Studia Politicae Universitatis Silesiensis 2026, T. 42, s. 21–39
ISSN 2353-9747 (wersja elektroniczna)
www.studiapoliticae.us.edu.pl
Data wpływu: 22.10.2025; data akceptacji: 25.11.2025
DOI: 10.31261/spus.22730



Uniwersa alternatywne – wizerunki Karola Nawrockiego i Rafała Trzaskowskiego w „Gazecie Wyborczej" i „Gazecie Polskiej Codziennie"

Alternative Universes – Images of Karol Nawrocki and Rafał Trzaskowski in "Gazeta Wyborcza" and "Gazeta Polska Codziennie"

Jakub Krupa*

Abstrakt
Artykuł przedstawia, jak dwa światopoglądowo odmienne tytuły prasowe ukazują kandydatów na urząd prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej w 2025 r. Zbadano wykreowane wizerunki polityków, którzy uzyskali najlepszy wynik po pierwszej turze głosowania – Rafała Trzaskowskiego i Karola Nawrockiego. Analiza objęła dwa dzienniki ogólnopolskie: „Gazetę Wyborczą" i „Gazetę Polską Codziennie", a konkretnie ich numery wydane od 5 maja do 1 czerwca 2025 r. W artykule postawiono dwie hipotezy badawcze, dotyczące wyrażania sympatii dla określonego kandydata

Abstract
The article presents how two newspapers with different worldviews present the candidates for the office of President of the Republic of Poland in 2025. The study examined the images created of the politicians who achieved the best results after the first round of voting – Rafał Trzaskowski and Karol Nawrocki. The analysis covered two national daily newspapers: "Gazeta Wyborcza" and "Gazeta Polska Codziennie", specifically their issues published between 5 May and 1 June 2025. The article puts forward two research hypotheses concerning the expression of sympathy for a particular candidate

* Uniwersytet Vizja; https://orcid.org/0000-0003-3516-047X; jakukrupa@gmail.com

i krytycznego stosunku wobec jego konkurenta oraz liczby tekstów im poświęconych. W badaniach wykorzystano metody ilościowe i jakościowe.

Słowa kluczowe: Karol Nawrocki, Rafał Trzaskowski, wizerunek, wybory prezydenckie

and a critical attitude towards his competitor, as well as the number of articles devoted to them. Quantitative and qualitative methods were used in the research.

Keywords: Karol Nawrocki, Rafał Trzaskowski, image, presidential election

Wprowadzenie

Powszechne wybory prezydenckie w Polsce w 2025 r. zostały przeprowadzone 18 maja. Ponieważ żaden z kandydatów nie uzyskał więcej niż połowy ważnie oddanych głosów, dwa tygodnie później – 1 czerwca – odbyła się druga tura. Wygrał ją Karol Nawrocki, który pokonał Rafała Trzaskowskiego. Różnica w liczbie ważnie oddanych głosów pomiędzy kandydatami wyniosła niespełna 370 tysięcy przy frekwencji 71,63%.

Celem artykułu jest ustalenie, jakie wizerunki kandydatów zakwalifikowanych do drugiej tury wyborów w 2025 r. były kreowane przez wyraziste światopoglądowo dzienniki ogólnopolskie, oraz zbadanie, czy przeważały teksty afirmatywne wobec kandydata, z którym dziennik sympatyzował, czy krytyczne wobec jego oponenta. Dobór próby był celowy. Zdecydowano się na analizę „Gazety Wyborczej" (GW) i „Gazety Polskiej Codziennie" (GPC), a więc dwóch kontrastowych światopoglądowo dzienników ogólnopolskich: pierwszy reprezentuje linię lewicowo-liberalną, drugi zaś – prawicowo-konserwatywną. W badaniu ujęto te numery, które ukazały się pomiędzy 5 maja a 1 czerwca 2025 r., czyli począwszy od dwóch tygodni przed pierwszą turą wyborów do dnia elekcji (18 maja) oraz pomiędzy pierwszą a drugą turą (1 czerwca).

Kwestie kreowania, ocieplania, dyskredytacji czy promocji wizerunku aktorów politycznych podczas polskich kampanii wyborczych doczekały się wielu opracowań. Tylko w przypadku elekcji prezydenckich można wymienić analizy wizerunków Lecha Kaczyńskiego i Donalda Tuska rywalizujących o prezydenturę w 2005 r. (Kasińska-Metryka, 2006), starcie Bronisława Komorowskiego z Jarosławem Kaczyńskim w przyśpieszonych wyborach w 2010 r. po katastrofie smoleńskiej (Kozera i Biełaniec, 2021; Leszczuk-Fiedziukiewicz, 2010), wybory prezydenckie w 2015 r. (Olszanecka-Marmola, 2020; Wierak, 2020) czy rywalizację Andrzeja Dudy i Rafała Trzaskowskiego w 2020 r. (Adamczyk, 2022). W części przywołanych publikacji badacze wskazywali, że prezentowane wizerunki pretendentów do urzędu prezydenta były stronnicze – promowały bowiem określonego kandydata i dyskredytowały pozostałych poprzez czy to ograniczanie

im czasu antenowego (w przypadku telewizji), czy niekorzystne opinie lub nieprawdziwe informacje na ich temat. Można też zauważyć, że w ostatnich latach w mediach zaczął występować pewien dychotomiczny podział na kandydata „naszego" oraz „ich", choć zdaje się, że obaj nadal funkcjonowali w podobnym uniwersum symbolicznym.

Przedstawione tu badanie zaprojektowano w sposób analogiczny do tego zastosowanego w artykule dotyczącym wizerunków kandydatów na urząd prezydenta RP podczas wspomnianych już wyborów prezydenckich w 2020 r. (Krupa, 2021). Sformułowano dwie hipotezy badawcze:

1. Wizerunek kandydata na urząd prezydenta w wyborach 2025 r. różnił się w zależności od światopoglądu, jaki reprezentuje dziennik opisujący jego osobę, a analizowane gazety nie ukrywały swojej sympatii dla określonego kandydata i wyrażały stosunek krytyczny do jego konkurenta.
2. Liczba tekstów afirmatywnych wobec kandydata cieszącego się sympatią dziennika była mniejsza aniżeli tekstów krytycznych wobec kandydata, z którym analizowany dziennik nie sympatyzował.

Choć na skutek zmian technologicznych wizerunek polityczny jest dziś częstokroć kreowany przy pomocy mediów społecznościowych (Hultman, Ulusoy i Oghazi, 2019), a zwłaszcza Instagrama (Filimonov, Russmann i Svensson, 2016; Grusell i Nord, 2023; Lalancette i Raynauld, 2019), to według badań Haja Boomgaardena, Marka Boukesa i Aurory Iorgoveanu (2016, s. 2540) pozytywny tekst dotyczący kandydata w większym stopniu wpływa na wysoką ocenę kompetencji i umiejętności przedstawianego aktora politycznego aniżeli jego pozytywny obraz. W związku z tym – mimo że sprzedaż prasy spada – zdecydowano się na analizę zawartości prasy (Lisowska-Magdziarz, 2006; Pisarek, 1983). Za pomocą metod ilościowych zbadano, ile artykułów w obu ogólnopolskich dziennikach zostało poświęconych Karolowi Nawrockiemu i Rafałowi Trzaskowskiemu oraz jaki procent z nich stanowiły artykuły afirmatywne, ambiwalentne, krytyczne lub neutralne wobec kandydatów. Zastosowano także metodę jakościową, która umożliwiła określenie specyfiki wizerunków ukształtowanych przez „Gazetę Wyborczą" i „Gazetę Polską Codziennie".

