

# Retoryka ruchów społecznych

## Rhetoric of social movements

5 (3) 2018 EDITOR: AGNIESZKA KAMPKA

ANNA M. KIEŁBIEWSKA

POLSKIE TOWARZYSTWO RETORYCZNE

ania.miloszewska@gmail.com

### Retoryka „czarnego marszu” na materiale hasel prezentowanych w przestrzeni publicznej

#### The „black march” rhetoric based on watchwords shown in public

#### Abstract

Artykuł stanowi próbę analizy retorycznej postulatów prezentowanych w przestrzeni publicznej podczas tzw. czarnego marszu, czyli demonstracji na rzecz obrony praw reprodukcyjnych polskich kobiet. Na podstawie zebranego materiału uzyskano barwny obraz środków retorycznych wykorzystanych w sloganach, bogactwa ich symboliki, nawiązań metaforycznych i innowacji językowych. Wyniki analizy pokazują przekrój sprawności perswazyjnej uczestników demonstracji oraz dają wgląd w stan dyskursu publicznego.

The article is an attempt at a rhetorical analysis of postulates presented in public space during the so-called „black march,” which was a demonstration for the defense of reproductive rights of Polish women. The collected material features a multilayered representation of rhetorical tools and strategies used in slogans; it also displays the wealth of their symbolism, metaphorical references and language innovations. The results of the analysis show an array of the persuasive skills of the demonstrators and give an insight into the state of public discourse.

#### Key words

retoryka, hasło, slogan, strajk kobiet, czarny marsz  
rhetoric, watchword, slogan, women’s strike, black march

#### License

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

Received: July 17, 2018 | Accepted: September 10, 2018

DOI: <https://doi.org/10.29107/rr2018.3.1>

**ANNA M. KIEŁBIEWSKA**  
POLSKIE TOWARZYSTWO RETORYCZNE  
ania.miloszewska@gmail.com

## **Retoryka „czarnego marszu” na materiale haseł prezentowanych w przestrzeni publicznej**

Celem artykułu jest analiza retoryczna haseł, manifestujących poglądy uczestników Ogólnopolskiego Strajku Kobiet w dwa tysiące szesnastym roku, nazywanego też „czarnym marszem”. Kolejne edycje tego wydarzenia, wybijające się na tle obywatelskich demonstracji ostatnich dekad, obfitowały w nośne medialnie hasła, o dużym ładunku perswazyjnym i szerokim spektrum argumentacji. Bogactwo środków wyrazu, celność i oryginalność haseł oraz ich aktualność (spisane manifesty multiplikowane są do dziś, nie tylko w mediach społecznościowych, ale i w licznych przekazach mediów tradycyjnych) dostarczają bogatego i unikalnego materiału badawczego. Nośna symbolika haseł, szeroki zasięg manifestacji i charakterystyczny styl postulatów sprawiają, że uprawnione wydaje się mówienie o odrębnej „retoryce czarnego marszu”.

### **1. Wprowadzenie**

Retorykę rozumiem tu szeroko, w jej klasycznej definicji, jako *ars bene dicendi*, przy czym szczególne znaczenie dla założeń poniższej analizy ma aspekt perswazyjny rozumienia retoryki. Anna Werpachowska pisała na ten temat: „Wszystkie najważniejsze zalecenia retoryki antycznej związane były z dążeniem do uzyskania takiej formy tekstu, która zapewniłaby największą siłę perswazyjną” (Werpachowska 1990). Istotna, w odniesieniu do społecznego charakteru dyskursu „czarnego marszu”, jest także definicja retoryki stworzona przez Judith Butler: „Retoryka zajmuje się zagadnieniem jak rzeczywistość jest ukazywana w języku (języku literatury, prawa, filmu, nauki, itd.) i jak akceptujemy bądź zmieniamy nasze poczucie rzeczywistości poprzez różnorodne formy przekazu” (Butler, cyt. za Fiołek-Lubczyńska 2016) oraz rozumienie Kennetha Burke’a: „Retoryka – użycie słów lub innych symboli do kształtowania postaw i wywoływania zachowań” (Burke 1950). W artykule skupiam się na analizie środków retorycznych, wynikających z przyjętych definicji retoryki.

Określenie „czarny marsz” dotyczy masowych protestów kobiet przeciwko zapowiadanemu wprowadzeniu całkowitego zakazu aborcji. Według szacunków, na ulicach kilkudziesięciu polskich miast demonstrowały setki tysięcy obywatele (nie tylko kobiet). Wydarzenie było bardzo nośne medialnie i komentowane w wielu krajach świata. W efekcie protestów, obywatelski projekt zaostrenia ustawy antyaborcyjnej został odrzucony.

Tytułowa „przestrzeń publiczna” została zdefiniowana w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z 27 marca 2003 roku, jako „obszar o szczególnym znaczeniu dla zaspokojenia potrzeb mieszkańców, poprawy jakości ich życia i sprzyjający nawiązywaniu kontaktów społecznych (...)”. W niniejszym opracowaniu określenie to odnosi się do miejsc realizacji „czarnych marszów” w 2016 roku, w licznych, polskich miastach. Manifesty demonstrujących prezentowane były między innymi na Krakowskim Przedmieściu i placu Zamkowym w Warszawie, na wrocławskim Rynku, krakowskich Błoniach i na Rynku Głównym, w Poznaniu na placu Adama Mickiewicza, w Gdańsku na placu Solidarności oraz na łódzkim Placu Wolności.

Przywołane w tytule „hasło” rozumiem zgodnie z definicją Słownika Języka Polskiego PWN, jako ‘zwięźle sformułowaną myśl przewodnią, ideę’. W treści artykułu stosuję także nazwy synonimiczne, takie jak: „slogan”, „manifest” czy „postulat”.

Seria „czarnych marszów” to pierwsza po okresie zmian ustrojowych w Polsce inicjatywa obywatelska o tak dużej skali, a także pierwsza od dawna, związana bezpośrednio z interesami tak dużej części społeczeństwa. Jest to też inicjatywa wyjątkowa z uwagi na dużą liczbę oryginalnych, atrakcyjnych medialnie sloganów, które stanowią bardzo ciekawy i bogaty materiał badawczy. Wiele z nich, umieszczonych na transparentach, a następnie sfotografowanych lub nagranych, pełni dziś funkcję ikonicznej reprezentacji ważnych wydarzeń polityczno-społecznych. Motta te, wyrażające postulaty głoszone podczas marszu, stanowią ważny i świeży przykład realizacji dyskursu publicznego, któremu warto przyjrzeć się bliżej. Dlatego celami niniejszego artykułu są również: analiza środków retorycznych, użytych do wyrażania poglądów w tej lapidarnej formie i ich popularyzacji, wskazanie wartości, które stanowią umocowanie poszczególnych opinii i miejsca klasycznych zabiegów retorycznych we współczesnej debacie publicznej.

Miejsce sloganów manifestacyjnych w dyskursie demonstracji społecznych jest szczególne. Są one bowiem główną drogą komunikowania racji i argumentów, a często jedyną formą prezentacji poglądów jednostki i zbiorowości w przestrzeni publicznej (w której, z racji rozproszenia i efemerycznego charakteru wydarzeń, brak czasu na usystematyzowaną debatę czy rozwinięte wywody

argumentacyjne). Stąd narzucona przez okoliczności, a jednocześnie bardzo skuteczna forma: zwięzła, lapidarna, łatwa do zaprezentowania oraz w symbolicznych kilku słowach (a czasem jednym!), mieszcząca maksimum treści i symboliki. Hasła tworzone są najczęściej okolicznościowo, doraźnie, z myślą o konkretnym wydarzeniu i dotarciu do określonej grupy odbiorców.

Te powstałe z okazji „czarnego marszu” są wyjątkowo liczne. Analizowane slogany były prezentowane głównie na transparentach oraz skandowane przez uczestników akcji protestacyjnych wobec projektu zaostżenia ustawy tzw. antyaborcyjnej w różnych miastach Polski. Większość korpusu badawczego pochodzi z pierwszej i bodaj największej akcji, przeprowadzonej trzeciego października dwa tysiące szesnastego roku. Od tamtej pory cytaty z „czarnego marszu” były multiplikowane na kolejnych wydarzeniach protestacyjnych. Viralowo rozprzestrzeniały się też w mediach społecznościowych (które zresztą są miejscem narodzin idei strajku) oraz w przekazach medialnych, głównie redakcji internetowych. Z tych właśnie zmediatyzowanych źródeł korzystałam, gromadząc materiał do analizy.

