

**Ilona Koziarska**  
Uniwersytet Łódzki

## **Perswazja werbalna i niewerbalna w czarnym proteście**

### **Wprowadzenie**

Artykuł poświęcony jest analizie **reakcji werbalnych** (wyrażanych za pomocą środków językowych) i **niewerbalnych** (pozajęzykowych środków w formie perswazyjnej) kobiet protestujących w 2016 roku przeciwko całkowitemu zakazowi aborcji. Ruch ten, który samookreślił się mianem czarnego protestu, skupił wokół siebie kobiety z różnych środowisk (choć należy w tym miejscu podkreślić, że w protestach braли udział również mężczyźni), ale także zmobilizował środowiska opowiadające się przeciw aborcji do kontrwystąpień. Czarny protest oponował przeciw działaniom rządu, które miały zabronić kobietom aborcji całkowicie, bez uznania sytuacji wyjątkowych, jak to miało miejsce wcześniej. Natomiast druga grupa – samozwańczo określająca się, na zasadzie kontrastu i opozycji, mianem białego protestu – skandowała hasła o delegalizacji aborcji w każdym przypadku, bez uznania wyjątków.

Temat aborcji jest ważny dla Polaków, dlatego też pociąga za sobą wiele kontrowersji i emocji. Każda ze stron pragnie swoim przekazem trafić do odbiorców i przekonać ich do swoich racji. Społeczeństwo, by wyrazić swoje uczucia dosadniej, w ramach protestu stworzyło wiele haseł oddających zaangażowanie w problem, stanowisko wobec niego i oczekiwania. Nie ulega wątpliwości, że temat ten dotyka z jednej strony intymnej sfery życia (tj. samodecydowania o prokreacji), z drugiej zaś dotyczy dyskusji światopoglądowych na temat poczęcia, życia, aborcji, nie dziwi więc również fakt, że emocje, jakie się rozżyły wokół protestu, były skrajnie różne i we wszelaki sposób uzewnętrzniane.

Zaistniałe w polskim społeczeństwie rozdarcie światopoglądowe w związku z czarnym protestem jest niezwykle ciekawe nie tylko ze względów społecznych, lecz także ukazuje różnorodne zjawiska językowe. Spisane podczas czarnego protestu hasła i zgromadzone niewerbalne sposoby zaakcentowania swojej

postawy i przekonań dały początek rozważaniom na temat komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz sposobom wyrażania emocji w różnych typach komunikatów powstałych w ramach tego ruchu. Zgromadzony materiał stał się inspiracją do analizy zjawiska perswazji wobec odbiorców protestu i manipulacji nimi.

### Perswazja w służbie społecznej

Zdaniem Mirosława Korolki „używanie perswazji oznacza więc w całokształcie idealnym trudną do opisaną syntezę intelektualnych, moralnych i emocjonalnych składników mowy skierowanej do rozumu, woli i uczuć adresata” (Korolko 1990: 28). W ramach perswazji autor wyróżnia dwa rodzaje oceniania wartościującego: oceny emocjonalne i utylitarne. Utylitarność ocen sprowadza się do stwierdzenia np. użyteczności czegoś, natomiast oceny emocjonalne odwołują się do wartości etycznych i moralnych, formułowanych na podstawie ustalonego systemu norm etycznych. „Perswadujący ma zamiar skłonić odbiorcę do przyjęcia zaakceptowanej przez siebie wartości ze wszystkimi konsekwencjami wynikającymi z tej decyzji” (Korolko 1990: 29–30). Ze względu na różne cele, które mogą przyświecać osobie przekonującej, badacz przedstawia trzy rodzaje perswazji:

- przekonującą – najbardziej „czystą” i uczciwą, zakładającą wyłącznie moralne intencje,
- nakłaniającą (propagandę) – stawiającą sobie za cel zdobycie jak największej liczby zwolenników danej idei. Przekonujący posiłkować się może tutaj swoim wypracowanym autorytetem oraz dydaktycznymi i retorycznymi zasadami wypowiedzi,
- pobudzającą (agitację) – nakłanianie wyróżniające się oddziaływaniem doraźnym, np. przemówienie wiecowe.

