

# Przywódcy, partnerzy, przeciwnicy – wizerunek polityków w multimodalnych metaforach publicystycznych

**Bartłomiej Maliszewski**

Uniwersytet im. Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin

[bartlomiej.maliszewski@mail.umcs.pl](mailto:bartlomiej.maliszewski@mail.umcs.pl)

## Streszczenie

*Przedmiotem analizy są wizualno-werbalne przenośnie publicystyczne, które widnieją na okładkach polskich tygodników opinii. Dzięki walorowi naoczności to właśnie figury wizualno-werbalne pozwalają najłatwiej (i najszybciej) uchwycić powtarzalne sposoby ujmowania świata polityki oraz charakterystyczne cechy przenośni publicystycznych. Analizując wybrane metafory multimodalne, które odnoszą się do politycznych przywódców, partnerów i przeciwników, ukazujemy świat polityki jako pewną strukturę (na którą składa się wymiar wertykalny, czyli relacja nadrzędności i podrzędności oraz wymiar horyzontalny, czyli podział sceny politycznej na różne strony i ugrupowania). W analizowanych przenośniach polityka jest też ukazywana jako przestrzeń akcji (rywalizacji i widowiska), której głównymi uczestnikami – w warunkach demokracji parlamentarnej – są czołowi przedstawiciele najważniejszych partii. W omawianych metaforach uwidaczniają się także główne cechy przekazów prasowych, które mają przykuwać uwagę odbiorcy słowem i obrazem oraz pomysłowym ujęciem podejmowanych tematów. Zebrany materiał potwierdza i dopełnia wnioski sformułowane przy analizie językowych przenośni publicystycznych (jako sposobu ujmowania tego, co mniej konkretne, środka pozyskiwania uwagi odbiorcy i kształtowania społecznych przekonań oraz wykładnika utrwalanego obrazu świata).*

*Słowa kluczowe: metafora, publicystyka polityka, multimodalność, innowacja*

## Abstract

Leaders, Partners, Opponents: The Image of Politicians in Multimodal Metaphors Used by Journalists

*The subject of the analysis is the visual and verbal journalistic metaphors which appear on the covers of opinion weeklies. Thanks to the fact that they can be seen, it is just the visual and verbal figures that allow grasping (in the easiest and fastest way) the characteristic features of journalistic metaphors and the ways, in which the world of politics is perceived. The selected multimodal metaphors, which reference the characters of political leaders, partners and opponents, present the world of politics as a structure (which consists of*

*vertical aspect – the relationship between the superordinate and subordinate, and horizontal aspect – the division of the political scene into various parties and formations). In the metaphors analysed, politics is also presented as a space for action (rivalry and spectacle), whose main participants – in terms of parliamentary democracy – are the main representatives of the major parties. The discussed metaphors also show the main characteristics of press coverage, which are supposed to attract the attention of the audience by the means of text, images and a clever approach to the presented topics. The material collected for the study confirms and completes the conclusions formulated during the analysis of linguistic journalistic metaphors (as a means of capturing what is less concrete, as a means of attracting the viewer's attention, and as an exponent of the recorded world image).*

*Keywords: metaphor, journalism, politics, multimodality, innovation*

## 1. Wstęp

Analizując metafory w dyskursie publicystycznym, można przyjąć trzy główne perspektywy: kognitywną (poznawczą), komunikacyjną (retoryczną) oraz najszerszą perspektywę – kulturową. Przy pierwszym podejściu przedmiotem uwagi jest poznawcza funkcja metafory jako mechanizmu, który umożliwia rozumienie tego, co mniej konkretne. Obiektem analizy są tu sposoby ujmowania abstrakcyjnych dziedzin pojęciowych oraz przemożny wpływ metafory na sposób naszego postępowania (Lakoff, Johnson [1980] 1988: 24–28). Przy drugim podejściu omówieniu podlega sytuacja nadawczo-odbiorcza (kto kieruje przekaz, do kogo, w jakim celu, za pomocą jakich środków) oraz rola metafory właśnie jako narzędzia komunikacji<sup>1</sup>. Przy najszerszym, kulturowym, podejściu przedmiotem uwagi jest zaś metafora jako wykładnik utrwalanego w tekstach obrazu świata. Badając liczne przekazy, zyskujemy wgląd w kulturę użytkowników języka i zachodzące w niej zmiany<sup>2</sup>. (Sam tytuł niniejszego artykułu mówiący o wizerunku polityków w metaforach publicystycznych nakazuje dostrzec w przenośni nie tylko mechanizm myślenia oraz środek komunikacji, ale i wykładnik utrwalanego w tekstach obrazu świata).

---

<sup>1</sup> Badacze, którzy analizują metaforykę stosowaną przez polityków i publicystów, zaznaczają, że przenośnia służy tu udrażnianiu kontaktu z odbiorcą, nadaje wypowiedzi walor konkretności oraz dynamizmu, zwiększa zrozumiałość przekazu, a także narzuca określoną interpretację rzeczywistości i wyrazistą ocenę tematu, służąc kształtowaniu społecznych przekonań (Buttler 1961: 441; Dobrzyńska 1994: 135–137; Szewczyk 2009: 122–123).

<sup>2</sup> Stanisław Skorupka, pisząc o XX wieku, stwierdza, że: „Czasy najnowsze charakteryzuje wzmożone tempo życia, gwałtowny rozwój przemysłu, handlu, komunikacji, sportu, nauk technicznych i różnych wyspecjalizowanych nauk teoretycznych, stąd inny charakter najnowszych zwrotów. (...) Dawniej *kładliśmy na karb* – dziś *zapisujemy na konto*, dawniej *wyrównywaliśmy różnice* – dziś *sprowadzamy je do wspólnego mianownika*; wchodziliśmy *na drogę współpracy* – dziś *na tory współpracy*.” (Skorupka 1949: 10).

Wyróżnione perspektywy nie ograniczają się do analizy przekazów werbalnych (konstrukcji językowych), obejmując również metafory multimodalne, czyli takie figury, które – będąc wykładnikiem łączenia różnych dziedzin pojęciowych – wykorzystują komponenty odmiennych systemów semiotycznych. Przy interpretacji przerośni multimodalnych należy odczytywać znaki należące do przynajmniej dwóch kodów oraz uwzględniać panujące między nimi zależności. Wielowarstwowość przekazu dotyczy tu bowiem nie tylko samego współistnienia różnych znaków, ale i często wykorzystywanej gry znaczeniami (słowa wpływają bowiem na sposób postrzegania obrazów, które z kolei ukierunkowują interpretację odczytywanych słów)<sup>3</sup>.

W poniższym artykule wykorzystamy perspektywę kognitywną, komunikacyjną i kulturową do analizy multimodalnych (wizualno-werbalnych) przerośni publicystycznych, których źródłem są okładki tygodników publicystycznych: *Newsweek Polska*, *Polityka*, *Wprost* z lat 2001–2021. Dzięki przyjęciu tak szerokiej perspektywy czasowej można łatwiej dostrzec (oraz przedstawiać) charakterystyczne właściwości określanych tematów, a także powtarzalne sposoby ich ujmowania.

## 2. Wizerunek polityków w przerośniach publicystycznych

Analizę obrazu polityków w metaforach wizualno-werbalnych, zaczniemy od zaprezentowania okładki, która dobrze wprowadza w specyfikę komentowanych sytuacji:



*Polityka*, 41/2011

Sposób wykorzystania karcianej metafory eksponuje trzy istotne aspekty świata polityki. Po pierwsze, stanowi on pewną strukturę, którą wyznacza wymiar wertykalny (hierarchiczność

<sup>3</sup> W dobie ekspansji komunikatów wizualno-werbalnych przedmiotem coraz liczniejszych opracowań jest multimodalność przekazów (w tym i multimodalność metafory) – zob. m.in. Szczęsna 2004; Piekot 2006: 110–162; Piekot 2016; Kampka 2011a; Libura 2012; Kawka 2016; Maćkiewicz 2018; Maliszewski 2018a, 2018b; Szkudlarek-Śmiechowicz 2019.

postaci, relacja nadrzędności i podrzędności) oraz wymiar horyzontalny (podział sceny politycznej na różne strony oraz ugrupowania). Po drugie, świat polityki stanowi przestrzeń toczącej się akcji (gry, walki), której głównymi uczestnikami – w warunkach demokracji parlamentarnej – są czołowi przedstawiciele najważniejszych partii. Po trzecie, polityka – podobnie jak obserwowana gra – to nie tylko sama rywalizacja, ale i emocjonujące widowisko, którego przebieg nie zawsze jest łatwy do przewidzenia<sup>4</sup>. Publicyści, komentując obecną sytuację, rozbudzają ciekawość, co będzie dalej i starają się wpływać na bieg wydarzeń (poprzez kształtowanie opinii publicznej).

