

Wizerunek medialny polskich polityków w kontekście dyskusji na temat związków partnerskich

AGATA LINCA

Uniwersytet Śląski

Streszczenie

W artykule poddano analizie wizerunki medialne polskich polityków w kontekście dyskusji na temat związków partnerskich. Najważniejszymi zagadnieniami, których dotyczy artykuł, są wypowiedzi mówców, a także gestykulacja, mimika, wygląd zewnętrzny. Przeprowadzono analizę, która pozwoliła określić, jakimi sposobami politycy kreują własny wizerunek medialny.

Słowa-klucze: polityk, związki partnerskie, dyskurs polityczny, wizerunek.

Abstract

Media image of Polish politicians in the context of discussions on civil partnership

Thesis focuses on the analysis of the media images of Polish politicians in the context of discussions on civil partnership. The most important aspects of the dissertation are gestures, facial expressions, external appearance and statements of the speakers. An analysis was carried out that allowed to determine how politicians create their own media image.

Keywords: politician, civil partnership, political discourse, image.

I. GATUNKI DYSKURSU POLITYCZNEGO I JĘZYK POLITYKI

Według Jürgena Habermasa słowo „dyskurs” jest bardziej założeniem, a nie rzeczywistym faktem, który odnosi się do sposobu funkcjonowania konkretnego społeczeństwa¹. Habermas uważa także, że o dyskursie możemy mówić tylko wtedy, gdy strony dążą do rozwiązania konfliktu, a wymiana argumentów oparta jest na założeniu racjonalności². Dyskurs rozumiany jako zbiór zdarzeń komunikacyjnych, mających na celu negocjowanie znaczeń przez biorących w nich udział ludzi, może występować w wielu odmianach (jako dyskurs potoczny, naukowy, biznesowy), przy czym następuje wymieszanie cech językowych dyskursu potocznego z publicznym. Podobnie jest w przypadku dyskursu politycznego, czyli w dyskursie prowadzonym przez polityków. Dyskurs polityki jest częścią dyskursu publicznego, rozumianym jako wypowiedzi osób, które są elitą pełniącą władzę oraz związane są z pełnionymi przez te osoby rolami i funkcjami politycznymi³. Marek Czyżewski dyskurs polityczny definiuje następująco:

jako proces komunikacji elit symbolicznych, czyli grup i osób, które sprawują władzę nad środkami komunikowania masowego, przede wszystkim dziennikarzy i polityków, którzy występują w podwójnej roli (należą do elit symbolicznych, a niektórzy z nich są przedstawicielami elit władzy)⁴.

Janina Fras terminu „język polityki” używała zamiennie z terminem „dyskurs polityczny”⁵. W podanych przeze mnie definicjach można zauważyć, iż rzeczywiście te dwa pojęcia się ze sobą przeplatają. Jedną z definicji języka polityki jest ta autorstwa S. Dubisza, E. Sękowskiej i J. Porayskiego-Pomsty:

Po pierwsze, należy przez to określenie rozumieć słownictwo i frazeologię odnoszące się do szeroko rozumianej działalności politycznej (...). Po drugie, przez ten termin należy rozumieć

¹ L. Morawski, *Argumentacje, racjonalność prawa i postępowania dowodowe*, Toruń 1988, s. 94–95.

² J. Habermas, *Teoria działania komunikacyjnego*, Warszawa 2002, s. 159-160.

³ M. Czyżewski, *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Wrocław 2004, s. 21.

⁴ Tamże, s. 21.

⁵ J. Fras, *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław 2005, s. 101-102.

przekazy formułowane przez różne grupy użytkowników polszczyzny, biorących udział w szeroko rozumianym życiu politycznym i działalności politycznej⁶.

W języku polityki często używane są pojęcia wielowymiarowe, czyli takie, które posiadają więcej niż jedno znaczenie. Alina Balczyńska-Kosman zwraca uwagę na terminy: *władza, partia polityczna, zaangażowanie, konserwatywny, liberalny, sprawiedliwość społeczna, porozumienie, integracja narodowa*. Przykładowo partia polityczna może oznaczać ludzi głoszących na partię w konkretnych wyborach, osoby będące członkami partii lub ludzi, którzy identyfikują się z głównymi ideami partii, działacze partyjnych⁷. Używanie tak wieloznacznych pojęć, powoduje często brak zrozumienia nadawcy przekazu i utrudnia to komunikację ze względu na brak precyzji. K. Ożóg podaje, że po 1989 roku sformułowania: *dobro wspólne, demokracja, praworządność, pluralizm polityczny, tolerancja dla odmiennych poglądów, godność, swobodny rozwój człowieka, wolność słowa, sumienia, wyznania, nienaruszalność praw jednostki, praca, wrażliwość na wyzysk, krzywdę i cierpienie, prawda, uczciwość, skromność, pomysłowość i szczęście każdego obywatela, wartości chrześcijańskie, bezpieczeństwo i moralna odnowa narodu, spokój, ład, bezpieczeństwo, rozwój, praca, troska o dobro wspólne, Polska* są niezwykle często używane w dyskursie politycznym. Po polskiej transformacji ustrojowej eksponowana jest na płaszczyźnie językowej opozycja, czyli „*my – oni*”. W czasie trwania Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej opozycja wyznaczała relację między społeczeństwem (*my*) a rządzącymi (*oni*). Jednak po 1989 roku prócz tego samego odniesienia, jest kilka innych wariantów przedstawianych przez Ożoga, np. *my* (ludzie Solidarności) – *oni* (postkomuniści), *my* (Samoobrona) – *oni* (SLD, AWS, UW i kołesie z Platformy), *my* (solidarni) – *oni* (liberalni). Obecnie pod *my* możemy podstawić Zjednoczoną Prawicę, a pod *oni* Koalicję Obywatelską, Lewicę, Koalicję Polską i Konfederację. Intencją tego wyraźnego podziału jest zdeprecjonowanie przeciwnika i ukazanie go jako kogoś obcego, znajdującego się poza wspólnotą *my*⁸.

⁶ S. Dubisz, E. Sękowska, J. Porayski-Pomsta, *Leksykalny kod polityczny we współczesnej komunikacji językowej*, [w:] *Polska polityka komunikacyjnojęzykowa wobec wyzwań XXI wieku*, red. S. Gajda, A. Markowski, J. Porayski-Pomsta. Warszawa 2005, s. 151-165.

⁷ A. Balczyńska-Kosman, *Język dyskursu publicznego w polskim systemie politycznym*, Poznań 2013, s. 146.

⁸ K. Ożóg, *Pauperyzacja języka współczesnej polityki*, „LingVaria” 2006, nr 1/2006, s. 84-85.

Język polityczny może być przedstawiany jako język agitacji, propagandy czy dyplomacji. Agitacja i propaganda mają cele perswazyjne, jednak agitacja realizuje swoje cele natychmiastowo, a w propagandzie chodzi o cele dalekosiężne⁹. Dyplomacja natomiast to „umiejętność zachowania się w trudnej sytuacji tak, aby nikogo nie urazić i osiągnąć zamierzony cel”¹⁰. Mowa dyplomatyczna jest niezwykle ogólnikowa i za cel obrane ma zaspokojenie potrzeb odbiorcy. Przekazy o treści politycznej łączy zazwyczaj silne zabarwienie emocjonalne, nastawienie na masowych odbiorców oraz obecność funkcji perswazyjnej. Przekazy tworzone są przez każdego z uczestników procesu komunikowania w systemie politycznym. Działanie perswazyjne to takie, które ma na celu akceptację odbiorcy co do prezentowanych przez nadawcę treści. Język polityki ma więc jeden konkretny cel: perswazję.

II. PERSWAZJA I SPOSOBY JEJ UŻYCIA

Słowo „perswazja” jest zapożyczeniem pochodzącym od łacińskiego rzeczownika *persuasio*, który oznacza: *przekonanie, wiara, uspokojenie, przesąd, opinia, łagodność*, który z kolei wywodzi się od czasownika *persuadere* – *namówić, nakłonić, starać się przekonać, radzić, zachęcać, tłumaczyć coś komuś, wierzyć, uspokajać, łagodzić, pociągać, ustąpić, oczarować*¹¹. Perswazja jest:

metodą oddziaływania, która polega na skłanianiu ludzi do zaakceptowania naszych poglądów i celów na podstawie przekonywania, pozyskiwania ich zainteresowania, zrozumienia i aprobaty naszych zamiarów i racji¹².

Według Jacka Warchali perswazja działa tylko wówczas, gdy zaakceptujemy przedstawione nam argumenty¹³. Walery Pisarek umieszcza perswazję w jednym polu semantycznym z argumentacją, retoryką, promocją, reklamą, propagandą, a także z demagogią, manipulacją i indoktrynacją. Wyróżnić możemy:

⁹ J. Borkowski, *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981–1995*, Wrocław 2003, s. 16.

¹⁰ Oficjalna strona internetowa Słownika Języka Polskiego Państwowego Wydawnictwa Narodowego, [online:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/dyplomacja;2555680.html> [dostęp: 02.07.2021].

¹¹ M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990, s. 28.

¹² A. Zwoleński, *Słowo w relacjach społecznych*, Kraków 2003, s. 257.

¹³ J. Warchala, *Formy perswazji*, [w:] *Argumentowanie a perswazja*, Katowice 2019, s. 111.

- *perswazję polityczną*, czyli propagandę związaną z promowaniem określonych przekonań,

- *perswazję ekonomiczną*, czyli reklamę, która ma w założeniu przekonywać do zakupienia konkretnego produktu.

Do perswazji potrzebne są argumenty, a te bywają racjonalne, jak i emocjonalne. Jednak gdy perswazja staje się natarczywa nazywamy to indoktrynacją. Perswazja jest traktowana jako jedna z podstawowych funkcji mowy i w rozumieniu Walerego Pisarka jest ona tożsama z funkcją impresywną¹⁴. Inaczej twierdzi Renata Grzegorzczkova, według której funkcja perswazyjna jest jedną z jej trzech postaci funkcji impresywnej – zaraz obok funkcji dyrektywnej, której głównym celem jest wywołanie określonych działań i funkcji manipulacyjnej, która polega na wpływaniu na odbiorcę bez udziału jego świadomości¹⁵. Według Pisarka możemy wyróżnić perswazję uczciwą i nieuczciwą. Z nieuczciwą mamy do czynienia, gdy nadawca kłamie i jego celem jest namówienie odbiorcy, by ten działał wbrew własnemu interesowi. Perswazji nieuczciwej odpowiadałoby pojęcie manipulacji, jednak należy te terminy przeciwstawić. Manipulacja byłaby działaniem realizowanym przy ukryciu, w sposób nieuczciwy i wyrachowany, odbywającym się poza świadomością adresata. Perswazję należy przeciwstawić również indoktrynacji, demagogii oraz „perswazji pod przymusem”. Pisarek zakłada także, że perswazja jest tak samo szkodliwa jak manipulacja¹⁶.

Christopher Turk wymienia siedem „narzędzi”, które poleca mówcy chcącemu przekonać słuchaczy do swoich racji. Jego zdaniem, ich zastosowanie w mowie perswazyjnej może w dużym stopniu zwiększyć jej skuteczność. Są to¹⁷:

¹⁴ W. Pisarek, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] *Język perswazji publicznej*, Poznań 2003, s. 8–11.

¹⁵ R. Grzegorzczkova, *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] *Język a kultura T. 4. Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczkova. Wrocław 1991, s. 11-28.

¹⁶ W. Pisarek, dz. cyt., s. 15-16.

¹⁷ C. Turk, *Sztuka przemawiania*, Wrocław 2003, s. 250-254.