Wizerunek – w tym przypadku: polityka – to pewien uproszczony obraz wykreowany na podstawie przekonań, uprzedzeń, życzeń i oczekiwań odbiorców. Składają się na niego cechy zewnętrzne, przede wszystkim wygląd (Hoegg i Lewis, 2011) i osobowościowe. Opinie i spostrzeżenia formułowane na temat danego podmiotu niekoniecznie znajdują jednak odzwierciedlenie w empirycznie weryfikowalnych faktach (Annusewicz, 2023, s. 54–55; Cichosz, 2003, s. 60; Stępińska, 2006, s. 151–152). Wziąwszy to pod uwagę, po pierwsze, w artykule skupiono się raczej na „wizerunkach" niż na „wizerunku", gdyż kreowane były one przez tytuły prasowe prezentujące skrajnie odmienne oblicza światopoglądowe. Po drugie, przyjęto, że wizerunki kandydatów na prezydenta będą traktowane w sposób rozszerzony, a zatem oprócz takich cech, jak wygląd, osobowość, pochodzenie,

rodzina, wykształcenie, otoczenie, posiadane umiejętności czy osiągnięcia, na wizerunki *sensu largo* składa się także charakterystyka osób będących zwolennikami lub wyborcami kandydatów.

Analiza ilościowa „Gazety Wyborczej" i „Gazety Polskiej Codziennie"

Przeanalizowano 22 numery „Gazety Wyborczej" (11 numerów przed pierwszą turą i 11 numerów przed turą drugą) i 20 numerów „Gazety Polskiej Codziennie" (10 numerów przed pierwszą turą i 10 numerów przed turą drugą). Analizą objęto wszelkie materiały tekstowe, w których pojawiały się informacje o Karolu Nawrockim i Rafale Trzaskowskim. Nie zostały uwzględnione fotografie, komiksy, rysunki satyryczne, ogłoszenia płatne ani bardzo krótkie formy tekstowe (np. anonimowe przedruki z mediów społecznościowych). Przyjęto podział na cztery kategorie materiałów:

– neutralne – niezawierające oceny kandydata,
– afirmatywne – przychylne wobec kandydata,
– krytyczne – nieprzychylne wobec kandydata,
– ambiwalentne – niejednoznaczne, zawierające elementy afirmatywne i krytyczne.

Tekst nie mógł zostać przyporządkowany do więcej niż jednej z czterech wymienionych kategorii.

Tabela 1

Udział procentowy tekstów w analizowanych dziennikach przed pierwszą turą wyborów prezydenckich

Kategoria (sposób oceny)	Karol Nawrocki		Rafał Trzaskowski	
	„Gazeta Wyborcza"	„Gazeta Polska Codziennie"	„Gazeta Wyborcza"	„Gazeta Polska Codziennie"
Neutralne	12 (26,67%)	18 (41,86%)	17 (56,67%)	8 (15,69%)
Afirmatywne	0	22 (51,16%)	11 (36,67%)	0
Krytyczne	33 (73,33%)	0	0	43 (84,31%)
Ambiwalentne	0	3 (6,98%)	2 (6,67%)	0
Ogółem	45 (100%)	43 (100%)	30 (100%)	51 (100%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ilościowych.

Jak widać w tabeli 1, przed pierwszą turą wyborów prezydenckich Karol Nawrocki w GW był prezentowany zdecydowanie negatywnie, natomiast w GPC –

pozytywnie. Teksty o Rafale Trzaskowskim w GW były przeważnie neutralne, a w GPC – krytyczne.

Tabela 2

Udział procentowy tekstów w analizowanych dziennikach pomiędzy pierwszą a drugą turą wyborów prezydenckich

Kategoria (sposób oceny)	Karol Nawrocki		Rafał Trzaskowski	
	„Gazeta Wyborcza"	„Gazeta Polska Codziennie"	„Gazeta Wyborcza"	„Gazeta Polska Codziennie"
Neutralne	21 (28%)	30 (44,78%)	31 (49,21%)	21 (25,93%)
Afirmatywne	0	36 (53,73%)	22 (34,92%)	0
Krytyczne	53 (70,67%)	0	0	60 (74,07%)
Ambiwalentne	1 (1,33%)	1 (1,49%)	10 (15,87%)	0
Ogółem	75 (100%)	67 (100%)	63 (100%)	81 (100%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ilościowych.

W tabeli 2 można zauważyć, że pomiędzy pierwszą a drugą turą wyborów prezydenckich liczba tekstów wzrosła niemal w każdej z kategorii – wyjątkiem jest kategoria tekstów ambiwalentnych na temat Karola Nawrockiego w GPC. Warto również nadmienić, że aż pięciokrotnie zwiększyła się liczba artykułów ambiwalentnych wobec Rafała Trzaskowskiego w GW. Suma tekstów w tym okresie – widoczna w ostatnim wierszu tabeli – znacznie wzrosła w porównaniu z analogicznym interwałem czasowym przedstawionym w tabeli 1.

Tabela 3

Udział procentowy tekstów w analizowanych dziennikach przed pierwszą i drugą turą wyborów prezydenckich łącznie

Kategoria (sposób oceny)	Karol Nawrocki		Rafał Trzaskowski	
	„Gazeta Wyborcza"	„Gazeta Polska Codziennie"	„Gazeta Wyborcza"	„Gazeta Polska Codziennie"
Neutralne	33 (27,5%)	48 (43,64%)	48 (51,61%)	29 (21,97%)
Afirmatywne	0	58 (52,73%)	33 (35,48%)	0
Krytyczne	86 (71,67%)	0	0	103 (78,03%)
Ambiwalentne	1 (0,83%)	4 (3,64%)	12 (12,9%)	0
Ogółem	120 (100%)	110 (100%)	93 (100%)	132 (100%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ilościowych.

W zbiorczej tabeli 3, tak jak w poprzednich dwóch, wyraźnie widać, że analizowane dzienniki ogólnopolskie – choć w różnym stopniu – wspierały lub krytykowały konkretnego kandydata. W GW neutralnie lub pozytywnie

pisano o Rafale Trzaskowskim, a krytycznie lub neutralnie o Karolu Nawrockim. W GPC krytycznie lub neutralnie pisano o Rafale Trzaskowskim i afirmatywnie lub neutralnie o Karolu Nawrockim. Widać także, iż sympatyzująca z Rafałem Trzaskowskim GW częściej krytykowała Karola Nawrockiego, niż wspierała prezydenta Warszawy. Analogiczna sytuacja występuje w przypadku GPC – częściej ukazywały się tam artykuły krytykujące Rafała Trzaskowskiego niż pochlebne dla Karola Nawrockiego, z którym GPC sympatyzuje.

Wizerunek Karola Nawrockiego w „Gazecie Wyborczej"

Wielokrotnie w artykułach „Gazety Wyborczej" wspomina się o kwestii mieszkania Karola Nawrockiego, które miał on przejąć od starszego i schorowanego Jerzego Z. w zamian za opiekę. Pojawiają się opinie, że jest to dla kandydata na prezydenta kompromitujące, gdyż nie dość, że oszukał sędziwego człowieka, anektując jego mieszkanie, to jeszcze notorycznie w owej sprawie kłamał (Imielski, 2025d; Katka, 2025a, 2025b, 2025c; Kondzińska, 2025; Kublik, 2025a, 2025b; Wieliński, 2025b; Wieliński i Wielowieyska, 2025; Wielowieyska, 2025a). Pomiędzy pierwszą a drugą turą wyborów narracja GW na temat pana Jerzego się zmienia, ponieważ przed drugą turą Jerzy Z. jest już skazanym przestępcą seksualnym (Wieliński, 2025d).