W związku z tym, że uwaga mediów koncentruje się wokół pierwszoplanowych bohaterów sceny politycznej oraz sytuacji konfliktowych (Pisarek 2000: 17), wypada założyć, że i kolejne metafory wizualno-werbalne będą eksponować status poszczególnych postaci, przedstawiać układ ról oraz narzucać opowieść o toczącej się akcji (walce i widowisku).

### 3. Przywódcy – metafory dominacji

Już samo stwierdzenie „osoby z pierwszych stron gazet” konotuje popularność i elitarność tak określanych podmiotów. Nie dziwi więc to, że na okładkach odnajdujemy metafory, które właśnie podkreślają istotną rangę ukazywanych postaci (jako ważnych protagonistów, liderów, triumfatorów) bądź umniejszają ich znaczenie (jako osób na eksponowanych stanowiskach, ale niesamodzielnym, bez istotnego wpływu na bieg wydarzeń).

#### 3.1. Fizyczne oznaki dominacji

Jednym ze sposobów ukazywania statusu przedstawianych bohaterów jest ich fizyczna (eksponowana) wielkość oraz liczne metafory orientacyjne, których wizualnymi wykładnikami są opozycje przestrzenne (*na górze – na dole, w centrum – na peryferiach, na pierwszym planie – na drugim planie*)<sup>5</sup>:

---

<sup>4</sup> Choć obserwowane działania toczą się wedle określonego scenariusza, to jednak ich rezultat bywa wielką niewiadomą, co na powyższej okładce jest sygnalizowane przez komunikat werbalny oraz wizualną metaforę gry hazardowej (karty tworzą pokera królewskiego, zielone tło okładki przywodzi na myśl scenerię kasyna, a czerwone i czarne barwy karcianych symboli mogą się również kojarzyć z kolorystyką ruletki, sygnalizując stan niepewności i trudność przewidzenia dalszego ciągu wydarzeń).

<sup>5</sup> Więcej na temat metafor orientacyjnych oraz wizualnych wskaźników dominacji – zob. Lakoff, Johnson [1980] 1988, 36–44, Wasilewski 2006: 50–54.



Polityka, 42/2012



Newsweek, 3/2018



Newsweek, 15/2019



Newsweek, 5/2020

Fotomontaż przedstawiający pękatego polityka na tle wyeksponowanego komunikatu *PiS urósł. Kaczyński Tuskiem się tuczy* stanowi udosłownienie przenośni językowych, zwiększa element komizmu i podkreśla skalę doświadczanego przyrostu (wagi, rozmiaru, znaczenia)<sup>6</sup>. Aparat telefoniczny u stóp (przy nodze) wpływowego dyrektora *Radia Maryja* symbolizuje dominację przedstawianej postaci oraz podrzędny status jej rozmówców, ich uległość i dyspozycyjność. Umieszczenie polityka na schodach wraz z użyciem żabiej perspektywy służy ukazywaniu jego wysokiej (ważnej) pozycji, a zapowiedź *Pokonam Kaczyńskiego* wspomaga metaforyczną interpretację obrazu (jako ruchu w górę, systematycznego dążenia na szczyty władzy).

Okładka, w której dochodzi do przedstawienia głowy państwa jako balonika, wprowadza zaś ciekawy kontrast aksjologiczny. Z jednej strony jest tu podkreślana wielkość danej postaci oraz jej wysokie, widoczne, nadrzędne miejsce (na górze). Z drugiej zaś strony użyta metafora deprecjonuje status tak przedstawianego polityka jako osoby pustej, nadętej, zarozumiałej, a także bezwolnej – traktowanej przedmiotowo, wyniesionej na szczyt i trzymanej na uwięzi przez pewnego dysponenta. (Balonik stanowi tu również metonimię kampanii wyborczej oraz symbol niepoważnej polityki, kontrastując z poważnym obliczem agensa, który stara się uchodzić za silnego, zdecydowanego przywódcę). Sposób wykorzystywania opozycji przestrzennych podlega więc dużemu zróżnicowaniu, służąc zarówno podkreślaniu rangi znanych polityków, jak i umniejszaniu ich znaczenia (wagi, pozycji).

<sup>6</sup> Można tu również dostrzec interikoniczne nawiązanie do plakatu Henryka Tomaszewskiego „Rewizor”, który Seweryna Wyślouch (1994: 89) przytacza właśnie jako przykład deformacji znaku ikoncznego.

Okładki, które przedstawiają polityczną hierarchię, nierzadko operują wyrazistym kontrastem dwóch wielkości, ukazując nadrzędny bądź podrzędny status prezentowanych postaci:



Wprost, 4/2011



Wprost, 28/2006



Newsweek, 51/2015



Newsweek, 38/2020

Utarte zwroty i wyrażenia językowe torują sposób metaforycznego ilustrowania podejmowanych tematów (frazelogizm *mieć kogoś w garści* podlega udosłownieniu, frazem *do usług* aktywizuje skojarzenia z postacią pana i służącego, a wyrażenie *sąd nad kimś* bazuje na opozycji przestrzennej, która znajduje swój wykładnik także w przedstawianej scenie). Komunikaty językowe wspomagają odczytywanie symboliki obrazów i dookreślają charakter ukazywanych relacji (antagonizmu, kontroli, usłużności, zaprowadzanej dyscypliny, manifestowanej przewagi). To jednak obraz oparty na kontraście dwóch wielkości i opozycjach przestrzennych najlepiej ukazuje nierównorzędny status poszczególnych osób.

### 3.2. Na szczytach władzy – odwołania do znanych postaci

Zarówno językowe, jak i wizualne metafory oraz porównania często bazują na pokrewnych domenach pojęciowych (jedni politycy wzbudzają skojarzenia z innymi politykami, a silni przywódcy są porównywani do najbardziej znanych władców). Łatwo więc wyodrębnić powtarzające się grupy nośników, które służą metaforycznemu obrazowaniu (i określaniu) postaci o znaczących prerogatywach oraz dominującej pozycji (por. Tokarski 1999: 73).

Pierwszą grupę nośników – które są wykorzystywane przy ujmowaniu polityków jako silnych liderów, wodzów, autokratów, strategów – stanowią odwołania do antycznych, dostojnych władców:



Wprost, 23/2019



Newsweek, 26/2016



Polityka, 17/2009



Polityka, 24/2013

Już same zapożyczenia: *imperator* – z łac. ‘wódz’ od *imperare* ‘rozkazywać; rządzić’, *imperium* z łac. ‘(najwyższa) władza’ odsyłają do kręgu kultury łacińskiej, a wyobrażenia posągowych, „prototypowych” postaci wodzów-triumfatorów, w antycznych zbrojach, szatach, wieńcach laurowych stają się powtarzalną osnową wizualnych bądź wizualno-werbalnych przenośni.

Drugą grupą nośników, do których odwołują się publicystyczne metafory, są postaci królów:



Polityka, 43/2008



Polityka, 28/2007



Newsweek, 44/2015



Newsweek, 40/2020

Wpływowi politycy są przedstawiani jako dawni monarchowie – Lech Kaczyński z jaśniejącym obliczem to nowy „Król Słońce”, twarz Jarosława Kaczyńskiego pojawia się na portrecie Stanisława Augusta Poniatowskiego (w dumnej pozie, w płaszczu koronacyjnym), a kolejnym atrybutem najważniejszego polityka staje się królewskie nakrycie głowy. Powyższe metafory świadczą nie tylko o wysokiej pozycji przedstawianych postaci, ale też o ich rosnących prerogatywach, a *de facto* – o zachodzących przemianach ustrojowych (coraz większej władzy skupionej w rękach jednostki, zmierzaniu w stronę autorytaryzmu, anachronicznych sposobach sprawowania władzy).