Korpus badawczy niniejszego artykułu liczy sto dziesięć hasłowych manifestów, częściowo zarchiwizowanych w formie fotografii. Forma taka pozwala na uchwycenie szerszego kontekstu publikacji haseł oraz na ujęcie w analizie również wizualnych cech retoryki demonstracji. Zgromadzony materiał to slogany o różnej objętości, głównie w języku polskim (transparenty z hasłami anglojęzycznymi były liczne, ze wstępnej kwerendy wynikało jednak, że najczęściej powielały treściowo wcześniejsze hasła lub stanowiły bezpośredni przekład fraz polskich). Wspomnianych sto dziesięć haseł nie stanowi kompletnego zbioru manifestów, głoszonych podczas wszystkich edycji „czarnego marszu”. Na podstawie wstępnej analizy wybrałam hasła szczególnie często multiplikowane w przekazach medialnych, o zróżnicowanej sile perswazyjnej, stylu i budowie gramatycznej, pozwalające na wielopoziomą analizę w obrębie przyjętej siatki pojęciowej.

Jak dowodzi zebrany materiał, przy okazji demonstracji poparcia dla obrony praw reprodukcyjnych kobiet, wyrażano także liczne poglądy: polityczne, antyklerykalne oraz związane z prawami mniejszości seksualnych. Zarówno idea przewodnia marszu, jak i wymienione dodatkowe cele demonstracji przedstawione zostały w konwencji walki o prawa i wolności obywatelskie.

Zdecydowana większość haseł powstała specjalnie na potrzeby marszu, z myślą o kontestacji obowiązującego stanu prawnego i atmosfery wokół zmian w ustawie tzw. antyaborcyjnej. Nieliczne slogany nawiązywały do wcześniejszych postulatów ruchu feministycznego lub ogólnych dotychczasowych osiągnięć feminizmu z minionych dekad i stuleci. Osadzenie haseł w szerszym kontekście wzmocniło ich symbolikę oraz umożliwiło narrację z perspektywy różnych odbiorców i pokoleń, a tym

samym zwiększyło siłę ich oddziaływania. Multimodalność sloganów pozwoliła z kolei – mimo klarownej idei przewodniej – na zaprezentowanie szerokiego spektrum zagadnień, znajdujących się w centrum uwagi współczesnego ruchu na rzecz praw kobiet oraz społecznych aktywistów.

Także z punktu widzenia językowego, treści „czarnomarszowych” transparentów prezentowały dużą różnorodność. Zgromadzony materiał badawczy świadczy o dużym zróżnicowaniu społeczności zaangażowanej w demonstrację, o znacznej rozpiętości wiedzy ogólnej i specjalistycznej autorów haseł, ich niejednorodnej sprawności językowej i słowotwórczej oraz zaangażowaniu emocjonalnym o różnym stopniu. Przekłada się to na liczne odmiany stylistyczne sloganów, różny stopień ich perswazyjności oraz późniejszą popularność i liczbę multiplikacji poszczególnych haseł w mediach.

Zgromadzony materiał analizuję pod względem sposobu prowadzenia narracji, konstrukcji nadawcy i odbiorcy, klasyfikuję także poszczególne hasła zgodnie z teorią aktów mowy Austina i Searle’a. Przyglądam się sloganom przez pryzmat takich zabiegów retorycznych jak: konstruowanie wroga, dychotomia my-oni, czy podział wynikający ze zróżnicowania płci nadawców i odbiorców. W analizie posłużę się siatką klasycznych pojęć z dziedziny retoryki, takich jak figury retoryczne i tropy, zasady retoryki czy typy argumentów, których liczne eksplikacje można wskazać w „czarnomarszowych” hasłach. Odwołuję się przy tym do katalogu środków retorycznych i ich definicji przedstawionych w opracowaniach Krzysztofa Szymanka (Szymanek 2005), Kennetha Burke’a (Burke 1977) i Mirosława Korolko (Korolko 1990).

Omówię je w kolejności od wątków o najszerszym (manifestowane prawa i wartości, symbolika, odwołania kulturowe) do tych o najwęższym zakresie kontekście (leksyka i figury retoryczne), ze świadomością, że analiza ta nie wyczerpuje wszystkich wątków i możliwości interpretacyjnych zgromadzonego materiału badawczego.

## 2. Symbolika i wartości

W retoryce „czarnego marszu” określano obywatelski projekt zaostżenia ustawy mianem łamania praw obywatelskich i podstawowych praw ludzkich. Skupiono się głównie na prawach reprodukcyjnych (prawo do aborcji, antykoncepcji, ale też prawo do: niebycia molestowaną seksualnie, gwałconą, obwinianą za gwałt lub prowokowanie do niego), jednak wiele postulatów odwoływało się także do praw do wolności, do decydowania o sobie („Chcemy edukacji, nie inkarceracji”; „Chcemy mieć wybór”) i do nietykalności cielesnej. Ten ostatni postulat realizowany był często w postaci implikacji: „Nie twoja broszka”; „Nie twoja cipka”,

w opozycji do własności podkreślanej zaimkami dzierżawczymi („Moje ciało, moja broszka”; „Moje wnuki rodzą się z miłości, nie z przymusu”; „My pussy, my choice”; „Won od macic naszych żon”). Ciekawym zabiegiem jest powoływanie się na hierarchię praw, uwzględniającą postulaty protestujących oraz implikowane oczekiwania wobec władzy państwowej. Hasła „Najpierw godność, potem płodność”; „Chcemy zdrowia, nie zdrowasiek” są interesującymi przykładami mowy nie wprost. Polemizują bowiem z przypuszczalnymi (głębokimi) motywami zaostrezenia prawa tzw. antyaborcyjnego przez władzę (zwiększenie przyrostu naturalnego) oraz kościół katolicki (zwiększenie wpływu na społeczeństwo) zamiast z tymi, które głoszone są oficjalnie (ochrona życia poczętego).

Uczestnicy demonstracji przeciwstawiają tym próbom odgórnego kontroli wartości kardynalne, takie jak wolność czy godność, postulowane bezpośrednio w hasłach: „Wolność, równość, siostrzeństwo” czy „Wolny wybór, godne życie”. Na szczególną uwagę zasługuje w kontekście manifestowania potrzeby wolności parafraza refrenu utworu Boba Marleya, „pielgrzymka po wolność”: „No women, no kraj”.

Pojemna symbolika haseł czarnego marszu pomieściła także liczne narodowe loci communes, szczególnie z zakresu historii i tradycji („Macice wyklęte”; „Polka walcząca”) oraz aktualnego kontekstu społeczno-politycznego („Kobieto, uważaj, i ty możesz urodzić suwerena”). Apostrofa „Matko Polska” nawiązuje do narodowego toposu „Matki-Polki”, a jednocześnie przywołuje na myśl popularne wykrzyknienie: „Matko Boska”. O ile zdecydowana większość haseł, powołujących się na toposy narodowe lub uniwersalne, utrzymana jest w tonie poważnym, nawet patetycznym („Nie ma demokracji bez samostanowienia kobiet”, „Wolność, równość, siostrzeństwo”), o tyle zaskakuje wyjątek w postaci infantylizacji narodowego toposu niepodległości („Niepodległe kobietki”), na transparenckim niesionym przez dorosłą kobietę.

Retoryczny wymiar miało też odwołanie do kontrowersyjnego wystąpienia poza kolejnością Jarosława Kaczyńskiego w Sejmie. Transparent niesiony przez mężczyznę w średnim wieku głosił: „Ja bez trybu dzisiaj – w zastępstwie moich dziewczyn, 4 x tak”.

Zdecydowanie odniesień do polityki i polityków jest w analizowanych hasłach dużo. Jest to drugi główny, obok poglądów przypisywanych środowisku kościelnemu, punkt odniesienia dla retoryki haseł czarnego marszu. Pojawiają się odwołania do jednostek administracji państwowej („Rząd do dymisji”; „Rząd nam ciąży”; „Teren prywatny. Politykom i księżom wstęp wzbroniony”; „Na górze róże, na dole chwasty, puknijcie się w czółka Ustawodawcy”), ale i nazwy własne („PiS się kończy”) oraz nader familiarnie użyte imiona („Gdzie Jarek nie może, tam babom zabroni”).