- *samoobrona* – jeśli uda się nam przekonać odbiorców, iż nasze propozycje zwiększą bezpieczeństwo społeczeństwa, rodzin, zapewnią zysk i w niczym nie zagrażą, to nasze szanse na osiągnięcie sukcesu zdecydowanie wzrastają,

- *dobra materialne* – komunikat perswazyjny będzie skuteczniejszy, gdy uzmysłowimy odbiorcom, że mają szansę podnieść swój status życiowy i materialny,

- *władza* – żądza władzy jest silna, więc przekonanie odbiorców, że nasza propozycja zwiększy zakres ich wpływu na innych, jest dobrą techniką perswazyjną,

- *przyszła sława* – odwołanie się do tego aspektu sławy wzmocni argumentację, gdyż każdy chociaż raz marzył o rozpoznawalności. Ważne tu jest umiejętne zasugerowanie, iż odpowiedni wybór, zapewni słuchaczom szacunek i dobrą opinię w przyszłości,

- *konwenanse* – poczucie jedności to ważny aspekt życia w społeczeństwie. Jeżeli spora grupa postępuje w dany sposób, reszta nie czuje potrzeby wyłamania się. „Inni to robią” jest naprawdę mocnym argumentem,

- *sentymenty* – odwołanie do sentymentów jest również ważne, gdyż odwołuje się do tradycji czy kultury. Ten sposób wg. autora nie ma jednak takiej samej mocy jak sława czy władza,

uczucia negatywne – negatywne emocje potrafią skutecznie nakłonić odbiorców do podjęcia jakiejś decyzji. Wystarczy przekonanie odbiorców do pozytywnych cech propozycji, która może zmienić przyszłość i uchronić przed negatywnymi skutkami propozycji oponenta.

III. WYPOWIEDŹ POLITYCZNA, TEKST POLITYCZNY ORAZ MEMY INTERNETOWE

Wypowiedź może być konstruowana zgodnie z zasadami retoryki, etyki politycznej, kultury języka oraz zupełnie przeciwnie – od planowanego słowotoku, który ma na celu zniewagę, wyśmiewanie, poniżanie współmówcy do nieumiejętności posługiwania się

językiem oficjalnym. Formułując komunikat, mówca powinien wiedzieć, że jego słowa są adekwatne do sytuacji i stosowne, nieurazające żadnego z obiorców. Każda wypowiedź polityczna ma wpływ na dyskurs:

Osobne akty komunikacyjne, tworzone w procesie interakcji, powinny odzwierciedlać ogólny kontekst, np. osobne wystąpienia na sali obrad tworzą ogólny obraz dyskursu parlamentarnego¹⁸.

Każda wypowiedź mieści się w określonym kontekście. Badacze rozgraniczają tekst i wypowiedź jako pojęcia „podrzędne-nadrzędne” lub „typ-egzemplarz”. O tekście mówi się jak o wyższej, ogólniejszej strukturze, zaś o wypowiedzi – jak o poszczególnym wzorcu tekstu, konkretnym przekazie słownym, czyli akcie komunikacji, realizowanym przez konkretną osobę¹⁹. Powszechnie tekst rozumiany jest jako przekaz pisemny (*napisać, odczytać, opublikować tekst*), choć współcześnie także ustny (np. *mówić otwartym tekstem, nie mów takich tekstów*). Odpowiednikiem tekstu ustnego jest powszechnie wypowiedź, jednak oba terminy są używane zamiennie.

Postępująca wielocentryczność państwa i tym samym postępująca komunikacja polityczna sprawia, że teksty polityczne wytwarzane wyłącznie przez władzę utraciły monopol wzorotwórczy. W komunikacji politycznej po 1989 roku nastąpiło wyraźne ożywienie zachowań etykietalnych, w których przekazy werbalne pełnią funkcję fatyczną – służą w podtrzymaniu kontaktów i wyrażeniu grzeczności. Znaczącą grupę tekstów politycznych, o przewidywalnym czasie i miejscu publikacji, stanowią po przemianie ustrojowej teksty życzeń, gratulacji, pozdrowień, podziękowań, które kierowane są przez przedstawicieli władz publicznych do grup obywateli w związku ze świętami, np. do kobiet na 8 marca czy to do grup zawodowych z okazji ich świąt. Upowszechnia się zwyczaj składania podziękowań w masowych mediach wyborcom, np. po wyborach politycy dziękują publicznie elektoratowi za oddane głosy, często nawet po wyborach przegranych²⁰.

¹⁸ S. Romaniuk, *Ukraiński dyskurs polityczny w latach 2010-2014. Analiza lingwistyczna*, Warszawa 2016, s. 80.

¹⁹ T. Dobrzyńska, *Tekst: próba syntezy*, „Pamiętnik Literacki” 1991, nr 8/22, s. 9.

²⁰ J. Fras, dz. cyt., s. 111.

Typologizacji tekstów politycznych wytwarzanych przez profesjonalnych uczestników komunikacji politycznej, podjął S.J. Rittel. Badacz wyodrębnił cztery orientacje w odniesieniu do kultury: normatywną, instrumentalną, kognitywną i ekspresywną, podzielił teksty polityczne na cztery grupy:

- Teksty ściśle normatywne (prawo, statuty, regulaminy).
- Teksty instrumentalne (stosowane w działaniu politycznym teksty perswazyjne).
- Teksty kognitywne (wyrażające potrzebę nadania statusu teoretycznego zjawiskom, procesom, działaniom politycznym, np. teksty politologiczne).
- Teksty ekspresywne (prezentujące osobisty stosunek autora do polityki, będące także wyrazem działania politycznego (przekazywanie informacji, argumentacja, manipulacja, marketing polityczny)²¹.

Jednym z gatunków dyskursu politycznego są memy internetowe, których popularność rośnie. Memy prezentują konkretne i metaforyczne idee za pomocą tekstu, obrazów, wideo i hashtagów. Memy są postrzegane jako „żart wewnętrzny”²², który skierowany jest do konkretnego odbiorcy i wymaga znajomości jego kontekstu. Dlatego odniesienia kulturowe, polityczne i historyczne w memach determinują ich przydatność dla odbiorców²³. Jak pisze Paweł Sarna oraz Róża Norstrom: „Według Shifmana memy mogą wpływać na nastawienie, formy zachowania i działania grup społecznych”²⁴. Dalej autorzy zauważają, że tworzenie i dzielenie się memami, poza zabawą, służy dyskusji i komentowaniu rzeczywistości oraz informowaniu. Mechanizmy uczestnictwa w kulturze są często wykorzystywane, by zaangażować ludzi w kwestie społeczno-polityczne, a interaktywny charakter mediów społecznościowych daje możliwość bezpośredniego uczestnictwa. Memy

²¹ S.J. Rittel, dz. cyt., s. 120-121.

²² J. Sroka, *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa 2019, s. 30.

²³ S. Kozhamkulova, B. Foster, *Ironic mirrors of public discourse: Framing analysis of kazakhstani popular Internet memes*. Waszyngton 2019.

²⁴ R. Norstrom, P. Sarna: *Internet memes in Covid-19 lockdown times in Poland*, „Media Education Research Journal” 2021, Comunicar, 67, s. 70.

internetowe jako treści generowane przez użytkowników mogą być również nośnikiem komentarzy politycznych i służyć włączaniu obywateli do publicznej rozmowy²⁵.

IV. DEFINICJA POLITYKA I JEGO CECHY

O polityce rozmawia się bardzo często. Zewsząd słyszymy informacje i doniesienia medialne prosto z sejmu, senatu, kancelarii prezesa rady ministrów, ale również z sejmików czy urzędów miast. Potocznie politykiem nazywamy osobę, która zarabia pieniądze i utrzymuje się z ogólnopojętej działalności politycznej, ale również nazywamy tak człowieka, który pojawia się w mediach o tematyce politycznej i dyskutuje z innymi uczestnikami programu na temat bieżących wydarzeń w państwie. Według *Słownika Języka Polskiego* polityk to osoba zawodowo zajmująca się polityką²⁶. Niccolo Machiavelli w *Księciu* uważa, że polityk dąży do udziału we władzy lub do wywierania wpływu na podział władz²⁷. Erik von Kuehnelt-Leddihn uważał, że:

Różnica między politykiem a mężem stanu polega na tym, że dla polityka jest ponowny wybór lub sukces wyborczy jego partii, zaś dla męża stanu dobro jego kraju i przyszłych pokoleń²⁸.

Socjolog i teoretyk polityczny Max Weber proponował racjonalizację spojrzenia na polityka i na mechanizmy kierujące tym zawodem. Nakreślił on nowy typ polityka w nowoczesnym państwie, który w zarządzaniu władzą państwową oddaje się wyłącznie pracy w rozumieniu zawodu, profesji i otrzymuje za swoją pracę wynagrodzenie²⁹. Weber przedstawił trzy możliwości bycia politykiem³⁰:

²⁵ Tamże.

²⁶ Oficjalna strona internetowa Słownika Języka Polskiego Państwowego Wydawnictwa Narodowego [online:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/polityk;2572024.html> [dostęp: 05.07.2021].

²⁷ N. Machiavelli, *Książę*, Kraków 2005, s. 35.

²⁸ E. Kuehnelt-Leddihn, *Demokracja – opium dla ludu*, Wydawnictwo Thesaurus, 2008, s. 51.

²⁹ M. Weber, *Polityka jako zawód i powołanie*, tłum. A. Kopacki, Kraków 1998, s. 6.

³⁰ Tamże, s. 5.

- Okazjonalnie: „Wszyscy jesteśmy politykami „okazjonalnymi” – kiedy oddajemy naszą kartkę wyborczą lub w podobny sposób dajemy wyraz naszej woli, chociażby poprzez aplauz czy protest na zebraniu „politycznym”, kiedy wygłaszamy mowę „polityczną” itd.”.

- Ubocznie: „Politykami „ubocznie wykonującymi ten zawód” są dziś na przykład owi mężowie zaufania i szefowie partyjnych stowarzyszeń politycznych, którzy prowadzą tę działalność – jak to się z reguły dzieje – tylko w razie potrzeby i nie stanowi to głównej „treści ich życia” ani w sensie materialnym, ani ideowym”.

- Permanentnie (zawód główny): „Rozróżnienie odnosi się więc do znacznie mniej subtelny aspektu tego stanu rzeczy: do aspektu ekonomicznego. „Z” polityki jako zawodu żyje ten, kto usiłuje uczynić z niej stałe źródło dochodów – „dla” polityki ten, kto tego nie robi. Aby ktoś mógł żyć „dla” polityki w tym ekonomicznym sensie, w warunkach panowania porządku opartego na własności prywatnej, muszą zaistnieć po temu pewne, być może bardzo trywialne, przesłanki: musi on – w normalnych warunkach – być ekonomicznie niezależny od dochodów, jakie może mu przynieść polityka”.

Przywódca dąży do władzy, gdyż potrzebuje sprawczości, ale także ma potrzebę bycia osobą sławną i admiirowaną przez ludzi, ma potrzebę obowiązku oraz altruizmu, a także potrzebę zabiegania o dobre relacje z ludźmi oraz potrzebę osiągnięć. Przywódcami są jednostki, które wierzą we własne możliwości oraz są nieprzeciętnie inteligentne³¹. W obecnych czasach potrzebę posiadania przywódcy można zaspokoić demokratycznym wyborem prezydenta.

Weber wymienia trzy cechy, które są szczególnie ważne dla polityka: namiętność, poczucie odpowiedzialności i wycucie w ocenie, a istotność politycznej osobowości wynika przede wszystkim z tych cech. Według autora polityk musi bardzo często pokonywać trywialnego wroga, którym jest on sam, gdyż najpospolitszą próżność, brak zaangażowania i dystansu wywołuje w sobie sam człowiek.