Marek Tokarz twierdzi, że: „Perswazja, to świadoma próba podjęta przez pewną osobę, w celu wywołania zmiany postaw, przekonań lub zachowań innej osoby, bądź też grupy osób za pomocą transmisji pewnych informacji” (Tokarz 2006: 195) oraz „Perswazję definiujemy jako taką komunikację, której celem jest wywarcie wpływu na autonomiczne oceny i działania innych” (Tokarz 2006: 195), natomiast *Słownik języka polskiego PWN* objaśnia, że perswazja to ‘namawianie do czegoś lub odradzanie czegoś z przytoczeniem odpowiednich argumentów’ (SJP). Wszystkie te definicje wzajemnie się uzupełniają, nie wskazują jednak na fakt, który odróżnia perswazję od manipulacji. Obydwa te zjawiska są do siebie bardzo podobne i mają wiele cech wspólnych, lecz mimo to nie można stosować ich synonimicznie ze względu na duży kontrast w ich nacechowaniu aksjologicznym. Problem ten rozważał Walery Pisarek, proponując trzy rozwiązania dotyczące odbioru perswazji i manipulacji jako zjawisk dobrych lub złych. Pierwszym z nich jest traktowanie perswazji jako zjawiska neutralnego aksjologicznie: „Jeżeli przyjmiemy, że *perswazja* jest ‘przekonywaniem intensywnym i świadomym, ale etycznie obojętnym’, to manipulacją nazwiemy ‘określane przez

nas jako nieuczciwe przekonywanie intensywne i świadome ze strony naszych przeciwników na naszą niekorzyść” (Pisarek 2003: 15). Następnie proponuje, aby perswazję przeciwstawił manipulacji – osobliwości „ukrywającej w sposób nieuczciwy i wyrachowany prawdziwe intencje lub działającej poza świadomością adresata” (Pisarek 2003: 16). Stanowisko trzecie wobec tego problemu głosi, że perswazja nie jest mniej naganna od manipulacji. Pozostawia jednak możliwość analizy tego, w jaki sposób i w jakim kontekście perswazja jest stosowana, by nie nastąpiło zbyt duże uproszczenie omawianej kwestii (Pisarek 2003: 17).

Z psychologiczno-socjologicznego punktu widzenia „[...] manipulacja jest działaniem nieetycznym. Negatywna ocena zachowań manipulacyjnych dotyczy nie tylko ich niejawnego charakteru (ukrywanie rzeczywistych intencji), ale także faktu wykorzystywania przewagi nadawcy (manipulatora) do instrumentalnego lub przedmiotowego traktowania odbiorcy (manipulowanego)” (Krzyżanowski 2004: 280). Oznacza to w praktyce rozbieżność między intencją deklarowaną a faktyczną oraz między deklarowanym celem działań a ich skutkami. Jak podaje Piotr Krzyżanowski, manipulować można zarówno językiem, jak i tekstem. Zarówno jedno, jak i drugie „głęboko ingerują w funkcjonowanie języka. Działania manipulacyjne w odniesieniu do zasobu językowego ograniczają możliwości adekwatnego opisu rzeczywistości, manipulacja w tekstach niszczy efektywność komunikacyjną języka” (Krzyżanowski 2004: 282).

Podsumowując, główna różnica między wspomnianymi pojęciami leży po stronie celu działania. Perswazja dąży do nakłonienia odbiorcy do pewnych posunięć, ale nadawca ma wtedy na celu zawsze dobro odbiorcy komunikatu. Natomiast w manipulacji celem nadawcy jest także nakłonienie do przyjęcia pewnej postawy przez adresata, ale dla własnych korzyści. Niezależnie, z którym zjawiskiem mamy do czynienia, musimy pamiętać, że każde z nich jest wszechobecne w naszym życiu, choć najczęściej dostrzega się ich wpływ przede wszystkim w środkach masowego przekazu, reklamie, marketingu, polityce czy języku religijnym. Protest obywatelski jest ciekawą sytuacją, w jakiej dochodzi do przekazania treści, których władza nie chce uwzględnić, usłyszeć, więc dobrane do niego środki wyrazu i mechanizmy ich tworzenia oraz wpływania na odbiorców stają się pierwszoplanowe. W takiej sytuacji „[...] język nie służy już do tego, by przekazywać pewne treści, lecz by wytworzyć coś innego, coś ponad to, co bezpośrednio się mówi” (Reboul 1980: 302).