Nie sposób wreszcie pominąć wizualnej retoryki „czarnych marszów”, na których analizowane hasła były prezentowane, choć jest to materiał na odrębny artykuł. Już sama synestezyjna nazwa protestów ma charakter wieloznaczny, współgrając ze wspomnianą, bogatą symboliką treści haseł oraz sposobu ich prezentacji. Konotowana w naszej kulturze ze śmiercią i żałobą czerń została wykorzystana przez uczestników marszu do stworzenia spójnej identyfikacji wizualnej. „Czarne marsze” wyrosły na gruncie akcji protestacyjnych w mediach społecznościowych, polegających na zamieszczeniu na Facebooku zdjęcia tzw. profilowego w czarnym stroju lub z czarnymi akcesoriami, ewentualnie w stylizowanej oprawie graficznej z elementami czerni.

Także podczas samych marszów ubiór demonstrujących nawiązywał do strojów żałobnych, przeważał kolor czarny i inne ciemne barwy. Uczestnicy prezentowali też ciemne elementy makijażu, na przykład czarne usta lub usta zaklejone czarnym plastrem w kształcie krzyża na znak odebranego prawa głosu. Wygląd demonstrantów współgrał zatem ściśle z hasłami, wykorzystującymi metaforykę śmierci i stylizowanymi na nekrologi transparentami.

Perswazyjność przekazów „czarnomarszowych” wzmocniła też wizualna różnorodność protestującego tłumu. Jego zróżnicowanie wiekowe, płciowe, kulturowe oraz pod względem narodowościowym odzwierciedlały przekrój społeczeństwa i liczebność grup, których interesy uzależnione są od kształtu ustawy tzw. antyaborcyjnej.

Różnorodne były także formy przekazu postulowanych haseł, mimo pozornie jednorodnego medium, jakim są transparenty, a ważną ich funkcją była wizualizacja postulatów. Treść sloganów została wsparta piktogramami, wśród których do rangi symbolu urósł wieszak, obrazujący najbardziej prymitywne, łatwo dostępne i tanie narzędzie dokonywania aborcji. Ikona wieszaka, nośna, prosta w przekazie i bogata w symbolikę, stała się na przykład podstawą związanej z „czarnym marszem” akcji społecznościowej na Facebooku pod tytułem: „Wyślij wieszak Pani Premier”<sup>1</sup>.

Inną powszechnie przywoływaną reprezentacją wizualną był znak Polski walczącej, zmodyfikowany na potrzeby postulatów marszu. Znane od dekad graficzne połączenie liter „P” i „W” uzupełnione zostało na przykład w taki sposób, aby nawiązywać do schematycznego kształtu macicy. Inną wariacją było dodanie dwóch kropek, tak aby litera „W” stanowiła schematyczny rysunek kobiecych piersi (w niektórych wariantach także zakończenie litery „P” zostało przedłużone w formie warkocza ozdobionego kokardką, co miało symbolizować dziewczęcość). Jeszcze inna modyfikacja polegała na umieszczeniu symboli obu płci na dwóch

1. W ramach protestu przeciw zaostrzeniu prawa tzw. antyaborcyjnego na stronie facebookowej wydarzenia nawoływano do wysyłania do premier Beaty Szydło m.in. wieszaków: „Zasympmy panią premier narzędziami które być może przyjdzie nam stosować – drucianymi wieszakami, drutami, kombinerkami, szydłami, obcęgami itd.”

końcach litery „W”, co dało symboliczną konstrukcję, obrazującą równoważne zaangażowanie obu płci w walkę o prawa kobiet.

### 3. Nawiązania i odniesienia

Część najbardziej nośnych haseł-postulatów z dziedziny praw reprodukcyjnych została zapożyczona z wcześniejszych polskich i zagranicznych demonstracji, jak np. „Moje ciało, mój wybór”, będące również tytułem utworu muzycznego zespołu Homomilitia z 1996 roku. Hasło to jest i obecnie na tyle nośne, że doczekało się wielu modyfikacji. W wyrazistej retoryce „czarnego marszu” przyjęły one postać zdecydowanie bardziej ofensywną, czasem nawet agresywną, okraszona wspomnianymi już, naturalistycznymi w wydźwięku pojęciami z dziedziny anatomii i fizjologii lub potoczizmami („Moja macica – nie twój interes”; „Nasze krocze, nasza sprawa”; „My pussy, my choice”). Interesujące natomiast, że, mimo wysokiego poziomu agresji i ładunku emocjonalnego haseł, niewiele znajdziemy w nich wulgaryzmów („Napiierdalajcie we własne organy”; „Pierdolę nie rodzę”). Z punktu widzenia pragmatyki czarnego marszu, dyskusyjny (wulgaryzm czy potoczizm?) jest charakter słów „cipka” i „dupa” („Moja cipka to nie twoja broszka”; „Moja dupa nie należy do biskupa”). Zresztą, jak pisze Jacek Warchala, „Myślenie o wulgaryzmach tylko w aspekcie funkcji ekspresywnej (...) jest nie tylko anachronizmem, ale też zaciemnia obraz rzeczywistości. Wulgaryzmy i potoczizmy spełniają tu zgoła inną funkcję – wyróżniającą, identyfikującą (fatyczną?), są na usługach komunikacji jako przekonywania, przyciągania, formowania adresata, a nie tylko informowania go o rzeczywistości oraz prawdziwych bądź wykreowanych odczuciach nadawcy”. (Warchala 2003: 228).

Interesujące jest zestawienie obecnych haseł z tymi z poprzednich demonstracji feministycznych: Manify z 2011 oraz demonstracji z 1989 roku. Na najstarszym z tych wydarzeń hasła brzmią dziś aż nadto łagodnie, nawet te sformułowane w stanowczy sposób: „Nic o nas bez nas. Nie chcemy inkwizycji”; „Żądamy wycofania projektu ustawy o prawnej ochronie życia poczętego”; „Przeprosić kobiety”. Przykuwa uwagę dość łagodny ton, formalny styl oraz formalny charakter leksyki haseł. W porównaniu ze współczesnymi sloganami bardzo widoczny jest (mimo że przedmiot protestów był ten sam: prawa reprodukcyjne) brak potoczizmów, odwołań do fizjologii, a nawet nazwanych wprost czynności reprodukcyjnych. A przecież właśnie w tych czasach mieliśmy, jako społeczeństwo, stosunkowo rzetelną i szeroką edukacją seksualną i praktykę otwartego pisania o sprawach prokreacji, choćby w magazynach kobiecych (na przykład w „Przyjaciółce”, „Kobiecie i życiu” czy „Gospodyni”).

Dyskurs postulatów demonstracji z lat osiemdziesiątych ubiegłego wieku wydaje się dużo mniej emocjonalny niż współczesny. Być może jest to kwestia



nieaktualności (w sensie retorycznym) ówczesnych wydarzeń, a może jednak u schyłku poprzedniej epoki polityczno-społecznej nadal ówczesny ustrój pozwalał skutecznie wymóc na demonstrantach autocenzurę, korzystną z punktu widzenia władzy.

Jeśli zaś chodzi o hasła z Manify 2011, to warto pamiętać, że postulaty ówczesne odbiegały mocno od charakteru „czarnego marszu”. Wspólna jest kontestacja poczynań kleru i nierzadko prześmiewczy sposób ich opisywania. Na Manifie głoszono: „Chcę zostać księdzem, jak mój tata”, przywoływano demokrację jako nadrzędną wartość („Demokracja bez kobiet to pół demokracji”) i gloryfikowano kobiecość („Warszawa jest kobietą”). Manifa nie zajmowała się jednak bezpośrednio prawami reprodukcyjnymi, a głównie takimi zagadnieniami, jak równość wynagrodzeń czy równość dostępu do edukacji technicznej. Wspólna dla obu inicjatyw jest nośność haseł i przewaga leksyki z rejestru emocjonalnego stylu potocznego. W „czarnym marszu” widać jednak o wiele dalej posuniętą radykalizację, a nawet agresję języka, wynikającą z reakcji na aktualne wydarzenia polityczno-społeczne w kraju. A być może także z poczucia, że walka toczy się o prawa fundamentalne dla bytu kobiet w Polsce.

Na poziomie symbolicznym można rozpoznać w analizowanych hasłach liczne odniesienia, szczególnie do kultury popularnej. Na przykład „Rząd nie ciąży” jest bezpośrednim cytatem z ballady Piotra Bukartyka, zaprezentowanej trzeciego października dwa tysiące szesnastego roku w Programie Trzecim Polskiego Radia, w audycji Wojciecha Manna (na transparentach prezentowano też jego parafrazy: „Rząd nie ciąży, można usunąć”; „Rząd nie ciąży. Da się usunąć!”). Do popularnego refrenu nawiązuje hasło „No women, no kraj”. Jest też parafraza popularnego powiedzenia: „Pierdolę nie rodzę”, a nawet przywołany fragment dziecięcego wierszyka z pamiętników („Na górze róże, na dole chwasty, puknijcie się w czółka Ustawodawcy”).