³¹ T. Bodio i P. Załęski, *Przywódtwo i elity polityczne*, [w:] *Spółczeństwo i polityka. Podstawy nauk politycznych*, Warszawa 2007, s. 385.

V. KREOWANIE WIZERUNKU

Pojęciem wizerunku zajmuje się wielu badaczy. *Wizerunek* jest używany zamiennie ze słowem *image* oznaczającym obraz, symbol czy urojenie, ale *image* to również wyobrażenie jakiegoś stanu, odpowiednik czegoś, rzeczywiste podobieństwo oraz sposób postrzegania danego człowieka przez społeczeństwo i media masowe³². W psychologicznym ujęciu *image* jest: „Obrazem odzwierciedlającym zauważone ówczesznie w świadomości składniki otaczającej rzeczywistości”³³. Krystyna Wojcik uważa, że wizerunek to wyobrażenie jakie mamy o sobie samym. Dotyczy to pojedynczych jednostek, ale również grup, instytucji lub przedsiębiorstw. Wizerunkiem według badaczki jest także ocena, jaką otrzymuje się od środowiska zewnętrznego³⁴. Joseph Pluta pisze podobnie do Wojcik, gdyż według niego wizerunek to zbiór obranych technik komunikacyjnych, powstający jako efekt zamierzonych i niezamierzonych decyzji³⁵. Wojciech Budzyński natomiast uważa, że wizerunek można podzielić na aspekt psychologiczny, gdy może zostać dowolnie przekształcany pod wpływem otaczającej rzeczywistości tak, by odpowiadał pożądanemu w danej chwili efektowi³⁶. Ze względu na sposób tworzenia wizerunku i jego osiągnięte efekty można dokonać podziału na wizerunek³⁷:

- pożądany,
- zewnętrzny,
- wewnętrzny,
- wyidealizowany,

³² E. Sampson, *Jak tworzyć własny wizerunek*, Warszawa 1996, s. 15.

³³ P. Czaplińska, *Strategia budowania wizerunku osób znanych*, [w:] *Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych*, red. A. Grzegorzczak, Warszawa 2015, s. 9-10.

³⁴ K. Wojcik, *Public relations. Public relations od A do Z*, Warszawa 1997, s. 44.

³⁵ J. Pluta, *Public relations - moda czy konieczność? Teoria i praktyka*, Warszawa 2001, s. 32.

³⁶ W. Budzyński, *Zarządzanie wizerunkiem firmy*, Warszawa 2002, s. 9.

³⁷ P. Czaplińska, dz. cyt., s. 14.

- optymalny,
- sztuczny,
- wiarygodny,
- pasywny.

Aby w dobry sposób zbudować *image* należy zbadać otoczenie i odbiorców, do których podmiot kieruje swoje przekazy. Następnie zbudować plan dotarcia do wybranego grona. Cechy wizerunku muszą być ze sobą połączone, spójny powinien być styl ubioru, zwyczaj oraz sposób prowadzenia swojego życia³⁸. Wizerunek nie powinien być zbyt złożony a jedynie oparty na cechach, aby odbiorca łatwo go zapamiętał. Ważnym jest by podmiot znalazł własne mocne strony, wyraziste cechy, które dają mu przewagę nad innymi³⁹. Ważnym elementem jest obrany styl komunikacji – sposób mówienia czy pisania, umiejętność słuchania i sposób rozumowania. Wizerunek nie będzie kompletny, jeśli aspekty te nie zostaną przeanalizowane⁴⁰.

Wygląd zewnętrzny – czy jako społeczeństwo chcielibyśmy tego, czy też nie – jest niezwykle istotną składową kreacji wizerunku. Odpowiedni strój, dobrze dostosowany do okazji zapada odbiorcom w pamięć⁴¹. Na sposób postrzegania danego człowieka wpływ mają barwy jego ubrań, jest to bardzo stereotypowe postrzeganie, aczkolwiek utrwalone w kulturze. P. Czaplińska dla przykładu podaje kolor czarny, który jednoznacznie kojarzony jest z elegancją, dlatego jest to preferowana barwa na przykład na rozmowach kwalifikacyjnych lub egzaminach. Bardzo intensywne kolory kojarzone są z otwartością i ekstrawagancją⁴². Ważnym aspektem jest także makijaż oraz fryzura. E. Sampson wskazuje na trzy czynniki, dzięki którym ludzie pozytywnie odbierają drugiego człowieka⁴³. Właściwe

³⁸ A. Szadok-Bratuń, M. Tabernacha, *Public relations w sferze publicznej*, Warszawa 2012, s. 28-29.

³⁹ P. Czaplińska, dz. cyt., s. 18.

⁴⁰ E. Sampson, dz. cyt., s. 24.

⁴¹ Tamże, s. 79.

⁴² P. Czaplińska, dz. cyt., s. 21.

⁴³ E. Sampson, dz. cyt., s. 45.

wykonywanie zadania, pracy, zawodu itd. to tylko 10% sukcesu, 30% to indywidualny styl oraz umiejętność radzenia sobie w różnych sytuacjach, 60% ma natomiast zaznaczenie własnej obecności w danym środowisku. Ważnym aspektem jest przeszłość podmiotu, czyli to skąd pochodzi, w jakim środowisku dorastał oraz to, co zrobił w przeszłości. Przeszłość podmiotu będzie dokładnie sprawdzona przez odbiorców, co szczególnie widoczne jest u polityków⁴⁴.

Komunikaty niewerbalne są swoistym uzupełnieniem komunikatów werbalnych, a te może podzielić na wrodzone i wyuczone. Przez odbiorcę zwraca jest uwagę na mimikę, gestykulację, bliskość lub odległość od rozmówcy, postawę ciała czy barwę głosu podmiotu⁴⁵. Ten rodzaj komunikatów pełni istotną funkcję w budowaniu wizerunku, gdyż pokazują ekspresję oraz nastawienie mówcy, a także pokazują rozmówcy, jakie jest nastawienie podmiotu do niego. Opanowanie komunikacji niewerbalnej, a także świadome jej używanie, może być jedną z metod budowania wizerunku⁴⁶. Stan emocjonalny ma również wpływ na gestykę. Rodzaj gestykulacji rozmówcy świadczy często o jego ekstrawertyzmie lub introwertyzmie.

VI. ANALIZA WIZERUNKU MEDIALNEGO POLSKICH POLITYKÓW W WYPOWIEDZIACH NA TEMAT ZWIĄZKÓW PARTNERSKICH

Przedmiotem przeprowadzonych badań jest analiza wizerunku medialnego wybranych polskich polityków sejmowych w wypowiedziach na temat związków partnerskich. Celem badania jest zagłębienie specyfiki wizerunku wybranych polityków oraz dyskursu politycznego na podstawie danych wypowiedzi. Pod uwagę brane są: gesty, mimika, wygląd zewnętrzny i wypowiedziane słowa. Przeanalizowane zostaną materiały audio-wizualne wypowiedzi podczas posiedzeń Sejmu, wywiadów czy konferencji prasowych, które zamieszczone zostały w serwisach: *YouTube*, *Polsat News* oraz *Interia*. Pod uwagę brane będą materiały od roku 2011 do roku 2020, gdyż w tych latach debata publiczna na temat związków partnerskich wkroczyła do dyskursu politycznego. Treści zostały wybrane

⁴⁴ Tamże.

⁴⁵ Tamże, s. 38.

⁴⁶ P. Czaplńska, dz. cyt., s. 24.

na podstawie wyszukiwanych słów kluczowych w wyszukiwarce internetowej Google (*związki partnerskie* czy *wypowiedzi polityków o związkach partnerskich*), a także przy zachowaniu równowagi partyjnej oraz pogładowej. Przeanalizowane zostaną wypowiedzi posłów na Sejm RP: Janusza Palikota, Włodzimierza Czarzastego, Katarzyny Laubnauer i Roberta Biedronia, którzy według postulatów partii reprezentują w badaniu stronę liberalną oraz Krystyny Pawłowicz, Jarosława Kaczyńskiego, Andrzeja Dudy oraz Krzysztofa Bosaka, którzy w analizie reprezentują konserwatywną stronę.

VII. GESTYKULACJA POLSKICH POLITYKÓW

Gesty są rodzajem komunikatu, który pełni istotną funkcję w budowaniu wizerunku. Gesty pokazują ekspresję oraz nastawienie mówcy, a także pokazują rozmówcy jakie jest nastawienie podmiotu do niego. Według Słownika Języka Polskiego gest jest to:

Ruch ręki towarzyszący mowie, podkreślający treść tego, o czym się mówi, lub zastępujący mowę⁴⁷, „Czyn wspaniałomyślny, dokonany w sposób podniosły lub dla efektu” oraz „Środek wyrazu scenicznego: nacechowany znaczeniowo ruch ciała towarzyszący mówieniu postaci lub zastępujący słowo⁴⁷.

W materiałach dla Telewizji Polskiej „*Polityka przy kawie*”⁴⁸ oraz dla radia TOK FM⁴⁹ Janusz Palikot podczas przedstawiania swojego stanowiska w sprawie związków partnerskich miał otwartą postawę ciała, mówiąc o złożonym przez swoje ugrupowanie w sejmie projekcie legalizacji związków partnerskich wykonuje ruch uderzania bokiem otwartej dłoni w blat stołu, co oznaczać może tłumaczenie i punktowanie najważniejszych punktów swojej wypowiedzi. Badany w pierwszym materiale wypowiadając słowa: „Przy czym jedna ważna rzecz” unosi otwartą dłoń w powietrzu i na krótką chwilę ją w tej pozycji zostawia – oznaczać może to, że polityk nie chce, aby jego wypowiedź została przerwana

⁴⁷ W. Doroszewski, Oficjalna strona internetowa Encyklopedii Państwowego Wydawnictwa Naukowego [online:] <https://sjp.pwn.pl/slowniki/gest.html> [dostęp 05.07.2021].

⁴⁸ YouTube: *Polityka przy kawie - J. Palikot: związki partnerskie nie tylko dla homoseksualistów* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=32aFpC3dXO0> [dostęp: 05.07.2021].

⁴⁹ YouTube: *Nastąpiło pewnego rodzaju zbitcie, że związki partnerskie to związki homoseksualne...* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=okr71ErCTus> [dostęp: 05.07.2021].

oraz próbuje podkreślić jej znaczenie. Palikot przedstawiając statystyki dotyczące związków partnerskich we Francji krzyżuje dłonie, aby 2 sekundy później wykonać lewą otwartą dłonią gest krążący. Krążenie dłonią wykonywane jest w trakcie przedstawienia dokładnej liczby w statystkach, aby podkreślić jej wagę, by została ona zapamiętana przez odbiorców, ale taki gest jest również wykonywany, aby wzbudzić zaufanie i zmniejszyć dystans z rozmówcą chociaż o kilka centymetrów. Polityk wylicza zalety wprowadzenia w związków partnerskich i za pomocą palców pokazuje numer przedstawionego argumentu – taki zabieg ma na celu przekonanie rozmówcy do głoszonych tez. Palikot mówi też o niesłuszności „prawicowej ideologii” i w tym czasie podnosi otwarte obie dłonie i przenosi je na swój prawy bok – gest ten przypomina odkładanie jakiegoś przedmiotu i może oznaczać brak zgody z opisywanym poglądem oraz obrazowe odkładanie, wyrzucanie go na bok. Mówca używając przymiotników: *obłudny* i *biurokratyczny* podnosi jedną z dłoni i rusza nią w powietrzu podkreślając owe słowa. W drugim materiale polityk siedzi przy stole, a postawa jego ciała sugeruje, iż mówca czuje się zrelaksowany i pewny swoich słów. Tak jak podczas pierwszego analizowanego filmu wideo mówca bardzo mocno gestykułuje. Polityk przyznaje się do popełnionych w przeszłości błędów i pokazuje skruchę poprzez wskazanie na swoją klatkę piersiową jednym palcem – jest to gest podobny do bicia się w pierś.