Istnieją pewne zasady i mechanizmy działania w perswazji. Wyrażane są środkami językowymi, które mają za zadanie przekonywanie odbiorcy do swoich opinii i poglądów zarówno w sposób bezpośredni, jak i pośredni. Są często hiperbolizowane w celu podkreślenia tego, co w danym komunikacie jest najistotniejsze i najważniejsze do przekazania. Takimi środkami bliskimi owym okolicznościom są slogany. Obrazuje to definicja sloganu stworzona przez Andrzeja Marię Lewickiego, według którego jest to „krótkie wypowiedzenie (czasem jednowyrazowe), specjalnie uformowane z wykorzystaniem poetyckich środków języka, często więc wymagające od odbiorcy pewnego wysiłku interpretacji, ale dające mu satysfakcję odkrycia niezwykle połączenia wyrazów” (Lewicki 1995: 218).

## Mechanizmy wywierania wpływu

Mechanizmy wywierania wpływu to pewne schematy działania wskazane przez Roberta Cialdiniego w pracy pt. *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka* (Cialdini 1995), a później omówione także przez Marka Tokarza w podręczniku *Argumentacja, perswazja, manipulacja* (Tokarz 2006). Są to mechanizmy psychologiczne, które wywołują reakcje automatyczne, nie zawsze kontrolowane, mające wpływ na praktyczną skuteczność przekazu. Omawiane reguły znane są społeczeństwu od bardzo dawna, co można stwierdzić na przykład po obecności w języku przysłów oddających charakter omawianych metod.

**Mechanizm wzajemności.** Polega na oddawaniu czy też odwzajemnianiu przez odbiorcę zachowania, które prezentuje względem niego nadawca. Jest to niewątpliwie mechanizm kształtowany w dziejach ludzkości od wieków. Jego charakter oddaje między innymi przysłowie: *Jak Kuba Bogu, tak Bóg Kubie*. Najprostszy sposób zastosowania reguły wzajemności w praktyce to podarowanie odbiorcy czegoś, co spowoduje w nim wewnętrzną potrzebę rewanżu. W ten sposób osoba przekonywana będzie bardziej stronnicza, podatna na działanie nadawcy i w rezultacie jej chęć odmowy będzie mocno ograniczona.

**Mechanizm konsekwencji.** Odwołuje się do podejmowania decyzji w sposób analogiczny do poprzednich działań i spójny z nimi. Taki sposób działania jest umotywowany społecznie, ponieważ osoby postępujące konsekwentnie postrzegane są jako poważne, racjonalne, a wręcz poważane. Nacisk na takie postępowanie nasila się, jeśli deklaracja konsekwencji pada przy świadkach, na piśmie bądź publicznie. Ważna jest tu także kwestia zaangażowania. Im większe zaangażowanie, tym większa konsekwencja w dążeniu do celu. Przynosi to satysfakcję oraz lepsze postrzeganie w oczach społeczeństwa. To zjawisko prowadzi do pewnego mechanizmu: jeśli nadawcy zależy, by odbiorca przyjął dane stanowisko i konsekwentnie go bronił, należy go najpierw sprowokować do publicznego wygłoszenia tego stanowiska. Przysłowia, które oddają działanie mechanizmu konsekwencji, to: *Jeśli powiedzialesz A, to musisz powiedzieć B, Słowo się rzekło*.

**Mechanizm konformizmu,** czyli postępowanie w taki sposób jak ogół. Jeśli wszyscy coś robią, oznacza to, że tak należy postępować, ponieważ słuszność leży po stronie większości. Taki sposób działania zapewnia mały margines błędu, gdyż powoduje przewidywalność sytuacji i konsekwencji postępowania. Jeśli nadawcy zależy na skłonieniu odbiorcy do podjęcia konkretnej perspektywy, należy wywołać w nim wrażenie, że jest to postawa powszechnie pożądana lub co najmniej akceptowana. *Jeśli wlażesz między wrony, musisz krakać jak i one* – to maksyma obrazująca omawiany mechanizm.

**Mechanizm sympatii.** Łatwiej jest zaufać i przejść poglądy osoby bliskiej, darzonej sympatią, ponieważ istnieje znikome ryzyko, że taka osoba próbowałaby swego współrozmówcę oszukać swymi chwytami manipulacyjnymi. W przypadku kontaktu z osobą zaufaną podatność na jej zabiegi perswazyjne jest współmierna do poziomu wykazywanej względem tej osoby sympatii. W tej sytuacji sprawdza się porzekadło: *Kogo Kochamy, chętnie go słuchamy*.