Trzecią grupę nośników stanowią odwołania do przywódców znanych z historii współczesnej:



Polityka, 50/2014

Newsweek, 5/2007

Newsweek, 32/2019

Newsweek, 46/2016

Dyktatorskie zapędy, które liberalnie nastawieni publicyści zarzucają Jarosławowi Kaczyńskiemu, aktywizują skojarzenia z postaciami, które zasłynęły z agresywnego sposobu prowadzenia polityki, wykorzystywania posiadanej władzy do zwalczania przeciwników i zwiększania swoich uprawnień.

Czwartą grupę przenosi wizualnych, które podkreślają rangę poszczególnych polityków, stanowią odwołania do postaci fikcyjnych (znanych głównie z kinowych i telewizyjnych ekranów), co nie tylko świadczy o popularności danych bohaterów, ale stanowi też formę promocji kultury masowej. Filmowym bohaterem, do którego są przyrównywani przywódcy polityczni, staje się bezwzględny protagonista serialu „House of Cards”:



Okładka serialu

Wprost, 39/2014

Polityka, 44/2015

Wprost, 42/2016

Charakterystyczna poza władcy-triumfatora, który zajmuje miejsce na metaforycznym tronie (szczycie władzy), podlega powielaniu, służąc przedstawianiu znanych polityków jako osób wpływowych, które osiągnęły pełnię władzy, skutecznie eliminując swoich przeciwników.



Publicystyczne metafory często bazują na bliskich sobie domenach pojęciowych. Nie dziwi to, że ci, którzy rządzą, są właśnie przedstawiani jako władcy – cesarze, królowie i najbardziej znani politycy (realni bądź filmowi). Pokrewieństwo wykorzystywanych domen uwidacznia się także przy metaforycznym ujmowaniu osób, które pełnią ściślej określone funkcje społeczne:



Wprost, 49/2005



Newsweek, 2/2013



Newsweek, 21/2016



Polityka, 6/2017

Użyte metafory, podkreślając znaczenie danych postaci, odwołują się zarazem do ich profesji i odgrywanej roli. Wpływowej osobie duchownej zostaje przypisany status prymasa, szef telewizji, który kreuje w mediach pewien obraz rzeczywistości, jest ukazywany jako reżyser, a polityk, który łączy stanowisko ministra sprawiedliwości z funkcją prokuratora generalnego, jest przedstawiany właśnie jako sędzia-oskarżyciel (a szeroki zakres jego władzy podkreśla wyeksponowany komponent werbalny).

Oprócz takich przenośni, które są wykładnikiem łączenia pokrewnych domen pojęciowych, pojawiają się też metafory orientacyjne, o bardziej złożonych motywacjach, czego dobrym przykładem jest ujmowanie liderów jako tych, którzy prowadzą innych, wskazują określony kierunek, wytyczają kurs (same określenia *lider*, *przywódca*, *dowódca* etymologicznie wiążą się z czasownikami ruchu *to lead*, *wodzić*). Wykładnikiem tej struktury pojęciowej są też wizualne metafory, które odwołują się do postaci sternika / kapitana, w czym można dostrzec aluzję do znanego plakatu socrealizmu („Sternik” Włodzimierza Zakrzewskiego), utrwalonych językowo zwrotów *kierować czymś*, *wyznaczać kurs*, *być u steru*, *trzymać w rękach stery władzy* oraz toposu państwa jako okrętu<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Jak pisze Antoni Krasnowolski:

Do żeglugi często przyrównywają często losy państwa albo koleje życia ludzkiego. „Nawa Rzeczypospolitej”, „okręt życia” – są to wyrażenia, używane nieraz przez mówców naszych. (...) Niemało przenośni dostarczył nam ster. „Siedzieć u steru” albo „dzierżyć ster” znaczy: kierować sprawami publicznymi. „Ster rządów uchwycić albo ująć”, „ster wypuścić z rąk albo oddać komuś innemu” – są to przenośnie, oznaczające naczelne kierownictwo państwem albo inną instytucją społeczną; widoczna, że tu państwo lub instytucje przyrównywane są do okrętu, a rządzący do sternika. (Krasnowolski 1906: 49–52).

Plakat *Sternik**Newsweek*, 25/2009*Polityka*, 37/2018*Newsweek*, 28/2006

Skonwencjonalizowana metafora służy różnym celom, podkreślając istotną (kierowniczą) rolę podmiotu bądź stanowiąc ironiczny komentarz i ukazując dysonans pomiędzy wysoką rangą zajmowanego stanowiska a niewielkim znaczeniem wskazywanej postaci<sup>8</sup> (powagą urzędu a brakiem powagi osób, którzy go piastują).

Jak wynika z przedstawionych przykładów, wizualne metafory na okładkach czasopism publicystycznych, często odnoszą się do znanych postaci, które pełnią ważne funkcje społeczno-polityczne<sup>9</sup>. Dzięki przenośniom można podkreślać rangę poszczególnych bohaterów (jako silnych władców, triumfatorów) bądź wręcz przeciwnie – deprecjonować i demaskować ich status jako osób niesamodzielnych, niepoważnych, bez znaczącego wpływu na bieg wydarzeń. Zarówno w jednym, jak i drugim wypadku przestrzeń polityki jawi się jako ściśle zhierarchizowany świat ze spolaryzowanym układem ról (nadrzędności – podrzędności).

#### 4. Partnerzy i przeciwnicy – metafory kooperacji i konfrontacji

Kluczową rolę w sposobie organizacji świata odgrywa opozycja *swój – obcy* (zob. Pajdzińska 2001). Jej istotność uwidacznia się także (a może przede wszystkim) w świecie mediów i polityki, gdzie panują liczne podziały oraz konflikty. Polityka jako przestrzeń nieustannej

<sup>8</sup> W wyrażeniu *kapitan bez floty, bez załogi, bez kursu* dodawane przydawki wnoszą bowiem negatywne wartościowanie tak określanego bohatera, a w obrazie – interpretowanym w świetle komunikatu językowego – zaczynamy dostrzegać faceboard (monidło postaci kapitana), przejaw prowadzonej gry pozorów oraz zabawy. Podobnie i uśmiechnięty polityk w czapeczce kapitana jawi się jako człowiek niepoważny, bez realnego wpływu na bieg wydarzeń.

<sup>9</sup> Tematem dość licznych przenośni są także sytuacje kryzysowe i groźba utraty wpływów, np.: *Układ się sypie* (*Newsweek*, 2/2005), *Palikot się rozpada* (*Wprost*, 29/2012), *PiS drży* (*Newsweek*, 12/2015), *Bastion się sypie* (*Polityka*, 36/2016), *Kukiz się sypie* (*Polityka*, 25/2018), a częstemu wykorzystywaniu podlega przy tym metafora tonięcia (trudności z utrzymywaniem się na powierzchni): *Utonie czy wypłynie. Andrzej Duda na półmetku kadencji* (*Polityka*, 12/2018), *Tonący ogłasza sukces* (*Newsweek*, 35/2018), *Łódź Kaczyńskiego już tonie* (*Newsweek*, 19/2020).

rywalizacji, walki o wpływy (ich zdobywanie, rozwijanie, utrzymywanie), podlega częstemu ujmowaniu przez metaforę wojny, walki, gry (zob. Frankowska 1994; Borkowski 1996; Połowniak-Wawrzonek 2001; Kłosińska 2004; Maciuszek 2004; Kiklewicz, Prusak 2006; Sławek 2007: 122–124; Burzyński 2012: 106–110; Szwed 2013). Z drugiej zaś strony to właśnie w tej przestrzeni ciągłej rywalizacji o władzę są zawierane układy, koalicje, sojusze, gdyż wspólny wróg jednoczy, jedni politycy potrzebują wsparcia innych, a poza tym układ ról podlega zmianom (niedawny antagonistą może stać się sojusznikiem i na odwrót)<sup>10</sup>.

W odniesieniu do relacji panujących pomiędzy poszczególnymi postaciami, ugrupowaniami czy państwami można więc wyróżnić metafory **kooperacji** (współpracy) oraz metafory **konfrontacji** (rywalizacji), choć nie są to zbiory rozłączne. Pojawiają się tu bowiem sformułowania i obrazy oparte na kontraście aksjologicznym, które komunikują trudną współpracę, demaskują pozory współdziałania (bądź antagonizmu) albo ukazują dawnych partnerów jako przeciwników (mówimy wszakże o szorstkiej przyjaźni, fałszywych przyjacielach, wrogach wewnętrznych i wojnach domowych). Ów prosty podział staje się jednak przydatny przy kategoryzacji werbalno-wizualnych przenośni. Relacje pomiędzy poszczególnymi podmiotami (czy działają one razem czy przeciwko sobie) oraz sposoby ich wartościowania aktywizują bowiem skojarzenia z określonymi domenami pojęciowymi, znajdując swój wyraz w powtarzalnych metaforach.