Kolejnymi analizowanymi materiałami są wypowiedzi Jarosława Kaczyńskiego podczas konferencji z 17 maja 2011 roku⁵⁰ oraz z 9 marca 2019 roku⁵¹. W pierwszym materiale lider Prawa i Sprawiedliwości odpowiada na pytanie dziennikarza o ustawę legalizującą związki partnerskie w Polsce – mówiąc o tym, że „polskie społeczeństwo tego (ustawy) nie zaakceptuje” unosi lekko skrzyżowane wcześniej dłonie pokazując tym bezradność. Opisywany wcześniej gest mówca powtarza także później również podczas mówienia o braku akceptowalności społeczeństwa dla ustawy. Kaczyński opowiada o niepotrzebności liberalizacji związków partnerskich, ponieważ nie są one elementem polskiej kultury – w tym czasie unosi otwarte dłonie prostopadle do blatu stołu i potrząsa nimi, aby podkreślić

⁵⁰ YouTube: „*Spoleczeństwo nie zaakceptuje ustawy SLD o związkach partnerskich*” [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=7F6fk3iJrTY> [dostęp: 05.07.2021].

⁵¹ YouTube: *Kaczyński ostro w temacie LGBT - zszokowany tym co czytał* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=b7CLYyRhhLk> [dostęp: 05.07.2021]

ważność wypowiedzianych słów oraz przekonać odbiorców do swojej racji. W kolejnym materiale polityk wyraźnie czuje się bardzo pewny siebie. Badany ruszał dłońmi tylko w kluczowych momentach swojego wystąpienia, podkreślając między innymi słowa o tolerancji Polski, ale także, gdy mówił o stanowczym sprzeciwie legalizacji związków partnerskich oraz małżeństw jedнопłciowych w Polsce.

Następnie przeanalizowano rozmowy Włodzimierza Czarzastego z Onet.pl⁵² oraz rozmowę w Polsat News⁵³. Pierwszy z badanych materiałów jest inny niż wszystkie, ponieważ wywiad odbywał się podczas podróży samochodem – może to skutkować onieśmieleniem rozmówcy, a także burzyć dystans między rozmówcą a dziennikarzem. Czarzasty odpowiada na pytanie dotyczące stosunku prawicy do związków partnerskich, mówi wtedy, że prawa strona sceny politycznej utożsamia takie związki z homoseksualizmem, w tym momencie podnosi jedną dłoń spoza kadru kamery i lekko nachyla się do dziennikarki – może to oznaczać podkreślenie wyrażanego stanowiska oraz wyśmianie prawicy. Polityk mówił także o konieczności dostosowywania prawa do życia społeczeństwa, jednak znalezienie odpowiedniego słowa przyszło mu z lekką trudnością i mówca wspomógł się gestem krążenia otwartą dłonią w prawą stronę – tak jakby chciał wyrzucić z siebie wymyślane w głowie słowo. W drugim materiale badany o postulatach Lewicy w sprawie związków partnerskich. Czarzasty w cyniczny sposób uśmiecha się prosto do kamery i uszczypliwie komentuje krytyczne w jego kierunku słowa posłanki Barbary Nowackiej. Mówiąc o prześladowaniach społeczności LGBT w Polsce polityk kiwa głową podkreślając ważność swojej wypowiedzi. Mówca mocno gestykuje także mówiąc o konkretnych punktach programu swojej partii – w tym czasie unosi otwarte dłonie prostopadle do blatu stołu i potrząsa nimi, aby podkreślić ważność wypowiedzianych słów oraz przekonać dziennikarza do swoich poglądów.

⁵² YouTube: *Czarzasty o stosunku PiS do związków partnerskich: rzygać mi się chce, to jest obłudne* | Onet Rano [online:]

<https://www.youtube.com/watch?v=pgESGr9QdBI> [dostęp: 05.07.2021].

⁵³ Polsat News: *Czarzasty: lewica będzie tam, gdzie będą ludzi bili po mordach* [online:]

<https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2019-07-25/czarzasty-lewica-bedzie-tam-gdzie-beda-ludzi-bili-po-mordach/> [dostęp: 05.07.2021]

Kolejnymi analizowanymi wypowiedziami są: „*Prof. Krystyna Pawłowicz o usunięciu z porządku obrad ustawy o związkach partnerskich*” w serwisie YouTube⁵⁴ oraz sejmowa wypowiedź Krystyny Pawłowicz na temat związków partnerskich w 2013 roku⁵⁵. W pierwszym materiale mówczynie mówi, iż projekt legalizacji związków partnerskich w Polsce jest niezgodny z polską Konstytucją – kiwa wtedy całym ciałem oraz głową w stronę mikrofonu – być może takie gesty mają ułatwić jej wypowiadanie zdań oraz spowodować oswojenie się przed kamerą i trudnym tematem. Pawłowicz nerwowo chodzi w miejscu i rusza całym ciałem, a także wzrusza ramionami oraz wykrzywia całą sylwetkę, mówiąc o związkach jedнопłciowych – pokazuje to odrazę, niezrozumienie zagadnienia oraz ogólnopojęte oburzenie. W drugim materiale od samego początku swojej przemowy polityczka rusza się w bardzo energiczny sposób i również chodzi w miejscu. Pomimo stosunkowo długiego przemówienia i dużej ilości gestów polityczka nie zmieniała często postawy ciała czy ułożenia dłoni. Można wywnioskować, że badana podczas wypowiedzi zawsze zachowuje się w podobny sposób do opisywanego przeze mnie wcześniej.

W kolejnych analizowanych wypowiedziach Katarzyna Lubnauer wypowiada się dla serwisu *przeAmbitni.pl*⁵⁶ oraz dla *RMF FM*⁵⁷. W pierwszym materiale polityczka mówi, iż po wygranych wyborach przez jej ugrupowanie w Polsce zostaną wprowadzone związki partnerskie – kobieta podkreśla gestem poruszania rękoma sformułowanie „jasna deklaracja”. Opisywany w poprzednim zdaniu gest ma podkreślić wypowiedziane słowa, ale także symbolicznie pokazać, że obietnica polityczki zostanie spełniona. Mówczynie wykonuje także gest przerzucania rąk raz na lewą stronę ciała, raz na prawą – ma on w tym przypadku na celu przedstawienie korzyści z legalizacji partnerstwa zarówno dla par jedнопłciowych, jak

⁵⁴ YouTube: *Prof. Krystyna Pawłowicz o usunięciu z porządku obrad ustawy o związkach partnerskich* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=CbTXR9phpvI> [dostęp: 05.07.2021].

⁵⁵ YouTube: *Związki partnerskie debata - Pawłowicz Krystyna* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=wnOMCC1GpTE> [dostęp: 05.07.2021].

⁵⁶ YouTube: *Lubnauer wprowadzi Związki Partnerskie z Koalicją Obywatelską? | przeAmbitni.pl* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=Y0WyJEAGVdk> [dostęp: 05.07.2021].

⁵⁷ Interia: *Lubnauer: "Ustawa o związkach partnerskich jest bardzo dobra"* [online:] <https://m.interia.pl/interia-tv/video,vId,2668125> [dostęp: 05.07.2021].

i dwupłciowych. W drugim materiale badana przez cały czas trzyma skrzyżowane dłonie na blacie stołu co sprawia, że wygląda na osobę pewną siebie i kompetentną.

Andrzej Duda jest kolejnym badanym politykiem. Przeanalizowane zostały materiały: „Hangout w Gazeta.pl. Andrzej Duda o związkach partnerskich”⁵⁸ oraz „Andrzej Duda o związkach partnerskich (wypowiedź z 2013 roku)”⁵⁹. Podczas pierwszego materiału mówca silnie gestykuluje – otwartą dłonią energicznie rusza w powietrzu i podkreśla swoje wypowiedzi. W chwili rozpoczęcia swojej wypowiedzi polityk przerzuca rękoma z jednej strony na drugą, pokazując tym silne emocje, jakie wywołuje w nim poruszany temat. Polityk mówi o zrozumieniu argumentów przeciwników politycznych i zaczyna je wymieniać – ponownie rusza rękoma i symbolicznie podkreślać nimi swoje słowa. W drugim materiale badany na początku swojej wypowiedzi sejmowej nerwowo zaciska dłonie ułożone na mównicy. Opisywany przeze mnie w poprzednim zdaniu gest może świadczyć o dużym zdenerwowaniu oraz braku pewności siebie. Polityk podnosi także wskazujący palec i rusza nim podkreślając tym samym wypowiedziane słowa.

Kolejnym analizowanym politykiem jest Robert Biedroń i jego wypowiedź dla Onet Rano⁶⁰ oraz podczas debaty na temat liberalizacji w Polsce partnerstwa z 2012 roku⁶¹. W pierwszym materiale mówca wymienia polityków rządzących, którzy jego zdaniem zmieniają swoje poglądy na temat związków partnerskich – podczas wyliczania kolejnych postaci Biedroń rusza głową na znak podkreślenia swoich słów. Biedroń wymienia także ważne dla konserwatystów wartości i traktuje je również jak swoje, co poznać można po otwartej do rozmówcy postawie ciała oraz otwarciu zamkniętych wcześniej dłoni. W końcowej części wywiadu badany zapomina co chciał wcześniej powiedzieć, gdyż płacze mu się język i bardzo mocno gestykuluje rękoma, aby pomóc sobie w wypowiedzi.

⁵⁸ YouTube: *Hangout w Gazeta.pl. Andrzej Duda o związkach partnerskich* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=QOHWTsExq3U> [dostęp: 05.07.2021].

⁵⁹ YouTube: *Andrzej Duda o związkach partnerskich (wypowiedź z 2013 roku)* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=YyStJyKxtc> [dostęp: 05.07.2021].

⁶⁰ YouTube: *Zalóżę się, że Kaczyński kiedyś poprze związki partnerskie - Robert Biedroń* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=be8Jg1piB6E> [dostęp: 05.07.2021].

⁶¹ YouTube: *Debata na temat związków partnerskich* [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=DBKsG7CnNI> [dostęp: 05.07.2021].

W kolejnym materiale polityk od początku swojej wypowiedzi prezentuje otwartą postawę ciała i wykonuje on swobodne ruchy głową jak i rękoma bujając się przy tym z nogi na nogę. Mówca podnosi dłonie i podkreślając ważność wypowiadanych słów zaczyna lekko uderzać palcami o blat stołu. Opisany w poprzednim zdaniu gest Biedroń powtarza w chwilach, gdy nie potrafi on znaleźć odpowiedniego słowa – wtedy nerwowo rusza dłońmi wykonując w powietrzu kółko.

Następnie pod analizę poddano wypowiedzi Krzysztofa Bosaka – dla Onet.pl⁶² oraz podczas konferencji prasowej Konfederacji w 2020 roku, w której mówca krytykuje postawę o związkach partnerskich Roberta Biedronia⁶³. Polityk podczas pierwszej omawianej wypowiedzi nie gestykulował. Postawa ciała mówcy była otwarta, a jego emocje opanowane. Może to świadczyć o profesjonalizmie oraz dużej pewności siebie. W drugim materiale już od początku polityk starał się patrzeć w stronę każdego dziennikarza, dlatego często obracał się w różnych kierunkach. Bosak w czasie trwania całego materiału trzymał skrzyżowane dłonie na wysokości brzucha – świadczy to o jego powadze oraz pewności siebie. Mówca ruszał również rusza głową, by podkreślać wszystkie wypowiadane słowa.