W „Gazecie Wyborczej" podkreśla się „ciemną biografię" Karola Nawrockiego (Kowalski, 2025; Środa, 2025; Wieliński, 2025a). Przede wszystkim wspomina się o jego uczestnictwie w „kibolskich ustawkach" (Imielski, 2025d; Kurski, 2025; Wieliński, 2025d). Opisane są nawet szczegóły jednej z nich, która odbyła się 25 października 2009 r., gdy Nawrocki miał 26 lat (Żytnicki i Wojciechowski, 2025). Podobno utrzymywał dobre kontakty z bandytami, przedstawicielami kręgów przestępczych i trójmiejskiego półświatka (Imielski, 2025d; Maziarski, 2025a; Wielowieyska, 2025b). W jednym z tekstów w GW jest określony jako „mocny w karku, twardy w pysku" (Kurski, 2025). Oprócz posiadania znajomości wśród przestępców Nawrocki miał też kolegować się z neonazistami (Wieliński, 2025b, 2025d) i ze zwolennikami „supremacji białej siły" (Czuchnowski, 2025a). Zarzuca mu się również sutenerstwo (Imielski, 2025d; Maziarski, 2025a,), „stanie na bramce" w agencji towarzyskiej (Kurski, 2025), załatwienie prostytutek dla gości pewnego sopockiego hotelu (Wieliński, 2025d), a nawet udział w „siatce" stręczycieli (Maziarski, 2025a).

Według narracji GW Nawrocki nie ma przymiotów moralnych niezbędnych do objęcia urzędu prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej (Kublik, 2025c; Wieliński, 2025b) i powinien zostać skreślony z życia publicznego (Kublik, 2025b). Co ciekawe, aby dodatkowo uargumentować to twierdzenie, autor jednego z tekstów

powołuje się na dobrą znajomość z nieżyjącym już Lechem Kaczyńskim, który nigdy by się nie zgodził na mianowanie Karola Nawrockiego kandydatem na prezydenta (Kurski, 2025). W innym materiale udzielający wywiadu Adam Michnik mówi, że w przypadku tego polityka „mamy do czynienia z formą ducha endeckiego, oenerowskiego, zmutowanego z bolszewickim" (Wielowieyska, 2025b).

Karol Nawrocki według publicystów GW jest populistą (Wieliński, 2025a), skrajnym nacjonalistą (Beylin, 2025b), radykałem (Wieliński, 2025a), reprezentantem autorytarnej prawicy (Lilental, 2025), a nawet kandydatem antydemokratycznym (Wielowieyska, 2025b) czy niedemokratycznym (Feret, 2025). Dzieli on bowiem Polaków na „lepszy i gorszy sort" (Imielski, 2025a). Jawi się także jako mizogin, człowiek „przemocowy" (Beylin, 2025b) i perfidny (Imielski, 2025a). Jego retoryka jest „nasycona mową nienawiści" i „głęboko antyewangeliczna", odwołuje się do tego, co w ludziach „ciemne" i „brunatne" (Wielowieyska, 2025b). Nawrockiego określa się również jako homofoba (Beylin, 2025b) oraz egzystencjalne zagrożenie dla osób LGBT (Nodzyńska, 2025). W jednym z numerów GW pojawia się nawet tekst przedstawiciela wyżej wspomnianego ruchu; autor twierdzi, że w razie wygranej Nawrockiego będzie „pierwszy do odstrzału" ze względu na swoją tożsamość płciową (Czerwiński, 2025).

Wybór Karola Nawrockiego na prezydenta byłby katastrofą (Sadurski, 2025), wstydem (Imielski, 2025d), klęską demokracji (Wiszniewski, 2025), końcem marzeń o praworządnym państwie (Kurski, 2025), krokiem Polski w stronę autorytaryzmu (Brejdygant, 2025b), a wręcz otwierałby drogę do końca istnienia państwa polskiego (Brejdygant, 2025c). Jeśli bowiem ten kandydat wygra, Prawo i Sprawiedliwość z jego pomocą „odrodzi się w formie brunatnej" (Nodzyńska, 2025), albo nawet dojdzie do „dyktatury PiS" – dyktatury, gdyż Prawo i Sprawiedliwość, wedle autora jednego z tekstów, nie jest partią demokratyczną (Reykowski, 2025).

Jeśli Karol Nawrocki zostanie prezydentem, do władzy mogą dojść nacjonaliści i populiści (Imielski, 2025b). Nie będzie rozliczenia ani naprawienia licznych zbrodni oraz nadużyć dokonanych za rządów PiS-u (Brejdygant, 2025b; Kurski, 2025; Sadurski, 2025). Nie będzie szacunku dla mniejszości ani zmian w prawie aborcyjnym (Wieliński, 2025a). W GW prosi się, lub wręcz apeluje, aby nie głosować na Karola Nawrockiego (Brejdygant, 2025b), gdyż Polska może stać się pod jego rządami państwem mafijnym (Brejdygant, 2025c).

Oprócz bycia zagrożeniem dla obywateli Nawrocki stwarza zagrożenie również dla państwa polskiego jako takiego (Brejdygant, 2025a, 2025b). Zwycięstwo tego kandydata może się przyczynić do realizacji politycznego celu Władimira Putina, jakim jest zniszczenie Unii Europejskiej (Wielowieyska, 2025b). Nawrocki działa na szkodę naszego państwa, grając w jednej drużynie z Putinem (Imielski, 2025c). Jako prezydent będzie dążył do sojuszu z Rosją, zamiast zająć się umacnianiem relacji z Unią Europejską (Beylin, 2025a) – już w kampanii wyborczej krytykował bardziej UE niż Rosję (Beylin, 2025b). Nawrocki powtarza

putinowską propagandę (Beylin, 2025a). Gdyby wygrał z Rafałem Trzaskowskim, władze w Moskwie byłyby z tego powodu bardzo zadowolone (Wieliński, 2025a).

Zwycięstwo Nawrockiego skutkowałoby wzrostem znaczenia eurosceptyków w wielu krajach UE (Kurski, 2025), co stanowiłoby ogromny cios dla całej Europy (Wieliński, 2025a). Sojusze w Unii Europejskiej Karol Nawrocki będzie zawierał z politykami prorosyjskimi i antyukraińskimi (Kurski, 2025), nie rozumie bowiem nic z mądrości przekazywanych przez nieżyjącego już Jerzego Giedroycia (Brejdygant, 2025a). Jeśli wygra z Trzaskowskim, będzie to także cios dla walczącej z Rosją Ukrainy (Brejdygant, 2025b; Wieliński, 2025a), gdyż szybko porzuci ją na rzecz państwa, które na nią napadło (Imielski, 2025d). Na dodatek Nawrocki ma wasalski stosunek wobec Donalda Trumpa (Kurski, 2025) i fobię antysemicką (Brejdygant, 2025b).

Warto jeszcze zwrócić uwagę, że wedle narracji GW wyborcy Karola Nawrockiego są „zainfekowani toporną i prymitywną propagandą" (Brejdygant, 2025a), oślepieni, otumanieni przez demagogów oraz „agentów wrogiego mocarstwa" (Brejdygant, 2025b). Ponadto nie zdają sobie sprawy, że wybór tego kandydata oznacza wybór PiS, a Prawo i Sprawiedliwość to – zgodnie z omawianą narracją – Rosja (Kowalski, 2025). Na marszach popierających Karola Nawrockiego wśród jego zwolenników panuje „duch odwetu za wszelką cenę" (Wieliński, 2025c).

Wizerunek Karola Nawrockiego w „Gazecie Polskiej Codziennie"

W charakterystyce Karola Nawrockiego w „Gazecie Polskiej Codziennie" częstokroć obok rzeczownika „kandydat" pojawia się przymiotnik „obywatelski" (Przemyłski, 2025a, 2025b, 2025d, 2025f; Polak-Pałkiewicz, 2025; Świetlik, 2025b). Karol Nawrocki według GPC to człowiek kulturalny, utalentowany (Polak-Pałkiewicz, 2025), opanowany (Wszołek, 2025c) i pracowity (Maciejewski, 2025a). Szanuje ludzi wierzących (Bober, 2025), jest zwolennikiem rozwoju Polski (Ratajczyk, 2025). Ma dobre kontakty z europejskimi i światowymi liderami (Mucha, 2025b; Przemyłski, 2025e, 2025g, 2025h), przede wszystkim z Amerykanami i administracją Donalda Trumpa (Kryszczak, 2025). Jeśli Nawrocki zostanie prezydentem, będzie gwarantem amerykańskiej pomocy dla Polski (Przemyłski, 2025i; Świetlik, 2025a).