#### 4.1. Metafory kooperacji

Powielanymi przenośniami, które wyrażają relację współdziałania, są metafory solidarnego podążania w jedną stronę (*ręka w rękę, ramię w ramię, krok w krok*), a także odwołania do wspólnego tańca, choć akurat w odniesieniu do burzliwego i negatywnie ocenianego świata polityki ta przenośnia nie zawsze pojawia się w kontekście harmonijnej kooperacji oraz pozytywnie waloryzowanych działań:

---

<sup>10</sup> Zwróćmy też uwagę, że wśród głównych stylów uprawiania polityki wyróżnieniu podlega styl konfliktowy i koncyliacyjny, a w poszczególnych partiach znajdują się osoby, które są zwolennikami odmiennych strategii postępowania, dzięki czemu jest spełniane zapotrzebowanie odbiorców na konflikt i na zgodę (Jeziński 2005: 124–125). Niemniej i politycy, którzy deklarują otwartość, także polaryzują społeczne podziały, dyktując warunki możliwego porozumienia (Kłosińska 2004: 155–156).



Wprost, 34/2007



Newsweek, 34/2017



Polityka, 36/2008

W wyrażeniu *Układ z Kaczmarniem* umiejscowionym na tle tańca (z najbardziej znanej sceny najpopularniejszego baletu) współwystępują dwa znaczenia słowa *układ* – nie tylko jako nieformalnych powiązań<sup>11</sup>, ale i ruchu tanecznego, który nabiera tu symbolicznych znaczeń (niemożności uwolnienia się z czyjś uścisku, bycia zależnym od kogoś, konieczności podążania za kimś). Przedstawienie polskich przywódców w charakterystycznych strojach (rubaszkach) i pozach tanecznych ilustruje metaforę zmierzania na Wschód (odchodzenia od standardów zachodniej demokracji). Na kolejnej okładce przedmiotem negatywnego wartościowania jest zaś brak współpracy pomiędzy czołowymi politykami. Samo użycie liczby mnogiej (*Tańce polskie*) konotuje różnorodność ruchów, a obraz, który przedstawia przywódców zmierzających w przeciwne strony, podkreśla niezborność ich działań i odmienne kierunki prowadzonej polityki.

Jak wynika z powyższych przykładów, choć metafora tańca może kojarzyć się pozytywnie (ze współpracą, partnerstwem), to w kontekście świata polityki nieraz jest wykorzystywana w odniesieniu do negatywnie wartościowanych tematów (niejasnych powiązań, niepożądanego kierunku zaprowadzanych zmian bądź braku należytego współdziałania).

Kolejnym źródłem metafory kooperacji (zawieranych układów, koalicji) są relacje interpersonalne (partnerskie, miłosne):

---

<sup>11</sup> Używane w kontekście niejasnych powiązań, protekcji, nepotyzmu już samo słowo *układ* odznacza się negatywnymi konotacjami. Jak pisze Paweł Nowak: „Wieloznaczne określenie odnoszące się do bardzo wielu dziedzin ludzkiej działalności w początkach XXI w. zyskało w komunikacji politycznej nowy sens wyprowadzony ze znaczenia ‘powiązania, relacje w zbiorowości’, a w szczególności z semantyki przysłowia *Na układy nie ma rady* (...) ‘nic nie można poradzić, zmienić w sytuacji, która wynika z jakichś powiązań, relacji towarzyskich, zawodowych itp.’ (Nowak, Zimny 2009: 271).



Wprost, 9/2007



Newsweek, 9/2012



Newsweek, 31/2014



Wprost, 6/2017

Używana w tekstach publicystycznych metafora politycznego związku (romansu, ślubu, małżeństwa) też rzadko kiedy uwydatnia zgodną, harmonijną współpracę dwóch stron, pojawiając się głównie w kontekście prowadzonej gry interesów (*małżeństwo z rozsądku*, *być skazanym na polityczne małżeństwo*) bądź w kontekście narastających konfliktów (*Czy ten związek przetrwa?*), które prowadzą do politycznych separacji i rozwodów (por. Ożóg 2002: 22–24).

Sojusze mogą być zawierane pomiędzy dwoma stronami (co aktywizuje metaforę politycznego małżeństwa) bądź obejmować większą liczbę podmiotów. Na okładkach – oprócz przedstawianych duetów – nierzadko obserwujemy tria polityków, a informację o ich liczbie wnoszą też intertekstualne komponenty werbalne:



Polityka, 42/2001



Polityka, 19/2006



Wprost, 2/2019



Polityka, 8/2021

Wyeksponowane określenie *Ich Trzech* stanowi nawiązanie do nazwy zespołu *Ich Troje* (będąc świadectwem jego ówczesnej popularności), a sceniczny układ przedstawianych polityków oraz pytanie: *Co nam zaśpiewa nowy zespół* stanowi rozwinięcie żartobliwej

metafory<sup>12</sup>. Chętnie wykorzystywana jest nazwa grupy *Tercet egzotyczny*, która – używana w kontekście politycznych koalicjantów – konotuje współdziałanie trzech podmiotów, a zarazem „egzotykę” zawieranego sojuszu, jego nietypowość czy nawet dziwaczność (sprzymierzają się bowiem osoby o różnych poglądach, postawach, wizerunkach, co nakazuje powątpiewać w ścisłość i trwałość danej współpracy).

Obiektem uwagi oraz przedmiotem negatywnych ocen stają się układy wpływowych osób, które w swoich działaniach nie kierują się dobrem ogółu, lecz własnymi interesami. Anna Pajdzińska spostrzega, że różny jest stopień pejoratywnego nacechowania stosowanych tu nazw, poczynając od *klanu* po *mafie*, która prymarnie odnosi się do organizacji przestępczej (Pajdzińska 2008: 215). Zwiększaniu negatywnego ładunku aksjologicznego służy też sposób metaforycznego ilustrowania nieformalnych powiązań i układów:



Newsweek, 21/2019



Newsweek, 48/2018



Wprost, 19/2007



Polityka, 30/2020

Słowo *przymierze* opatrzone przydawką *nieświęte* i umiejscowione na tle trzech otoczonych mrokiem postaci nabiera negatywnych konotacji (będąc także aluzją do Świętego Przymierza jako sojuszu trzech wrogich Polsce mocarstw). Sformułowanie *grupa trzymająca władzę* także ma intertekstualny charakter i jest używane cytatowo jako określenie politycznego czy biznesowego układu (Zimny, Nowak 2009: 83), a wizualna metafora wielkiej, czerwonej ośmiornicy z mackami wysuniętymi w różne strony symbolizuje proces kontrolowania (zawłaszczania) kolejnych obszarów, wzmacniając negatywną ocenę tematu. Sposób przedstawiania współdziałających polityków jako mafii jest zaś torowany przez sceny znane z *Ojca chrzestnego*, co pozwala przedstawić panującą hierarchię (wskazaniu podlega postać

<sup>12</sup> W odniesieniu do trzech założycieli Platformy Obywatelskiej popularność zdobyła metafora “trzech tenorów”, której motywacją obejmowała liczbę bohaterów, ich medialny wizerunek i sposób bycia (dojrzały, eleganccy panowie o nienagannych manierach) oraz zbieżność wygłaszanych poglądów (mówienie jednym głosem). Niemniej i ta pozytywnie nacechowana metafora z czasem nabrała ironicznego zabarwienia, gdy polityczna współpraca przestała się układać, ustępując miejsca sporom o zakres kompetencji (Nowak, Zimny 2009: 264).

capo i jego najbliższego otoczenia), narzucić negatywny obraz danej grupy, a zarazem wprowadzić element humoru.