VIII. MIMIKA

Mimika to rodzaje komunikatu, który pełni kolejną bardzo ważną funkcję w budowaniu wizerunku. Mimika tak jak i gesty pokazuje między innymi ogólne nastawienie mówcy oraz poziom jego stresu. Według Słownika Języka Polskiego mimika są to:

Ruchy mięśni twarzy wyrażające przeżywane uczucia; też: sztuka wyrażania uczuć i myśli za pomocą wyrazu twarzy, stosowana jako środek gry aktorskiej⁶⁴.

⁶² YouTube: *Aborcja, związki partnerskie, edukacja seksualna i pedofilia w Kościele okiem Krzysztofa Bosaka* [online:]

<https://www.youtube.com/watch?v=QuL0P5KONM4> [dostęp: 05.07.2021].

⁶³ YouTube: *Krzysztof Bosak (Konfederacja): Ofensywa środowisk LGBT przybiera na sile!* [online:]

<https://www.youtube.com/watch?v=PYi5ynuK9VQ> [dostęp: 05.07.2021].

⁶⁴ Oficjalna strona internetowa Encyklopedii Państwowego Wydawnictwa Naukowego [online:]

<https://sjp.pwn.pl/sjp/mimika;2483529.html> [dostęp: 05.07.2021].

Pod kątem mimiki przeanalizowanymi materiałami są wywiady z Januszem Palikotem dla *Polityki przy kawie*⁶⁵ oraz dla radia TOK FM⁶⁶. W pierwszym materiale mówca ma dość poważną minę. Wyraz twarzy ulega zmianie, gdy polityk zaczyna przytaczać dokładne statystyki dotyczące związków partnerskich – wtedy unosi brwi i wytrzeszcza oczy, by podkreślić ważność swoich słów. W kolejnym materiale badany podczas wywiadu nie wykonuje wielu ruchów twarzą, ma on poważną minę, co świadczyć może o profesjonalnym podejściu do tematu.

Kolejnymi analizowanymi materiałami są: konferencja prasowa z 2011 roku⁶⁷ oraz konwencja Prawa i Sprawiedliwości⁶⁸. Jarosław Kaczyński podczas pierwszego materiału bardzo często pauzuje swoją wypowiedź i unosi lekko kąciki ust mlaszcząc – ma to prawdopodobnie na celu zrobienie przerwy na przemyślenie swoich słów oraz zniwelowanie ewentualnego jąkania. Kaczyński nie wykonuje zbyt wielu ruchów mięśni twarzy i kreuje w ten sposób wizerunek osoby opanowanej. Mówca podczas drugiego materiału zachowuje się pogodnie. Badany wyraźnie rozpogadza się, gdy odbiorcy przyklaskują jego słowom – może to świadczyć o docenianiu ludzi wokół siebie, ale także o próżności i chęci rządzenia.

Następnie pod analizę został poddany Włodzimierz Czarzasty i jego wypowiedzi dla Onet.pl⁶⁹ oraz Polsat News⁷⁰. W pierwszym materiale polityk mówiąc o „obłudności” poglądów prawicy na temat związków partnerskich skwasza lekko minę – sugeruje tym, że opisywane myślenie nie jest według niego dobre i popierane. Ponadto opisywana przeze mnie w poprzednim zdaniu mina ma przekonać odbiorcę wyrażenia podobnego zdania, a nawet zachowania. W drugim materiale źródłowym mówca apeluje do Barbary Nowackiej, która go skrytykowała – Czarzasty w cyniczny sposób uśmiecha się prosto do kamery, co świadczyć może o jego pogardliwej postawie w stosunku do polityczki. Mówiąc

⁶⁵ YouTube: *Polityka przy kawie...* [dostęp: 05.07.2021].

⁶⁶ YouTube: *Nastąpiło pewnego rodzaju zabicie...* [dostęp: 06.07.2021].

⁶⁷ YouTube: *Spółeczeństwo nie zaakceptuje...* [dostęp: 05.07.2021].

⁶⁸ YouTube: *Kaczyński ostro w temacie LGBT...* [dostęp: 05.07.2021].

⁶⁹ YouTube: *Czarzasty o stosunku...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷⁰ Polsat News: *Czarzasty: lewica będzie tam, gdzie...* [dostęp: 05.07.2021].

o prześladowaniach społeczności LGBT w Polsce polityk kiwa głową i podnosi brwi w celu podkreślenia ważności swoich wypowiedzi.

Kolejnymi analizowanymi wypowiedziami jest mowa Krystyny Pawłowicz z 2012 roku⁷¹ oraz sejmowa wypowiedź Krystyny Pawłowicz na temat związków partnerskich w 2013 roku⁷². W pierwszym materiale przez większość czasu badana silnie marszczy brwi, co sprawia, że wydaje się poirytowana. Pawłowicz mówiąc o prześladowaniu społeczności LGBT gestem wskazuje na siebie, a jej twarz robi się poważna – sugeruje to, że polityczka jest empatyczna, a uczucia drugiego człowieka są jej ważne. W drugim materiale mówczyni wykonuje podobne ruchy twarzy jak przy poprzednim. Dopiero pod koniec Pawłowicz widocznie zmienia wyraz twarzy, gdy denerwuje się na silne poruszenie innych posłów – wtedy mocniej podnosi brwi.

Katarzyna Lubnauer to kolejna analizowana postać. Badanymi materiałami są rozmowa dla serwisu przeAmbitni.pl w 2019 roku⁷³ oraz wywiad Katarzyny Lubnauer z 2019 roku⁷⁴. W pierwszej części materiałów polityczka głównie uśmiechała się. Mówczyni na samym początku wypowiedzi, mówiąc o programie swojej partii politycznej, a także o liderze swojego ugrupowania podnosi brwi, by podkreślić kluczowe słowa, które powinny zostać zapamiętane przez odbiorcę. Argumentując swoje poglądy na temat związków partnerskich badana przewraca oczami z jedną i drugą stroną symbolicznie pokazując jak wiele pozytywów ma prezentowane zdanie. W drugim materiale polityczka ma poważny wyraz twarzy, co świadczy o jej stresie – porównując analizowaną wypowiedź z poprzednią. Mimika mówczyni sprawia również wrażenie, że czuje się ona momentami zestresowana, gdyż skwasza minę.

Następnymi analizowanymi materiałami są: „*Hangout w Gazeta.pl*”⁷⁵ oraz wypowiedź z mównicy sejmowej Andrzeja Dudy z 2013 roku⁷⁶. W pierwszym materiale polityk podczas

⁷¹ YouTube: *Prof. Krystyna Pawłowicz o usunięciu...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷² YouTube: *Związki partnerskie debata...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷³ YouTube: *Lubnauer wprowadzi Związki...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷⁴ Interia: *Lubnauer: "Ustawa o związkach partnerskich..."* [dostęp: 05.07.2021].

⁷⁵ YouTube: *Hangout w Gazeta.pl...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷⁶ YouTube: *Andrzej Duda o związkach...* [dostęp: 05.07.2021].

wypowiedzi ma głównie poważną minę, a momentami wydaje się ona dość smutna. Mówca przedstawia swoje przekonanie na temat legalizacji związków partnerskich – wtedy zamyka oczy dla podkreślenia wykonanego gestu oraz podkreślenia słów: „W moim osobistym przekonaniu”. W kolejnym materiale mimika polityka przez większość czasu jest niezmienna – poważny wyraz twarzy podkreślający powagę prezentowanej sytuacji. Badany także wyraźnie podnosi brwi i irytuje się na odbiorców swojego komunikatu, czyli posłów innych ugrupowań politycznych, przez co staje się bardziej groźny. Opisywana w poprzednim zdaniu mina po czasie zaczyna wyglądać tak jakby polityk był mocno zdziwiony – odbiera to powagi nadanemu wcześniej poważnemu tonowi przemowy.

Kolejną analizowaną pod względem mimicznym wypowiedzią jest rozmowa Roberta Biedronia dla Onet.pl⁷⁷ oraz wypowiedź podczas debaty na temat związków partnerskich z 2012 roku⁷⁸. W pierwszej części polityk szeroko się uśmiecha mówiąc, że jego przeciwnicy kiedyś zagłosują za legalizacją związków partnerskich w Polsce. Odbiorcy ufają bardziej osobom uśmiechniętym – co więcej mówi się, że uśmiech jest emocją zaraźliwą. Przez cały wywiad mimika mówcy jest raczej podobna – twarz wydaje się pogodna i bije z niej pewność siebie. W drugim materiale mówca również szeroko się uśmiecha, ale gdy mówi, że legalizacja partnerstwa w Polsce jest kwestią dotyczącą jego osobiście, wtedy dla podkreślenia swoich słów podnosi brwi, a jego twarz robi się na moment poważna.

Pod analizę został poddany także wywiad Krzysztofa Bosaka⁷⁹ oraz jego wypowiedź podczas konferencji prasowej Konfederacji z 2020 roku⁸⁰. Polityk w pierwszym materiale pod względem mimiki sprawia wrażenie osoby poważnej. Mówca bardzo często nerwowo przewraca oczami, co może zostać odebrane jako mało profesjonalne i równocześnie budzić nieufność. Bosak w trakcie wywiadu zastanawia się jak odpowiedzieć na zadane pytanie, dlatego kieruje oczy w prawą stronę i nabiera głęboko powietrza – może to kreować wizerunek osoby, która wie co mówi, a jej odpowiedzi na pytania są przemyślane i pewne.

⁷⁷ YouTube: *Załóżę się, że Kaczyński kiedyś poprze...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷⁸ YouTube: *Debata na temat...* [dostęp: 05.07.2021].

⁷⁹ YouTube: *Aborcja, związki partnerskie...* [dostęp: 05.07.2021].

⁸⁰ YouTube: *Krzysztof Bosak (Konfederacja): Ofensywa...* [dostęp: 05.07.2021].

Jednak polityk podczas rozmowy często nie patrzył w oczy dziennikarza – świadczy to o braku pewności siebie i tak odebrane to może być przez opinię publiczną. Podczas konferencji prasowej polityk także sprawia wrażenie osoby poważnej, jednak bardzo często nerwowo przewraca oczami, co może zostać odebrane jako mało profesjonalne i równocześnie budzić nieufność.

IX. WYGLĄD ZEWNĘTRZNY

Marek Ziółkowski w Słowniku antropologii i socjologii kultury pisze, że:

Wygląd zewnętrzny jest pierwszym podstawowym elementem umożliwiającym ustalenie tożsamości partnera, zwłaszcza jego wieku, płci i statusu społecznego a także jego różnych cech zmiennych np. nastroju czy nawet zamiarów, co warunkuje podjęcie takich a nie innych skierowanych na niego zachowań (także językowych). Określony wygląd wpływa zatem w znacznej mierze na przebieg interakcji. (...) wywołuje on także określone reakcje danej jednostki w stosunku do samej siebie i w tym sensie przestaje być – by użyć terminów Meada – gestem (czyli oznaką) a staje się intersubiektywnym symbolem znaczącym (czyli znakiem) podobnym do słów języka. Jednostka dostosowuje zwykle swój strój do swej koncepcji siebie; wywoływane przezeń reakcje aktualnych partnerów są istotnym elementem potwierdzającym bądź modyfikującym tę autokoncepcję⁸¹.

Pod analizę poddano wywiad Janusza Palikota dla TVP z 2013 roku⁸² oraz wywiad dla TOK FM⁸³. Mówca w jednym i drugim materiale ma ubraną bordową marynarkę i białą koszulę. Włosy są zadbane. Przez wygląd zewnętrzny polityka można opisać jako człowieka profesjonalnego, który sprawia dobre pierwsze wrażenie.