**Mechanizm autorytetu.** Opiera się na relacji nadrzędno-podrzędnej między osobami. Autorytetem może być osoba, którą darzy się zaufaniem, lub taka, która jest specjalistą w konkretnej dziedzinie bądź za takowego jest uważana. Dużo łatwiej jest ulec sugestii autorytetu niż przypadkowej osoby. Ten mechanizm ma swoje źródło w historii ewolucji. Człowiek pochodzi od zwierzęcia stadnego, a te z kolei żyją w grupach, w których ktoś zawsze jest przywódcą. To dowodzi zatem hierarchicznej struktury populacji stadnych, która jest silnie zakorzeniona również we współczesnym społeczeństwie. Mówi o tym stare powiedzenie ludowe: *Pan każe, sługa musi*. Odbiorca machinalnie dostosowuje się do poleceń i nakazów ze strony nadawcy, który jest dla niego autorytetem. Często pojawia się także motyw pasterza – przewodnika, którego uznaje się za lepiej zorientowanego w tym, co należy robić, więc instynktownie robi się to, co on poleci.

**Mechanizm niedostępności.** Najlepiej ilustrują ten mechanizm takie przysłowia jak: *Zakazany owoc smakuje najlepiej* i *Komu czego brakuje, drogo to szacuje*. Dużo wyżej określa się wartość wszystkiego, co jest trudno dostępne, ponieważ chęć posiadania tego, co unikalne, jest większa. Mechanizm ten osiąga najlepsze efekty perswazyjne, kiedy osiągnięcie/wykonanie/zdobycie tego, co wyjątkowe, jest trudne, ale możliwe do zrobienia. Jeśli coś jest zupełnie poza zasięgiem możliwości odbiorcy i pewne jest, że osiągnięcie celu jest niemożliwe, przedmiot uwagi gwałtownie traci na wartości.

### Strategie werbalnego wyrażania sprzeciwu

Zadaniem haseł formułowanych podczas czarnego protestu było wyrażenie sprzeciwu społecznego bezpośrednio wobec ustawy traktującej o zaostrzeniu praw kobiet do aborcji, a pośrednio również wobec polityków, którzy mieli tym zagadnieniem się zajmować. Biały protest, będący odpowiedzią na tę postawę, podejmował temat pozbawiania życia już od chwili poczęcia i był wyraźnie powiązany z ruchem antyaborcyjnym. Obie strony sporu w różny sposób budowały hasła i formułowały argumenty, jednak obie grupy wyraźnie nawiązywały do rozlicznych dziedzin życia społecznego, w tym polityki, historii, a nawet popkultury.

Pierwsza kategoria, która zostanie omówiona, to **hasła odwołujące się do motywów z szeroko pojętej kultury** (np. literatura, muzyka, film, sztuka). Takie hasła mają wpływać na świadomość odbiorcy, odwołują się do tego, co powszechnie znane w danej dziedzinie, przy założeniu, że dzięki temu przekaz zostanie odpowiednio odebrany i zrozumiany. W tej kategorii dominuje mechanizm konformizmu, czyli postępowanie tak jak ogół danej grupy społecznej: ogół kobiet/Polaków/protestujących. Jednym z takich haseł jest: (1) **Jeszcze Polska nie zginęła**, które odwołuje do słów hymnu narodowego. Protestujący posługujący się tym hasłem nawiązują do jednego z najważniejszych dla Polaka i patrioty wersów literackich, zatem odwołują się do poczucia przynależności oraz świadomości narodowej. Różnica między oryginałem a hasłem stworzonym

na potrzeby czarnego protestu ogranicza się do przekreślenia litery *s* w wyrażeniu *Polska*, czyli: *jeszcze Polka nie zginęła*. To zdanie wyraża strach o życie Polek po wprowadzeniu zaostreżeń wyżej wymienionej ustawy. Jest to gra słów, której celem jest wpłynięcie na odbiorców i nakłonienie ich do przyjęcia określonych postaw.