Kwestie związane z kawalerką, sutenerstwem i „kibolską" przeszłością, które w GW tworzyły akt oskarżenia przeciwko kandydatowi na prezydenta, w narracji GPC są przykładem tego, w jaki sposób działa państwo polskie po alternacji władzy w 2023 r. Nawrocki padł bowiem ofiarą niesłusznego (Galarowicz, 2025b), „obrzydliwego" ataku, który jest czymś „w rodzaju psychiczno-duchowego mordu

czy moralnego linczu" (Galarowicz, 2025a). Aby dokonać „ubabrania w gnojówce" (Wszołek, 2025b) Karola Nawrockiego, wykorzystano całą machinę „państwa Tuska", włączając w to służby specjalne (Karnkowski, 2025b; Wszołek, 2025d). Afera (a raczej „afera") z kawalerką jest nazywana „dętą", „fikcyjną" i „rzekomą" (Karnkowski, 2025a, 2025c; Mucha, 2025a; Przemyłski, 2025b, 2025c). Zgodnie z przekazem GPC zmasowany atak na rywala Trzaskowskiego wynika stąd, że rząd chce przekształcić Polskę w państwo podporządkowane woli jednej osoby – osoby, która sama stanowi li tylko „niemiecki projekt" (Przemyłski, 2025c). Zdaniem autorów tekstów w GPC nagonka i dehumanizacja, jakim poddaje się Karola Nawrockiego oraz całą społeczność skupioną przy tym „obywatelskim kandydacie", jest prowadzona według wzorców propagandy nazistowskiej (Karnkowski, 2025c).

Publicyści GPC mają „obywatelskiemu kandydatowi" (a także jego sztabowi) za złe, że w wyjaśnianiu sprawy kawalerki i Jerzego Z. panował chaos informacyjny i pojawiały się niespójne komunikaty (Karnkowski, 2025b; Wszołek, 2025a). Nawrockiemu zarzuca się również niewykorzystanie wszystkich okazji do rozprawy z przeciwnikiem, które nadarzyły się podczas debaty telewizyjnej z Rafałem Trzaskowskim (Karnkowski, 2025d).

Wybór Karola Nawrockiego na prezydenta Rzeczypospolitej GPC ocenia jako szansę na przetrwanie „naszej" cywilizacji. Jeśli nie uda mu się objąć najwyższego urzędu w państwie, Polska jako idea zniknie w samych Polakach – obywatele staną się „lepszymi" niewolnikami, gdyż zapomną o wierze swoich przodków (Polak-Pałkiewicz, 2025).

Wizerunek Rafała Trzaskowskiego w „Gazecie Wyborczej"

W „Gazecie Wyborczej" wielokrotnie pojawiają się bezpośrednie apele o głosowanie na Rafała Trzaskowskiego[1] (Brejdygant, 2025b; Gawkowski, 2025; Lilental, 2025; Ogólnopolski Strajk Kobiet, 2025; Traczyk-Stawska i in., 2025; Wałęsa i in., 2025). Dzieje się tak nawet przed pierwszą turą wyborów – nakłania się wprost, aby oddać głos na niego, a nie na innych kandydatów „obozu demokratycznego" (Brejdygant, 2025a). Pada wręcz twierdzenie, że każdy prawy człowiek ma obowiązek głosować na tego pretendenta do urzędu prezydenckiego

[1] Należy także wspomnieć o odrobinę subtelniejszej formie zachęty, a mianowicie okładce GW z piątku 16 maja 2025 r., na której widnieje duży napis „DAJ GŁOS DEMOKRACJI", oraz pierwszej stronie numeru z soboty 24 maja 2025 r., gdzie umieszczone zostało zdjęcie Rafała Trzaskowskiego i Karola Nawrockiego, a pod nimi kwadraty przypominające te znajdujące się na kartach wyborczych. Przy Trzaskowskim wydrukowano znak „X" i napis „Wybieram przyszłość".

(Michalik, 2025). Głos na Trzaskowskiego oznacza bowiem głos na Polskę, która stanowi część Europy (Gawkowski, 2025).

Wybór pomiędzy Rafałem Trzaskowskim a Karolem Nawrockim to najprostszy wybór w całych dziejach III Rzeczypospolitej – pierwszy z nich jest najbardziej kompetentnym kandydatem, jaki w drugiej turze ubiegał się o ten urząd począwszy od 1990 r. (Kisilowski, 2025). Niektórzy autorzy GW uważają, że Trzaskowskiego można nazwać „wehikułem naszych nadziei" (Kurski, 2025). Jeśli bowiem nie zostałby on wybrany na prezydenta, „to cała nasza [tj. Polski – J.K.] pozycja upada" (Brejdygant, 2025b).

Rafał Trzaskowski zgodnie z narracją GW jest kandydatem „europejskim", wolnym od „populistycznych zapędów" (Pieczora, 2025; Środa, 2025), doświadczonym pomimo „młodego ducha" (Brejdygant, 2025b) i kompetentnym (Wieliński, 2025c). Zna wiele języków (Środa, 2025) i znacząco przewyższa intelektualnie swojego kontrkandydata (Maziarski, 2025b). Z szacunkiem odnosi się do innych (Gawkowski, 2025), jest również uczciwy (Imielski, 2025d), lub wręcz „ponadprzeciętnie uczciwy" (Kisilowski, 2025). W charakterystyce Rafała Trzaskowskiego pojawiają się też określenia takie jak „elitarność" (Środa, 2025) czy „brak wybujałych ambicji" (Kisilowski, 2025), które wedle autorów cytowanych tekstów są jednoznacznie pozytywne. Będąc prezydentem Warszawy, zrobił wiele dobrego dla społeczności LGBT (Nodzyńska, 2025).

W GW napotkać można także elementy nieco krytycznie odnoszące się do jego postaci. Trzaskowski ma nieprzyjemny głos, gdy krzyczy (Pawlikowski, 2025), zaniedbuje kampanię w internecie (Grzegrzółka, 2025) i stosuje nieodpowiednią retorykę w sprawie świadczenia 800+ dla obywateli Ukrainy (Kokot, 2025). Ponadto lekceważy mobilizację progresywnych wyborców (Machowski, 2025) i podczas kampanii nie wspomina wystarczająco często o osobach LGBT (Nodzyńska, 2025).

Wizerunek Rafała Trzaskowskiego w „Gazecie Polskiej Codziennie"

W „Gazecie Polskiej Codziennie" Rafał Trzaskowski bywa nazywany „zastępcą" Donalda Tuska (Kuź, 2025b; Rybicki, 2025), wiceszefem partii Donalda Tuska (Nisztor, 2025a) lub kandydatem Tuska (Świetlik, 2025b). To polski premier – a nie żaden europejski lider – jest także jego największym sojusznikiem (Przemyłski, 2025e).

Rafał Trzaskowski według GPC „zmienia poglądy niczym rękawiczki" (Galarowicz, 2025c) – mówi ludziom to, co chcą usłyszeć, nie dbając o spójność swoich wypowiedzi. Jeszcze niedawno bowiem miał troszczyć się o społeczność LGBT, teraz zaś okazuje się „niemalże byłym ministrantem, którego przenika

duch papieski" (Świetlik, 2025c). Jest w stanie jedną ręką zdjąć ze ściany krzyż, a drugą się przeżegnać (Maciejewski, 2025c). W sprawie wiary i stosunku do Kościoła tylko udaje katolika (Wołodźko, 2025c). Podobna niespójność wiąże się z kwestią Marszu Niepodległości – raz Trzaskowski chce go zakazać, a raz ogłasza, że w nim pójdzie (Maciejewski, 2025c; Molga, 2025c).