Choć samo sformułowanie *metafory kooperacji* odznacza się pozytywnym nacechowaniem, to jednak ich zasób obejmuje zwroty, wyrażenia i obrazy o różnym biegunie wartościowania – możemy wszakże mówić o starym, dobrym małżeństwie, trzech tenorach, zgranym zespole, biało-czerwonej drużynie bądź o toksycznych związkach, tercetach egzotycznych, klikach czy nawet mafiach. W związku z tym, że domeną publicystyki jest krytyczne ujęcie rzeczywistości, uwaga nadawców koncentruje się wokół negatywnie wartościowanych relacji oraz na demaskowaniu pozakulisowych układów.

## 4.2. Metafory konfrontacji

### 4.2.1. Pojedyunki

Polityka często jawi się jako przestrzeń walki (o coś, za coś, przeciwko komuś, przeciwko czemuś), a zasób obrazów, które ukazują wojowniczą postawę przedstawianych bohaterów, odznacza się dużym zróżnicowaniem, poczynając od sposobów portretowania pojedynczych postaci po zbiorowe sceny bitewne.

Wychodząc od tego, co najbardziej elementarne, wypada zacząć od spostrzeżenia, że ukazywaniu dwóch stron konfliktu służy układ dwóch postaci zwróconych przeciwko sobie:



*Polityka*, 37/2006



*Polityka*, 19/2010



*Newsweek*, 29/2017



*Polityka*, 46/2019

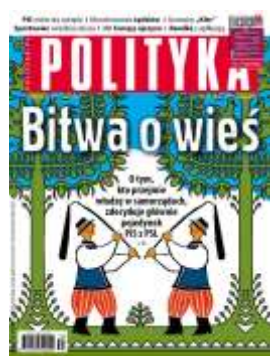
Choć poszczególne okładki odznaczają się podobną kompozycją, to jednak sposób obrazowania panujących relacji podlega zmianom zależnie od eksponowanych właściwości tematu – plaster na ustach kandydatów jest symbolicznym zilustrowaniem ich milczenia i niezwykle spokojnego przebiegu kampanii wyborczej (toczącej się w tragicznych okolicznościach, po katastrofie smoleńskiej – zob. Kampka 2011b), „pochmurne” tło okładki i pioruny pomiędzy twarzami symbolizują stan silnego napięcia emocjonalnego, a kontury

zaczernionej postaci wskazują na nieobecność wskazywanego antagonisty oraz istnienie wielkiej niewiadomej na temat jego następcy. Okładki, opierając się na podobnym schemacie graficznym, odznaczają się zarazem dużą różnorodnością, ukazując specyfikę komentowanych sytuacji.

Także sposoby obrazowania rywalizacji (walki) jako pojedynku wnoszą informację o bohaterach konfliktu oraz precyzują jego charakter:



*Polityka, 27/2011*



*Polityka, 31/2014*



*Newsweek, 30/2007*



*Polityka, 27/2020*

Metafora pojedynku podkreśla wagę wydarzenia, ostrość toczzonej rywalizacji, a sposób jej uokretniania odznacza się dwoma walorami. Po pierwsze, przybliża odbiorcy istotę rzeczy (herby na tarczach zbrojnych rycerzy świadczą o tym, że stronami ostrego konfliktu są polskie miasta, scena pojedynku na cepy – przedstawianego w formie wycinanki łowickiej – kieruje uwagę na polską wieś jako przestrzeń toczącej się rywalizacji, postać kowboja o kaczyczych łapach stanowi aluzję do postaci Jarosława Kaczyńskiego, a obraz pojedynku na gesty świadczy o odmiennej postawie rywalizujących ze sobą polityków). Po drugie, sposób uokretnienia metafory walki pozwala urozmaicać przekaz, unikać monotonii i powtórzeń, wprowadzać elementy komizmu oraz zaskoczenia.

Kolejnymi wykładnikami metaforyki walki są odwołania do pojedynków sportowych, a sposób ich konkretyzacji także charakteryzuje postawę agensów oraz specyfikę ich działań:



*Polityka, 47/2008*



*Wprost, 21/2009*



*Wprost, 43/2015*



*Polityka, 26/2015*



Metafora szachowego pojedynku (na co jeszcze wskazuje wyrażenie: *plan gry* oraz skupiona twarz polityka) kojarzy się z długotrwałym rozgrywaniem pewnej partii, opracowywaniem jej strategii, analizą dostrzeganych możliwości, dokonywaniem przemyślanych ruchów i przewidywaniem ich konsekwencji. Metafory sportów walki podkreślają zaś ostrość toczony rywalizacji (zadawania ciosów, odpierania ataków, stosowania uników) oraz widowiskowy, medialny charakter danych wydarzeń, których odbiorcami są polityczni wyborcy („kibice” jednej bądź drugiej strony).

Żywiolowość sytuacji konfliktowych jeszcze silniej eksponuje metaforyka bitew i wojen:



*Polityka*, 48/2010



*Newsweek*, 37/2014



*Polityka*, 16/2017



*Newsweek*, 9/2019

Sposób ukonkretniania metafory boju (oblężona twierdza) oraz metafory wojny (ogień, wybuchy, ślady po kulach) uwydatnia burzliwy charakter sytuacji konfliktowych, których uczestnikami są czołowi politycy. Im ważniejszy status bohaterów starcia, tym bardziej wyraziste stają się metafory konfliktu, czego dobrym przykładem jest hiperboliczne wyrażenie *wojna na górze*.

Metafory konfrontacji obejmują więc dość szeroki zasób przerośni, których źródłem są pojedynki (zbrojne i sportowe), bitwy oraz wojny. Okładki, które przedstawiają sceny walki, ukazują ich uczestników, uwydatniają wagę i intensywność konfliktów, rozbudzając ciekawość, jaki będzie dalszy ciąg komentowanych wydarzeń.

#### 4.2.2. Ataki

Obok przerośni, które przedstawiają różne strony konfliktu, ukazując wyrównaną oraz zaciętą walkę o władzę, pojawiają się metafory, które przedstawiają poszczególnych

polityków jako tych, którzy są w ofensywie, dążąc do eliminowania rywali i działając na rzecz wyznawanych wartości<sup>13</sup>.

Wychodząc od tego, co najbardziej elementarne, wypada zacząć od spostrzeżenia, że wizualnym wykładnikiem postawy ostrego sprzeciwu i bojowego nastawienia staje się gest uniesionej pięści<sup>14</sup>:



*Polityka*, 45/2004



*Newsweek*, 20/2006



*Wprost*, 23/2017



*Wprost*, 20/2019

Symboliczność przedstawianych gestów uwydatniają towarzyszące im komunikaty językowe, choć już sama scena jest na tyle sugestywna, że narzuca wizerunek aktywnego i zdecydowanego oponenta-wojownika.

Status wojowniczo nastawionych podmiotów bywa komunikowany za pomocą przenośni, które wywodzą się ze świata drapieżników (np. groźna Rosja jest ukazywana jako niedźwiedź, zwolennicy agresywnej polityki noszą miano jastrzębi, a przedstawiciele młodszego pokolenia, którzy walczą o swoją pozycję, nazywa się młodymi wilkami). W świecie polskiej polityki popularność zdobywa aliteracyjna metafora *lwica lewicy*, która staje się podstawą kolejnych peryfraz (a okazjonalnie pojawiają się i inne przenośnie wywodzące się ze świata drapieżników):

<sup>13</sup> Osnową licznych sytuacji konfliktowych jest opracowany przez Stephena Karpmana trójkąt dramatyczny, który obejmuje rolę prześladowcy (bestii), ofiary oraz wybawcy. Ów trójkąt dramatyczny powstaje jako diagram zmiennych ról, które powstają w toku interakcji i staje się też przydatny przy omawianiu struktury wielu opowieści – zob. Karpman 1968; Wasilewski, Skibiński 2008: 199–202. G. Lakoff, omawiając dyskurs o (sprawiedliwej) wojnie, ukazuje jego paralelę z fabułą klasycznej baśni, której bohaterami są właśnie złoczyńca, ofiara i bohater (Lakoff [1991] 2003: 33). Ów schemat opowieści odnajdujemy także na okładkach czasopism publicystycznych.

<sup>14</sup> W zależności od oceny podmiotu zmienia się też wartościowanie tego gestu. Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz spostrzega, że: „zaciśnięta pięść, jeśli jest gestem „naszych”, to wyraz buntu, oporu, niezgody na działania złe i niegodziwe; jako gest przeciwnika jest natomiast wyrazem jego wściekłości, agresji, nieprzewidywalności, szaleństwa (...)”. (Szkudlarek-Śmiechowicz 2019: 207).