Kolejny pod analizę został poddany Jarosław Kaczyński na konferencji prasowej⁸⁴ oraz na Konwencji Prawa i Sprawiedliwości⁸⁵. Polityk również ubrany jest bardzo elegancko. Mówca w obu przypadkach założony ma na siebie dopasowany czarny garnitur i białą

⁸¹ M. Ziółkowski, *Słownik Antropologii i Socjologii Kultury*, Warszawa 1981, s. 253-253.

⁸² YouTube: *Polityka przy kawie...* [dostęp: 06.07.2021].

⁸³ YouTube: *Nastąpiło pewnego rodzaju zabicie...* [dostęp: 06.07.2021].

⁸⁴ YouTube: *Społeczeństwo nie zaakceptuje...* [dostęp: 06.07.2021].

⁸⁵ YouTube: *Kaczyński ostro w temacie LGBT...* [dostęp: 06.07.2021].

koszulę. Włosy Kaczyńskiego są zadbane. Tak jak w przypadku poprzedniej analizy badany sprawia dobre wrażenie, a kreowany przez niego wizerunek jest profesjonalny.

Następną analizowaną postacią jest Włodzimierz Czarzasty podczas rozmowy dla Onet.pl⁸⁶ oraz dla PolsatNews.pl⁸⁷. W pierwszym materiale polityk ubrany jest w sposób casualowy, który dostosowany jest do sytuacji. Mówca ma na sobie granatowy płaszcz i białą koszulę. Oprawki jego okularów są dobrze dopasowane do kształtu twarzy. Włosy są przycięte i schludnie ułożone. Czarzasty sprawia wrażenie osoby pewnej siebie, niewpisującej się w obowiązujące ramy. Podczas kolejnego wywiadu ubiór polityka wydaje się codzienny. Czarzasty sprawia wrażenie osoby niewpisującej się w obowiązujące ramy oraz osoby bliskiej przeciętnemu odbiorcy.

Kolejnymi przeanalizowanymi materiałami są wypowiedzi Krystyny Pawłowicz z 2012 roku⁸⁸ oraz z 2013 roku⁸⁹. W pierwszym materiale polityczka jest ubrana w pospolity sposób, niezbyt elegancki – ma zieloną bluzkę w kwiatki. Mówczynie wydaje się nie mieć makijażu, a jej włosy wychodzą z nisko spiętego kucyka. Pawłowicz poprzez wygląd zewnętrzny wykreowała wizerunek osoby nieprzejmującej się tym jak się prezentuje, ale także osoby, która nie wywyższa się. W drugim materiale badana ubrana jest zupełnie inaczej niż w poprzedniej analizie. Mówczynie ubraną ma czarną marynarkę. Fryzura to spięte w niski kucyk włosy, które z niego nie wychodzą. Pawłowicz kreuje w ten sposób wizerunek osoby poważnej, eleganckiej i odpowiedniej na zajmowanym stanowisku.

Katarzyna Lubnauer podczas wywiadu dla serwisu przeAmbitni.pl jest ubrana w sposób casualowy, aczkolwiek elegancki – ma beżową kurtkę, pod spodem białą bluzkę⁹⁰. Na kurtce polityczka ma przyklejoną tęczową kokardkę – symbol sojusznictwa z osobami LGBT. Mówczynie ma delikatny makijaż, który rozświetla jej twarz w świetle kamery oraz ułożone włosy. Lubnauer sprawia wyrażenie, że jest osobą elegancką, aczkolwiek

⁸⁶ YouTube: *Czarzasty o stosunku...* [dostęp: 06.07.2021].

⁸⁷ Polsat News: *Czarzasty: lewica będzie tam, gdzie...* [dostęp: 06.07.2021].

⁸⁸ YouTube: *Prof. Krystyna Pawłowicz o usunięciu...* [dostęp: 06.07.2021].

⁸⁹ YouTube: *Związki partnerskie debata...* [dostęp: 06.07.2021].

⁹⁰ YouTube: *Lubnauer wprowadzi Związki...* [dostęp: 06.07.2021].

nie wywyższającą się. Następnym analizowanym wyglądem zewnętrznym jest wygląd Katarzyny Lubnauer podczas wywiadu dla Interia.pl⁹¹. Polityczka ubrana jest w niebieską bluzkę oraz czarną marynarkę. Jej makijaż jest delikatny i podkreśla urodę. Włosy mówczyni są schludnie ułożone. Polityczka w opisany przeze mnie sposób kreuje wizerunek osoby eleganckiej, bliskiej odbiorcom.

Kolejnymi analizowanymi wypowiedziami są: wywiad Andrzeja Dudy dla Gazeta.pl⁹² oraz sejmowa wypowiedź z 2013 roku⁹³. W obu materiałach badany ubrany jest w granatowy garnitur, a pod spodem ma białą koszulę. Dodatkowo do ubioru polityka jest elegancki, wzorzysty krawat. Włosy mówcy są ułożone i świeżo przystrzyżone. Duda sprawia wrażenie człowieka profesjonalnego i obytego w świecie polityki.

Kolejną analizowaną wypowiedzią jest wywiad Roberta Biedronia dla Onet.pl⁹⁴ oraz jego wypowiedź podczas debaty na temat związków partnerskich. W pierwszym wywiadzie polityk ubrany jest w wręcz identyczny sposób jak Andrzej Duda w poprzedniej analizie. Mówca także ubrany jest w granatowy garnitur, a pod spodem ma białą koszulę. Dodatkowo do ubioru polityka jest elegancki, wzorzysty krawat. Włosy mówcy są ułożone i świeżo przystrzyżone. Biedroń swoim wyglądem zewnętrznym sprawia wrażenie człowieka profesjonalnego i obytego w świecie polityki. Badany podczas debaty na temat związków partnerskich ubraną ma czarną marynarkę oraz białą koszulę z czarnymi elementami. Polityk nie ma krawatu, a jego włosy są ułożone schludnie i są przystrzyżone. Wygląd koszuli nie jest klasyczny, przez co traci on na elegancji, jednak reszta czynników jest dość typowa dla polityka.

Krzysztof Bosak podczas wywiadu z 2020 roku⁹⁵ oraz na konferencji prasowej Konfederacji⁹⁶ również ubrany jest podobnie do poprzedników. Polityk ma na sobie garnitur, białą koszulę

⁹¹ Interia: *Lubnauer: "Ustawa o związkach partnerskich..."* [dostęp: 06.07.2021].

⁹² YouTube: *Hangout w Gazeta.pl...* [dostęp: 06.07.2021].

⁹³ YouTube: *Andrzej Duda o związkach...* [dostęp: 06.07.2021].

⁹⁴ YouTube: *Założę się, że Kaczyński kiedyś poprze...* [dostęp: 06.07.2021].

⁹⁵ YouTube: *Aborcja, związki partnerskie...* [dostęp: 06.07.2021].

⁹⁶ YouTube: *Krzysztof Bosak (Konfederacja): Ofensywa...* [dostęp: 06.07.2021].

i czarny krawat. Jego włosy ułożone i świeżo przystrzyżone. Wygląd mówcy powoduje, że staje się on bardzo elegancki i doświadczony.

X. WYPOWIEDZI POLSKICH POLITYKÓW

Wypowiedź jest ustnym lub pisemnym zabraniem głosu w jakiejś sprawie. Konkretnie wyrażone przez polityka zdanie kreuje jego wizerunek i przekłada się poparcie. Wykonana analiza dotyczy wypowiedzi mówców w kontekście dyskusji na temat związków partnerskich. W badaniu wzięto pod uwagę prezentowane poglądy oraz użycie konkretnych słów, które kreują wizerunek.

Analizie poddano wypowiedzi Janusza Palikota: z 2013 roku⁹⁷ oraz w wywiadzie dla TOK FM⁹⁸. Z pierwszego wywiadu jasno wynika, że polityk opowiada się po stronie legalizacji związków partnerskich, a swoje poglądy mówca argumentuje wieloma statystykami. Palikot podkreśla, że związki partnerskie nie są jedynie związkami homoseksualnymi. Polityk używa także sformułowania „*prawa człowieka*” w kontekście partnerstwa, co powoduje, że jego argument staje się trudny do obalenia. Wypowiedź mówcy kreuje jego wizerunek jako osoby otwartej, konkretnej i wyważonej – Palikot nie używa obraźliwych słów. W wywiadzie nie padły również sformułowania kontrowersyjne lub często powtarzane frazesy. W drugim materiale polityk zapowiada, że poprze projekt innej partii o legalizacji związków partnerskich w Polsce, ale widzi on wiele jego wad. Mówca pozytywnie wypowiada się o ustawie własnego ugrupowania. Palikot podkreśla, że regulacje prawne w omawianym temacie dotyczą głównie osób heteroseksualnych. Wypowiedź mówcy kreuje jego wizerunek jako osoby otwartej, konkretnej i wyważonej – tak jak w poprzedniej analizie polityk nie używa obraźliwych słów mówiąc o innych politykach. W wywiadzie nie padły również sformułowania kontrowersyjne.

⁹⁷ 148 YouTube: *Polityka przy kawie...* [dostęp: 07.07.2021].

⁹⁸ YouTube: *Nastąpiło pewnego rodzaju zbicie...* [dostęp: 07.07.2021].

Kolejnym mówcą jest Jarosław Kaczyński i jego wypowiedzi: podczas konferencji prasowej⁹⁹ oraz podczas konwencji Prawa i Sprawiedliwości¹⁰⁰. W pierwszym materiale polityk mówi, iż jest głęboko przekonany, że polskie społeczeństwo nie zaakceptuje ustawy o liberalizacji związków partnerskich. Mówca twierdzi także, że partnerstwo jest „sztuczne”. Z wypowiedzi Kaczyńskiego można wyciągnąć wniosek, iż jest on przeciwny związkom partnerskim, aczkolwiek swoje zdanie argumentuje dobrem obywateli i obywaterek. Polityk także wspomina, że w polskiej tradycji nie ma prześladowań osób innej niż heteroseksualnej orientacji. Podkreślanym przez siebie w wypowiedzi słowem jest: „*Afirmacja*”. Kaczyński nie podnosi głosu i nie używa chwytliwych haseł. Mówca podczas konferencji prasowej kreuje wizerunek osoby opanowanej, działającej na rzecz dobrobytu Polek i Polaków. Podczas drugiego materiału polityk twierdzi, że w Polsce trwa atak na rodzinę i na dzieci, a jego polityczna formacja jest w stanie je obronić. Mówca wspomina także, że prawdziwe autorytety w świecie mają zostać zniszczone w imię tolerancji. Według Kaczyńskiego polskie społeczeństwo jest tolerancyjne, ale nie może się ono zgadzać na afirmację zachowań homoseksualnych. Polityk powołuje się na 18 artykuł Konstytucji, który według niego zakazuje związków partnerskich oraz małżeństw osób tej samej płci. Badany poprzez swoją wypowiedź kreuje wizerunek wybawcy narodu, który oddala się od niezdecydowanych odbiorców, gdyż mogą oni nie być przekonani do negatywnych i niezwykle prowokujących sformułowań. Elementy obrażające niektórych ludzi powodują, że Kaczyński momentami sprawia wrażenie osoby, która popadła w syndrom oblężonej twierdzy – jednak jest to często wykorzystywana technika manipulacji przez polityków, którzy wzbudzają poczucie zagrożenia wyborców, by następnie zaoferować im ratunek z wymyślonej opresji.

