego modelu poznania. Metafora nie jest już postrzegana jako jedyny klucz do umysłu, ale pozostaje jednym z jego najważniejszych i najbardziej fascynujących mechanizmów, którego pełne zrozumienie wymaga współpracy lingwistów, psychologów, filozofów i neuronaukowców.

Równocześnie, biorąc pod uwagę całą złożoność zjawiska metafory, jest ona doskonałym narzędziem badawczym, umożliwiającym badanie stanu debaty publicznej w Polsce oraz realizowanych w jej trakcie strategii retorycznych.

#### 4. Perswazyjna rola metafory

Lakoff i Johnson w książce *Philosophy in the flesh* (1999, 123) udowadniają, że nasz metaforyczny sposób myślenia, opierający się na krzyżowaniu domen i mapowaniu pojęć, jest pierwotny w stosunku do języka, który jedynie odtwarza nasz sposób konceptualizacji świata. Refleksja Lakoffa i Johnsona nad metaforą pozwoliła dostrzec w niej coś więcej niż retoryczny trop – a mianowicie „mechanizm kształtowania ludzkiej percepcji” – jak ujmują to Elżbieta Tabakowska i Małgorzata Majewska (2022, 74) – gdyż to właśnie myślenie metaforyczne kieruje naszymi operacjami umysłowymi i podejmowanymi przez nas decyzjami. Tym samym konkretna metafora umożliwia nadawcy nie tyle na opis świata, co jego interpretację – interpretację sprzyjającą przyjętej przez mówcę wizji rzeczywistości.

Metafora może również przejawiać się jako praktyki społeczno-kulturowe. Kövecses zauważa, że: „O kulturze można myśleć jako o zbiorze wspólnych nam sposobów pojmowania świata, gdzie rozumienie przybiera postać mentalnych reprezentacji ustrukturyzowanych za pomocą modeli kulturowych, czyli ram pojęciowych” (2011, 203). Pogłębione badania na dużo bardziej obszernym materiale mogłyby dać odpowiedź na pytanie, czy wykorzystywane przez polityków ramy pojęciowe tworzą, czy tylko odtwarzają model polskiej wspólnoty narodowej. Zasadne też wydaje się pytanie, czy określone ramy pojęciowe stają się później podstawą ideologii i mitów, często wzajemnie się wykluczających, bowiem nie ma kultury jednolitej i koherentnej pod względem ramowania, będącego podstawą do (z)rozumienia otaczającego świata. Tę intuicję potwierdza m.in. amerykańska psycholożka Lori D. Bougher (2012), która podkreśla, że studia nad metaforą, wykorzystywaną w polityce, w znaczny sposób przyczyniają się do wyjaśnienia natury różnic w światopoglądach wyborców.

Zadaniem argumentacji racjonalnej, opartej na logosie, jest odwoływanie się do świadomie przyjmowanych zestawów przekonań, postaw i wartości. Tymczasem metafora jest często podstawą argumentacji emocjonalnej, pośrednicząc między

tym, co racjonalne a emocjami, aktywuje ona bowiem nieuświadomione przez odbiorcę mechanizmy perswazyjne i umożliwia wywoływanie pożądaných przez mówcę skojarzeń, nadając odpowiednią wartość moralną opisywanym zdarzeniom i/lub postaciom. W ten sposób stać się może kluczową strategią perswazyjną w przemówieniach o charakterze retorycznym. O ich ważnej roli w konstruowaniu rzeczywistości politycznej i społecznej pisali już Lakoff i Johnson w książce *Metafory w naszym życiu* (1988, 184), a jak potwierdziły to później badania eksperymentalne, konstruowane w kategoriach cielesnych metafory przekładają się na nasze konkretne zachowania: percepcję siebie i innych, dokonywanie wyborów oraz ocenę moralną podmiotu (por. Lee i Schwarz 2014, 87). A zatem metafory, odwołujące się m.in. do moralności (czystość vs. brud), cech społecznych (ciepły vs. zimny) czy oceny (bezstronność vs. stronniczość), wpływać będą na aksjologiczny wymiar wypowiedzi kandydatów i ich efekt perswazyjny.

Co ciekawe, odpowiednio wprowadzone do narracji politycznej metafory mogą zarówno znaleźć swoje pozajęzykowe urzeczywistnienie, jak również legitymizować planowane przez kandydata działania oraz ich ewentualne konsekwencje (por. Kövecses 2011, 213). I tak np. w schemacie metaforycznym A TO B,

- domena źródłowa B może przekształcić się w rzeczywistość fizyczno-społeczną (tak dzieje się często w przypadku gestów rąk mówcy, które obrazują proces konceptualizacji danego pojęcia);
- domena docelowa A może naprawdę stać się domeną źródłową B i tym samym przekształcić się w rzeczywistość fizyczno-społeczną, np. schemat metaforyczny POLITYKA TO GRA, może skłonić uczestnika życia politycznego do celowego odgrywania roli, co miało miejsce w przypadku kandydata Krzysztofa Stanowskiego, który zachęcał do niegłosowania na siebie, a swoją kampanię oparł na próbie obnażenia rzeczywistości politycznej, często też w swoich wypowiedziach proces wyborczy zestawiał z popularnymi teleturniejami;
- lub nawet metafora może mieć swoje konkretne, fizyczne konsekwencje. Jak wykazały bowiem badania, metafora wprowadzona odpowiednio do dyskursu, przekłada się na konkretne postulaty i proponowane rozwiązania.

Dowodem na ostatnią tezę mogą być wyniki przytoczone przez Chen-Bo Zhong i Julian House (2014), wynika z nich, że przedstawienie uczestnikom badań osób uzależnionych od narkotyków jako wrogów (schemat: NARKOMAN TO WRÓG), skutkowało postulatami zwalczania ich na różne sposoby, natomiast jeśli narkomani ukazywani byli jako osoby chore (schemat: NARKOMAN TO CZŁOWIEK CHORY), wówczas dominujące były rozwiązania skupione wokół poszukiwania lekarstwa i sposobów ich wyleczenia. Podobne efekty przynosiły

również inne eksperymenty, np. ukazywanie przestępstwa jako brutalnej istoty lub wirusa rozprzestrzeniającego się w społeczeństwie (ZBRODNIA TO BESTIA vs. ZBRODNIA TO WIRUS) (por. Gibbs 2014).

To, na ile zastosowany przez polityka schemat metaforyczny będzie produktywny, zależy z kolei od stopnia jego zakorzenienia w kulturze i możliwych konkretyzacji, czyli częstotliwości występowania konkretyzacji na poziomie typu, a nie okazji (por. Kövecses 2011). Metafora produktywna to taka, która umożliwia członkom danej grupy społecznej tworzenie wielu realnych egzemplarzy danego schematu, czego przykładem może być słynne ARGUMENTOWANIE TO WOJNA, które konkretyzować może się przez np. *Znalazłem słabe punkty w twojej argumentacji, Musisz wzmocnić tezę, Twoje twierdzenie nie daje się obronić* itd. W przypadku badanego materiału najbardziej produktywne okazały się schematy WYBORY TO WALKA, WYBORY TO WYŚCIGI, POLITYK TO BUDOWNICZY/RZEMIEŚLNIK, co zresztą potwierdza tylko ogólną tendencję, te bowiem schematy powtarzają się równie często w anglosaskim, i szerzej, w zachodnim dyskursie politycznym (por. Lakoff 2011; por. także Kampka 2016; Podracki i Trysińska 2006).

Na wagę systemowości metafory zwracają uwagę również badacze z kręgu Michaela Fleischera, którzy piszą, że

Jakkolwiek ważne jest wykazywanie obecności metafor kulturowych w wypowiedziach i opisu sposobu ich funkcjonowania w przypadkach jednostkowych, równie ważne – o ile nie ważniejsze – jest także uzyskanie wiedzy o manifestacji ich systemu jako współzależnej, usieciowionej i samoreferencyjnej całości, także po to, by uzyskać informacje o sile, obszarze obowiązywania, sposobie oddziaływania samych metafor kulturowych oraz tych obszarów rzeczywistości, które przez nie są kulturowo konstruowane (Biskupska et al. 2003, 119).