Trzaskowski zdaniem autorów GPC to człowiek leniwy (Jastrzębowski, 2025), zideologizowany (Lizinkiewicz, 2025g), obłudny (Przemyłski, 2025k), cyniczny i tchórzliwy (Molga, 2025e; Przemyłski, 2025l). Jest osobą słabą psychicznie (Wysocki, 2025), która nie radzi sobie z własnymi emocjami i w stresujących sytuacjach (Karnkowski, 2025e; Wszołek, 2025e), a także prostacko obraża ludzi (Świetlik, 2025c).

Wielokrotnie w opisach jego postaci występuje słowo „pogarda" (Molga, 2025e) – np. od Trzaskowskiego „bije pogarda" (Wszołek, 2025e) czy pokazuje on „pogardliwą wyższość" (Karnkowski, 2025e). Rafał Trzaskowski jest bowiem „produktem komunistycznych elit, które zawsze gardziły ludźmi" (Sakiewicz, 2025a). Często pojawia się też słowo „kłamstwo" (Przemyłski, 2025k; Świetlik, 2025b) lub synonimy – np. Trzaskowski „ordynarnie łże" (Świetlik, 2025c), mówiąc o przyjmowaniu do Polski migrantów. Kłamał w sprawie Zielonego Ładu (Przemyłski, 2025k) oraz w trakcie debaty z Karolem Nawrockim (Karnkowski, 2025d).

W Warszawie jako prezydent miasta podejmuje „antyspołeczne" działania, m.in. bez konsultacji społecznych zarządził prywatyzację jednej z kamienic przy ulicy Marszałkowskiej (Przemyłski, 2025j; Wołodźko, 2025a). Brakuje mu bowiem jakiejkolwiek litości czy empatii – wskutek wspomnianej decyzji znalazły się na bruku osoby z małym dzieckiem (Grodecki, 2025). Podobny los spotkał w sumie czterdzieści rodzin, gdyż prezydent Trzaskowski chce sprzedać ową kamienicę deweloperowi (Lizinkiewicz, 2025c).

Za jego prezydentury w Warszawie odbyły się największe polowanie na dziki w historii stolicy, masowe wycinanie zieleni miejskiej (Lizinkiewicz, 2025d) oraz ekspozycja pornograficznych komiksów dla dzieci (Maciejewski, 2025c). Trzaskowski wspiera tam „ekoterrorystów" (Lizinkiewicz, 2025g). Jeden z lokali wynajętych przez miasto był „dziuplą" siatki przemycającej nielegalnych migrantów (Wierzchosławski, 2025). Ponadto w Warszawie są budowane ośrodki dla imigrantów bez wcześniejszego przeprowadzenia konsultacji społecznych w tejże sprawie (Lizinkiewicz, 2025h).

Trzaskowski ma powiązania z osobami, które pojawiają się w „aferze śmieciowej" (Nisztor, 2025a, 2025c) i w „aferze GetBack" (Nisztor, 2025d), a także niewyjaśnione relacje z pedofilem, działaczem Platformy Obywatelskiej (Karnkowski, 2025d). Rafała Trzaskowskiego wspierają biznesmeni, deweloperzy (Nisztor, 2025b; Wołodźko, 2025a), przemytnicy ludzi (Lizinkiewicz, 2025e), ekoaktywiści (Lizinkiewicz, 2025d), tajne służby (Maciejewski, 2025b) i media publiczne nielegalnie przejęte przez Koalicję Obywatelską (Wszołek, 2025c).

Z kolei jego współpracownicy ze sztabu wyborczego prawdopodobnie biorą narkotyki (Lizinkiewicz, 2025b).

Kampanię, którą prowadzi, określa się jako „nielegalną" (Molga, 2025a) lub „nielegalnie finansowaną" (Kuź, 2025b; Molga, 2025c). Zaplecze Trzaskowskiego jest zaangażowane w „nielegalne" działania mające zdyskredytować Karola Nawrockiego (Mucha, 2025c) – dotyczy to nawet żony prezydenta stolicy Małgorzaty, która pracuje u osoby finansującej „hejt" na kontrkandydata (Lizinkiewicz, 2025a). Trzaskowski prowadzi więc „brudną" kampanię (Molga, 2025b, 2025c, 2025d; Wszołek, 2025d).

Według publikacji GPC, jeśli Rafał Trzaskowski zwycięży w wyborach, Rzeczpospolita „zacznie się zmieniać w bantustan, przyjazny wyłącznie bogatym i najbogatszym" (Wołodźko, 2025a). Polska zostanie użyta, by „wypychać" Stany Zjednoczone z Europy (Sakiewicz, 2025b). Wygrana Trzaskowskiego może oznaczać „zniszczenie całego dorobku demokratycznego" (Sakiewicz, 2025a). System polityczny w Polsce zostanie „domknięty", a „cały kraj wkroczy do owej »doliny cienia«, o której mówi psalm" (Kuź, 2025a). Niezależni sędziowie będą upokarzani, wprowadzi się cenzurę, niewykluczona jest delegalizacja ugrupowań prawicowych (Teluk, 2025). Dojść może nawet do wojny domowej (Wszołek, 2025d). Niezależne media zostaną wyłączone, księża będą siedzieć w więzieniach, a „naszymi dziećmi będzie się zajmować banda zboczeńców" (Sakiewicz, 2025b). Jeśli Trzaskowski objąłby urząd prezydenta, Polska znalazłaby się w „łapach liberalnych drapieżników" (Wołodźko, 2025b). W narracji GPC występuje pogląd, że kto nie określi się jasno przeciw Trzaskowskiemu, temu nie leży na sercu dobro Polski (Galarowicz, 2025c).

Wedle publicystów GPC wysokie poparcie dla niego jest spowodowane dużą sympatią „fanatyków Tuska", dla których los ojczyzny się nie liczy, ale – jak podkreśla autor jednego z tekstów – „oni z Polakami nie wygrają" (Rybicki, 2025). Trzaskowskiego popierają „Julki", a więc grupa najbardziej podatna na propagandę, uformowana przez oddziaływanie mediów społecznościowych (Świetlik, 2025b), oraz „postkomuniści i zdeprawowani postsolidarnościowcy", którzy od początku transformacji ustrojowej wyśmiewali prostych ludzi pracy, udając raz lewicę, raz „katolików z łagiewnickiego kościoła" (Wołodźko, 2025b).

Wyborcy Rafała Trzaskowskiego według GPC są wulgarni i skłonni do agresji – kierują się przede wszystkim negatywnymi emocjami: „strachem, nienawiścią, zawiścią, żądzą zemsty" (Świetlik, 2025b). Podczas marszu poparcia dla tego kandydata jego zwolennicy prezentowali symbole ważne dla ich środowiska, a więc pośród flag Polski były także flagi Unii Europejskiej i LGBT (Przemyłski, 2025f). Na owym marszu poparcia na widok dziennikarzy prawicowych mediów wyborcy Trzaskowskiego mieli rzucać się na nich z agresją. Ci ludzie są bowiem fanatyczni, „przekonani o swojej europejskości, wyższości, wszechwiedzy, wyobrażający sobie polskich konserwatystów jako troglodytów, których wypadałoby jedynie zamknąć w getcie" (Maciejewski, 2025c).

Podsumowanie

Z przeprowadzonych analiz wynika, że wizerunek pretendentów do urzędu prezydenta w wyborach 2025 r. diametralnie różnił się w zależności od światopoglądu, jaki reprezentuje dziennik ich opisujący. Poddane badaniu tytuły prasowe nie ukrywały swojej sympatii dla określonego kandydata i wyrażały stosunek krytyczny wobec jego konkurenta – apelując o konkretne głosowanie lub przestrzegając przed innym wskazaniem. Co więcej, w analizowanych dziennikach częściej krytykowano kandydata, z którym gazeta nie sympatyzowała, niż wspierano kandydata cieszącego się jej poparciem. Tym samym należy stwierdzić, że obie hipotezy zostały potwierdzone. Warto także odnotować, że liczba tekstów na dwa tygodnie przed drugą turą była znacznie większa niż liczba tekstów na dwa tygodnie przed pierwszą turą wyborów, co może sugerować, iż dla analizowanych dzienników ogólnopolskich wspieranie i krytykowanie określonych kandydatów stanowiło kwestię, jeśli nie egzystencjalną, to co najmniej bardzo istotną.