Drugim hasłem zapisywanym na transparentach protestujących było (2) **#razem**. To słowo zapisane ze znakiem potocznie nazywanym *kratką* ma dwa znaczenia. Pierwsze z nich jest oczywiste, nawołuje do działania we wspólnocie i jednoczenia się w obliczu problemu, jaki dotyka Polki. Słowo *razem* ma pozytywne konotacje, budzi w odbiorcy dodatnie skojarzenia: łączenia się w pewnej sprawie, wzajemnej pomocy. Natomiast drugie znaczenie łączy się z użytym znakiem #, czyli tzw. *kratką*. Zapisując **#razem**, nadawcy sugerują, że jednoczą się z młodszym pokoleniem, dla którego użyty znak graficzny jest znany pod nazwą *hashtag* (nazwa pochodzi z języka angielskiego; zadowolniła się w odmianie potocznej języka polskiego) i używa się go w aplikacjach multimedialnych i mediach społecznościowych, by oznaczyć i podpisać zamieszczane zdjęcia i posty. Hashtagi pełnią funkcję odnośników i odsyłają użytkowników do źródeł, które taki podpis, czyli hashtag, zawierają. Ponadto hasło odwołuje się do źródeł kultury, jakimi są nowe media, w tym przypadku głównie społecznościowe. Można je zaliczyć do kategorii kultury popularnej oraz masowej. Budując hasło w ten sposób: **#razem**, nadawca osiąga podwójny efekt — nie tylko zaznacza, że zależy mu na solidarności w danej kwestii, lecz także określa grupę docelową, czyli tych, którzy funkcję hashtagu rozumieją. Warto dodać, że w okresie protestu w mediach takich jak Facebook oraz Instagram dominował hashtag **#czarnyprotest**, który również symbolizował solidarność z osobami buntującymi się przeciwko ustawie antyaborcyjnej. (3) **No woman, no kraj** to kolejne hasło nawiązujące do popkultury, w tym przypadku do muzyki reggae. Bob Marley jest autorem piosenki z 1974 roku pod tytułem *No woman, no cry* (tłumaczenie dosłowne: 'nie ma kobiety, nie ma płaczu'; co jednak jest mylne, bo nie do końca taki przekaz wybrzmiewa w oryginalnym utworze). Hasło natomiast jest swoistą hybrydą językową, ponieważ fonetycznie brzmi jak tytuł piosenki, ale różnica tkwi w zapisie. Formuła z polskim słowem zamienia angielski wyraz *placz* na polski *kraj*, co daje zupełnie nowe znaczenie przy tłumaczeniu pozostałej części sloganu: 'nie ma kobiety, nie ma kraju'. W kontekście omawianego tematu przekaz jest dość prosty i klarowny: kobiety, które boją się, że będą umierać wskutek powikłań i problemów związanych z ciążą, nie będą chciały rodzić dzieci. Jeśli nie będzie dzieci, naród zacznie wymierać. Ta bardzo pesymistyczna wizja przyszłości pojawia się także w innej kategorii haseł, która zostanie scharakteryzowana w dalszej części artykułu. Charakterystyczne jest też słowo *cry*, które oznacza płacz, co w tych okolicznościach niesie dość jasny przekaz — kobiety płaczą nad zastaną sytuacją i walczą o swoje dobro. Całość przekazu jest spójna i niesie głębszy sens mimo pozornie lekkiej formuły nawiązującej do muzyki reggae.

Henryk Sienkiewicz napisał powieść pod tytułem *Quo vadis*, co w języku łacińskim oznacza 'dokąd zmierzasz?'. Tym tropem postanowili pójść protestujący, tworzący swoje hasło (4) **Quo vadis, Polsko?**, bazując tym samym

na znanym powszechnie motywie literackim stworzonym przez polskiego pisarza. Przekaz płynący z tego hasła wskazuje jasno, że Polki i Polacy boją się, co nastąpi w niedalekiej przyszłości i jakie długotrwałe skutki przyniesie to dla narodu. Odwoływanie się do tak popularnego, ale i szanowanego dzieła ma za zadanie skupić uwagę odbiorcy na postulatach nadawcy oraz refleksji nad sytuacją. Ponadto wywołuje skojarzenia z czymś, co istnieje w kulturze od lat w niezmienionej formie i jest symbolem pewnej klasyki, doskonałości. Dodatkowo użycie języka łacińskiego jest w tym przypadku dość wymowne, ponieważ z jednej strony ma nadać elokwentny charakter hasłu i protestującym, a z drugiej jest jednak wyrazem buntu wobec władz w Polsce, staje się krzykiem na demonstracjach i napisem na transparentach, tracąc swoją wyjątkowość i skojarzenia z klasycyzacją. Warto także zauważyć, że Lech Makowiecki śpiewa piosenkę *Quo vadis, Polonia?*, która traktuje o losach Polski w czasach wojennych. Interpretując hasło protestujących w kontekście tego motywu, można stwierdzić, że nadawcy porównują rzeczywistość zapanowaną w kraju do chaosu wojny. Ponadto *Quo vadis, Polsko?* jest podobnie jak *No woman, no kraj* hybrydą językową: połączeniem języka polskiego z językiem obcym (w tym wypadku łaciną). Można zatem wywnioskować, że twórcy haseł nawiązują nie tylko do motywów kultury polskiej, lecz także obcej.