Niniejsza analiza wskazuje najczęściej wykorzystywane przez polityków obszary oraz ich potencjał perswazyjny. Wynikające z określonych metafor implikacje mogą mieć swoje konkretne i czasem nawet niepożądane konsekwencje: poprzez uwypuklanie jednych aspektów lub budowanie koherentnej, spójnie ukazanej wizji świata, co prowadzić może do określonych przyszłych działań. Z kolei podjęte kroki i wprowadzone w życie metaforyczne zapowiedzi uprawomocnią funkcjonowanie metafory – w ten sposób doświadczenie stanie się trwałym elementem polityki (por. Lakoff i Johnson 1988, 185). W tym sensie nasza ocena moralna nie jest produktem prostego, abstrakcyjnego rozumowania opartego na uniwersalnych zasadach, lecz wypływa z naszych reakcji emocjonalnych i ucieleśnionej rzeczywistości. Trudne do uświadomienia sobie przez odbiorcę w trakcie debaty ramy komunikacyjne dla przekazu narzucane są przez wybrane schematy metaforyczne, którym przypisane są określone sądy wartościujące. Te konotacje z kolei tworzą określony profil pojęciowy, sugerowany przez polityka. Relacje między

domenami źródłowymi i docelowymi obejmują więc nie tylko przeniesienie struktur semantycznych, ale także aspektów emocjonalnych i oceniających, jako integralnych części pozornie oczywistych wniosków, które stają się podstawą mechanizmów perswazyjnych. Jak zauważa Bougher (2012, 148), metafora, pomimo swej wszechobecności, jako element procesu poznawczego jest w dużym stopniu procedurą niejawną. Nieświadomie przetwarzane informacje są bardziej skuteczne niż świadome, gdy podjęcie decyzji wymaga złożonych zadań. I jak podkreśla autorka, to właśnie ta automatyczna łatwość rozumienia metafory i siła jej oddziaływania sprawiają, że operacje te są tak istotne dla podejmowania decyzji.

Warto również zwrócić uwagę na fakt, że ta sama metafora będzie różnie oddziaływać na odbiorców zapatrujących się inaczej na politykę (konserwatyści vs. liberałowie) i wywodzących się z różnych kręgów kulturowych (indywidualizm, kolektywizm, nowoczesność, tradycyjność...). Przykładowo podwyższanie podatków przez konserwatystów traktowane być może jako ‘brzemie’, ‘nakładanie danin’, ‘kara za gospodarność’, czy nawet ‘socjalizm/komunizm’ lub ‘rozbój w biały dzień’. Tymczasem dla zwolenników lewicy to samo sformułowanie może otwierać zgoła przeciwne skrypty: ‘obowiązek wobec ojczyzny’, ‘dzielenie się nadwyżkami’ czy ‘solidarność społeczna’. Z pewnością o skuteczności określonych schematów decydować będą również jednostkowe cechy odbiorcy i uwarunkowania społeczno-polityczne, jak również czas oraz kontekst wypowiedzi politycznej. Przykładowo ciągłe porównywanie polityki do sportu może działać zniechęcająco na osoby, które ten aspekt życia traktują neutralnie bądź wręcz są wrogo nastawione wobec przejawów aktywności fizycznej. Metafora okaże się zatem skuteczna, gdy zarówno nadawca, jak i odbiorca, dzielić będą wspólną wiedzę o świecie oraz w podobny sposób konotować będą wykorzystane przez polityka domeny źródłowe (por. Podracki i Trysińska 2006).

## 5. Analiza materiału badawczego

Kluczowym dla rozważań na temat metafory jest proces jej identyfikacji w tekście i odpowiedniej klasyfikacji. To właśnie brak wyraźnych procedur wykrywania i oznaczania przenośni był częstym zarzutem ze strony krytyków CMT. Dopiero w 2007 roku wypracowano pierwszą metodę badawczą, służącą identyfikacji wyrażeń metaforycznych, w ramach współpracy ekspertów w dziedzinie badań nad tym zjawiskiem (por. Platerek-Zyberek 2017, 23). Celem Metaphor Identification Procedure (MIP), później jeszcze udoskonalonej, były formalizacja i ujednoczenie identyfikacji, tak, by uzyskać jak największą powtarzalność rezultatów. Niestety metoda ta pozwala jedynie na wyodrębnienie z tekstu pojedynczych wyrazów, które zostały użyte w metaforyczny sposób, nie zaś interesujących mnie metafor

pojęciowych. Również próba użycia narzędzi tzw. sztucznej inteligencji i dostępnych aplikacji bazujących na dużych modelach językowych (LLM) nie przyniosła w przypadku moich poszukiwań oczekiwanych rezultatów.

Gerard Steen (za: Bougher 2012, 149) wymienia trzy funkcje metafory: językową (odpowiedzialną za opis rzeczywistości), koncepcyjną (której rolą jest ramowanie i percepcja) oraz komunikacyjną (wpływającą na zmianę perspektywy). Te trzy rodzaje nie wykluczają się wzajemnie, ale też nie odpowiadają sobie w stosunku jeden do jednego. A ponieważ jak już wspomniano powyżej, metafora jest zjawiskiem dynamicznym, zależnym od kontekstu i nie ogranicza się do pojedynczego leksemu (występować może również na poziomie wyrażen idiomatycznych, połączeń wyrazowych, jak również całych zdań i wypowiedzi, a nawet dyskursu), konieczna była więc uważna lektura transkrybowanego tekstu i jego analiza pod względem występowania metafor leksykalnych i/lub pojęciowych. Odwrotnie zatem niż w większości badań typu *top-down*, w których poszukuje się w tekstach wcześniej określonych metafor pojęciowych, zrealizowałem schemat *down-top*. Oznacza to, że wyselekcjonowane z zarejestrowanego materiału metafory językowe przyporządkowuję do określonych grup i kategorii.

W zebranych materiale wyróżniłem następujące kategorie tematyczne, związane bezpośrednio z wyborami prezydenckimi:

- I. EKONOMIA I GOSPODARKA
- II. POLITYKA, POLITYCY I PARTIE POLITYCZNE
- III. (PRZYSZŁE) DZIAŁANIA PREZYDENTA
- IV. POLSKA I JEJ PRZYSZŁOŚĆ
- V. WYBORY
- VI. NAWIĄZANIA KULTUROWE

Pokrywają się one w dużym stopniu z tymi, które wyróżniła już Agnieszka Kampka, w analizowanych debatach prezydenckich z przełomu wieków. Zgromadzony wówczas materiał wskazywał na cztery zasadnicze cele stosowania metafor: opis rzeczywistości, charakterystyka polityki i polityków, wizja rozwoju kraju oraz autoprezentacja kandydata (Kampka 2016, 123). W przeciwieństwie jednak do debat z tamtego okresu, w których do opisu roli prezydenta metaforę wykorzystano tylko raz, w zebranych w 2025 roku materiale wyróżniono aż 24 tego typu przykłady (Kampka 2016, 125).

W ramach każdej wskazanej przeze mnie kategorii, pojawiają się schematy konceptualizacyjne (ich pełna lista wraz z przykładami konkretnych realizacji wskazanych schematów znajduje się w dodatku na końcu artykułu). Należy jednak zauważyć, że niektóre z wypowiedzi wpisują się w kilka schematów, jak np. zdanie wypowiedziane przez Szymona Hołownię: „przeciwko kandydatowi

katarynce, kandydatowi chaosu”, które można zakwalifikować jako realizację zarówno schematu POLITYK TO INSTRUMENT, jak również POLITYK TO BEZWOLNY TWÓR.

Formuła artykułu uniemożliwia dokonanie pełnej i całościowej analizy zebranego i wyselekcjonowanego materiału, skupię się więc tylko na dwóch wybranych przykładach. Szczegółowemu opisowi poddałem wystąpienia Szymona Hołowni i Karola Nawrockiego. Zestawienie tych akurat polityków wydaje się interesujące ze względu na fakt dużej popularności pierwszego z nich i zwycięstwa w wyborach prezydenckich drugiego. Postać Hołowni cieszyła się zainteresowaniem w okresie przedwyborczym, prowadzone przez niego obrady sejm, w czasie których nie raz wchodził w barwne polemiki i utarczki słowne z posłankami i posłami, stały się ważnym elementem kultury politycznej i punktem odniesienia dla komentatorów w sferze publicznej w tamtym czasie. Te aspekty jego komunikacji nie przełożyły się jednak na późniejszy wynik wyborczy. Tymczasem Karol Nawrocki, początkowo mało znana w szerszych kręgach odbiorców postać, nieposiadająca atutów Hołowni, skutecznie odczytał nastroje wyborców, ich oczekiwania i lęki, przyjmując strategię komunikacyjną o zgoła innym charakterze.