Przekazy medialne w „Gazecie Wyborczej" i „Gazecie Polskiej Codziennie" były bardzo emocjonalne, a wizerunki prezentowanych kandydatów – skrajnie odmienne. Choć czasami oba dzienniki wspominały o tych samych wydarzeniach (np. kawalerce Karola Nawrockiego czy marszach poparcia dla kandydatów), były one przez autorów materiałów prasowych interpretowane zupełnie inaczej. Rzeczona kawalerka urosła do rangi symbolu – funkcjonowała z jednej strony jako synonim moralnej zgnilizny, kłamstwa i krętactwa, a z drugiej jako narzędzie barbarzyńskiej operacji wymierzonej w obywatelskiego kandydata na prezydenta. Można też stwierdzić, że wizje hipotetycznej przyszłości, które kreowali publicyści GW i GPC i które miałyby się ziścić w razie przegranej popieranego przez nich kandydata, częstokroć były w obu przypadkach katastroficzne (np. z jednej strony Polska zmierzająca do dyktatury, a z drugiej – koniec Polski jako idei).

Kwestią poruszoną w niniejszej analizie, ale wymagającą dalszych badań jest dyskredytacja wyborców kandydata, z którym autorzy materiałów prasowych nie sympatyzowali. Wielokrotnie pojawiały się bowiem obraźliwe określenia członków tej samej wspólnoty politycznej – czasem nawet ich z niej wykluczające. Chociaż rozróżnienie na „nas" i „onych" może się wydawać nie do wyeliminowania (Schmitt, 2000, s. 198), warto pamiętać, że różnica między „nami" a „nimi" stanowi pewne kontinuum, na którego końcu znajduje się „wróg" (Chlebda, 2017, s. 16). Popierający „ich" kandydata nie muszą być zatem egzystencjalnym zagrożeniem dla wyborców „naszego" kandydata – aczkolwiek z przytoczonych fragmentów prasowych można by wywnioskować, że jednak są.

Bibliografia

Adamczyk, D. (2022). Wizerunek medialny kandydatów na urząd prezydenta RP w kampanii wyborczej 2020 r. Analiza wybranych telewizyjnych serwisów informacyjnych. *Łódzkie Studia Teologiczne*, *31*(2), 9–36. https://doi.org/10.52097/lst.2022.2.9-36

Annusewicz, O. (2023). Wizerunek polityczny. W: P. Kuca i W. Furman (red.), *Komunikowanie polityczne w teorii i praktyce* (s. 53–61). Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Boomgaarden, H., Boukes, M., Iorgoveanu, A. (2016). Image versus text: How newspaper reports affect evaluations of political candidates. *International Journal of Communication*, *10*, 2529–2555.

Chlebda, W. (2017). Jak (w Polsce) zostać Innym?. W: M. Karwatowska, R. Litwiński i A. Siwiec (red.), *Obcy inny. Analiza przypadków* (s. 13–26). Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Cichosz, M. (2003). *(Auto)kreacja wizerunku polityka na przykładzie wyborów prezydenckich w III RP.* Wydawnictwo Adam Marszałek.

Filimonov, K., Russmann, U., Svensson, J. (2016). Picturing the party: Instagram and party campaigning in the 2014 Swedish elections. *Social Media + Society*, *2*(3). https://doi.org/10.1177/2056305116662179

Grusell, M., Nord, L. (2023). Not so intimate Instagram: Images of Swedish political party leaders in the 2018 national election campaign. *Journal of Political Marketing*, *22*(2), 92–107. https://doi.org/10.1080/15377857.2020.1841709

Hoegg, J., Lewis, M.V. (2011). The impact of candidate appearance and advertising strategies on election results. *Journal of Marketing Research*, *48*(5), 895–909. https://doi.org/10.1509/jmkr.48.5.895

Hultman, M., Ulusoy, S., Oghazi, P. (2019). Drivers and outcomes of political candidate image creation: The role of social media marketing. *Psychology & Marketing*, *36*(12), 1226–1236. https://doi.org/10.1002/mar.21271

Kasińska-Metryka, A. (2006). Wizerunek kandydata na prezydenta – polityczna poprawność kontra marketingowe wyzwania. Analiza wizerunku D. Tuska i L. Kaczyńskiego na podstawie kampanii prezydenckiej w Polsce w 2005 roku. *Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne*, *15*, 157–168. https://doi.org/10.15804/athena.2006.15.08

Kozera, M., Biełaniec, K. (2021). Polityk jako produkt polityczny na przykładzie kandydatów w wyborach prezydenckich 2010 roku w Polsce. *Prawo i Polityka*, *10*, 56–75.

Krupa, J. (2021). Rzeczywistości równoległe – wizerunki kandydatów na urząd Prezydenta Rzeczpospolitej Polskiej w 2020 roku w „Gazecie Wyborczej" i „Naszym Dzienniku". *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Politologica*, *26*(336), 54–63. https://doi.org/10.24917/20813333.26.4

Lalancette, M., Raynauld, V. (2019). The power of political image: Justin Trudeau, Instagram, and celebrity politics. *American Behavioral Scientist*, *63*(7), 888–924. http://doi.org/10.1177/0002764217744838

Leszczuk-Fiedziukiewicz, A. (2010). Strategie ocieplania i kontrolowania wizerunku polityka na przykładzie prezydenckiej kampanii wyborczej 2010 r. *Studia Politologiczne*, *19*, 142–198.

Lisowska-Magdziarz, M. (2006). *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów.* Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Olszanecka-Marmola, A. (2020). *Czy telewizyjna reklama polityczna może zmienić wizerunek kandydata? Studium empiryczne wyborów prezydenckich 2015*. Wydawnictwo Adam Marszałek.

Pisarek, W. (1983). *Analiza zawartości prasy.* Ośrodek Badań Prasoznawczych.

Schmitt, C. (2000). *Teologia polityczna i inne pisma*, przeł. M.A. Cichocki. Znak.

Stępińska, A. (2006). Wizerunek polityka lokalnego i rola środków masowego przekazu w jego kształtowaniu. *Środkowoeuropejskie Studia Polityczne*, *2*, 151–163.

Wierak, K. (2020). Medialny obraz polityka w tygodniku opinii „Newsweek" w prezydenckiej kampanii wyborczej z 2015 roku w Polsce. *Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne*, *66*, 35–47. http://doi.org/10.15804/athena.2020.66.03

Materiały prasowe

Beylin, M. (2025a). PiS zapowiada: Żegnaj, Unio! Witaj, Moskwo!. *Gazeta Wyborcza*, *103*, 2.

Beylin, M. (2025b). Pułapka mniejszego zła. *Gazeta Wyborcza*, *116*, 2.

Bober, M. (2025). Bez przypadkowych gości. *Gazeta Polska Codziennie*, *88*, 2.

Brejdygant, S. (2025a). Te wybory zdecydują o tym, kim jesteśmy i w jakim kraju chcemy żyć. *Gazeta Wyborcza*, *111*, 13.

Brejdygant, S. (2025b). Chyba to już moja ostatnia refleksja o narodzie, do którego należę. *Gazeta Wyborcza*, *117*, 12.

Brejdygant, S. (2025c). Rodacy, opamiętajcie się!. *Gazeta Wyborcza*, *124*, 15.

Czerwiński, A. (2025). Jestem osobą LGBT, w pierwszej linii do odstrzału. *Gazeta Wyborcza*, *124*, 15.

Czuchnowski, W. (2025a). To kolejny alarm. *Gazeta Wyborcza*, *108*, 2.

Czuchnowski, W. (2025b). NIK i kolejny apartament Nawrockiego. *Gazeta Wyborcza*, *122*, 7.

Feret, M. (2025). Nie lamentować, a się mobilizować. Do roboty przed II turą. *Gazeta Wyborcza*, *115*, 7.