Polityka, 13/2003



Polityka, 22/2015



Polityka, 23/2016



Wprost, 6/2011

Jak wyjaśnia Paweł Nowak: „Leksem *lwica* poza znaczeniem podstawowym ‘samica lwa’ ma także znaczenie skojarzeniowe łączone ze zwrotami frazeologicznymi *walczyć o coś jak lwica*, *bronić czegoś jak lwica swoich małych* (Nowak, Zimny 2009: 142), a upowszechnianiu się tej metafory sprzyja rosnąca pozycja kobiet w świecie polskiej polityki. Wyeksponowana antyteza *Orzeł czy orlik*, której towarzyszy „drapieżny” profil premiera, także podkreśla jego wojowniczą postawę, choć zarazem stawia pod znakiem zapytania dominacyjną pozycję przedstawianej postaci i efektywność jej postępowania.

Ukazywaniu polityki jako przestrzeni agresywnych działań oraz ukonkretnianiu relacji pomiędzy atakującym i atakowanym służą też metafory zaczerpnięte z dziedziny łowów:



Polityka, 48/2001



Polityka, 11/2007



Wprost, 31/2007



Newsweek, 29/2014

Układ: *myśliwy – zwierzyna (łowna)* polaryzuje układ ról, ukazując zarazem brutalność świata polityki jako przestrzeni bezpardonowych ataków, które mają na celu wyeliminowanie rywali.

Bojową postawę agensa podkreśla też metafora szeryfa, która wprowadza jeszcze konotację zaprowadzanego porządku (i nadzoru nad nim):



Wprost, 45/2004



Wprost, 7/2007



Newsweek, 50/2007



Polityka, 4/2016

Postać szeryfa (bądź sama gwiazda jako jego charakterystyczna odznaka) kojarzy się z wizerunkiem szlachetnego, praworządnego bohatera, a zarazem przywodzi na myśl środowiska przestępców, z którymi należy się rozprawić. Sposób wykorzystywania danej metafory bywa jednak przejawem ironii wobec samozwańczych „szeryfów”, którzy – wykorzystując swoją władzę – pozbywają się rywali oraz kreują swój pozytywny wizerunek jako strażników prawa.

Nośnikami synonimicznych treści są kolejne metafory, które odwołują się do postaci wybawców z dawnych legend bądź ze współczesnych dzieł kultury masowej:



Polityka, 16/2012



Newsweek, 37/2008



Newsweek, 49/2018



Newsweek, 22/2016

Wojowniczo nastawieni protagoniści są utożsamiani ze znanymi herosami (świętym Jerzym, szlachetnym Zorro, rycerzem na białym koniu, bohaterami filmu akcji), co w przekazach krytycznie oceniających rzeczywistość nieraz odznacza się prześmiewczo-ironicznym charakterem, będąc przejawem dystansu wobec (auto)wizerunku poszczególnych postaci jako tych, którzy zaprowadzają porządek, stojąc na straży sprawiedliwości<sup>15</sup>.

Negatywnie oceniani politycy, którzy wykorzystują swoją władzę przeciwko innym, podlegają też karykaturalnemu przedstawianiu jako prześladowcy, czemu towarzyszą kolejne odwołania do znanych bohaterów kultury masowej (czarnych charakterów):

<sup>15</sup> Postać herosa często pojawia się wśród wizerunków politycznych – zob. Jeziński 2005: 124.



Wprost, 42/2015



Polityka, 1-2/2016



Newsweek, 42/2012



Polityka, 47/2018

Postaci Lorda Vadera, Jokera czy zamaskowanych bandytów rodem z westernu stają się osnową wizualnych przenośni, które polaryzują świat wartości i podkreślają skalę zagrożenia ze strony rządzących.

Niebezpiecznym agansom, którzy nie cofają się przed niczym, jest jeszcze przypisywana cecha nieobliczalności, co znajduje swój wyraz w kolejnych metaforach:



Newsweek, 11/2015



Wprost, 28/2012



Newsweek, 45/2012



Newsweek, 17/2012

Karykaturalny wizerunek polityków w kaftanie bezpieczeństwa uwydatnia nieracjonalność ich działań, kierowanie się obsesjami, stwarzanie istotnego zagrożenia. Także tytuły pisane żółtym, ostrzegawczym kolorem *Dzień świra*, *Amok* wskazują na to, że przedstawiani politycy nie zachowują się racjonalnie i są skrajnie niebezpieczni (co podkreślają też elementy wizualne – żywioł ognia, postać groźnego taliba).

Tematem kolejnych przenośni, które ukazują stronę atakującą, są osoby (bądź instytucje), którymi nadrzędny podmiot posługuje się w walce politycznej, a sposób metaforycznego przedstawiania najemników / narzędzi dysponenta także bywa nośnikiem silnie negatywnej oceny i wskaźnikiem brutalnych metod działania:



Wprost, 36/2007



Newsweek, 5/2016



Newsweek, 5/2017



Newsweek, 30/2020

Wyeksponowane wyrażenia z przydawką dopełniaczą wnoszą dwie istotne informacje. Metaforyczny człon główny komunikuje funkcję przedstawianych osób (*tajna broń*, *cyngiel*, *zomowiec*, *prawa ręka*), a przydawka dzierżawcza wskazuje na ich przynależność do nadrzędnego podmiotu (pozostawanie na jego usługach, wykonywanie powierzonych zadań, których celem – jak wynika z zaprezentowanych przykładów – jest eliminowanie przeciwników dysponenta)<sup>16</sup>.

Gdy zwalczaniu politycznych rywali towarzyszy naruszanie obowiązującego porządku prawnego (i wprowadzanie nowych regulacji) ofiarami działań agensa stają się nie tylko poszczególne osoby<sup>17</sup>, ale i demokratyczne wartości:



Newsweek, 49/2015



Newsweek, 50/2015



Newsweek, 2/2016



Newsweek, 30/2017

<sup>16</sup> Ta struktura zależności bywa niekiedy bardziej rozbudowana – np. przedstawiany na okładce szef TVP z jednej strony jest ukazywany jako ten, kto wykonuje zadania politycznego dysponenta (*prawa ręka prezesa*), a z drugiej strony sam jest portretowany jako dominujący podmiot, który posługuje się powierzoną mu instytucją jako narzędziem (bronią, kijem bejsbolowym) przeciwko opozycji.

<sup>17</sup> Z uwagi na ograniczone ramy artykułu nie prezentujemy kolejnych okładek, które ukazują polityków w roli ofiar (są to zresztą mniej ciekawe metafory niż portrety atakujących i dominujących postaci). Wśród wykorzystywanych tu przenośni wizualnych można wyróżnić sytuację znajdowania się na celowniku (*Newsweek*, 40/2016), a także używanie form listów gończych oraz fotografii aresztantów (*Wprost*, 4/2016, *Polityka* 39/2016, *Polityka* 12/2017), co wskazuje na to, że celem rządzących staje się doprowadzenie do skazania politycznych rywali.

Metaforyczny postulat: *Trzeba bronić wolności* świadczy o tym, że wolność jest zagrożoną ofiarą i to o nią toczy się walka. Na wyjątkowo posępnej okładce składanym do grobu „ciałem” – o czym świadczy złożony napis na trumnie – okazuje się Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej (i chronione przez nią wartości), a uszkodzone wizerunki białego orła stają się symbolem niszczonej, rozbijanej ojczyzny.

Media, opowiadając historię o prześladowcach i ofiarach, starają się zarazem wpływać na zmianę sytuacji, czego kolejnym przejawem są wizerunki (oczekiwanych) wybawców oraz apele do podjęcia czy kontynuowania walki:



*Polityka*, 21/2010



*Polityka*, 3/2018



*Polityka*, 41/2007



*Newsweek*, 28/2020

Apele skierowane do polityków bywają krytyką ich biernej postawy: *Bronku, do broni!* *Opozycjo, obudź się!* bądź stanowią pochwałę ich działalności oraz zachętę do dalszego wysiłku, którego zwieńczeniem ma być zwycięstwo nad politycznymi przeciwnikami: *Tusku musisz!* *Marsz, marsz Trzaskowski*. Media są więc nie tylko narratorem (który opowiada o tym, co się dzieje w świecie polityki), ale i agitatorom (który zajmuje określone stanowisko, stara się wpływać na bieg wydarzeń, kształtując opinię publiczną i zagrzewając do walki na rzecz określonych wartości).