Zebrany materiał, umieszczony w aneksie, pozwala stwierdzić, że metafora jest jednym z najczęściej wykorzystywanych w analizowanych wystąpieniach polityków tropów retorycznych. Służy ona politykom do kreowania postulowanej przez nich wizji świata (tj. relacji politycznych, wyników gospodarczych, strategii bezpieczeństwa etc.), jednak dominującymi schematami są te, które odwołują się do mocno zarysowanego konfliktu, sporu, wojny i deprecjacji kontrkandydatów.

## 6. Obraz polityki i polityków

Już pobieżna analiza zebranego materiału pozwala stwierdzić, że wbrew założeniom kampanii wyborczej, największym zainteresowaniem kandydatów są oni sami, jako politycy, nie zaś urząd prezydenta, do którego pretendują i proponowany w związku z tym ich program wyborczy. Najlepiej tego dowodzi liczba metafor opisujących polityków i politykę, 54 konkretne przykłady, realizujące aż 17 różnych schematów. Głównym tematem rozmów polityków są oni sami, nie zaś sprawy rzeczywiście ważne dla wyborców. Zdecydowana większość zidentyfikowanych schematów ma konotacje negatywne. Dominują takie, jak: POLITYKA TO: CHOROBA, MATRIX, NIECZYSTOŚCI, GRA, TEATR, CHEĆ ZEMSTY, OPOWIADANIE NIEPRAWDZIWYCH HISTORII, NIEPOHAMOWANA CHEĆ BOGACENIA SIĘ, z kolei POLITYK TO: BEZWOLNY TWÓR, NIEOKRZESANE ZWIERZĘ, INSTRUMENT, ŚWIĘTY (ironiczne). Na tym tle

pozytywnie odznaczają się jedynie POLITYK TO BUDOWNICZY i POLITYK TO REPREZENTANT.

Język polityki nie tylko opisuje rzeczywistość, ale też w dużym stopniu ją współtworzy, narzucając odbiorcom określoną wizję świata. Z zaprezentowanej tu listy schematów metaforycznych wyłania się obraz niepokojący. Przede wszystkim asymetria pomiędzy schematami negatywnymi i pozytywnymi. Jeśli, jak wskazują badacze, metafora jest głównym narzędziem rozumienia abstrakcyjnych pojęć, to zdefiniowanie polityki jako „gry”, „teatru” czy „choroby” determinuje sposób, w jaki obywatele przetwarzają informacje, podejmują decyzje wyborcze i – co kluczowe – postrzegają swoją rolę w strukturze państwa. Metafora gry sugerować może szybką gratyfikację, tymczasem procesy polityczne i reformy wymagają zazwyczaj od obywateli cierpliwości. Stąd może stawianie na kandydatów, którzy kierują się sprytem i zaradnością, a nie kompetencjami. Metafory teatru i matriksu podważają realność procesów politycznych i dobrych intencji aktorów na scenie politycznej. Zestawienie polityki z chorobą usprawiedliwia naruszanie standardów demokratycznego państwa w imię uzdrawiania społeczeństwa. A jeśli, jak wskazano już wyżej, użycie metafory może przekładać się na konkretne, fizyczne działania, to taki rodzaj symbolicznej przemocy, doprowadzić może w konsekwencji do aktów agresji fizycznej.

Zaskakująca jest również liczba przykładów dowodzących niesamodzielnosci naszych reprezentantów (14 przykładów realizujących schemat POLITYK TO BEZWOLNY TWÓR). Optymistyczna interpretacja pozwala stwierdzić, że wynika to z chęci zmiany tego stanu rzeczy: kandydujący na urząd prezydenta RP pokazują w ten sposób swoją sprawczość i gotowość do działania, w przeciwieństwie do swoich konkurentów. Jednak negatywne odczytanie utwierdzać może tylko odbiorców w przekonaniu o bezcelowości wszelkich zmian, bowiem i tak ktoś inny zza kulis steruje aktorami na polskiej scenie politycznej.

## 7. Metaforyka Szymona Hołowni

Jednym z przegranych wyborów prezydenckich jest Szymon Hołownia, który w poprzednich wyborach prezydenckich, w roku 2020, zdobył trzecie miejsce, uzyskując ponad 13 proc. poparcia. W wyborach z 2025 roku z kolei uzyskał niespełna 5 procent głosów. Niezwykła popularność Hołowni jako marszałka sejmu, głównego bohatera tzw. sejmfliksu, nie przełożyła się na jego sukces wyborczy. Jednym z powodów mógł być z jednej strony brak konsekwencji w przekazie, z drugiej zaś – konstruowanie narracji opartej na wizji pokoju i stabilizacji, która jak się okazało, nie znalazła poparcia w elektoracie w czasach braku stabilizacji na świecie.

Hołownia niekonsekwentny był m.in. w przedstawianiu polityków i zadań, jakie wynikają z ich roli w parlamencie. W debacie w TVP stwierdził: „koniec z bezkarnymi wagarami posłów”, przyrównując ich obowiązki do obowiązków szkolnych, co realizuje schemat metaforyczny SEJM TO SZKOŁA, by po chwili w tej samej debacie zmienić schemat na SEJM TO DOM („otwarty sejm jest domem dla Polek i Polaków”). Natomiast trudne w odbiorze i zrozumieniu mogło okazać się odwoływanie do metafory budowniczego, który z jednej strony coś burzy i destabilizuje („my, ludzie spoza polityki, poszliśmy, żeby wyjąć pierwsze cegły z muru, którym politycy od 20 lat pracowicie dzielili Polskę i Polaków”), by potem budować coś innego („wbiliśmy klin w ten mur, konstrukcja się zachwiała... a później zakasaliśmy rękawy i zaczęliśmy budować dom, cegła po cegle”).

Konsekwentnie natomiast w wypowiedziach Szymona Hołowni podkreślana była rola prezydenta, który skupiać się powinien na podtrzymywaniu pokoju („prezydent powinien być stróżem pokoju”, „pokolenie pokoju powinien budować przyszły prezydent Rzeczypospolitej Polskiej”, „18 maja ... zagłuszyć sercem i wybierzcie pokój”). W wizji tego polityka zadaniem prezydenta jest ustabilizować polską scenę polityczną („kto zapewni nam, że nie będzie nam wywracał w naszym domu po raz kolejny stolika, który co chwila ktoś chce wywrócić, tylko ustabilizuje ten stolik. I że on będzie zastawiony, że będziemy się przy nim, z naszą rodziną, czuli po prostu bezpiecznie”). Tego typu metafory sugerować mogą bierność kandydata, próbę utrzymania trwającego obecnie stanu, bez aktywnego zaangażowania w ochronę obywateli. Nie ma tu mowy o aktywnym zapewnianiu bezpieczeństwa czy nawet obronie Polaków. Wynik wyborczy kandydata może świadczyć o małej skuteczności takiego ramowania metaforycznego.

Również wykorzystany przez Szymona Hołownię schemat porównujący wybór prezydenta do rozmowy kwalifikacyjnej, chociaż wyróżniający się spośród innych metafor używanych w debacie, nie był zbyt innowacyjny<sup>5</sup>. W wystąpieniu w Telewizji Republika powiedział m.in.: „To jest trochę rozmowa o pracę, dlatego bardzo państwa proszę, żebyście wzięli pod uwagę moje CV, zamieszczę je za chwilę na swoim Facebooku i jeżeli taka będzie wasza wola, pokornie was o to proszę, dali mi szansę do wejścia do drugiego etapu rekrutacji”. Dla dużej części, szczególnie starszych wyborców, tego typu schemat mógł być nieczytelny, bowiem doświadczenie pisania CV i przechodzenia przez kolejne etapy rekrutacji są im obce. Dodatkowo użycie sformułowań: „jeżeli taka będzie wasza wola”, „pokornie prosić” i „dać szansę” ponownie wskazuje na całkowite podporządkowanie mówcy, brak chęci samodzielnego działania i pełne oddanie swojego losu w ręce innych. Nie rysuje się zatem w ten sposób obrazu osoby decyzyjnej,

5. Schematu metaforycznego WYBORY TO REKRUTACJA użyła już w 2014 roku w wywiadzie radiowym dr Ewa Modrzejewska, ówczesna koordynatorka inicjatywy MamPrawoWiedziec.pl. Por. <https://jedynka.polskieradio.pl/artykul/1128852,Modrzejewska-o-eurowyborach-nie-tylko-g%C5%82osujmy-ale-i-wybierajmy> (dostęp: 21.01.2026)

gotowej podjąć się trudnych wyzwań i zdecydowanej aktywnie uczestniczyć w życiu politycznym.