(5) **Macice wykłete** to motywy nawiązujący do bohaterów polskiego powojennego podziemia niepodległościowego i antykomunistycznego – żołnierzy wykłetych, czyli ludzi walczących o wolną i niepodległą Polskę w czasach komunizmu, kiedy nasz kraj był mocno osłabiony przez koszmar wojny. Można się tu pokusić również o stwierdzenie, że przez taką analogię protestujący przyrównują swój problem do problemu życia w ówczesnej Polsce, co jest jednak dużym nadużyciem i odarciem z szacunku historycznych bohaterów. Da się tu zauważyć jeszcze jedną tezę, choć ta jest dość śmiała i może być kontrowersyjna w odbiorze: hasło to ma na celu przyrównanie władz odpowiedzialnych za zaostrzenie praw kobiet do władz w czasach powojennej Polski.

Kolejną kategorią haseł są **gry językowe bazujące m.in. na polskiej frazeologii i rymach**. Funkcją takich haseł jest przede wszystkim łatwe dotarcie do świadomości odbiorcy: rymowane slogany mają to do siebie, że są zapamiętywane dużo szybciej niż zwykle. Podobnie z tymi opartymi na frazeologii: drobna modyfikacja frazeologizmu zmieniająca znaczenie komunikatu zapadnie w pamięć szybciej, ponieważ przekaz taki odwołuje do znanego i zakorzenionego w świadomości popularnego związku frazeologicznego.

(6) **Aborcja potrzebna na gwałt**. Hasło bazujące na powszechnie znanym frazeologizmie *na gwałt*, czyli 'jak najszybciej, od ręki, na już, koniecznie lub natychmiast', np. *Na gwałt potrzebuję notatek, inaczej nie zdam tego egzaminu*. Geneza tego wyrażenia nie ma powiązania semantycznego z gwałtem jako aktem seksualnym dokonanym bez zgody jednej ze stron ani z żadną przemocą. Opiera się na wyżej wyjaśnionym znaczeniu. Nie można jednak nie wspomnieć o grze słów, która tworzy pewną wieloznaczność. Aborcja w Polsce przed dyskusjami w sprawie zaostrzenia ustawy była dostępna legalnie w trzech przypadkach. Jeden z nich to ciąża będąca skutkiem gwałtu. W takim przypadku hasło

tworzy zupełnie nowe znaczenie, w dodatku co najmniej podwójne, przez występowanie wyrażenia *na gwałt*. Po pierwsze, oznacza ono, że aborcja jest potrzebna kobietom zgwałconym, które w wyniku tego zdarzenia są w ciąży. W tym przypadku wskazuje na cel działań: aborcja potrzebna w jakim celu?, na kogo/co? Po drugie, aborcja w takich przypadkach jest raczej dość pilna, nie można z nią zwlekać ze względów zdrowotnych i prawnych. Wtedy wyrażenie *na gwałt* nie wskazuje już na cel, ale sposób wykonania: na gwałt, czyli jak? – szybko, natychmiast, koniecznie. Zadziałał tutaj mechanizm konsekwencji – by odbiorca przyjął dane stanowisko i konsekwentnie go bronił, należy go najpierw sprowokować do publicznego wygłoszenia tego stanowiska.

Kolejnym hasłem w tej kategorii jest rymowana fraza: (7) **Czy lewica, czy prawica, zawsze ważna jest macica**. Mówi o tym, że dla kobiet dużo ważniejsze są ich prawa do decydowania o własnym ciele i ciąży niż jakakolwiek opcja polityczna i jej poglądy. Macica jest nieodłącznym atrybutem kobiety i macierzyństwa. Protestujące chcą w ten sposób wyrazić swój sprzeciw: żaden polityk nie powinien decydować o tak intymnej sprawie jak rozrodczość, ponieważ kłopoty tej kategorii są całkowicie indywidualne i nie powinny być generalizowane przez ustawę traktującą wszystkich jednakowo. Niezależnie od partii i poglądów osób rządzących do tak delikatnych spraw powinno stosować się jednostkowe podejście do problemu i nie traktować ich ogólnikowo. W omawianym hasle wybrzmiewa mechanizm konformizmu, czyli zjednoczenie ogółu kobiet jako posiadaczek macic, niezależnie od prezentowanych poglądów politycznych.