Inną parafrazę, tym razem ludowego porzekadła, stanowi hasło: „Gdzie Jarek nie może, tam babom zabroni”. Zmodyfikowany został także amerykański slogan z lat 80.: „Make abortion great again”. Do klasyki literatury polskiej odnoszą się natomiast hasła: „Quo vadis Polsko?” i „Słowacki Julek broni wszystkich córek” (nazwisko wieszczki pojawiło się tu prawdopodobnie w związku z udziałem w demonstracji uczennic liceum jego imienia).

Nie sposób pominąć haseł przywołującego jeden z najsłynniejszych tekstów feministycznych okresu dwudziestolecia międzywojennego. Slogany „Stop piekła kobiet” (pisownia oryginalna) oraz „Piekło kobiet trwa”, nawiązują wprost do felietonu Tadeusza Boya-Żeleńskiego, pt. *Piekło kobiet* (Boy-Żeleński 1930). Zdaje się zresztą, że nie tylko sam tytuł tekstu Boya był inspiracją dla demonstrujących. Także charakter przywołanego artykułu, przez samego autora trafnie opisany jako

„(...) moje nazbyt ginekologiczno-społeczne rozważania (...)” (Boy-Żeleński 1930), naprowadza na typ dyskursu zastosowanego na transparentach „czarnego marszu”.

Spośród słynnych haseł historycznych, na uwagę zasługuje także, jako inspiracja demonstrantów, osiemnastowieczne hasło Rewolucji Francuskiej. Jego parafraza podczas protestów w dwa tysiące szesnastym roku w Polsce brzmiała: „Wolność, równość, siostrzeństwo”. Siłę perswazyjną retorycznej trójki wykorzystano także w hasle „Myślę, czuję, decyduję”.

Charakterystyczna dla manifestów „czarnego marszu” jest polifoniczność narracji. Hasła głoszone są zarówno z perspektywy samych zainteresowanych („Łapy precz od mojej macicy”), środowisk zewnętrznych bezpośrednio zaangażowanych („Won od macic naszych żon”) oraz niezaangażowanych, lecz wspierających („Homo patrol w obronie kobiet”). Interesująca jest perspektywa międzypokoleniowa: postulaty babć (hasło „Moje wnuki rodzą się z miłości, a nie z przymusu”, prezentowane przez kobiety w wieku średnim), mam („Chcę być w ciąży, a nie w strachu” – widoczne na transparentach młodych kobiet) i córek („Jestem przyszłością” – głosiła tabliczka niesiona przez dziewczynkę na plecach rodzica).

#### 4. Normy komunikacji

W korpusie badawczym odzwierciedlone zostały wszystkie zasady retoryki, zarówno klasyczne (organiczności, stosowności i funkcjonalności), jak i dodatkowe zasady, ugruntowane później w naukach o komunikacji. Pomijając (jako oczywiste) zasady podstawowe, realizowane przez większość haseł (a przez nieliczne – intencjonalnie łamane), łatwo znaleźć przykład realizacji zasady aktualności, na przykład w sloganach: „Prawdziwy czarny protest następnym razem pod episkopatem”, „PiS off!” czy „Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”. Duża aktualność haseł nie dziwi, biorąc pod uwagę, że powstały one z zamiarem popularyzacji ich podczas konkretnego wydarzenia. Z kolei zasada korzyści stosunkowo rzadko była realizowana wprost, w hasłach zawierających bezpośrednio zwroty do odbiorców („Prochoice=prolife. Bez choice nie ma life”; „Martwa dziecka nie urodzę”), co wydaje się mieć uzasadnienie w postulatywnym charakterze demonstracji społecznych, nastawionych na ekspresję własnych poglądów. Zasada identyfikacji stosowana była głównie na potrzeby podkreślenia solidarności z kobietami i często przybierała formę transpozycji form osobowych („Wszyscy jesteśmy dziewczuchami”; „Peđały za kobietami”; „Homo patrol w obronie kobiet”). Stosunkowo mało jest wśród zebranych przykładów wyrazistego zastosowania zasady *exemplum*, a te najsilniejsze powołują się na wskazania osobowe („Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”; „Gdzie Jarek nie

może, tam babom zabroni”). Królują natomiast liczebnie hasła wykorzystujące zasadę impulsu („Dość!”; „Nie rodzisz milcz!”; „PiS off!”) oraz emocjonalizacji („Dzieci z miłości i wyboru, a nie z gwałtu i terroru”; „Kobieto uważaj i ty możesz urodzić suwerena”; „Macice wyklęte”).

Emocjonalizacja jest zresztą główną dominantą retoryki haseł „czarnomarszowych”. Wśród emocji motywujących treści sloganów zdecydowaną większość stanowią złość i wściekłość („Kurja mać!”; „Napierdalajcie we własne organy!”), ale można doszukać się też zniecierpliwienia („Miarka się przebrała”), wstydu („Głosowałem na PiS, wybaczcie”), groźby i wywoływania trwogi („Martwa dziecka nie urodzę”), niedowierzania („I can’t believe I’m protesting for this shit in 2016”), sarkazmu („Umiemy gotować, zgotujemy wam rewolucję”), determinacji („Zatrzymamy fanatyków”), a nawet pobłażliwości czy lekceważenia dla pozycji adresatów („Na górze róże, na dole chwasty, puknijcie się w czółka Ustawodawcy”; „Księżo, ja ci pod sukienkę nie zaglądam”).

Innym, wartym dostrzeżenia, a stosunkowo rzadko badanym aspektem retorycznym haseł czarnego marszu jest element pragmatyki językowej w postaci zachowania lub złamania reguł grzecznościowych. W treści analizowanych sloganów mamy bowiem do czynienia z różnym poziomem realizacji podstawowych norm polskiej grzeczności<sup>2</sup>.

Są postulaty, w których szacunek dla odbiorcy dominuje nad kategorycznością przekazu: „Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”. W innych jest on implikowany w postaci akceptacji dla poglądów oponentów lub chęci osiągnięcia kompromisu, na przykład: „Polska to nie łup, ona jest dla wszystkich”.

Zróznicowany poziom reprezentują analizowane hasła pod względem zachowania kultury języka, od pełnozdanionych wypowiedzi, z zachowaną poprawną grafia („Na górze róże, na dole chwasty, puknijcie się w czółka Ustawodawcy”), składnią („Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”), interpunkcją („Nasze krocze, nasza sprawa!”), aż po notację niechlujną, bez uwzględniania znaków przestankowych („Kobieto uważaj i ty możesz urodzić suwerena”) i wielkich liter w pisowni („bez kompromisów, przeciw przemocy władzy”), a nawet z błędami ortograficznymi („homo patrol w obronie kobiet”) czy składniowymi („Stop piekła kobiet”). Hasła zawierają jedynie nieliczne wulgaryzmy („PiS off”; „Napierdalajcie we własne organy”), niewiele argumentów *ad personam* czy zabiegów pejoratywizujących odbiorcę lub postać założonego wroga.

Tylko jedno hasło jest utrzymane w standardzie formalnym pod względem zwrotów adresatywnych „pan/pani/państwo” („Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”), większość jest w tym zakresie neutralna – zwroty adresatywne

2. Małgorzata Marcjanik wyróżnia dwie główne zasady grzecznościowe: okazywanie szacunku partnerowi oraz przejawianie zainteresowania sprawami dla niego ważnymi (Marcjanik 1999).

zostały w nich pomięte lub zastąpione formami bezosobowymi („Łapy precz od mojej macicy”). Standardem natomiast wśród haseł zawierających bezpośrednio zwroty do adresatów jest drugoosobowa forma „ty” („Kobieto uważaj i ty możesz urodzić suwerena”), wyjątkowo trzecioosobowa, wskazująca na relację „na ty” („Gdzie Jarek nie może, tam babom zabroni”) lub implikujące ją formy czasownikowe („Dajże wybrać”; „Jesteś przeciw aborcji, to jej sobie nie rób”; „Zabierz różaniec od mojej macicy”, „Napierdalajcie we własne organy”) i zaimki osobowe („Nie twoja broszka”; „Moja cipka to nie twoja broszka”). Charakterystyczne też (i mieszczące się w normie grzecznościowej, jako akty wypowiedzi związane ze stanem wzburzenia) są zwroty skracające dystans („Księżo, ja ci pod sukienkę nie zaglądam”; „Politycy, wara od mojej macicy”).