Galarowicz, L. (2025a). Oszczercy w roli moralistów. *Gazeta Polska Codziennie*, *90*, 2.

Galarowicz, L. (2025b). Murański autorytetem Tuska. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 2.

Galarowicz, L. (2025c). Racja stanu. *Gazeta Polska Codziennie*, *98*, 2.

Gawkowski, K. (2025). Apel do przyjaciół z partii Razem. *Gazeta Wyborcza*, *121*, 5.

Grodecki, T. (2025). Trzaskowski bez litości. Na bruk wylatuje rodzina z 6-letnim dzieckiem. *Gazeta Polska Codziennie*, *92*, 3.

Grzegrzółka, M. (2025). Przekonajmy tych, którzy są antysystemowi, ale dobro Polski leży im na sercu. *Gazeta Wyborcza*, *118*, 15.

Imielski, R. (2025a). Daj głos demokracji. *Gazeta Wyborcza*, *112*, 1.

Imielski, R. (2025b). Druga tura: prawdziwy test dla demokratów. *Gazeta Wyborcza*, *114*, 2.

Imielski, R. (2025c). Ukraina w NATO to bezpieczniejsza Polska. *Gazeta Wyborcza*, *118*, 2.
Imielski, R. (2025d). Wybierzmy dobrze! Polska zasługuje na uczciwość. *Gazeta Wyborcza*, *124*, 1.
Jastrzębowski, S. (2025). Trzaskowski w panice. KO gra na Nawrockiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *99*, 12.
Karnkowski, K. (2025a). Kto atakuje Nawrockiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *87*, 2.
Karnkowski, K. (2025b). Nawrocki nie traci szans na prezydenturę. *Gazeta Polska Codziennie*, *91*, 12.
Karnkowski, K. (2025c). Bitwa o wszystko. *Gazeta Polska Codziennie*, *96*, 13.
Karnkowski, K. (2025d). Trzaskowski nie zyskuje, Nawrocki nie traci. *Gazeta Polska Codziennie*, *100*, 12.
Karnkowski, K. (2025e). Panika w obozie Trzaskowskiego. Służby wchodzą do gry. *Gazeta Polska Codziennie*, *86*, 13.
Katka, K. (2025a). W taką historię Karola Nawrockiego mamy uwierzyć?. *Gazeta Wyborcza*, *104*, 6.
Katka, K. (2025b). Bankowa rola Nawrockiego. *Gazeta Wyborcza*, *105*, 1.
Katka, K. (2025c). To Nawrocki był z gotówką w banku, choć podawał inną wersję. *Gazeta Wyborcza*, *105*, 4–5.
Kisilowski, M. (2025). Trzaskowski to mniejsze zło? Bez żartów. *Gazeta Wyborcza*, *124*, 14.
Kokot, M. (2025). Dlaczego Europa wybiera skrajną prawicę? [rozmowa z Dominiką Pszczółkowską]. *Gazeta Wyborcza*, *115*, 10–11.
Kondzińska, A. (2025). PiS powstrzymuje się przed atakowaniem Mentzena. *Gazeta Wyborcza*, *111*, 7.
Kowalski, K. (2025). Syndrom świętego mikołaja. *Gazeta Wyborcza*, *117*, 13.
Kryszczak, P. (2025). Biały Dom potwierdza: Nawrocki przyczynił się do decyzji o zniesieniu ograniczeń eksportu technologii AI do Polski. *Gazeta Polska Codziennie*, *94*, 9.
Kublik, A. (2025a). 28,5 m kw. błędów Nawrockiego. *Gazeta Wyborcza*, *105*, 2.
Kublik, A. (2025b). Kawalerka wybuchła im w rękach [rozmowa z Mirosławem Oczkosiem]. *Gazeta Wyborcza*, *110*, 4–5.
Kublik, A. (2025c). Wynik Trzaskowskiego powinien być nauczką dla jego sztabu [rozmowa z Andrzejem Rychardem]. *Gazeta Wyborcza*, *116*, 4–5.
Kurski, J. (2025). Po pierwsze – nie kwękać. *Gazeta Wyborcza*, *119*, 7.
Kuź, M. (2025a). Dolina cienia. *Gazeta Polska Codziennie*, *90*, 2.
Kuź, M. (2025b). Tusk przegra. *Gazeta Polska Codziennie*, *94*, 2.
Lilental, W. (2025). Potrzebujemy prezydenta, który będzie naprawdę szanował konstytucję. *Gazeta Wyborcza*, *110*, 15.
Lisiewicz, P. (2025). Trzaskowski – lider niechęci. *Gazeta Polska Codziennie*, *90*, 2.
Lizinkiewicz, J. (2025a). Nielegalnie finansowany hejt na Nawrockiego i Mentzena. *Gazeta Polska Codziennie*, *86*, 3.
Lizinkiewicz, J. (2025b). Narkotykowa afera w sztabie Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *92*, 7.

Lizinkiewicz, J. (2025c). 40 rodzin wyrzuconych z mieszkań. Bo Trzaskowski chce sprzedać kamienicę deweloperowi. *Gazeta Polska Codziennie*, *93*, 4.
Lizinkiewicz, J. (2025d). Ekoaktywiści za Trzaskowskim. Planują go „popychać" ku ekoszaleństwom. *Gazeta Polska Codziennie*, *98*, 6.
Lizinkiewicz, J. (2025e). Przemytnicy murem za Trzaskowskim. *Gazeta Polska Codziennie*, *99*, 3.
Lizinkiewicz, J. (2025f). Trzaskowski ze sztabem uciekają od tematu narkotyków. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 4.
Lizinkiewicz, J. (2025g). PiS ostrzega: Zielony Ład istnieje i będzie przyspieszał. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 4.
Lizinkiewicz, J. (2025h). Warszawa buduje ośrodki dla imigrantów bez konsultacji. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 4.
Machowski, A. (2025). Dlaczego ośrodki badania opinii publicznej poniosły porażkę?. *Gazeta Wyborcza*, *115*, 6.
Maciejewski, J. (2025a). „Imponująca pracowitość". Ujawniamy, jak prof. Dudek piał z zachwytu nad Nawrockim. *Gazeta Polska Codziennie*, *98*, 14.
Maciejewski, J. (2025b). Powrót carskiej gwardii. *Gazeta Polska Codziennie*, *89*, 2.
Maciejewski, J. (2025c). Tylko mobilizacja pozwoli wygrać. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 12.
Maziarski, W. (2025a). Nawrocki: co dzień nowa kompromitacja. *Gazeta Wyborcza*, *121*, 2.
Maziarski, W. (2025b). Kandydat ze wspomaganiem. *Gazeta Wyborcza*, *120*, 2.
Michalik, M. (2025). Osoba obrażana nigdy nie spełni oczekiwań osoby obrażającej. *Gazeta Wyborcza*, *121*, 13.
Molga, J. (2025a). Nielegalna kampania trwa, władza gra na czas w interesie Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *98*, 5.
Molga, J. (2025b). Festiwal manipulacji na ratunek Trzaskowskiemu. *Gazeta Polska Codziennie*, *100*, 5.
Molga, J. (2025c). Brudna kampania – jedyna strategia Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 5.
Molga, J. (2025d). „Tusk łgał jak pies". Cały aparat władzy pracuje na rzecz brudnej kampanii. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 5.
Molga, J. (2025e). Trzaskowski stchórzył przed Nawrockim. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 5.
Mucha, W. (2025a). Operacja: umoczyć Nawrockiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *87*, 12.
Mucha, W. (2025b). CPAC Polska to wielki sukces. Kristi Noem nie pozostawiła złudzeń. *Gazeta Polska Codziennie*, *104*, 13.
Mucha, W. (2025c). Akcja niedemokratyczna. Nielegalne działania w kampanii Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *99*, 14.
Nisztor, P. (2025a). Jak Bodnar chroni Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *88*, 12–13.
Nisztor, P. (2025b). Biznesmeni od nieruchomości i nielegalne wpłaty na wiceszefa PO. *Gazeta Polska Codziennie*, *94*, 6.