(8) **Nie ucz matki dzieci rodzic** to nawiązanie do frazeologizmu funkcjonującego w mowie potocznej: *Nie ucz ojca dzieci robić*. Oznacza to tyle, że nie należy pouczać osób będących ekspertami w danej dziedzinie. Sens tego hasła jest jednoznaczny i oczywisty: nikt, kto nie znalazł się w sytuacji matki, która musi decydować, czy dokonać aborcji, czy też nie, nie powinien jej w tej kwestii narzucać własnego zdania, a już na pewno nie ma moralnego prawa nakładać na nią sankcji za podjęcie jakiegokolwiek decyzji. Należy zaznaczyć, że narzuceniem własnego zdania jest również uchwalenie ustawy generalizującej każdy przypadek oraz powoływanie się na klauzulę sumienia. Jedyne sumienie, które ma całkowite prawo do podejmowania decyzji, to w tym przypadku sumienie matki, o czym traktuje omawiane hasło. Uwidacznia się tu działanie mechanizmu autorytetu – nikt nie jest w stanie tak jak matka ocenić sytuacji i podjąć odpowiedniej decyzji, a co za tym idzie – to matki powinny być autorytetem i głosem decydującym w tej sprawie.

(9) **Rząd nie ciąży – da się usunąć**. Jest to rodzaj pewnej groźby Polek wobec rządu, mówi o utracie elektoratu w przypadku zaakceptowania ustawy. Choć *usunięcie* w przypadku rządu można uznać za nietrafne, słowo to nawiązuje swoją kolokwialnością do utartego w języku ogólnym peryfrastycznego określenia aborcji, czyli *usuwania ciąży*. Protestujące zastosowały tutaj mechanizm wzajemności – jeśli nie dostaną tego, o co postulują, rząd nie dostanie od nich poparcia, którego potrzebuje.



Kobiety postanowiły także zaznaczyć powody podejmowania decyzji o rodzicielstwie, mówiąc: (10) **Dzieci z miłości i wyboru, a nie gwałtu i terroru**. Informują w ten sposób władze o tym, że zmuszanie do rodzenia dzieci, które są owocem przemocy lub cierpienia, nie jest sposobem na pełne i szczęśliwe rodziny w Polsce. Ponadto może powodować jeszcze większe w skutkach tragedie. Zastosowano tutaj mechanizm konsekwencji – jeśli założenie jest takie, że Polki mają rodzić dzieci i tworzyć szczęśliwe rodziny, to nie mogą to być ciężce wynikające z ich krzywdy lub przymusu.

(11) **Kobieta – człowiek z wolną wolą, nie inkubator pod kontrolą** – hasło akcentuje uprzedmiotowienie kobiet w okresie rozrodczym i sprowadzenie ich roli w życiu społecznym jedynie do rozmnażania się i pełnienia funkcji inkubatora, degradując je tym samym do najniższego poziomu w hierarchii społecznej. Odebranie możliwości decydowania o sobie i swoim ciele oraz narzucenie kobietom, co powinno stanowić nadrzędny cel w ich życiu (rozmnażanie), sprowadza je do poziomu istot, które niezdolne są do samodecydowania w tej kwestii, jak ma to miejsce np. w wypadku zwierząt. To hasło oddaje najpełniej istotę problemu. Wybrzmiewa w nim mechanizm konsekwencji – kobiety nakłaniają odbiorców do przyjęcia proponowanych przez nie poglądów poprzez prowokację do wygłoszenia stanowiska publicznie.

(12) **Nie twoja broszka** – to hasło mające więcej znaczeń, niż pozornie mogłoby się wydawać. Przede wszystkim nawiązuje do niegrzecznego, potocznego powiedzenia: *nie twoja sprawa*, czyli: 'nie powinno cię to interesować'. Można jednak doszukać się tu kolejnych znaczeń: *broszka* to kolokwialne, zahaczające o wulgarność, określenie kobiecych narządów płciowych; zatem w tym wypadku hasło to jest synonimiczne do innego – (13) **Moje ciało, mój wybór** (które zostanie omówione w innej kategorii). Przekaz płynący z tej interpretacji mówi, że nie należy się wtrącać w taki sposób w intymne, trudne sprawy kobiet w Polsce. Ostatnie, najbardziej abstrakcyjne, nawiązanie to odniesienie tego hasła do pełniącej funkcję premiera (od 13 listopada 2015 do 7 grudnia 2017 roku) Beaty Szydło, która w trakcie sprawowania urzędu zyskała przydomek „Broszka” dzięki noszeniu charakterystycznej biżuterii. W powyższych hasłach wybrzmiewa mechanizm niedostępności – politycy chcą ingerować w decyzje kobiet o charakterze intymnym, ale kobiety tej możliwości ich pozbawiają.