Nie znajdziemy na analizowanych transparentach (co charakterystyczne dla formuły przekazu) zbyt wielu zwrotów grzecznościowych, w tym słów: proszę, dziękuję, przepraszam (jedyne przypadki przeprosin wynika nie wprost z aktu konfesji: „Głosowałem na PiS, wybaczenie”).

Grzecznościowy i poprawny politycznie charakter część haseł zawdzięcza oględnemu doborowi słów oraz niskiemu poziomowi emocjonalizacji wypowiedzi, głównie w formie oznajmienia, czy to rozbudowanego, w formie zdania („Idziemy po prawo i sprawiedliwość”; „Ja bez trybu dzisiaj – w zastępstwie moich dziewczyn 4 x tak”), opartego na rzeczowej argumentacji, a nie na emocjach („Nie jestem za aborcją, jestem za wolnym wyborem”), czy też w postaci równoważnika („Najpierw godność, potem płodność”, „Polska to nie łup, ona jest dla wszystkich”). Hasła bardziej obcesowe, nie implikujące szacunku dla odbiorcy, zawierają głównie dosadne sformułowania („Pierdołę nie rodzę”) i czasowniki w trybie rozkazującym („Nie rodzisz milcz!”) lub wykrzykniki („Ręce precz od naszych macic”; „Dość”). Warto odnotować przekraczający normę grzecznościową wyjątek w pisowni zbiorowego adresata hasła wielką literą („Na górze róże, na dole chwasty, puknijcie się w czołka Ustawodawcy”).

## 5. Wspólnota i podziały

Charakterystyczną kategorią haseł były te wspierające intersekcjonalne<sup>3</sup> interesy społeczne. Część sloganów służy ogłoszeniu wsparcia dla kobiet ze strony konkretnych grup społecznych („Homo patrol w obronie kobiet”; „Pedały

3. Na aktualność tego typu postulatów zwróciła uwagę Agnieszka Graff w wywiadzie dla TOK FM: Współczesny feminizm posługuje się kategorią intersekcjonalności. Chodzi o to, by uświadomić sobie, iż tożsamości każdej osoby są liczne, a tożsamości wielu osób krzyżują się ze sobą, powodując, że w pewnych kwestiach pewni ludzie mają wspólne interesy. Że to nie jest złe, jeśli w manifestacjach feministek uczestniczą lesbijki, bo zbiór wspólnych spraw jest znaczący. Że prawo do aborcji w Polsce to jest także kwestia klasowa, czyli poziomu dochodów: restrykcyjne przepisy antyaborcyjne bardziej godzą w osoby gorzej sytuowane. <http://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103454,23235441,graff-ustawiszynskiego.html>

za kobietami”; „Wszyscy jesteśmy dziewczuchami”). Grupy te, wspierając idee marszu, dbały szczególnie o podkreślenie własnej odrębności i przynależności. Wyznacznikiem tożsamości był naród („Czesi za kobietami”), płeć i rola społeczna („Precz od macic naszych żon”) czy orientacja seksualna („Homo patrol w obronie kobiet”; „Pedaly za kobietami”). Grupy mniejszości seksualnych były zresztą podczas demonstracji szczególnie aktywne. Prawdopodobnie ze względu na własny, żywotny interes w tym, aby zostać w czasie marszu dostrzeżonymi i przy okazji tak dużego wydarzenia podjąć próbę walki o własne prawa.

Przy okazji wyodrębniania grup społecznych, biorących udział w marszu, warto zwrócić uwagę na strategię konstruowania dychotomii „my – oni”. Realizowana jest ona poprzez użycie „my” ekskluzywnego („Nasze krocze, nasza sprawa”), odwołującego się do prawa decydowania o sobie i o swoim ciele oraz „my” inkluzywnego („Ratujmy kobiety”; „Nasza niemoc wspiera przemoc”), podkreślającego, że walka o prawa kobiet leży w interesie całego społeczeństwa. Dwudzielność: kobiety kontra reszta świata, jeżeli już występuje w analizowanych hasłach, bywa raczej łagodzona. Często „zawołania bojowe” uwzględniają ogólną grupę „my”, bez wskazania, czy w jej skład wchodzi jedynie kobiety, czy także ich zwolennicy („Zatrzymamy fanatyków”), lub może całe społeczeństwo („Solidarność nasza bronią”). Dla wspomnianej opozycji „my – oni”, charakterystyczna jest zresztą taka wielowariantowość, na którą zwracał uwagę Florian Znaniecki. To, kim są „inni” i „obcy”, określane zaimkiem „oni” w opozycji do „my”, jest warunkowane okolicznościami, w tym wypadku społecznymi. Podział na „swoich” i „obcych” pojawia się bowiem, gdy „zachodzi między nimi styczność społeczna na podłożu rozdzielnich układów wartości” (Znaniecki 1990: 300). W wypadku „czarnego marszu” wspomniane rozdzielne układy wartości można wyodrębnić jako: opowiadanie się za całkowitą ochroną życia poczętego oraz poparcie prawa do decydowania o sobie i o własnym ciele.

Dość oczywiste jest eksploatowanie w sloganach podziału na żeńskie i męskie, zarówno w formie wyodrębnienia i nazwania grupy płciowej („Ratujmy kobiety”; „Homo patrol w obronie kobiet”), jak i w postaci pozytywnego wartościowania kobiecości, choćby w formie modnego ostatnio stwierdzenia „Rewolucja jest kobietą”, skonstruowanego analogicznie do haseł: „Sukces jest kobietą”, „Marka jest kobietą” czy „Warszawa jest kobietą” (hasło Manify z 2011 roku).

Z podziałem na „swoich” i „obcych” wiąże się zabieg konstruowania wroga, który w obrębie retoryki „czarnego marszu” ma charakter wielowariantowy. Wróg identyfikowany jest w kilku postaciach: episkopatu, rządu, czasem w formie bezosobowej („Ręce precz od naszych macic”), a czasem nieokreślonego „ty”: „Nie ucz matki dzieci rodzić”; „Nie twoja broszka”. Bywa to wróg zbiorowy („Politycy, wara od mojej macicy”; „...puknijcie się w czołka, Ustawodawcy”), metaforyczny

(„Nie dla władców macic”), instytucjonalny („Rząd do dymisji”, „PiS się kończy”, „Episkopacie, zostaw moje gacie”) bądź indywidualny („dajże wybrać!”, „Przymusowa adopcja (...) dla każdego posła”; „Księżu, ja ci pod sukienkę nie zaglądam”). Czasem wróg wskazany jest też personalnie („Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”). Niektóre hasła zwracają się bezpośrednio do oponenta, inne wspominają go w formie omówienia. Interesującą konwencją wskazania wroga nie wprost zawarto w hasle, mającym formułę przytoczonego już wcześniej aktu konfesji: „Głosowałem na PiS, wybaczenie”.

Co ciekawe, w konstrukcji wroga brak (jeśli pominiąc zmaskulinizowany charakter wspomnianych instytucji) jednoznacznego określenia płci winnych/wrogów („dajże wybrać”). Niekiedy przekaz wydaje się wskazywać na formę żeńską, jak w hasle: „Jesteś przeciw aborcji, to jej sobie nie rób”, choć w tym wypadku trudno powiedzieć, czy fraza ta jest zwrotem do hipotetycznej kobiety, stojącej w opozycji do postulatów marszu, czy też figurą retoryczną implikującą fakt, że przecież mężczyzna nie może aborcji „zrobić”, zatem nie jest to jego sprawa. „Nie rodzisz milcz” – może odnosić się jednak do oponentów obu płci, podobnie jak „Politycy, wara od mojej macicy”.

Istotne z punktu widzenia opozycji swojskie – wrogie, jest także zastosowanie zabiegu etykietowania, wyraziste w licznych hasłach („Nie dla władców macic”; „Hipokrycy, fanatycy, poczujecie gniew ulicy”, ale i autoetykietowanie: „Pedały za kobietami”).

## 6. Metaforyka

Z punktu widzenia klasyfikacji aktów mowy Johna Searle’a (za Zdunkiewicz 2001, 71), analizowany zbiór haseł zawiera liczne reprezentacje każdego ze sklasyfikowanych typów wypowiedzi. Wśród manifestowanych treści pojawiły się asercje („To ja rządę w moim ciele”), liczne dyrektywy („Politycy, wara od mojej macicy”), komisyy („Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”), ekspresywy („Kurja mać!”) i deklaratywy („Wolne Polki”). Niewiele jest typowych performatywów: „Wspieram strajk kobiet” (a warto zaznaczyć, że hasło to zyskuje performatywny charakter dopiero w szerszym kontekście: udziału prezentującej je osoby w marszu. Deklarowane wsparcie przybiera więc formę fizycznej obecności i osobistego głoszenia postulatów podczas demonstracji. Bez tych elementów hasło, wyłącznie na podstawie treści, klasyfikowane byłoby jako asercja).