Następną analizowaną postacią jest Włodzimierz Czarzasty w Onet Rano¹⁰¹ oraz w Polsat News¹⁰². W pierwszym materiale polityk jasno stawia się po stronie liberalizacji związków partnerskich. Mówca w wywiadzie mówi, że „rzygać mu się chce” oraz, że zachowanie prawicy jest „obłudne”. Mówca zaznacza także, iż każdy człowiek powinien

⁹⁹ YouTube: *Spoleczeństwo nie zaakceptuje...* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰⁰ YouTube: *Kaczyński ostro w temacie LGBT...* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰¹ YouTube: *Czarzasty o stosunku...* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰² Polsat News: *Czarzasty: lewica będzie tam, gdzie...* [dostęp: 07.07.2021]

w życiu móc robić to co chce. Czarzasty odwołuje się silnie do emocji – mówi, że rodzina jest bardzo ważna niezależnie od tego kto wchodzi w jej skład. Polityk kreuje wizerunek osoby otwartej, bezkompromisowej, ale także kontrowersyjnej i nieszczędzającej na słowach. W kolejnym materiale polityk komentuje zachowanie swoich przeciwników politycznych mówiąc, że nie wystarczy wpisywać związków partnerskich do programu, ale trzeba bronić ludzi protestujących w tej sprawie na ulicach. Mówca zwraca się do polityczki innego ugrupowania – Barbary Nowackiej: „Jak związki partnerskie dostają po twarzy, są bite, kopane, opluwane to trzeba je bronić. Na tym to polega”. Badany popiera wprowadzenie partnerstwa w Polsce i mocno krytykuje ich przeciwników, ale także osoby sojusznicze, które zdaniem Czarzastego nie bronią interesów ludzi LGBT w wystarczający sposób. „*Lewica będzie tam, gdzie będą ludzi bili po mordach*” – mówi w wywiadzie polityk. Wykreowany przez opisywany sposób wizerunek jest obrazem osoby konkretnej, nieprzebierającej w słowach, a także osoby, która jest blisko ludzi. Spokojny ton wypowiedzi powoduje, że mówca zbiera zaufanie osób niezdecydowanych, które nie chcą angażować się w pełne krzyku tematy polityczne.

Następnymi wypowiedziami są: wypowiedź Krystyny Pawłowicz podczas wywiadu na korytarzu sejmowym¹⁰³ oraz podczas posiedzenia Sejmu¹⁰⁴. W pierwszym materiale polityczka od początku wywiadu nie ukrywa swojej niechęci w stosunku do wprowadzenia w Polsce związków partnerskich. Mówczynie wskazuje, że omawiana ustawa jest niekonstytucyjna i niemożliwa do wprowadzenia w prawie polskim. Pawłowicz zaznacza także, że opozycyjne do jej opcje polityczne chcą zrównać instytucje małżeństwa z partnerstwem, co zdaniem polityczki jest złe, ponieważ odsuwa ludzi od budowania rodziny. Mówczynie podkreśla, iż jej pogląd jest dobry dla społeczeństwa i w takiej wierze działa. Pawłowicz w swojej wypowiedzi mówi również o tym, iż związki partnerskie zrównują więzy rodzinne z wyłącznie „seksualnymi więziami”. Polityczka przez ogromną większość wywiadu odwołuje się do emocji. Wykreowany przez badaną wizerunek jest wizerunkiem osoby bezkompromisowej, kontrowersyjnej oraz osoby działającej zgodnie

¹⁰³ YouTube: *Prof. Krystyna Pawłowicz o usunięciu...* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰⁴ YouTube: *Związki partnerskie debata...* [dostęp: 07.07.2021].

z własnymi przekonaniem. Mówczynie starała się także stworzyć wizerunek człowieka działającego w dobrej wierze, aczkolwiek liczne emocjonalne argumenty to uniemożliwiły. W kolejnym materiale polityczka twierdzi, iż zajmowanie się kwestiami światopoglądowymi ma na celu odwrócenie uwagi od prawdziwych i poważnych problemów z jakimi mierzy się Polska. Mówczynie ponownie wyraża zdanie, że projekt legalizacji związków partnerskich jest sprzeczny z Konstytucją, a dokładniej z jej 18 artykułem. Mówczynie nie szczędzi na słowach przez co wykreowany przez nią wizerunek jest obrazem osoby bezkompromisowej, kontrowersyjnej oraz działającej zgodnie z własnymi przekonaniem.

Kolejnymi analizowanymi wypowiedziami są: wywiad Katarzyny Lubnauer dla serwisu przeAmbitni.pl¹⁰⁵ oraz wywiad dla RMF FM¹⁰⁶. W pierwszym materiale polityczka opowiada, iż wprowadzenie związków partnerskich jest jedną z wyborczych obietnic ugrupowania, do którego należy. Mówczynie nie krytykuje innych partii politycznych. Lubnauer o swoim poparciu dla liberalizacji partnerstwa w Polsce mówi: „*Jasna deklaracja*” – kreuje w ten sposób wizerunek osoby wiarygodnej i dotrzymującej słowa. Polityczka powołuje się także na dobro większości społeczeństwa oraz emocje budując obraz osoby troskliwej. W drugim wywiadzie polityczka również stawia się po stronie liberalizacji związków partnerskich w Polsce, aczkolwiek na pytanie redaktora o wprowadzenie małżeństw osób tej samej płci – nie odpowiada. Mówczynie uważa, że związki partnerskie są rozwiązaniem ważnym dla społeczeństwa i przedstawia statystyki, które to potwierdzają. Badana kreuje swoją wypowiedzią obraz osoby wyważonej, która popiera dostosowane do czasu środki rozwiązania problemu.

Kolejną analizowaną wypowiedzią jest ta Andrzeja Dudy podczas wywiadu dla Gazeta.pl¹⁰⁷ oraz jego wypowiedź sejmowa¹⁰⁸. W pierwszym materiale polityk poirytowany mówi, że państwo niepotrzebnie zajmuje się związkami partnerskimi, ponieważ mogłoby zająć się czymś dużo ważniejszym. Partnerstwo zostało przez mówcę określone jako

¹⁰⁵ YouTube: *Lubnauer wprowadzi Związki...* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰⁶ Interia: *Lubnauer: "Ustawa o związkach partnerskich..."* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰⁷ YouTube: *Hangout w Gazeta.pl...* [dostęp: 07.07.2021].

¹⁰⁸ YouTube: *Andrzej Duda o związkach...* [dostęp: 07.07.2021].

„*ideologia lewacka niszcząca tradycyjny model rodziny*”. Duda w jasny sposób przedstawia swoje poglądy, twierdząc, że rodziną jest wyłącznie związek kobiety i mężczyzny. Jako odpowiedź na podstawowe problemy w kontekście związków nieformalnych polityk uważa wprowadzenie pewnych rozwiązań prawnych, ale „*nie po to, żeby było to pierwszym krokiem do wprowadzania w Polsce legalizacji małżeństw homoseksualnych*”. Badany mówi także, że nie zamierza ukrywać swoich negatywnych przekonań w sprawie liberalizacji partnerstwa, twierdząc przy tym, że „*będzie stał na straży interesu polskiego społeczeństwa*”. Mówca wypowiedzią wykreował wizerunek osoby konkretnej, broniącej interesu zagrożonego demoralizacją społeczeństwa. Skonkretyzowany obraz polityka oddala go od niezdecydowanych odbiorców, ponieważ mogą oni nie być przekonani do bardzo negatywnych słów Dudy. W drugim materiale polityk sprzeciwia się wprowadzeniu w Polsce związków partnerskich. Mówca uważa, że zajmowanie się kwestiami partnerstwa ma na celu odwrócenie uwagi od prawdziwych i poważnych problemów z jakimi mierzy się kraj. Badany także silnie krytykuje ówczesną władzę, która jego zdaniem wprowadzając opisywane regulacje chce tak naprawdę zalegalizować małżeństwa homoseksualne. Polityk kreuje w opisywany sposób wizerunek osoby, która zajmuje się ważnymi sprawami i walczy o interesy społeczeństwa.

Następnie pod analizę poddano wypowiedzi Roberta Biedronia: wywiad dla Onet Rano¹⁰⁹ oraz debatę na temat związków partnerskich¹¹⁰. W pierwszym materiale polityk wspomina o swoich przeciwnikach politycznych w dość pozytywny sposób i uważa, że zmieniają oni własne poglądy na temat związków partnerskich. Mówca twierdzi, iż argumenty przeciwko partnerstwu, w przyszłości będą argumentami za nim. Wypowiedź Biedronia jest nieprzekonująca dla odbiorców – dziennikarz prowadzący wywiad nazwał w nim polityka „*pisarzem science fiction*”. Sam mówca przedstawiając swój punkt widzenia śmieje się, co niezwykle odbiera mu profesjonalizmu oraz wiarygodności, gdyż jest to odbierane jak traktowanie problemu niepoważnie. W drugim materiale polityk odwołuje się do emocji i mówi, że partnerstwo to niezwykle ważny temat, który nie powinien być

¹⁰⁹ YouTube: *Założę się, że Kaczyński kiedyś poprze...* [dostęp: 07.07.2021].

¹¹⁰ YouTube: *Debata na temat...* [dostęp: 07.07.2021].

nazywany tematem zastępczym. Mówca podkreśla także, że dla niego samego kwestia możliwości regulacji własnego związku jest fundamentalne. Powoływanie się na emocje ma to skrócić dystans z odbiorcami i pokazać, że badany jest zwykłym człowiekiem – takim jak odbiorcy.

Analizowaną postacią jest także Krzysztof Bosak oraz jego wypowiedź z 2020 roku¹¹¹ i wypowiedź podczas konferencji prasowej na korytarzu sejmowym¹¹². W pierwszym materiale polityk jest przeciwny związkom partnerskim, aczkolwiek podkreśla, że nie jest to jednoznaczne z piętnowaniem ludzi innej orientacji seksualnej niż heteroseksualna. Mówca wyznaje kontrowersyjny pogląd jakoby rodzice uczniów mogli zdecydować o zwolnieniu homoseksualnych nauczycieli. Popieranie partnerstwa Bosak nazywa „rewolucją seksualną”. Badany wykreował wizerunek osoby konkretnej i ukierunkowanej. Obraz polityka oddala go od niezdecydowanych odbiorców, gdyż mogą oni nie być przekonani do negatywnych i niezwykle prowokujących sformułowań. W drugim materiale polityk krytykuje swoich przeciwników politycznych mówiąc, że ich poglądy są ideologiczne, a nie zdroworozsądkowe. Mówca zachęca do poparcia swojej kandydatury na urząd Prezydenta RP, ponieważ jest on jedynym kandydatem, który ochroni państwo przed środowiskami LGBT. Bosak mówi także o sobie, jako o osobie pryncypialnej, która: „Reprezentuje wartości konserwatywne bez skłonności do ustępstw, do ideowej dezercji i pertraktacji z lewicą”. Badany wykreował wizerunek osoby kontrowersyjnej i walczącej o interesy społeczeństwa. Obraz mówcy oddala go od niezdecydowanych odbiorców, gdyż mogą oni nie być przekonani do negatywnych i niezwykle prowokujących sformułowań. Polityk momentami sprawia wrażenie osoby, która popadła w syndrom oblężonej twierdzy – jednak jest to często wykorzystywana technika manipulacji przez polityków, którzy wzbudzają poczucie zagrożenia wyborców, by następnie zaoferować im ratunek z wyimaginowanej opresji.

¹¹¹ YouTube: *Aborcja, związki partnerskie...* [dostęp: 07.07.2021].

¹¹² YouTube: *Krzysztof Bosak (Konfederacja): Ofensywa...* [dostęp: 07.07.2021].