Nisztor, P. (2025c). Człowiek Trzaskowskiego z posadą w państwowym koncernie. *Gazeta Polska Codziennie*, *99*, 6.
Nisztor, P. (2025d). Szara eminencja Tuska w toruńskim pubie. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 8.
Nodzyńska, P. (2025). „Pamiętamy, jak PiS pałował nas na marszach" [rozmowa z Bartem Staszewskim]. *Gazeta Wyborcza*, *121*, 6–7.
Ogólnopolski Strajk Kobiet (2025). Żądamy, abyście poparły i poparli Rafała Trzaskowskiego w II turze. *Gazeta Wyborcza*, *117*, 13.
Pawlikowski, D. (2025). Walka o głosy na głosy. *Gazeta Wyborcza*, *106*, 17.
Pieczora, K. (2025). Nie lamentować, a się mobilizować. Do roboty przed II turą. *Gazeta Wyborcza*, *115*, 7.
Polak-Pałkiewicz, E. (2025). Niemiecka specjalność kontra polski talent. *Gazeta Polska Codziennie*, *94*, 12.
Przemyłski, J. (2025a). Prezydent Trump do Nawrockiego: Wygrasz. *Gazeta Polska Codziennie*, *85*, 3.
Przemyłski, J. (2025b). Reżim Tuska kontra obywatelski kandydat. *Gazeta Polska Codziennie*, *86*, 3.
Przemyłski, J. (2025c). Tusk sięga po służby, media i sejm, aby zniszczyć Nawrockiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *87*, 3.
Przemyłski, J. (2025d). Prof. Cenckiewicz z zarzutami za film „Reset". *Gazeta Polska Codziennie*, *89*, 5.
Przemyłski, J. (2025e). Wojna Tuska z proamerykańskimi politykami. Po Trumpie przyszedł czas na Simona. *Gazeta Polska Codziennie*, *93*, 6.
Przemyłski, J. (2025f). Nawrocki: Chcemy Polski marzeń. Tusk szczerze: Polską rządzą polityczni gangsterzy. *Gazeta Polska Codziennie*, *100*, 3.
Przemyłski, J. (2025g). Startuje CPAC Polska. Światowi liderzy konserwatystów spotykają się z Karolem Nawrockim. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 3.
Przemyłski, J. (2025h). Nawrocki ze wsparciem konserwatywnych liderów z całego świata. *Gazeta Polska Codziennie*, *102*, 3.
Przemyłski, J. (2025i). Prezydent Nawrocki to amerykańskie gwarancje prezydenta od Trumpa. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 3.
Przemyłski, J. (2025j). Ratusz Trzaskowskiego jak czyściciele kamienic. *Gazeta Polska Codziennie*, *89*, 6.
Przemyłski, J. (2025k). Festiwal kłamstw i manipulacji Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *92*, 4–5.
Przemyłski, J. (2025l). Trzaskowski w 2020 zdezerterował z debaty w Końskich. Teraz znowu stchórzył. *Gazeta Polska Codziennie*, *104*, 3.
Ratajczyk, A. (2025). Budowa CPK jest konieczna [rozmowa ze Stanisławem Wojterą]. *Gazeta Polska Codziennie*, *102*, 8.
Reykowski, J. (2025). Lekcja historii najnowszej dla odświeżenia pamięci. *Gazeta Wyborcza*, *122*, 12–13.
Rybicki, P. (2025). Fanatyczni wyborcy. *Gazeta Polska Codziennie*, *85*, 2.
Sadurski, W. (2025). Taka będzie Polska, jeśli wygra Nawrocki. *Gazeta Wyborcza*, *120*, 15.
Sakiewicz, T. (2025a). Jak odzyskać Polskę. *Gazeta Polska Codziennie*, *94*, 2.

Sakiewicz, T. (2025b). Od ciebie zależy wynik wyborów. *Gazeta Polska Codziennie*, *104*, 2.
Środa, M. (2025). Nasza rodzina, Bayer Full i broda Zandberga. *Gazeta Wyborcza*, *116*, 13.
Świetlik, W. (2025a). Panika po spotkaniu Nawrockiego z Trumpem. *Gazeta Polska Codziennie*, *88*, 13.
Świetlik, W. (2025b). Do wioseł! Rozwój i szansa lub autorytarna smuta. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 14.
Świetlik, W. (2025c). Kampania między słowami. Jak Niemcy ufundowali państwo polskie. *Gazeta Polska Codziennie*, *85*, 13.
Teluk, T. (2025). Czas na zjednoczenie prawicy. *Gazeta Polska Codziennie*, *101*, 2.
Traczyk-Stawska, W., i in. (2025). Kochasz Polskę? Głosuj na Trzaskowskiego. *Gazeta Wyborcza*, *119*, 2.
Wałęsa, L., i in. (2025). Apel twórców „Solidarności" i działaczy podziemia antykomunistycznego. *Gazeta Wyborcza*, *121*, 2.
Wieliński, B. (2025a). Nie jesteśmy skazani na PiS. *Gazeta Wyborcza*, *115*, 2.
Wieliński, B. (2025b). W jakiej Polsce znajdziemy się za rok? [rozmowa z Antonim Dudkiem]. *Gazeta Wyborcza*, *119*, 4–5.
Wieliński, B. (2025c). Wspólnota jest wielką siłą. *Gazeta Wyborcza*, *120*, 1.
Wieliński, B. (2025d). Odwet Kaczyńskiego?. *Gazeta Wyborcza*, *122*, 2.
Wieliński, B., Wielowieyska, D. (2025). Ameryka zamiesza w kampanii?. *Gazeta Wyborcza*, *104*, 1.
Wielowieyska, D. (2025a). Ofensywny manewr Mentzena. *Gazeta Wyborcza*, *107*, 3.
Wielowieyska, D. (2025b). Wolę słabą demokrację niż silną dyktaturę [rozmowa z Adamem Michnikiem]. *Gazeta Wyborcza*, *107*, 10–13.
Wierzchosłowski, G. (2025). Lokal od Trzaskowskiego był „dziuplą" dla przestępczej siatki przemytników nielegalnych imigrantów. *Gazeta Polska Codziennie*, *98*, 3.
Wiszniewski, P. (2025). Beton skruszeje, pod warunkiem że nowym prezydentem nie zostanie Nawrocki. *Gazeta Wyborcza*, *118*, 15.
Wołodźko, K. (2025a). Chcecie takiej Polski?. *Gazeta Polska Codziennie*, *88*, 2.
Wołodźko, K. (2025b). Polska gorszych szans. My, największy wróg Trzaskowskiego. *Gazeta Polska Codziennie*, *103*, 14.
Wołodźko, K. (2025c). Skondensowany fałsz. *Gazeta Polska Codziennie*, *104*, 2.
Wszołek, G. (2025a). Dawkowanie napięcia jak to w służbach. *Gazeta Polska Codziennie*, *88*, 2.
Wszołek, G. (2025b). Służby nie mogą wybrać Polsce prezydenta. *Gazeta Polska Codziennie*, *90*, 12.
Wszołek, G. (2025c). Nawrocki nic sobie nie robi z ataków. *Gazeta Polska Codziennie*, *100*, 2.
Wszołek, G. (2025d). Nienawiść nie może wygrać. *Gazeta Polska Codziennie*, *104*, 12.
Wszołek, G. (2025e). Spocony i zmęczony Trzaskowski. Wysocka-Schnepf jakby zobaczyła ducha. *Gazeta Polska Codziennie*, *93*, 13.
Wysocki, K. (2025). Będzie tylko gorzej. *Gazeta Polska Codziennie*, *98*, 2.
Żytnicki, P., Wojciechowski, P. (2025). Bojówka Nawrockiego zagroziła: Bijcie się albo kroimy cywilów. *Gazeta Wyborcza*, *124*, 4–6.