Na uwagę zasługuje także warstwa metaforyczna analizowanych haseł. Mowa o metaforze nie tylko w rozumieniu stylistycznym, ale też w ujęciu kognitywnym, jako o narzędziu poznania i współdzielenia wiedzy. Z tej perspektywy metafora rozumiana jest nie tylko jako zabieg językowy, ale jako schemat poznawczy,

który pozwala na zaaplikowanie nabytej uprzednio wiedzy do wyjaśnienia i zrozumienia nowych, często abstrakcyjnych pojęć i kategorii. Jak czytamy u Lakoffa i Johnsona:

The most important claim we have made so far is that metaphor is not just a matter of language (...), on the contrary, human thought processes are largely metaphorical (...) the human conceptual system is metaphorically structured and defined. Metaphors as linguistic expressions are possible precisely because there are metaphors in a person's conceptual system. [Lakoff, Johnson 1980: 6]

Takie rozumienie metafory warunkuje duże zróżnicowanie materiału egzemplifikacyjnego, który poddałam analizie pod kątem metafor.

Nie można mówić o jednej, spójnej metaforyce marszu, ponieważ slogany korzystają z rozmaitych nawiązań. Wyraźny jest natomiast idiosynkratyczny aspekt metaforycznych określeń, jako przyporządkowanych do dyskursu „czarnego marszu”. Ich analiza dostarcza wiedzy na temat fundamentalnych wartości, które są przedmiotem sporu społecznego. I tak w haśle: „Chcemy lekarzy, nie misjonarzy” znajdziemy ironiczną metaforę lekarzy, wspierających zaostrenie projektu prawa oraz powołujących się na tzw. klauzulę sumienia, jako misjonarzy, z powołaniem udających się do trudnych i niebezpiecznych krajów w imię czynienia dobra i niesienia pomocy ich mieszkańcom. „Gacie” w haśle „Episkopacie, zostaw moje gacie” stanowią (niezbyt może wyrafinowaną) metaforą wolności osobistej w dziedzinie nietykalności cielesnej i praw reprodukcyjnych. Interesująca jest również konstrukcja metafory aborcji jako sakramentu („Gdyby ministranci zachodzili w ciążę, aborcja byłaby sakramentem”).

Jednym z najbardziej rozpoznawalnych określeń metaforycznych w retoryce omawianych postulatów jest „broszka” („Nie twoja broszka”), odwołująca się do dwóch odmiennych znaczeń: jako metafora ‘interesu’, ‘przedmiotu zainteresowania’, ale i jako potoczne określenie kobiecych organów rozrodczych: na zmianę ‘wagina’ i ‘macica’. Stąd dwuznaczność haseł typu: „Moje ciało, moja broszka”.

Dwuznaczny jest też manifest „Jestem przyszłością”, prezentowany przez dziewczynkę, niesioną przez rodzica podczas marszu. Z jednej strony metaforą przyszłości jest ta mała dziewczynka, reprezentująca przyszłe pokolenia. Z drugiej strony „przyszłość” może być reprezentowana przez wszystkie kobiety – bohaterki marszu, walczące o swoje prawa i prawa przyszłych pokoleń.

Czarny marsz był też metaforycznie przedstawiany jako zryw powstańczy, na przykład na transparentach ze zmodyfikowanym znakiem „Polski Walczącej” i podpisem: „Polka walcząca”. Do podobnej symboliki odwołuje się metafora „Macice wstają z kolan”, w sposób charakterystyczny dla retoryki czarnego marszu modyfikując popularne związki frazeologiczne poprzez wykorzystanie

leksyki z dziedziny anatomii. Mniej wzniosła, ale również uroczysta jest metafora: „Rewolucja to kobieta”.

Groteskowy obraz rządu przedstawiony został z kolei w rubasznej, animizującej metaforze: „Rząd tak gibki, że zagłąda nam w cipki”, obrazującej przedstawicieli władzy jako wścibskich i zainteresowanych sprawami nie licującymi z zadaniami administracji państwowej.

Odrębną kategorię metafor stanowią te o charakterze funeralnym i tanatycznym. Hasła: „Nie dla zabijania kobiet” czy „Martwa dziecka nie urodzę” obrazują sytuację ochrony życia płodu jako wartości nadrzędnej, ponad życie i zdrowie kobiety-matki. Jednocześnie hasła te mogą być odczytywane jako złożona metafora: odebranie prawa do decydowania o własnym ciele i możliwości wolnego wyboru postrzegane są jako równoznaczne ze śmiercią, choć zależność ta jest bardziej złożona. Można też odczytać to hasło jako wyraz metaforycznej „śmierci praw obywatelskich”. Podobną wymowę ma slogan w formie nekrologu: „Ś.P. Kobiety, Polki, Matki”.

## 7. Figury retoryczne

Jeżeli chodzi o dobór leksykalny, przeważająca większość haseł czerpie z rejestru emocjonalnego stylu potocznego (Bartmiński 1993: 115-134), który niesie informację o postawie nadawcy i charakteryzuje się wysoką emocjonalizacją. Znaczną część przekazu stanowią tu określenia ekspresywne („Dość”; „Hipokrycy, fanatycy, poczujecie gniew ulicy!”; „Kurja mać!”; „Łapy precz od mojej macicy”), a wiele z nich ma charakter wartościujący („Precz z ciemnotą i fanatyzmem”; „Łapy precz od mojej macicy”; „Hipokrycy, fanatycy”). Znaczna część słownictwa odnosi się do anatomii i fizjologii kobiecego organizmu, stąd duża dosłowność i obrazowość określeń.

Rzadziej przy tworzeniu haseł korzystano z rejestru neutralnego stylu potocznego. Obok emocjonalnych, wysoce ekspresyjnych manifestów, znajdziemy w analizowanym korpusie także konkretne, rzeczowe postulaty, bez nadmiernej emocjonalizacji („Nie ma demokracji bez samostanowienia kobiet o sobie”; „Polska laicka, nie katolicka”). Są i slogany, w których rzeczowa treść, o charakterze wyjaśniającym zgłaszane postulaty, równoważona jest przez poszczególne leksemmy o dużym ładunku emocjonalnym, jak na przykład w hasle: „Walczymy o wybór, nie obowiązek”.

Same zresztą nazwy wydarzenia: „czarny marsz” czy „czarny wtorek”, przeszły do historii demonstracji społecznych, jako niezwykle chwytliwe i obrazowe. Często zapisywane są w formie zapożyczonych z mediów społecznościowych (a oryginalnie z Twittera), z poprzedzającym tzw. hashtagiem („#czarnyprotest”),



wskazującym na metakomunikat, ale i na przynależność do grupy (z racji skojarzenia z pierwotną funkcją hashtagu, jaką jest grupowanie wiadomości, osób czy produktów w jedną kategorię).

Silna jest retoryka antyklerykalna, zestawiająca podmioty kościelne z dosadnymi nazwami fizjologicznymi („Moja dupa nie należy do biskupa”; „Moja macica to nie kaplica”; „Zabierz różaniec od mojej macicy”; „Gdyby ministranci zachodzili w ciążę, aborcja byłaby sakramentem”). Hasła w stanowczy sposób podkreślają rozdzielność państwa od kościoła i brak akceptacji dla ingerencji, a nawet zajmowania stanowiska przez kościół katolicki w debacie publicznej na temat praw reprodukcyjnych.

Agresywny język haseł oparty jest w głównej mierze na sile ekspresji oraz na dosadnych określeniach fizjologicznych. Nie bez znaczenia dla ich dynamiki jest też (charakterystyczne raczej dla socjolektu męskiego) nagromadzenie czasowników i tzw. *call to action*, czyli wezwań do czynu epoki e-marketingu.

Stosunkowo niewielu autorów zdecydowało się na wykorzystanie zabiegów związanych z typografią haseł („Aborcja?”, „WOLNA”). Zdarzały się natomiast zapisy fonetyczne, zastosowane w celu modyfikacji znaczenia fraz („No women, no kraj”).