XI. PODSUMOWANIE

Przeprowadzona analiza pozwoliła określić, iż kreowany przez polityków wizerunek nie ulega większym zmianom. Gestykulacja mówców, ich mimika, wygląd zewnętrzny czy wypowiedzi były przypadków niemalże identyczne w badanych materiałach. Widoczny wyjątek stanowił wygląd zewnętrzny Krystyny Pawłowicz, która podczas wywiadu na korytarzu sejmowym prezentowała się zupełnie inaczej niż podczas wypowiedzi na mównicy. Sposób na budowanie wizerunku medialnego przez polityków jest dopasowany indywidualnie – w badaniach nie odnotowałam powiązania poglądów z kreowanym wizerunkiem medialnym. Jedni mówcy nie szczędzą na słowach, inni starają się swoje poglądy przedstawiać spokojnie i merytorycznie. Kreowany wizerunek jest specyficzny dla każdej z analizowanych postaci.

Gestykulacja badanych najczęściej opierała się na próbie podkreślenia swoich wypowiedzi i przekonaniu odbiorców do słuszności stawianych tez. Za pomocą gestów politycy akcentowali przytaczane statystyki oraz emocjonalne argumenty. Typowym ruchem było krążenie dłońmi, które ułatwiało mówcom wypowiedzanie się.

Mimika mówców najczęściej obrazowała ich ogólnopojęte nastawienie w temacie związków partnerskich. Ruchy twarzy dopełniały także akcentowane poprzez gestykulację sformułowania – głównie było to unoszenie brwi czy marszczenie czoła. Niektórzy politycy posługiwali się również typowymi dla siebie grymasami, które są ich znakiem rozpoznawalnym.

Wygląd zewnętrzny badanych w analizowanych materiałach audio-wizualnych był w głównej mierze elegancki i dopasowany do sytuacji. Ubiór, makijaż czy fryzura różnił się w znacznie tylko w przypadku Krystyny Pawłowicz. Polityczka podczas wywiadu na korytarzu sejmowym miała roztrzepane włosy i nieelegancką bluzkę, co zmieniło się, gdy kolejny analizowany materiał nagrywany był podczas wystąpienia na mównicy sejmowej. Na mównicy sejmowej badana ubrana była czarną marynarkę, a jej fryzura to spięte w niski kucyk włosy, które z niego nie wychodzą.

Wypowiedzi polityków również nie zmieniały swojego wydźwięku. Mówcy nie przekształcali swoich poglądów ani sposobu ich prezentowania. Używane słowa były często takie same w obu analizowanych materiałach. Kontrowersja w przemówieniach również zależała osobiście od polityka i reprezentowanie konkretnego ugrupowania nie ma na nią wpływu.

Wnioski wyciągnięte z przeprowadzonych w pracy badaniach są podobne do wniosków przedstawionych przez A. Bobrowską i M. Garską w *Elementach kreacji wizerunku podmiotu politycznego w rzeczywistości wyborczej*:

„Niemal wszystko zależy od należytej autoprezentacji – od wizerunku fizycznego, aż po kwestie duchowe – zwłaszcza w polityce. Im bardziej wizerunek polityka skorelowany jest z potrzebami adresata, tym większe powodzenie kandydata”¹¹³.

P. Gala również zauważa, że:

„Politycy zdają sobie sprawę, że odniesienie sukcesu wyborczego nie jest możliwe bez starannie przygotowanej kampanii wizerunkowej. Sympatię wyborców można zyskać dzięki podkreślaniu podobieństw, starannemu ubiorowi, afiszowaniu się rodziną, moralnej postawie, nie pokazywaniu się w towarzystwie wyższych kontrkandydatów, fotografowaniu się z autorytetami, czy nawet dyskredytowaniu kontrkandydata”¹¹⁴.

Kreowany przez mówców wizerunek medialny jest skonkretyzowany i niezwykle specyficzny. Każda z badanych postaci używa specyficznych dla siebie gestów czy ruchów twarzy, które bardzo często stają się ich znakami rozpoznawalnymi.

¹¹³ A. Bobrowska, M. Garska, *Elementy kreacji wizerunku podmiotu politycznego w rzeczywistości wyborczej*, „Colloquium wydziału nauk humanistycznych i społecznych kwartalnik” 2012, nr 2/2012, s. 161.

¹¹⁴ P. Gala, *Wybrane aspekty kreowania wizerunku politycznego*, Katowice 2017, s. 27.

Literatura

1. Balczyńska-Kosman A., *Język dyskursu publicznego w polskim systemie politycznym*, Poznań 2013.
2. Bobrowska A., Garska M., *Elementy kreacji wizerunku podmiotu politycznego w rzeczywistości wyborczej*, „Colloquium wydziału nauk humanistycznych i społecznych kwartalnik” 2012, nr 2/2012.
3. Bodio T., Załęski P., *Przywództwo i elity polityczne*, [w:] *Spółczesność i polityka. Podstawy nauk politycznych*, Warszawa 2007.
4. Borkowski J., *Świt wolnego słowa. Język propagandy politycznej 1981–1995*, Wrocław 2003.
5. Budzyński W., *Zarządzanie wizerunkiem firmy*, Warszawa 2002.
6. Czaplińska P., *Strategia budowania wizerunku osób znanych*, [w:] *Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych*, red. A. Grzegorzczak, Warszawa 2015.
7. Czyżewski M., *Rytualny chaos. Studium dyskursu publicznego*, Wrocław 2004.
8. Dobrzyńska T., *Tekst: próba syntezy*, „Pamiętnik Literacki” 1991, nr 8/22.
9. Dubisz S., Sękowska E., Porayski-Pomsta J., *Leksykalny kod polityczny we współczesnej komunikacji językowej*, [w:] *Polska polityka komunikacyjnojęzykowa wobec wyzwań XXI wieku*, red. S. Gajda, A.
10. Habermas J., *Teoria działania komunikacyjnego*, Warszawa 2002.
11. Fras J., *Komunikacja polityczna. Wybrane zagadnienia gatunków i języka wypowiedzi*, Wrocław 2005.
12. Gala P., *Wybrane aspekty kreowania wizerunku politycznego*, Katowice 2017.
13. Grzegorzczak R., *Problem funkcji języka i tekstu w świetle teorii aktów mowy*, [w:] *Język a kultura T. 4. Funkcje języka i wypowiedzi*, red. J. Bartmiński, R. Grzegorzczak. Wrocław 1991.
14. Korolko M., *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990.

15. Kozhamkulova S., Foster B., *Ironic mirrors of public discourse: Framing analysis of kazakhstan popular Internet memes*, Waszyngton 2019.
16. Kuehnelt-Leddihn E., *Demokracja – opium dla ludu*, Wydawnictwo Thesaurus, 2008.
17. Machiavelli N., *Książę*, Kraków 2005.
18. Morawski L., *Argumentacje, racjonalność prawa i postępowania dowodowe*, Toruń 1988.
19. Norstrom R., Sarna P., *Internet memes in Covid-19 lockdown times in Poland*, „Media Education Research Journal” 2021, Comunicar, 67.
20. Ożóg K., *Pauperyzacja języka współczesnej polityki*, „LingVaria” 2006, nr 1/2006.
21. Pisarek W., *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, [w:] *Język perswazji publicznej*, Poznań 2003.
22. Pluta J., *Public relations - moda czy konieczność? Teoria i praktyka*, Warszawa 2001.
23. Romaniuk S., *Ukraiński dyskurs polityczny w latach 2010-2014. Analiza lingwistyczna*, Warszawa 2016.
24. Sampson E., *Jak tworzyć własny wizerunek*, Warszawa 1996.
25. Sroka J., *Obrazkowe memy internetowe*, Warszawa 2019.
26. Szadok-Bratuń A., Tabernacha M., *Public relations w sferze publicznej*, Warszawa 2012.
27. Turk C., *Sztuka przemawiania*, Wrocław 2003.
28. Warchala J., *Formy perswazji*, [w:] *Argumentowanie a perswazja*, Katowice 2019.
29. Weber M., *Polityka jako zawód i powołanie*, tłum. A. Kopacki, Kraków 1998.
30. Wojcik K., *Public relations. Public relations od A do Z*, Warszawa 1997.
31. Ziółkowski M., *Słownik antropologii i socjologii Kultury*, Warszawa 1981.
32. Zwoliński A., *Słowo w relacjach społecznych*, Kraków 2003.

33. Doroszewski W., Oficjalna strona internetowa Encyklopedii Państwowego Wydawnictwa Naukowego [online:] <https://sjp.pwn.pl/slowniki/gest.html> [dostęp: 05.07.2021].
34. Interia: Lubnauer: "Ustawa o związkach partnerskich jest bardzo dobra" [online:] <https://m.interia.pl/interia-tv/video,vId,2668125> [dostęp: 05.07.2021].
35. Oficjalna strona internetowa Słownika Języka Polskiego Państwowego Wydawnictwa Narodowego, [online:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/dyplomacja;2555680.html> [dostęp: 02.07.2021].
36. Oficjalna strona internetowa Encyklopedii Państwowego Wydawnictwa Naukowego [online:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/mimika;2483529.html> [dostęp: 05.07.2021].
37. Oficjalna strona internetowa Słownika Języka Polskiego Państwowego Wydawnictwa Narodowego [online:] <https://sjp.pwn.pl/sjp/polityk;2572024.html> [dostęp: 05.07.2021].
38. Polsat News: Czarzasty: lewica będzie tam, gdzie będą ludzi bili po mordach [online:] <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2019-07-25/czarzasty-lewica-bedzie-tam-gdzie-beda-ludzi-bili-po-mordach/> [dostęp: 05.07.2021]
39. YouTube: Polityka przy kawie - J. Palikot: związki partnerskie nie tylko dla homoseksualistów [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=32aFpC3dXO0> [dostęp: 05.07.2021].
40. YouTube: Nastąpiło pewnego rodzaju zabicie, że związki partnerskie to związki homoseksualne... [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=okr71ErCTus> [dostęp: 05.07.2021].
41. YouTube: „Społeczeństwo nie zaakceptuje ustawy SLD o związkach partnerskich” [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=7F6fk3iJrTY> [dostęp: 05.07.2021].
42. YouTube: Kaczyński ostro w temacie LGBT - zszokowany tym co czytał [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=b7CLYyRhhLk> [dostęp: 05.07.2021].
43. Czarzasty o stosunku PiS do związków partnerskich: rzygać mi się chce, to jest obłudne | Onet Rano [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=pgESGr9QdBI> [dostęp: 05.07.2021].
44. YouTube: Prof. Krystyna Pawłowicz o usunięciu z porządku obrad ustawy o związkach partnerskich [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=CbTXR9phpvI> [dostęp: 05.07.2021].

45. YouTube: Związki partnerskie debata - Pawłowicz Krystyna [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=wnOMCC1GpTE> [dostęp: 05.07.2021].
46. YouTube: Lubnauer wprowadzi Związki Partnerskie z Koalicją Obywatelską? | przeAmbitni.pl [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=YoWyJEAGVdk> [dostęp: 05.07.2021].
47. YouTube: Hangout w Gazeta.pl. Andrzej Duda o związkach partnerskich [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=QOHWTsExq3U> [dostęp: 05.07.2021].
48. YouTube: Andrzej Duda o związkach partnerskich (wypowiedź z 2013 roku) [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=YyStJyjKxtc> [dostęp: 05.07.2021].
49. YouTube: Założę się, że Kaczyński kiedyś poprze związki partnerskie - Robert Biedroń [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=be8Jg1piB6E> [dostęp: 05.07.2021].
50. YouTube: Debata na temat związków partnerskich [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=DBKsG7CNNIs> [dostęp: 05.07.2021].
51. YouTube: Aborcja, związki partnerskie, edukacja seksualna i pedofilia w Kościele okiem Krzysztofa Bosaka [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=QuL0P5KONM4> [dostęp: 05.07.2021].
52. YouTube: Krzysztof Bosak (Konfederacja): Ofensywa środowisk LGBT przybiera na sile! [online:] <https://www.youtube.com/watch?v=PYi5ynuk9VQ> [dostęp: 05.07.2021].