## 8. Metaforyka Karola Nawrockiego

Wyżej opisana wizja przegrała z rolą prezydenta opisaną przez Karola Nawrockiego, który przedstawił się jako bojownik, człowiek z krwi i kości, obrońca i dowódca, wytyczający drogę Polsce i dbający o jej bezpieczeństwo obrońca granic i wartości, wyznawanych przez polityka i popierające go siły polityczne. Zwycięzca wyborów prezydenckich w 2025 roku posługiwał się w kampanii wyborczej zupełnie innym językiem niż Szymon Hołownia. Dominującym w jego wypowiedziach schematem metaforycznym był POLITYKA TO WOJNA. Zgodnie z kognitywną teorią metafory (CMT), takie sformułowania nie są jedynie ozdobnikami, ale służą do przedstawiania wyborów jako decydującej bitwy, w której przeciwnik jest wrogiem, a celem jest całkowite zwycięstwo. Realizowane było to w wypowiedziach Nawrockiego, które odnosiły się do metafory wojny, w tym najbardziej charakterystyczna, zrównująca wybory z bitwą pod Monte Cassino („18 maja miał swoje Monte Cassino, niezależnie od tego, co się dzieje, niezależnie od ognia artyleryjskiego, niezależnie od znoju, 18 maja musimy zawiesić biało-czerwoną flagę na wzgórzu, któremu na imię Polska”). Z kolei deklaracja o byciu „strażnikiem państwa”, „doszczelnianiu granic” i „budowaniu fortecy” jest wręcz książkową realizacją modelu „surowego ojca”, opisanego przez Lakoffa (2011) i stosowanego przez prawicowych polityków w USA. W tym ujęciu prezydent to silny przywódca chroniący dzieci-obywateli przed zagrożeniem zewnętrznym i wewnętrznym („będę strażnikiem państwa bezpieczeństwa”).

W wypowiedziach Nawrockiego pojawiają się również elementy dehumanizacji głównego konkurenta – realizujące schemat POLITYK TO BEZWOLNY TWÓR. Rafał Trzaskowski określany jest jako „rezultat politycznego laboratorium”, a jego start w wyścigu o fotel prezydencki to zaledwie „nieudolny trucht”. Kontrast pomiędzy Karolem Nawrockim „człowiekiem z krwi i kości”, a „zainstalowanym” w Pałacu Prezydenckim Rafałem Trzaskowskim zaznacza się więc tu jeszcze wyraźniej. Poprzez użycie metafor takich, jak: „domknięcie systemu”, które zagroziłoby Polsce czy „głos Polek i Polaków”, który legitymizować będzie działania Nawrockiego jako prezydenta, nadawca buduje dychotomiczny świat wartości, w którym on sam reprezentuje bezpieczeństwo i naród, a jego przeciwnik – sztuczność, nieudolność i zagrożenie. Dodatkowo zaś zdania takie, jak: „trucht do Pałacu Prezydenckiego” czy rozbudowana analogia do Monte Cassino wymagają od słuchacza aktywnego mapowania pojęć z domeny źródłowej (w tym przypadku SPORT, WOJNA) na domenę docelową (WYBORY), co czyni przekaz łatwiejszym do zapamiętania i silnie oddziałującym na emocje.

## 9. Podsumowanie

Identyfikacja metafor stosowanych przez obywateli w postrzeganiu polityki jest jednym z ważniejszych wyzwań, jakie stoją jeszcze przed badaczami – ta sama metafora może mieć bowiem bardzo różne implikacje dla różnych grup odbiorców (por. Bougher 2012). Dalszych analiz wymaga również odpowiedź na jedno z głównych pytań współczesnych badań nad metaforami, czy obecność języka metaforycznego, takiego jak wyżej wymienione tropy, widoczne w przemówieniach kandydatów na prezydenta, koniecznie odzwierciedlają trwałe wzorce myślenia metaforycznego. Czy politycy naprawdę, być może tylko podświadomie, postrzegają POLITYKĘ JAKO NIECZYSTOŚCI a POLSKĘ JAKO RODZINĘ, czy może też użyte metafory mają za zadanie zrealizować głównie swój cel retoryczny i służą jedynie próbie przekazywania określonych przekonań i postaw opinii publicznej lub narzucenia sposobu postrzegania rzeczywistości, za pomocą toposów funkcjonujących w kulturze.

Zebrany materiał pozwala stwierdzić, że najistotniejszym elementem opisanych metafor jest nie tyle ich kulturowe zakorzenienie, co pełniona funkcja. Zastosowane metafory służą jako trudne do uświadomienia sobie przez odbiorcę w trakcie debaty ramy komunikacyjne dla przekazu. Wymienionym wyżej schematom metaforycznym przypisane są określone sądy wartościujące, te konotacje z kolei tworzą określony profil pojęciowy, sugerowany, wskazany przez polityka. Szczegółowa analiza poszczególnych wystąpień pozwoli również na szerszy opis języka specyficznego dla każdego kandydata z osobna.

Pomimo wielokrotnego już wykorzystania schematu OJCZYŻNA TO RODZINA czy metafor nawiązujących do zdrowia ('musimy uzdrowić gospodarkę', 'to jest patologia' etc.) wciąż wydają się one być atrakcyjnym i produktywnym materiałem, z łatwością wzbudzającym pożądane emocje. Potwierdzają to słowa Teresy Dobrzyńskiej, która w swym artykule poświęconym metaforze w dyskursie politycznym pisze m.in.:

Ta szczególna właściwość predykcji metaforycznej sprawia, że metafory wartościujące stają się dogodnym sposobem narzucania ocen. Pojawiają się więc często w debatach politycznych, a także służą jako oręż w atakach personalnych i stosowane są w funkcji inwektyw (Dobrzyńska 2021, 75).

Większość, jeśli nie wszystkie wymienione schematy, wpisuje się w doskonale znany użytkownikom system kultury. Brak szczególnych innowacji podkreśla tylko ten fakt. Liczba poszczególnych konkretyzacji wskazuje na popularność i produktywność określonych schematów. Ich powtarzalność nie świadczy również dobrze o przedstawicielach klasy politycznej – albo nie są oni bowiem oryginalni albo, co gorsza, boją się takiej oryginalności. W zależności od przyjętej perspektywy wysnuć można co najmniej dwa wnioski: jeśli metafora służy nadawcy

doraźnie, do wytłumaczenia abstrakcyjnej myśli, wówczas rozważać należy ją w nurcie badań opisanym przez Lakoffa i Johnsona i traktowana może być jako nasz naturalny sposób pojmowania złożonej rzeczywistości. Jeśli jednak mówcy, politycy, używają jej jedynie w określonych sytuacjach i w określonym – perswazyjnym – celu, to wtedy należy ją zaliczyć do narzędzi komunikacyjnych, retorycznych. Choć można również przyjąć trzecią możliwość, że – jak twierdzi Gibbs (2014) – oddzielenie prywatnego, opartego na metaforze sposobu myślenia od działań społecznych o takim charakterze – może być niemożliwe. Nawet jeśli bowiem pojęcia metaforyczne są niezbędne dla pewnych aspektów myślenia abstrakcyjnego, zazwyczaj pojawiają się one w określonych kontekstach, w których nadawcy starają się lepiej skoordynować własne działania i interakcje z innymi osobami. W ten sposób metafory konceptualne są zarówno poznawcze, w sensie kształtowania myślenia, jak i społeczne, zarówno ułatwiają ludziom procesy rozumienia zachowań społecznych, jak również kreują je.

Odpowiednie – metaforyczne ujęcie tematu – jest równocześnie mechanizmem selekcyjnym dla odbiorcy. Jak wykazały badania Paula H. Thibodeau i Lery Boroditsky (2011), metaforyczna rama wiadomości, uwypuklając pewne ich aspekty i ignorując inne, stanowi w istocie formę selektywnej prezentacji. Pojęcie ramy w tym przypadku jest szersze od pojęcia metafory, jest ona narzędziem selekcyjnym, uwypuklając bowiem jeden, wybrany aspekt omawianego zagadnienia, ignoruje inne. Ramę dla tekstu można stworzyć, wykorzystując wiele różnych mechanizmów retorycznych (odwołanie do autorytetu, dobór danych statystycznych, tropy retoryczne itd.). Metafora, jako środek językowy i poznawczy zarazem, jest tylko jednym z nich. Niemniej, ponieważ odbiorca wiadomości nie ma bezpośredniego wpływu na sposób, w jaki źródło wiadomości decyduje się na przedstawienie tematu, jest skazany na przyjęcie narzuconej wizji rzeczywistości i jej interpretacji.