Silny wymiar perswazyjny mają też liczby, którymi opisywano i do dziś opisuje się liczebność manifestacji. Nie ma tu jednoznacznych danych, ponieważ trudno o jedno, wiarygodne źródło, gromadzące kompletne dane, jednak liczby takie jak 100 000 (uczestników) pobudzają wyobraźnię. Nie ma też wątpliwości, że to największa fala ogólnopolskich demonstracji po transformacji ustrojowej.

Warto przyjrzeć się zebranych hasłom przez pryzmat pojęcia „gry językowe”. Do kategorii tej, rozumianej jako „zespół zabiegów, w różnym stopniu przekraczających reguły językowe w warstwie strukturalnej i semantycznej”, należą niemal wszystkie analizowane slogany. Przynależność ta jest znamieną z punktu widzenia ich siły retorycznej. Izabela Łuc pisze: „Jak wykazują zachowania komunikacyjne współczesnych użytkowników języka, gra językowa, zgodnie z rozumieniem Ludwika Wittgensteina, ujmującego ją jako kategorię o rozmytych brzegach (fuzzy-edged concept) oraz całość złożoną z języka i z czynności, w które jest wpleciony, staje się prymarnym środkiem do realizacji celów perswazyjnych”.

„Gry językowe” mogą być, według Wittgensteina, realizowane w formie różnych aktów mowy, na przykład rozkazów („Łapy precz od mojej macicy”; „Won od macic naszych żon”), opisu przedmiotów („Rewolucja to kobieta”; „Macice wyklęte”), snucia domysłów na temat zajścia („Pani Beato! Niestety, ten rząd obalą kobiety!”; „Prawdziwy czarny protest następnym razem pod episkopatem”), wysunięcia hipotezy („Gdyby ministranci zachodzili w ciążę, aborcja byłaby sakramentem”; „Nie ma demokracji bez samostanowienia kobiet o sobie”) czy prośby („Dajże wybrać”).

Gra słów może przybierać także postać transpozycji pragmatycznej (na przykład w hasłach „Ś.P. Kobiety, Polki, Matki”), zbieżności brzmieniowej („Rząd nam ciąży”). Zabiegi te wyzwalają dodatkowe znaczenia użytych określeń i wydobywają ich powiązania kulturowe, co pozwala zwiększyć siłę perswazyjną haseł i ich oryginalność.

Hasła z czarnego marszu to także bogaty przegląd figur retorycznych. Nie wymienię wszystkich, występujących w stu dziesięciu analizowanych frazach. Przytoczę jedynie kilka interesujących przykładów, jako świadectwo kreatywności autorów i zróżnicowania stylistycznego. Spośród figur słów pojawiły się między innymi: *antanaklasis* („Idziemy po prawo i sprawiedliwość”), *antithesis* w kilku różnych wydaniach („Jestem prochoice, nie antylife”; „Nie jestem za aborcją, jestem za wolnym wyborem”) i *diafora* („Umiemy gotować, zgotujemy wam rewolucję”). Stosunkowo chętnie stosowana była *anafora*, szczególnie z użyciem pierwszoosobowego zaimka dzierżawczego, podkreślającego prawo nietykalności cielesnej i dysponowania własnym ciałem („Moje ciało, moja decyzja”; „Moje ciało, moja broszka”). Popularną figurą retoryczną – co nie dziwi, zważywszy skrótowość i lapidarność formy wyrazu – była *elipsa* („Rząd do dymisji”; „Ręce precz od naszych macic”; „Teren prywatny. Politykom i księżom wstęp wzbroniony”). Rzadziej występowały figury takie, jak: asyndeton („Wolność, równość, siostrzeństwo”) i *inwersja* („Nie ucz matki dzieci rodzić”) oraz efektowny brzmieniowo *homoioteleuton*, wykorzystujący rymy dokładne: („Hipokryci, fanatycy, poczujecie gniew ulicy”; „Moja macica to nie kaplica”; „Politycy, wara od mojej macicy”). Na uwagę zasługuje też nośne hasło w formie *poliptotonu* („Dziewuchy dziewczuchom”), który użyczył zresztą nazwy facebookowej grupie<sup>4</sup>.

Ujęte na transparentach figury myśli to między innymi *apostrofa* („Pani Beato!”; „Quo vadis Polsko?”; „Episkopacie, zostaw moje gacie”), *antymetabola* („Rząd na bruk, bruk na rząd”), czy dość przewrotnie skonstruowane definicje retoryczne, znoszące główną dychotomię ideologiczną zwolenników i przeciwników zmian w prawie („Prochoice=prolife. Bez choice nie ma life”; „Prochoice=prolife. Chcę mieć choice, żeby mieć life”). Argumentacja uczestników marszu przybierała też takie formy, jak *concessio* („Jesteś przeciw aborcji, to jej sobie nie rób”), czy *prolepsis* („Nie jestem za aborcją, jestem za wolnym wyborem”). Przywołane już wcześniej hasło „I can't believe I'm protesting fot this shit in 2016” jest z kolei dobrym przykładem *reiectio*, czyli figury odrzucenia.

Znamienne, że wśród tak wielu haseł pojawiły się tylko dwa pytania retoryczne („Quo vadis Polsko?”; „A borc ja?”). W ogóle forma pytań okazała się niepopularna dla wyrażania poglądów podczas „czarnego marszu”. Zdecydowanie

4. Została ona zresztą zarejestrowana przez autorkę, Agatę Maciejewską, jako znak towarowy, co automatycznie ograniczyło możliwości wykorzystywania hasła w przestrzeni publicznej. A to wywołało żywą dyskusję w mediach, nie tylko społecznościowych, na temat podziałów w środowisku „czarnomarszowych” aktywistek.

przeważały oznajmienia („Żarty się skończyły”; „Zatrzymamy fanatyków”) oraz wykrzyknienia („Matko polska!”; „Stop piekła kobiet”; „Ratujmy kobiety”, będące zresztą nazwą obywatelskiego kontrprojektu przeciw zaostrzeniu prawa antyaborcyjnego), często w formie stanowczych żądań („Won od macic naszych żon”; „Ręce precz od naszych macic”; „PiS off”), a z rzadka ujęte w ramy groźby („Rząd na bruk”; „Pani Beato! Niestety ten rząd obalą kobiety!”; „Hipokrycy, fanatycy, poczujecie gniew ulicy!”).

Podobnie, jak w wypadku figur, nie sposób wymienić wszystkich argumentów retorycznych w analizowanych hasłach. Dla przykładu więc jedynie: argument *ad verecundiam* („Nie rodzisz milcz”; „Nie ucz matki dzieci rodzić”), *ad absurdum* („Księżniczki zamiast księży”) i *ad baculum* („Hipokrycy, fanatycy...”).

## 8. Podsumowanie

Niniejsze opracowanie jest zaledwie przyczynkiem do dyskusji na temat retoryki „czarnego marszu” i pojemności perswazyjnej prezentowanych haseł. Pozwala jednak dostrzec, jak bogatymi środkami perswazji posługują się różne grupy społeczne, zmobilizowane do walki o obronę swoich praw. Bogata retoryka marszu obrazuje też silny wpływ retoryki wypowiedzi w przestrzeni publicznej na medialność i łatwość rozpowszechniania idei popularyzowanych podczas społecznych zrywów. Dowodzi także, jak silna nadal jest współczesna korelacja między twórczością językową a aktualnymi wydarzeniami społeczno-politycznymi.

Hasła głoszone podczas „czarnego marszu” to próbka perswazyjnych możliwości współczesnej polszczyzny, środków retorycznych, różnicujących jej odmiany w zależności od przynależności do grupy społecznej, intencji czy wiedzy ogólnej. Zebrany materiał stanowi też ciekawą panoramę wieloznaczności języka, jego obrazowości i pojemności semantycznej oraz złożonej symboliki. Większość wszak analizowanych haseł liczy maksymalnie cztery słowa.

Pogłębione badania nad retoryką „czarnego marszu” wydają się zasadne, szczególnie biorąc pod uwagę, że badaniu w niniejszym artykule poddano zaledwie niewielką próbkę dokonań językowych i retorycznych społeczności zgromadzonej wokół marszu. Zjawiska językowe stanowią tu żywe odzwierciedlenie ważnych wydarzeń społeczno-kulturowych. Ich umieszczenie w szerszym kontekście prawa, historii i wartości wyznawanych przez dany naród, a szczególnie ocena perswazyjnej skuteczności haseł z odpowiedniej perspektywy czasowej, doskonale wpiszą się w nurt badań nad performatywną funkcją języka. Pogłębiona analiza retoryki tego typu zbiorowych wystąpień publicznych może stanowić też cenny wskaźnik stopnia rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz ważny przyczynek do badań ewolucji współczesnej debaty publicznej.