## 5. Wnioski

Wizualność oraz prostota multimodalnych przerośni publicystycznych wprowadza odbiorcę w sedno komentowanych sytuacji i ma także tę zaletę, że pozwala łatwiej dostrzegać właściwości świata polityki oraz powielane mechanizmy jego ujmowania.

Podsumowując sposoby metaforyzacji wyodrębnionych w tytule tematów (przywódca, partnerzy, przeciwnicy), możemy wyróżnić następujące nośniki:

Tabela 1. Zestawienie nośników służących ujmowaniu poszczególnych relacji  
(na podstawie: opracowanie własne).

<b>Kto nad kim?</b> <b>(metafory dominacji)</b>	<b>Kto z kim?</b> <b>(metafory kooperacji)</b>	<b>Kto kogo?</b> <b>(metafory konfrontacji)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– deformowana wielkość przedstawianych postaci (ich powiększanie i umniejszanie)</li> <li>– pozy postaci oraz ich układ (nad kimś / pod kimś)</li> <li>– odwołania do ważnych, dominujących postaci (cesarzy, królów, zwycięzców)</li> <li>– odwołania do postaci sternika (topos państwa jako okrętu)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– odwołania do tańców towarzyskich</li> <li>– odwołania do związków interpersonalnych, romansów, ślubów, małżeństw</li> <li>– odwołania do zespołów muzycznych, drużyn sportowych</li> <li>– odwołania do negatywnie wartościowanych zbiorowości (mafii)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– odwołania do (zbrojnych lub sportowych) pojedynków, bitew, wojen</li> <li>– odwołania do polowań (myśliwych i zwierzyny łownej, drapieżników i ofiar)</li> <li>– odwołania do znanych prześladowców (czarnych charakterów)</li> <li>– odwołania do znanych wybawców (szeryfów, rycerzy, superbohaterów)</li> </ul>

Zebrane metafory pozwalają także podsumować cechy multimodalnych przerośni publicystycznych, a nasuwające się wnioski przedstawmy w postaci zwięzłych antytez.

#### **a) schematyczność i różnorodność**

Choć sposoby metaforyzacji podejmowanych tematów odznaczają się nieuniknioną powtarzalnością (np. rywalizacja jest ukazywana jako zbrojny lub sportowy pojedynek), to kreowane obrazy są dość urozmaicone (pojedynek podlega groteskowemu ukonkretnianiu jako walka na topory, cepy, gesty itd.). Zauważalna staje się tu dbałość o unikanie monotonii i ciągle dążenie do „odświeżania” stosowanych przerośni (por. Dobrzyńska 1994: 138–140).

#### **b) prostota i pomysłowość**

Jak zaznacza Danuta Buttler: „metafora publicystyczna nieustannie oscyluje między oryginalnością, niecodziennością skojarzeń, zapewniającą ekspresywność – i odwoływaniem się do powszechnie znanych, ‘oczywistych’ związków między realiami, co z kolei gwarantuje jej maksymalną komunikatywność.” (Buttler 1961: 441). Choć przedstawiane metafory opierają się na prostych asocjacjach, to nieraz wywołują efekt zaskoczenia, stanowiąc przejaw błyskotliwości nadawców i wymagając odczytywania wielowarstwowych znaczeń oraz intertekstualnych (interikonicznych) nawiązań do innych utworów<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Wśród przedstawianych tu okładek pojawiają się m.in. nawiązania do tytułów dzieł filmowych (*Prawo i pięść*, *Dzień świra*, *Imperium kontratakuje*) oraz odwołania do kinowych scen i ich bohaterów (Lord Vader, Joker, Vito Corleone, Zorro).



**c) powaga i humor**

W krytycznych opiniach publicystów świat polityki podlega negatywnemu wartościowaniu (politycy kierują się własnymi interesami, nie potrafią ze sobą zgodnie współpracować bądź tworzą podejrzone układy, toczą bezpardonową rywalizację o władzę, której ofiarą padają nie tylko polityczni przeciwnicy, ale i demokratyczne wartości). Ukazywaniu poważnych problemów (i pozyskiwaniu uwagi odbiorców) często jednak towarzyszą elementy humoru, a złożone kwestie bywają ukazywane w komiczny i komiksowy sposób (np. znani politycy są przedstawiani jako bohaterowie filmów akcji).

**d) adekwatność i przesada**

Można założyć, że skoro zadaniem publicystów jest objaśnianie rzeczywistości oraz jej ocena, to wskazane są takie środki wyrazu, które pozwolą adekwatnie ująć omawiane tematy i formułować wyważone opinie. Coraz silniejsze dążenia do wzbudzenia uwagi i emocji odbiorców sprawiają jednak, że często wykorzystywanym środkiem stają się właśnie hiperboliczne metafory, które narzucają groteskowy, karykaturalny obraz rzeczywistości.

**e) dystans i agitacja**

Media nie tylko ukazują i oceniają świat polityki (zachowując krytyczny dystans wobec obserwowanych wydarzeń), ale też starają się wpływać na przebieg komentowanych sytuacji. Należy zauważyć, że metafory, które przedstawiają wojujących polityków, również są elementem prowadzonej walki. Ukazywanie agensów jako prześladowców wzmacnia bowiem opór wobec nich, a wyrażanie słów poparcia wobec wyczekiwanych wybawców służy budowaniu ich pozytywnego wizerunku, jednoczeniu odbiorców wokół wskazanego lidera (herosa) i pozyskiwaniu jego kolejnych sympatyków.

Zebrany zasób przerośni multimodalnych oczywiście nie wyczerpuje obrazu polityki (osobnego opracowania wymagają jeszcze wizualno-werbalne metafory, które odnoszą się do polityki jako widowiska z podziałem na scenę i zakulisowe działania). Zaprezentowane przykłady pozwalają jednak ukazać specyfikę relacji między politykami, objaśnić główne sposoby ich metaforyzacji, wskazać charakterystyczne cechy i funkcje przerośni publicystycznych, a także zasygnalizować bogaty repertuar intertekstualnych (oraz interikonicznych) nawiązań do znanych historii – dawnych bądź współczesnych, prawdziwych albo fikcyjnych.

## Bibliografia

- Borkowski, Igor (1996) „A metafory trwają... Przenośnia jako środek perswazji językowej w czasie kampanii wyborczej w 1991 i 1995 r.”. *Rozprawy Komisji Językowej Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego XXII*; 159–174.
- Burzyński, Robert (2012) *Metafory jako narzędzie poznania polityki i oddziaływania politycznego*. Warszawa: Wydział Dziennikarstwa i Nauk Politycznych. Wydanie elektroniczne: [pobrane z: <https://depotuw.ceon.pl/handle/item/359>. Data ostatniego dostępu: 10-03-2021].
- Buttler, Danuta (1961) „O metaforyce prasowej”. *Poradnik Językowy* 10; 440–460.
- Dobrzyńska, Teresa (1994) *Mówiąc przenośnie... Studia o metaforze*. Warszawa: Instytut Badań Literackich.
- Frankowska, Maria (1994) „Frazeologia i metaforyka w tekstach politycznych lat 1989–1993”. [W:] Janusz Anusiewicz, Bogdan Siciński (red.) *Język a kultura. Język polityki a współczesna kultura polityczna*. T. 11. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Polonistyki Wrocławskiej; 21–47.
- Jeziński, Marek (2005) „Wizerunek polityczny jako element strategii wyborczej”. [W:] Bogusława Dobek-Ostrowska (red.) *Kampania wyborcza: marketingowe aspekty komunikowania politycznego*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego; 115–132.
- Kampka, Agnieszka (2011a) „Retoryka wizualna. Perspektywy i pytania”. *Forum Ars Rhetoricae* 1; 7–23.
- Kampka, Agnieszka (2011b) „Język nieuzbrojony. Metafory w prezydenckiej kampanii wyborczej”. [W:] Janusz Okrzesik, Waldemar Wojtasik (red.) *Wybory prezydenckie 2010*. T. 2. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego; 195–216.
- Karpman, Stephen (1968) „Fairy-Tales and Script Drama Analysis”. *Transactional Analysis Bulletin* 7 (26); 39–43.
- Kawka, Maciej (2016) „Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?”. *Zeszyty Prasoznawcze* 2; 293–303.
- Kiklewicz, Aleksander, Marcin Prusak (2006) „Pragmatyczne aspekty teorii metafor pojęciowych (przy szczególnym uwzględnieniu metafor politycznych w polskich tekstach prasowych)”. *Respectus Philologicus* 9 (14); 20–30.
- Kłosińska, Katarzyna (2004) „Językowe cechy politycznego ‘dyskursu zamkniętego’”. [W:] Rafał Garpiel, Katarzyna Leszczyńska (red.) *Sztuka perswazji. Socjologiczne,*

- psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*. Kraków: Zakład Wydawniczy „NOMOS”; 155–170.
- Krasnowolski, Antoni (1906) *Przenośnie mowy potocznej*. T. 2. Warszawa: Wydawnictwo M. Arcta.
- Lakoff, George, Mark Johnson ([1980] 1988) *Metafory w naszym życiu*. [*Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press] (tłum.) Tomasz Paweł Krzeszowski. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Lakoff, George ([1991] 2003) „Metafory i wojna: system metafor użyty, by usprawiedliwić wojnę w Zatoce Perskiej”. [„Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf”. *Piece Research* 23; 25–32.] (tłum.) Aneta Wysocka. *Etnolingwistyka* 15; 29–48.
- Libura, Agnieszka (2012) „Teoria metafory pojęciowej wobec badań nad komunikacją multimodalną”. [W:] Monika Cichmińska, Iza Matusiak-Kempna (red.) *Nowe zjawiska w języku, tekście i komunikacji IV. Metafory i amalgamaty pojęciowe*. Olsztyn: Instytut Filologii Polskiej; 117–170.
- Maciuszek, Józef (2004) „Metafora jako forma komunikacji perswazyjnej”. [W:] Rafał Garpiel, Katarzyna Leszczyńska (red.) *Sztuka perswazji. Socjologiczne, psychologiczne i lingwistyczne aspekty komunikowania perswazyjnego*. Kraków: Zakład Wydawniczy „NOMOS”; 115–130.
- Maćkiewicz, Jolanta (2018) „Więcej niż tysiąc słów. Perswazyjne działanie zdjęć prasowych”. *Media, Biznes, Kultura* 1 (4); 24–34.
- Maliszewski, Bartłomiej (2018a) „Przez słowa i obrazy – o multimodalności metafory na okładkach czasopism publicystycznych”. [W:] Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura (red.) *Współczesne media. Media multimodalne*. T. 1. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej; 151–164.
- Maliszewski, Bartłomiej (2018b) „Obrazowo mówiąc. O grach wizualno-werbalnych na okładkach tygodników publicystycznych”. *Półrocznik Językoznawczy Tertium* 2 (2); 21–35.
- Ożóg, Kazimierz (2002) „Metafory potoczne w języku polityki”. *Język Polski* 1; 21–24.
- Pajdzińska, Anna (2001) „My, to znaczy...: z badań językowego obrazu świata”. *Teksty Drugie* 1 (66); 33–53.
- Pajdzińska, Anna (2008) „O nepotyzmie, kumoterstwie i koleśiostwie słów kilka”. *Etnolingwistyka* 20; 171–178.
- Piekot, Tomasz (2006) *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*. Kraków: Universitas.

- Piekot, Tomasz (2016) *Mediacje semiotyczne. Słowo i obraz na usługach ideologii*. Warszawa: Sedno. Wydawnictwo Akademickie.
- Pisarek, Walery (2000) „Język w mediach, media w języku”. [W:] Jerzy Bralczyk. Katarzyna Mosiołek-Kłosińska (red.) *Język w mediach masowych*. Warszawa: Upowszechnianie Nauki – Oświata „UN-O”; 9–18.
- Połowniak-Wawrzonek, Dorota (2001) „Metafora POLITYKA TO WALKA ZBROJNA w polskiej frazeologii”. *Poradnik Językowy* 2; 4–21.
- Skorupka, Stanisław (1949) „Przenośnie w języku potocznym (dokończenie)”. *Poradnik Językowy* 2; 5–11.
- Sławek, Jolanta (2007) *Czytelnik uwolniony? Perswazja w informacji prasowej*. Poznań: Poznańskie Studia Polonistyczne.
- Szczęsna, Ewa (2004) „Metafora transsemiotyczna”. *Pamiętnik Literacki* 95 (2); 167–177.
- Szewczyk, Anna (2009) „Funkcje metafor potocznych w tekstach prasowych o polityce”. *Oblicza Komunikacji* 2; 119–126.
- Szkudlarek-Śmiechowicz, Ewa (2019) „Sposoby wyrażania emocji w propagandowych przekazach werbalno-wizualnych (na przykładzie okładek tygodników opinii)”. *Prace Językoznawcze* 21 (2); 189–209.
- Szwed, Anna (2013) „Metafora militarna jako sposób na opisanie świata polityki w tygodniku ‘Polityka’”. [W:] Iwona Hofman. Danuta Kępa-Figura (red.) *Współczesne media. Język mediów*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej; 309–324.
- Ślawska, Magdalena (2018) „Perspektywa multimodalna w badaniu tekstów prasowych”. [W:] Iwona Hofman. Danuta Kępa-Figura (red.) *Współczesne media. Media multimodalne*. T. 1. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej; 107–118.
- Tokarski, Ryszard (1999) „Językowy obraz świata w metaforach potocznych”. [W:] Jerzy Bartmiński (red.) *Językowy obraz świata*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej; 65–81.
- Wasilewski, Jacek (2006) *Retoryka dominacji*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Wasilewski, Jacek, Adam Skibiński (2008) *Prowadzeni słowami. Retoryka motywacji w komunikacji publicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Wysłouch, Seweryna (1994) *Literatura a sztuki wizualne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Zimny, Rafał, Paweł Nowak (2009) *Słownik polszczyzny politycznej po 1989 roku*.  
Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

#### Źródła ilustracji

Okładki tygodnika *Newsweek Polska*: nr 20/2006, 28/2006, 5/2007, 30/2007, 50/2007, 37/2008, 25/2009, 9/2012, 17/2012, 42/2012, 45/2012, 2/2013, 29/2014, 31/2014, 37/2014, 11/2015, 44/2015, 49/2015, 50/2015, 51/2015, 2/2016, 5/2016, 21/2016, 22/2016, 26/2016, 46/2016, 5/2017, 29/2017, 30/2017, 34/2017, 3/2018, 48/2018, 49/2018, 9/2019, 15/2019, 21/2019, 32/2019, 5/2020, 28/2020, 30/2020, 38/2020, 40/2020.

Okładki tygodnika *Polityka*: nr 42/2001, 48/2001, 13/2003, 45/2004, 19/2006, 37/2006, 11/2007, 28/2007, 41/2007, 36/2008, 43/2008, 47/2008, 17/2009, 19/2010, 21/2010, 48/2010, 27/2011, 41/2011, 16/2012, 42/2012, 24/2013, 31/2014, 50/2014, 22/2015, 26/2015, 44/2015, 1-2/2016, 4/2016, 23/2016, 6/2017, 16/2017, 3/2018, 37/2018, 47/2018, 46/2019, 27/2020, 30/2020, 8/2021.

Okładki tygodnika *Wprost*: nr 45/2004, 49/2005, 28/2006, 7/2007, 9/2007, 19/2007, 31/2007, 34/2007, 36/2007, 21/2009, 4/2011, 6/2011, 28/2012, 39/2014, 42/2015, 43/2015, 2/2016, 42/2016, 6/2017, 23/2017, 2/2019, 20/2019, 23/2019.

Okładka filmu *House of Cards* (wytwórnia filmowa Netflix).

Zakrzewski Włodzimierz, plakat *Sternik*.

Materiały ikoniczne zostały zaczerpnięte za pośrednictwem stron:

[www.e-kiosk.pl](http://www.e-kiosk.pl)

[www.etnomuzeum.eu/zbiory/-272](http://www.etnomuzeum.eu/zbiory/-272)

[www.houseofcards.fandom.com/pl/wiki/House\\_of\\_Cards](http://www.houseofcards.fandom.com/pl/wiki/House_of_Cards)

[data ostatniego dostępu: 10-03-2021 r.].