Potwierdzają to również słowa Murraya Edelmana, który pisał, że:

Metafora... definiuje wzorzec percepcji, na który reagują ludzie. Mówienie o odstraszeniu i zdolności do rażenia oznacza postrzeganie wojny jako gry; mówienie o zalegalizowanym morderstwie oznacza postrzeganie wojny jako rzezi ludzi... Każda metafora wzmacnia wybrane percepcje i ignoruje inne, pomagając w ten sposób skupić się na pożądanym konsekwencjach preferowanej polityki publicznej i zignorować jej niechciane, nie do pomyślenia lub nieistotne przesłanki i następstwa. Każda metafora może być subtelnym sposobem na podkreślenie tego, w co chce się wierzyć i uniknięcie tego, z czym nie chce się zmierzyć<sup>6</sup> (Edelman 1971 za: Ottati, Renstrom i Price 2014, 190, tłum. wł.).

6. Metaphor... defines the pattern of perception to which people respond. To speak of deterrence and strike capacity is to perceive war as a game; to speak of legalized murder is to perceive war as a slaughter of human beings... Each metaphor intensifies selected perceptions and ignores others, thereby helping one to concentrate upon desired consequences of favored public policies and helping one to ignore their unwanted, unthinkable, or irrelevant premises and aftermaths. Each metaphor can be a subtle way of highlighting what one wants to believe and avoiding what one does not wish to face (Edelman 1971 za: Ottati, Renstrom, i Price 2014, 190).

Aby zatem metafora spełniła swój perswazyjny cel, musi być przystępna do zrozumienia przez odbiorcę i w sposób jednoznaczny interpretować świat. Zadaniem użytej przez polityka metafory jest aktywacja określonego schematu czy scenariusza, opartego na sugerowanej domenie źródłowej, który przekłada się na postawę wobec osoby czy tematu i/lub ich proponowaną ocenę (por. Ottati, Renstrom i Price 2014, 179).

W zależności od przyjętej przez badacza perspektywy teoretyczno-metodologicznej metafora może być analizowana jako narzędzie pełniące funkcje retoryczne, etyczne, aksjologiczne bądź stylistyczne. Niezależnie jednak od wybranego ujęcia, mechanizm metaforyczny konsekwentnie realizuje cele perswazyjne, uruchamiając specyficzne ramy interpretacyjne i konceptualizacje rzeczywistości społecznej. Powtarzalność określonych schematów pojęciowych prowadzi do stabilizacji systemu metaforycznego, który w konsekwencji utrwała się w rzeczywistości kulturowej danej wspólnoty komunikacyjnej, legitymizując i naturalizując przyjęte wizje świata. Identyfikacja powtarzalnych schematów i scenariuszy źródłowych umożliwia eksplikację dominujących pól semantycznych oraz ram kulturowych, funkcjonujących w polskim dyskursie publicznym. Relacja między domenami źródłowymi a docelowymi wykracza poza proste przeniesienie struktur semantycznych – obejmuje również transfer aspektów emocjonalnych i oceniających, które stanowią integralny komponent pozornie oczywistych wniosków. W odróżnieniu od argumentacji opartej na racjonalnych przesłankach logicznych, metafory stosowane w dyskursie politycznym charakteryzują się wyraźną orientacją na sferę emocjonalną odbiorców. Mechanizm ten służy kreowaniu pożądanych przez nadawcę zbiorów przekonań i postaw oraz wzmocnieniu postulowanych w tekstach wartości, co w rezultacie prowadzi do legitymizacji planowanych działań politycznych oraz ich potencjalnych konsekwencji. Poprzez zastosowanie prostych analogii nadawca – aktor polityczny – dokonuje redukcji złożonych i abstrakcyjnych zagadnień do postaci pozornie zdroworozsądkowych rozwiązań, opartych na stereotypowych, potocznych konceptualizacjach. Pytanie, które należy zatem postawić, to czy, i w jakim zakresie, możemy rozliczać polityków z tych upraszczających rzeczywistość praktyk językowych – z ich słów i towarzyszących im gestów?

## Bibliografia

- Bartmiński, Jerzy.** 1999. „Punkt widzenia, perspektywa, językowy obraz świata.” W *Językowy obraz świata*, red. Jerzy Bartmiński, 103–120. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

- Bartmiński, Jerzy, i Stanisława Niebrzegowska.** 1998. „Profile a podmiotowa interpretacja świata”. W *Profilowanie w języku i w tekście*, red. Jerzy Bartmiński, Ryszard Tokarski, 211–224. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Biskupska, Kamilla, Michael Fleischer, Michał Grech, Magdalena Parus, i Anna Przyborska-Borkowicz.** 2003. „System polskich metafor kulturowych”. W *Prawda a metoda*, red. Janusz Jaskoła; Anna Olearczyk, 119–141. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Budzyńska-Daca, Agnieszka.** 2015. *Retoryka debaty. Polskie wielkie debaty przedwyborcze 1995–2010*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA.
- Bougher, Lori D.** 2012. „The Case for Metaphor in Political Reasoning and Cognition”, *Political Psychology* 33(1): 145–163. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2011.00865.x>.
- Dobrzyńska, Teresa.** 2021. „Metafora w dyskursie politycznym”, *Stylistyka* 18: 65–84.
- Gibbs, Raymond W. Jr.** 2011. „Evaluating Conceptual Metaphor Theory”, *Discourses Processes* 48: 529–562. <https://doi.org/10.1080/0163853X.2011.606103>.
- Gibbs, Raymond W. Jr.** 2014. „Conceptual Metaphor in Thought and Social Action.” W *The Power of Metaphor. Examining Its Influence on Social Life*, red. Mark J. Landau, Michael D. Robinson i Brian P. Meier, 17–40. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14278-000>.
- Kampka, Agnieszka.** 2016. „»Oczyścić przedpole« – funkcje metafor w prezydenckich debatach przedwyborczych”. W *20 lat polskich debat przedwyborczych*, red. Agnieszka Budzyńska-Daca, 117–136. Warszawa: Wydawnictwo Wydziału Polonistyki Uniwersytetu Warszawskiego.
- Kövecses, Zoltán.** 2008. „Conceptual metaphor theory. Some criticisms and alternative proposals”, *Annual Review of Cognitive Linguistics* 6(1): 168–184. <https://doi.org/10.1075/arcl.6.08kov>.
- Kövecses, Zoltán.** 2011. *Język, umysł, kultura. Praktyczne wprowadzenie*, tłum. Anna Kowalcze-Pawlik, Magdalena Buchta. Kraków: Universitas.
- Kövecses, Zoltán.** 2020. *Extended Conceptual Metaphor Theory*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108859127>.
- Lakoff, George.** 2008. „The Neural Theory of Metaphor.” W *The Cambridge Handbook of Metaphor and Thought*, red. Raymond W. Gibbs Jr., 17–38. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511816802.003>.
- Lakoff, George.** 2011. *Nie myśl o słoniu. Jak język kształtuje politykę*, tłum. Anna E. Nita, Jacek Wasilewski. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Łośgraf.
- Lakoff, George i Mark Johnson.** 1988. *Metafory w naszym życiu*, tłum. Tomasz P. Krzeszowski. Warszawa: PIW.
- Lakoff, George i Mark Johnson.** 1999. *Philosophy in the flesh. The embodied mind and its challenge to western thought*. New York: Basic Books.
- Lee, Spike W. S., i Norbert Schwarz.** 2014. „Metaphor in Judgment and Decision Making.” W *The Power of Metaphor. Examining Its Influence on Social Life*, red. Mark J. Landau, Michael D. Robinson i Brian P. Meier, 85–108. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14278-000>.
- Meier, Brian P., Abigail A. Scholer i Rebecca Fincher-Kiefer.** 2014. „Conceptual Metaphor Theory and Person Perception.” W *The Power of Metaphor. Examining Its Influence on Social Life*, red. Mark J. Landau, Michael D. Robinson i Brian P. Meier, 43–64. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14278-000>.
- Ottati, Victor, Randall Renstrom i Erika Price.** 2014. „The Metaphoric Framing Model: Political Communication and Public Opinion”. W *The Power of Metaphor. Examining Its Influence on Social Life*, red. Mark J. Landau, Michael D. Robinson, Brian P. Meier, 179–202. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14278-000>.