## Bibliografia

- Bartmiński, Jerzy.** 1993. *Styl potoczny*. W *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, s. 115-134. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- „Beata, niestety, ten rząd obalą kobiety! [Zdjęcia i hasła z czarnego protestu]”. 2016, dostęp 21.06.2018. <http://wiadomosci.dziennik.pl/wydarzenia/zdjecia/532192,1,kobiety-aborcja-czarny-protest-przed-sejmem-zdjecia-hasla-z-czarnego-protestu.html>.
- Bogusławski, Andrzej.** 1971. *O metaforze*. „Pamiętnik Literacki” LXII, z. 4, s. 113-126.
- Boy-Żeleński, Tadeusz** 1930, *Piekło kobiet*, Warszawa: Biblioteka Boy’a, dostęp 27.05.2018, <https://wolnelektury.pl/katalog/lektura/pieklo-kobiet.html>.
- Burke, Kenneth.** 1950. *A Rhetoric of Motives*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Burke, Kenneth.** 1977. *Tradycyjne zasady retoryki*. „Pamiętnik Literacki: czasopismo kwartalne poświęcone historii i krytyce literatur polskiej”, 68/2, s. 219-250, przeł. K. Biskupski, dostęp 3.09.2018, <https://tinyurl.com/y7vxyut9>.
- „‘Czarny Protest’ w Małopolsce. Zobacz zdjęcia transparentów [zdjęcia, wideo]”, dostęp 25.05.2018. <http://krakow.naszemiasto.pl/artukul/czarny-protest-w-malopolsce-zobacz-zdjecia-transparentow-w,3876171,artgal,t,id,tm.html>.
- Dąbrowski, Bartosz.** 2018. „Czy feminizm zjada własny ogon? ‘Ruch protestu, który zamienia się w towar, traci swoją moc’”, dostęp 20.06.2018. <http://www.tokfm.pl/Tokfm/7,103454,23235441,graffu-stawiszynskiego.html>.
- Fiołek-Lubczyńska, Bogumiła.** 2018. “Patos w retoryce filmowej. Na podstawie Yodok stories Andrzeja Fidyka”, *Acta Universitatis Lodzensis, Folia Litteraria Polonica* 1(31) 2016, dostęp 3.09.2018. <http://repozytorium.uni.lodz.pl:8080/xmlui/handle/11089/17630>.
- Grochal Renata, Sajkowska Adamina, Majkowski Bartosz.** 2016. „Żarty się skończyły. Moje ciało – moja sprawa, cz. 1”, dostęp 27.05.2018. <http://wyborcza.pl/10,82983,20776075,zarty-sie-skonczyly-moje-cialo-moja-sprawa-cz-1.html>.
- Janiak, Aleksandra.** 2011. „Zobacz, jak wyglądała warszawska Manifa (zdjęcia)”, dostęp 21.06.2018. <http://warszawa.naszemiasto.pl/artukul/zobacz-jak-wygladala-warszawska-manifa-zdjecia,806476,gal,t,id,tm.html>.
- Jędrzejko, Ewa.** 1996. *Elementy gry językowej w literackich nazwach własnych*. V: 12. Slovenská onomastická konferencia. A.6. Seminár „Onomastika a škola”. Red. M. Majtán, F. Ruščák, s. 222-228, Prešov.
- Kiklewicz, Aleksander.** 2005. *Czy gry językowe są grami? Rozważania o kategoriach familijnych*. W *Acta Universitatis Nicolai Copernici. Studia Slavica X. Nauki Humanistyczno-Społeczne. Gra językowa*. Z. 348, s. 19-40, dostęp 27.08.2018, [http://pracownicy.uwm.edu.pl/aleksander.kiklewicz/gry\\_jezykowe.pdf](http://pracownicy.uwm.edu.pl/aleksander.kiklewicz/gry_jezykowe.pdf).
- Klinger, Klara.** 2016. „‘Czarny Protest’. Proste i banalne w realizacji hasło, które okazało się hitem...”, dostęp 27.05.2018. [http://wiadomosci.dziennik.pl/opinie/artykuly/538885\\_czarny-protest-temat-roku-2016-tematroku-tematroku216-glosowanie.html](http://wiadomosci.dziennik.pl/opinie/artykuly/538885_czarny-protest-temat-roku-2016-tematroku-tematroku216-glosowanie.html).
- Korolko, Mirosław.** 1990. *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Lakoff, George, Johnson, Mark.** 2003. *Metaphors we live by*. London: The University of Chicago Press.
- Lenartowicz, Marta (Wołos).** 2004. *Koncepcja „gry językowej” Wittgensteina w świetle badań współczesnego językoznawstwa*. Kraków: Universitas.

- Lubaś, Władysław.** 1978. *Słownictwo kolokwialne i niekolokwialne. Próba definicji.* W *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, red. M. Szymczak, s. 145-149. Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk: Ossolineum.
- Łuc, Izabela.** 2010. *Współczesne gry komunikacyjno-językowe.* Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, dostęp 6.09.2018. [https://wydawnictwo.us.edu.pl/sites/wydawnictwo.us.edu.pl/files/1373\\_pdf.pdf](https://wydawnictwo.us.edu.pl/sites/wydawnictwo.us.edu.pl/files/1373_pdf.pdf).
- Marcjanik, Małgorzata.** 1992. *Typologia polskich wyrażen językowych o funkcji grzecznościowej.* W *Język a Kultura. T. 6 Polska etykieta językowa*, red. J. Anusiewicz, M. Marcjanik, s. 27-31. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Nauman, Alicja.** 2015. „Feminizm: podaj dalej!”, dostęp 19.06.2018. <http://krytykapolityczna.pl/kraj/feminizm-podaj-dalej/>.
- Nowicka, Ewa.** 1990. *Swojskość i obcość jako kategorie socjologicznej analizy.* W: *Swoi i obcy*, red. E. Nowicka, s. 5-53. Warszawa: Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego.
- Pacewicz, Piotr.** 2016. „Macice wstają z kolan i inne hasła Czarnego Piątku”, dostęp 25.05.2018. <https://oko.press/macice-wstaja-kolan-inne-hasla-czarnego-piatku/>.
- Słownik Języka Polskiego PWN*, dostęp 3.09.2018, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/has%C5%82o.html>.
- Szymanek, Krzysztof.** 2005. *Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny.* Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szczęsna, Ewa (red.).** 2005. *Słownik pojęć i tekstów kultury.* Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i profesjonalne.
- „Top 10 najbardziej kuriozalnych haseł Czarnego Poniedziałku! ‘Nie dla władców macic’”, dostęp 25.05.2018. <https://wpolityce.pl/spoleczenstwo/310589-top-10-najbardziej-kuriozalnych-hasel-czarnego-poniedzialku-nie-dla-wladow-macic>.
- „U Wojciecha Manna w Trójce: ‘Rząd nie cięża, usunąć go można’”. 2016, dostęp 19.06.2018. <http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/7,114884,20768701,u-wojciecha-manna-w-trojce-rzad-nie-ciaza-usunac-go-mozna.html>.
- Ustawa z dnia 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, dostęp 3.09.2018, <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20030800717>.
- Warchala, Jacek.** 1991. *Dialog potoczny a tekst*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, dostęp 27.08.2018, [https://sbc.org.pl/Content/73067/dialog\\_potoczny\\_a\\_tekst.pdf](https://sbc.org.pl/Content/73067/dialog_potoczny_a_tekst.pdf).
- Warchala, Jacek.** 2003. *Kategoria potoczności w języku*, Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, dostęp 4.09.2018, [https://sbc.org.pl/Content/73090/kategoria\\_potoczności\\_w\\_języku.pdf](https://sbc.org.pl/Content/73090/kategoria_potoczności_w_języku.pdf).
- Werpachowska, Anna.** 1990. *Retoryka jako sposób myślenia o tekście.* „Pamiętnik Literacki” 81/1, s. 119-130, dostęp 3.09.2018, <https://tinyurl.com/y7asjhqx>.
- Wittgenstein, Ludwig.** 2004. *Dociekania filozoficzne*, przeł. B. Wolniewicz, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zdunkiewicz, Dorota.** 2001. *Akty mowy.* W *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, s. 269-280. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Ziomek, Jerzy.** 1990. *Retoryka opisowa.* Wrocław, Warszawa, Kraków: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Znaniecki, Florian.** 1990. *Studia nad antagonizmem do obcych.* W: *Współczesne narody*, przeł. Z. Dulczewski. Warszawa: PWN.