- Platerek-Zyberek, Anna.** 2017. „Procedura identyfikacji i kategoryzacji wyrażen metaforycznych w tekstach publicystycznych. Analiza porównawcza wyrażen metaforycznych dotyczących ilustracji”. *Socjolingwistyka* XXXI: 21–38. <https://doi.org/10.17651/SOCJOLING.31.2>.
- Podracki, Jerzy i Magdalena Trysińska.** 2006. „Metafory a frazeologia w języku polityków (na przykładzie rozmów prowadzonych w TVP i Internecie)”. *Annales Academiae Paedagogicae Cracoviensis. Folia 31, Studia Logopaedica I*: 429–439. <http://hdl.handle.net/11716/5987>.
- Pstrąg, Jakub.** 2004. *Werbalne i niewerbalne techniki i strategie konwersacyjnego oponowania na materiale debat telewizyjnych*. Kraków: Universitas.
- Tabakowska, Elżbieta i Małgorzata Majewska.** 2022. „Metafora jako narzędzie budowania wspólnoty przez instytucje kultury.” *com.press* 5(2): 74–89. <https://doi.org/10.51480/compress.2022.5-2.476>.
- Taylor, John R.** 2007. *Gramatyka kognitywna*, red. Elżbieta Tabakowska, tłum. Magdalena Buchta, Łukasz Wiraszka, Kraków: Universitas.
- Thibodeau, Paul H. i Lera Boroditsky.** 2011. „Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning.” *PLoS ONE* 6(2): e16782. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782>.
- Tokarczuk, Olga.** 2018. *Przemowa noblowska*, dostęp 27.03.2026. <https://www.nobelprize.org/uploads/2019/12/tokarczuk-lecture-polish.pdf>.
- Zinken, Jörg.** 2001. „Ciało i kultura w motywacji metafor politycznych.” *Acta Neophilologica* III: 117–125. <https://czasopisma.uwm.edu.pl/index.php/an/article/view/1571>.
- Zhong, Chen-Bo i Julian House.** 2014. „Dirt, Pollution, and Purity: A Metaphoric Perspective on Morality.” W *The Power of Metaphor. Examining Its Influence on Social Life*, red. Mark J. Landau, Michael D. Robinson i Brian P. Meier, 109–132. Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14278-000>.

## Dodatek – lista zidentyfikowanych metafor w wypowiedziach kandydatów:

### I. EKONOMIA i GOSPODARKA

#### A. EKONOMIA TO COŚ WSPÓLNEGO / BLISKIEGO KAŻDEMU

1. JS\_R „kieszoni Polek i Polaków”<sup>7</sup>

#### B. GOSPODARKA TO MASZYNA

1. SzH\_R „jednym z kół zamachowych naszej gospodarki”
2. MJ\_R „Ten rząd przez 1,5 roku swojej działalności wyhamował Polskę na lata!”

#### C. GOSPODARKA TO PRACA NA ROLI

1. KS\_R „gdyby nie media prywatne, to by została zaorana sztuczna inteligencja”

#### D. GOSPODARKA TO PRZYRZĄDZANIE POTRAW

1. AB\_R „partie polityczne wreszcie przestaną mieszać w naszym życiu społeczno-gospodarczym, ale też w polityce”

7. Zamieszczone przed kolejnymi zdaniem skróty odnoszą się do inicjału imienia i nazwiska kandydatek i kandydatów oraz źródła nagrania. W tym przypadku JS oznacza Joannę Senyszyn, a \_R – Telewizję Republika. Podkreślenie poszczególnych wyrazów w cytatach wskazuje z kolei na pole semantyczne, które było dla mnie podstawą do zakwalifikowania konkretnej wypowiedzi do określonego schematu metaforycznego. Pełna lista skrótów wraz z ich rozwinięciem znajduje się na końcu artykułu.

## II. POLITYKA, POLITYCY I PARTIE POLITYCZNE

### A. POLITYK TO INSTRUMENT

1. SzH\_R „przeciwko kandydatowi katarynce, kandydatowi chaosu”

### B. POLITYK TO BUDOWNICZY/RZEMIEŚLNIK

1. SzH\_TVP „my ludzie spoza polityki poszliśmy, żeby wyjąć pierwsze cegły z muru, którym politycy od 20 lat pracowicie dzieli Polskę i Polaków potem [...] wbiliśmy klin w ten mur, konstrukcja się zachwiała... a później zakasaliśmy rękawy i zaczęliśmy budować dom, cegła po cegle”
2. MB\_TVP „głos na mnie [...] to głos na liderkę, która nie jest od tego, żeby wiecznie wykrzykiwać ciągle te same wzniosłe hasła, ale która zakasuje rękawy i już teraz w trudnej koalicji walczy o ich realizację [...] i która nie boi się o tę walkę walczyć”

### C. POLITYKA TO SZKOŁA

1. SzH\_TVP „koniec z bezkarnymi wagarami posłów”

### D. DZIAŁANIA PARTII POLITYCZNEJ TO BEZPIECZNY DOM

1. JS\_R „otworzyła społeczeństwu drzwi do bezpieczeństwa”
2. SzH\_TVP „otwarty sejm jest domem dla Polek i Polaków”

### E. POLITYCY TO NIEOKRZESANE ZWIERZĘTA / POLITYKA TO NIEPOHAMOWANA CHĘĆ BOGACENIA SIĘ

1. AZ\_R „jedyne co ich interesuje, to konsumpcja owoców przy korycie”
2. AZ\_TVP „możemy mieć Polskę bez koryciarstwa i rozkradania majątku publicznego”

### F. POLITYKA TO CHĘĆ ZEMSTY

1. KN\_R „zajmuje się cały czas rozliczaniem opozycji”

### G. POLITYKA TO OPOWIADANIE NIEPRAWDZIWYCH HISTORII

1. AB\_R „słyszeliście slogany, hasła, opowieści z mchu i paproci, powtarzane przez wyuczonych przez spindoktorów kandydatów”
2. AB\_SE „Praktycznie wszyscy się wybielili”
3. MJ\_SE „my musimy zejść na ziemię i musimy zacząć mówić o Polsce!”
4. MJ\_R „mamy do czynienia z konfabulacją, którą Niemcy nazywają szczęściem”

### H. POLITYKA TO TEATR / ROZRYWKA

1. AB\_R „Marionetki wystawione przez szefów PoPis-u, ludzie o mentalności naciągacza”
2. KS\_R „zaistnieć na scenie politycznej”
3. MM\_SE „Festiwal obłudy”
4. KS\_R „No i tam się dopiero rozegra propagandowy kabaret”
5. MW\_R „co popisują się politycy, to już wiemy”
6. AB\_R „zobaczycie, jak partie szybko znikną ze sceny politycznej”

### I. POLITYK TO OBROŃCA

1. GB\_TVP „oni idą po was, a ja tylko stoje im na drodze”

### J. POLITYKA TO GRA

1. GB\_R „żeby nie być już więcej klientem, żeby nie być więcej pionkiem w wielkiej grze mocarstw”
2. GB\_R „wielcy tego świata po raz kolejny dogadają się ponad naszymi głowami”
3. SzH\_R „Szanowni Państwo karty wylądowały na stole”
4. KS\_R „ta debata to jest naprawdę wybór prezydenta, a nie program „1 z 10” czy „Awantura o kasę”. „1 z 10” jest moim zdaniem trochę trudniej wygrać”

5. KS\_TVP „muszę powiedzieć, że całkiem fajny teleturniej, „Jak oni kłamią”, podobało mi się, poziom nie najwyższy, ten teleturniej polega na wyłudzeniu”

#### **K. POLITYKA TO NIECZYSTOŚCI**

1. MW\_R „polityka to szambo, więc ja robiłem w szambie, na budowach w zawodówce, wiem jak to szambo oczyścić”
2. KS\_R „Natomiast poważni ludzie zostali wypchnięci z polityki. Nie chcą się w tym babrać”
3. MM\_TVP „ci wszyscy ludzie, dużo energii wkładają w intonację, styl, bo to na nas działa, ich wątpliwe talenta żadnych korzyści nam nie przynoszą”

#### **L. POLITYK TO ŚWIĘTY / OSOBA BEZGRZESZNA**

1. SzH\_SE „Widzieliście pana Nawrockiego, który próbuje udawać, że jest niepokalana dziewicą w polityce”
2. MJ\_SE „a dzisiaj świętoszkowie, po prostu za nic nie odpowiadają!”
3. AB\_SE „Praktycznie wszyscy się wybielili”

#### **M. POLITYKA TO MATRIX**

1. SM\_SE „żyjemy w systemie PoPisu”
2. KN\_R 18 „mają będziemy wybierać kierunek dla Polski, nie tylko na 5 lat, ale być może na kolejne dekady, domknięcie systemu demokracji warczącej Donalda Tuska poprzez zainstalowanie w Pałacu Prezydenckim Rafała Trzaskowskiego”
3. MJ\_SE „prezydent musi po pierwsze, to jest najważniejsze, nie domykać układu”

#### **N. POLITYK TO REPREZENTANT**

1. MW\_TVP „jestem jedynym rzecznikiem wykluczonych i poszkodowanych”

#### **O. POLITYK TO BEZWOLNY TWÓR**

1. KN\_R „Jestem człowiekiem z krwi i kości. Z drugiej strony mamy rezultat politycznego laboratorium”
2. SM\_R „żeby do spółek powstawić swoich kolesi”
3. MJ\_R „ja stawiam swoją osobę do dyspozycji państwa”
4. MW\_R „eliminuje się zwykłych ludzi.... Wybory samorządowe, chciano nas wyeliminować, poprzez kruczki prawne”
5. GB\_R „żeby nie być już więcej klientem, żeby nie być więcej  pionkiem w wielkiej grze mocarstw”
6. AB\_R „Marionetki wystawione przez szefów PoPis-u, ludzie o mentalności naciągacza”
7. KN\_R „18 maja będziemy wybierać kierunek dla Polski, nie tylko na 5 lat, ale być może na kolejne dekady, domknięcie systemu demokracji warczącej Donalda Tuska poprzez zainstalowanie w Pałacu Prezydenckim Rafała Trzaskowskiego”
8. AB\_R „stoi przed wami zwykły Polak, tak jakby gotowy zostać głową państwa”
9. AB\_TVP „przed wami stoi obywatel, obywatel gotowy zostać głową państwa”
10. AB\_TVP „bujdy de facto na resorach, powtarzane przez kandydatów  tzw. marionetkowych [...] marionetki wystawione przez szefów popisu”
11. AB\_TVP „media atakują i niszczą moją osobę”
12. MM\_TVP „w tej kampanii wyborczej moja osoba nie miała żadnych szans, żeby państwa przekonać, żadnych najmniejszych”
13. MJ\_TVP „stawiam swoją osobę do dyspozycji państwa”
14. JS\_TVP „głosujcie na sprawdzony zyciorys, a nie na zmieniające się w zależności od sondażu CV”

#### **P. POLITYKA TO CHOROBA**

1. AB\_R „problem polega na tym, że to jest patologia, patologia tworzona przez wszystkich razem. Przez PoPis, Konfederację, PSL, Polskę 2050 i Lewicę”
2. AZ\_TVP „tylko wtedy podtrzymuje się całą tę patologię”

#### **Q. POLITYKA TO PRZYRZĄDZANIE POTRAW**

1. AB\_R „partie polityczne wreszcie przestaną mieszać w naszym życiu społeczno-gospodarczym, ale też w polityce”
2. SM\_R „Platforma i PiS, biorą sobie jako przystawki a to lewicę, a to PSL”
3. MM\_TVP „tych wszystkich smakołyków, które tutaj nam niektórzy kandydaci nagotowali, naprawdę nie będzie”

### **III. DZIAŁANIA PREZYDENTA**

#### **A. PREZYDENT TO OBROŃCA**

1. MB\_SE „która twardo będzie stała na drodze Konfederacji, skrajnej prawicy”
2. SM\_R „Powstrzymam pakt migracyjny, uszczelnię granicę”
3. SM\_R „Uratujemy dzięki temu polski przemysł i polskie rolnictwo”
4. GB\_R „Trzeba odrzuć eurokołchozowe urojenia i uproszczenia, Zielony Ład, tęczyowy ład, trzeba odrzuć roszczenia żydowskie”
5. MW\_R „od razu pogonimy to towarzystwo z tego Sejmu, rozpiszemy przedterminowe wybory i przyjdą ludzie, którym na sercu leży Polska”
6. SzH\_R „prezydent powinien być stróżem pokoju”
7. RT\_SE „który będzie twardy wtedy, kiedy trzeba bronić pryncypiów i kiedy trzeba bronić biało-czerwonej, która jest święta”
8. JS\_R „Wracam, by zrobić porządek, zakończyć wojnę polsko–polską, która jest podsycana w interesie duopolu PO-PiS”
9. KN\_TVP „wybory są o bezpieczeństwie”
10. KN\_TVP „będę strażnikiem państwa bezpieczeństwa”

#### **B. PREZYDENT TO WYBAWCA**

1. GB\_R „a przede wszystkim uwolnić przedsiębiorczość Polaków”
2. GB\_R „uwolnić przedsiębiorczość Polaków”
3. RT\_SE „Dzisiaj potrzebujemy prezydenta, który będzie się umiał unieść ponad spory polityczne, który będzie arbitrem sporów politycznych, który będzie myślał o tym, jak rozsądzać te spory, ale przede wszystkim, jak stanąć po stronie obywateli i obywateli i taką właśnie Polskę wam proponuję”

#### **C. PREZYDENT TO BUDOWNICZY/RZEMIEŚLNIK**

1. AB\_R „żebyśmy zbudowali Polskę w wymiarze imperium, żebyśmy zadbali o wszystkich obywateli, żeby wielkie, wielka Polska rodzina rzeczywiście mogła osiągnąć sukces”
2. JS\_SE „Możecie wybrać prezydenta, który będzie budował mosty, a nie mury”
3. MW\_R „ja umiem operować kluczem i jak przykręcić śrubkę politykowi jednemu czy drugiemu proszę państwa i to uczynię”
4. MW\_SE „wiem, jak dokręcić wszystkim politykom śrubę, bo to politycy nie od 20 lat, tylko od 35 lat psują nasz kraj”
5. MW\_SE „10 lat pan opowiada, że pan coś naprawi w naszym kraju”

6. SzH\_SE „pokolenie pokoju powinien budować przyszły prezydent Rzeczypospolitej Polskiej”
7. MJ\_SE „Polska się nie rozwija, Polska stoi, a rolą prezydenta jest odczepić ten hamulec, który jest zaciągnięty przez rząd Donalda Tuska”
8. SzH\_R „kto zapewni nam, że nie będzie nam wywracał w naszym domu po raz kolejny stolika, który co chwila ktoś chce wywrócić, tylko ustabilizuje ten stolik. I że on będzie zastawiony, że będziemy się przy nim, z naszą rodziną, czuli po prostu bezpiecznie”

#### D. PREZYDENT TO REPREZENTANT NARODU

1. KN\_SE „Potrzebujemy prezydenta, który będzie głosem Polek i Polaków i będzie mówił po pierwsze Polska, po pierwsze Polacy”

#### E. PREZYDENT TO KOCHAJĄCA MATKA

1. JS\_SE „prezydenta, który będzie jak matka. Który zatroszczy się o wszystkich i nikogo nie da skrzywdzić”
2. SzH\_R „kto zapewni nam, że nie będzie nam wywracał w naszym domu po raz kolejny stolika, który co chwila ktoś chce wywrócić, tylko ustabilizuje ten stolik. I że on będzie zastawiony, że będziemy się przy nim, z naszą rodziną, czuli po prostu bezpiecznie”

### IV. POLSKA i JEJ PRZYSZŁOŚĆ

#### A. POLSKA TO ŻYWY ORGANIZM

1. MJ\_R „potrzebujemy dzisiaj kilku lat, żeby stanąć z powrotem na nogi”
2. GB\_R I „podniosła się. I pięknie wzrosła po to”
3. GB\_TVP „jeżeli dorzną nasze rolnictwo, górnictwo...”

#### B. POLSKA TO RODZINA

1. MJ\_R „nie możemy sobie pozwolić na to, żeby naszą rodzinę, naszą ojczyznę sobie dać wyrwać”
2. SzH\_R „kto zapewni nam, że nie będzie nam wywracał w naszym domu po raz kolejny stolika, który co chwila ktoś chce wywrócić, tylko ustabilizuje ten stolik. I że on będzie zastawiony, że będziemy się przy nim, z naszą rodziną, czuli po prostu bezpiecznie”

#### C. POLSKA TO WIĘZIEŃ

1. GB\_SE „Odzyskajmy niepodległość, bo bez niepodległości staniemy się narodem marginalizowanym we własnym kraju, ukrainizacja, islamizacja, judaizacja, bankructwo rozłożone na raty”
2. GB\_TVP „Rodacy, odzyskajmy niepodległość”
3. AZ\_R „musimy pożegnać się z tymi 2 ociężałymi partiami politycznymi, które od 20 lat Polskę trzymają w miejscu”
4. GB\_TVP „tak mówi dzisiaj pani minister w Warszawie”
5. AZ\_TVP „Tusk i Kaczyński wzięli nas wszystkich za zakładników”

#### D. POLSKA TO (USZKODZONY) PRZEDMIOT PODZIELONY NA 2 CZĘŚCI

1. SM\_SE „Kaczyński podzielili pomiędzy sobą Polskę, skłócili Polaków, skłócili rodziny”
2. AZ\_R „stoi przed wyboresm pomiędzy Polską solidarną a Polską egoizmu”
3. AZ\_R „możemy być społeczeństwem nierozdzieranym przez nierówności”
4. AZ\_R „Nie ma już wiele z tamtego Prawa i Sprawiedliwości, które stało po stronie Polski solidarnej”
5. SzH\_TVP „Polska jest tylko po ich stronie i to jest ich Polska”

6. MB\_TVP „głos na mnie, to głos na nowe pokolenie lewicy [...] która zawsze staje po waszej stronie”
7. JS\_TVP „Kochani, tak jak wy chce ojczyzny niepodzielonej, w której Polak Polakowi nie jest wilkiem”

#### E. POLSKA TO BUDYNEK

1. AZ\_R „możemy takie państwo zbudować”
2. SzH\_TVP „żeby podwyższyć mur, między pracującymi na swoim i pracownikami na etacie”
3. JS\_TVP „i wspólnie zbudujemy lepszą przyszłość dla nas wszystkich”
4. KN\_TVP „jeśli doszczelnimy polską wschodnią i zachodnią granicę i będziemy traktować nasze granice, jak fortece państwa polskiego”
5. RT\_TVP „to budowanie wspólnoty”

#### F. POLSKA TO MASZYNA

1. MJ\_SE „Polska się nie rozwija, Polska stoi, a rolą prezydenta jest odczepić ten hamulec, który jest zaciągnięty przez rząd Donalda Tuska”
2. AZ\_R „Ja w przeciwieństwie do większości zgromadzonych w tym studio, nie jestem zwolennikiem demontowania państwa, zwijania państwa, państwa minimum”

#### G. POLSKA TO CENNE ZASOBY MATERIALNE

1. MJ\_R „marnują na naszych oczach naszą ojczyznę”
2. MW\_R „Czy zwijamy Polskę czy nie proszę państwa?”
3. GB\_R „Nasze państwo zanika, Szanowni Państwo, zanika Polska”
4. KN\_TVP „jeśli doszczelnimy polską wschodnią i zachodnią granicę i będziemy traktować nasze granice, jak fortece państwa polskiego”
5. AZ\_TVP „możemy mieć Polskę bez koryciarstwa i rozkradania majątku publicznego”

## V. WYBORY

#### A. WYBORY TO REKRUTACJA

1. SzH\_R „To jest trochę rozmowa o pracę, dlatego bardzo państwa proszę, żebyście wzięli pod uwagę moje CV, zamieszczę je za chwilę na swoim Facebooku i jeżeli taka będzie wasza wola, pokornie was o to proszę, dali mi szansę do wejścia do drugiego etapu rekrutacji”

#### B. WYBORY TO WYŚCIGI/ZAWODY

1. KS\_R „Jest nas łącznie w tym wyścigu trzynastoro. Każdego z osobna bardzo szanuję, ale powiedzmy sobie szczerze, to jest pechowa trzynastka”
2. KN\_R „tym nieudolnym truchcie Rafała Trzaskowskiego do Pałacu Prezydenckiego dać mu jakąkolwiek szansę na zwycięstwo”
3. SzH\_SE „Fajnie jest się ścigać w pierwszej turze, ale w drugiej będzie najważniejsze nie to,  kto dojedzie pierwszy, ale kto pomieści jak najwięcej osób”
4. SzH\_R „Liczę na to, że będę mógł państwa ubiegać się o ten zaszczyt”
5. KS\_R „Nie chcą się w tym babrać, nie chcą startować w takich wyścigach”
6. JS\_R „jestem jedyną kandydatką, która nie startuje dla pieniędzy, nie startuje dla sławy, nie startuje dla stanowiska”
7. JS\_TVP „idziemy do zwycięstwa”
8. SM\_TVP „pobiłem rekord Andrzeja Dudy z roku 2015 co do liczby spotkań”

### C. WYBORY TO WALKA/WOJNA

1. GB\_R „Na początek uchwycić tej niepodległości przyczółek w urzędzie prezydenckim”
2. GB\_R 18 maja możemy uchwycić mocny przyczółek niepodległości w urzędzie prezydenckim, ale żeby”
3. SzH\_R „18 maja ... zagłosujcie sercem i wybijcie pokój”
4. KN\_R „18 maja miał swoje Monte Cassino, niezależnie od tego, co się dzieje, niezależnie od ognia artyleryjskiego, niezależnie od znoju, 18 maja musimy zawiesić biało czerwoną flagę na wzgórzu, któremu na imię Polska”
5. AB\_R „tylko odważni ludzie zagłosują na Artura Bartoszewicza, reszta zagłosuje na partie polityczne utwierdzając się w niewoli i syndromie sztokholmskim w przemocy partii politycznej”
6. MJ\_R „18 maja idziemy wszyscy do wyborów, jak jeden, w pierwszej turze głosujemy sercem, w drugiej rozumem i nie ma, że głowa boli, paluszek boli, ... bo idziemy głosować czy Polska będzie czy jej nie będzie. (tak jest!) Idziemy proszę państwa walczyć o naszą ojczyznę”
7. JS\_TVP „idziemy do zwycięstwa”

### D. WYBORY TO PODRÓŻ/DROGA

1. KN\_R „18 maja będziemy wybierać kierunek dla Polski, nie tylko na 5 lat, ale być może na kolejne dekady, domknięcie systemu demokracji warczącej Donalda Tuska poprzez zainstalowanie w Pałacu Prezydenckim Rafała Trzaskowskiego”
2. MB\_SE „żeby właśnie takie sprawy ruszyły do przodu, żeby te sprawy wydarzyły się jak najszybciej i tu i teraz to idźcie 18 maja do wyborów”
3. AZ\_R „o kierunku, w którym przez kolejne lata będzie szedł nasz kraj”
4. MB\_TVP „tego głosu możecie użyć już w tę niedzielę, żeby wytyczyć kierunek, w którym ma iść Polska”
5. SM\_TVP „żeby wreszcie najważniejsze do Polski i Polaków sprawy poszły do przodu”

### E. WYBORY TO ŚWIĘTO

1. SzH\_TVP „w niedzielę wielkie święto naszej Polski”

## VI. NAWIĄZANIA KULTUROWE

### A. BIBLIA

1. KS\_R „bo przeszedł pan dzisiaj przez tą konferencję, przez tą debatę suchą stopą”
2. MJ\_SE „to kłamstwo dziś też tu było siane!”
3. GB\_R „żeby nam Polska zmartwychwstała”

### B. LITERATURA

1. AZ\_R „do czego nas przyzwyczało 20 lat rządów PoPis-u traktowanie państwa przez polityków jak postaw czerwonego sukna, które można rozszarpać w imię prywatnych interesów”

### Lista skrótów:

#### KANDYDACI:

AB – Artur Bartoszewicz

AZ – Adrian Zandberg

GB – Grzegorz Braun

**JS** – Joanna Senyszyn  
**KN** – Karol Nawrocki  
**KS** – Krzysztof Stanowski  
**MB** – Magdalena Biejat  
**MJ** – Marek Jakubiak  
**MW** – Marek Woch  
**RT** – Rafał Trzaskowski  
**SM** – Sławomir Mentzen  
**SzH** – Szymon Hołownia

**ORGANIZATORZY:**

**\_R** – Telewizja Republika  
**\_SE** – Super Express  
**\_TVP** – Polsat, TVN, TVP