Ciekawą kategorią jest **grupa haseł działających silnie na wyobraźnię, hiperbolizujących cierpienie kobiet oraz stawiających je w centrum zainteresowania, akcentująca tym samym ich upodmiotowienie**. Te hasła zostaną poniżej skrótowo scharakteryzowane jako jedna kategoria ze względu na tożsamość ich funkcji.

Poprzez hasło (14) **Nie dla barbarzyństwa wobec kobiet** nadawca osiąga efekt wielkiej krzywdy, która może dotknąć kobiety po zaakceptowaniu ustawy. Zasady zawarte w ustawie porównuje do silnie nacechowanego negatywnie barbarzyństwa. Widać tu zasadę konformizmu – ogół kobiet działa razem, by osiągnąć określony cel.

(15) **Skazane na śmierć z powodu waszych sumień** to hasło odwołujące się do wspomnianej już wcześniej klauzuli sumienia, na którą ma prawo powołać się lekarz, jeśli kobieta zwróci się do niego z prośbą o aborcję. Odnosi się również do wykonywanej niegdyś kary śmierci. W tym przypadku śmierć ma wymiar dosłowny, natomiast skazanie już nie. Śmierć nie jest skutkiem prawnym podjęcia decyzji o aborcji, ale zabiegiem medycznym – w sytuacji ciąży zagrażającej życiu kobiety (jest to kolejny, z trzech, warunek legalnego usunięcia ciąży w Polsce). Mechanizm konsekwencji – kobiety walczą o samodzielne decyzje, które pozwolą im żyć, tymczasem klauzula sumienia może doprowadzić je do śmierci.

(16) **Moje ciało, mój wybór** to hasło mówiące o prawie do samodzielności kobiet w podejmowaniu decyzji o przerwaniu ciąży lub jej donoszeniu z racji wyjątkowości każdej z takich sytuacji. Jak już nadmieniono wcześniej, przejawia się tutaj mechanizm niedostępności.

(17) **Martwa dziecka nie urodzę / Martwa dziecka nie przytulę / Martwe nie będziemy rodzic** to odwoływanie się do śmiertelnych skutków donoszenia ciąży z powikłaniami, kwalifikującej się do aborcji. Działa tutaj mechanizm konsekwencji – kobiety chcą rodzić i wychowywać dzieci, ale nie za cenę utraty życia – muszą mieć prawo do samodzielnego podejmowania decyzji, by móc żyć i opiekować się potomstwem.

(18) **Nie jesteśmy waszymi inkubatorami** – próba bronięcia się przed uprzedmiotowieniem kobiet poprzez zdegradowanie ich do najniższej roli społecznej, odebranie praw i ograniczenie ich funkcji jedynie do rozmnażania. Zadziałał tutaj mechanizm niedostępności – protestujące nie wyrażają zgody na powyższe działania polityków.

(19) **Politycy, nie zabijajcie kobiet!** to bezpośredni zwrot do adresata (adresatów), mający na celu zwrócenie uwagi na istotę problemu poprzez jego hiperbolizację. Zastosowano tu mechanizm autorytetu – moc protestujących wykorzystuje swoją siłę, by nakłonić odbiorców do przyjęcia ich stanowiska.

(20) **Martwa matka to kiepska matka** – hasło ma na celu uświadomienie, że życie matki jest równie ważne co życie dziecka, a sytuacja, w której życie dziecka ratuje się kosztem życia matki, nie jest wcale oczywistym i dobrym rozwiązaniem, ponieważ dziecko bez matki jest skazane na trudny los. Zarówno w tym, jak i poniższym (21) hasle pojawia się mechanizm niedostępności – kobiety nie mogą być matkami (czego oczekuje od nich rząd), jeśli będą martwe lub pozbawione wolności.

(21) **Za kratkami nie będziemy matkami** to zwrócenie uwagi na bezzasadność karania sankcjami prawnymi kobiet, które stają w obliczu tragedii, jaką jest decyzja o aborcji.

(22) **Nie chcemy umierać za waszą wiarę** – bunt przeciwko łączeniu religii z polityką (co miało miejsce podczas czarnego protestu), czyli pośrednio również powoływanie się na klauzulę sumienia. Funkcjonuje w tym przypadku mechanizm konsekwencji – kobiety chcą żyć i mieć wolność wyboru, do tego konsekwentnie dążą. Tymczasem politycy w swoim działaniu pozbawionym konsekwencji raz opowiadają się za ratowaniem życia, a za chwilę podejmowanymi krokami są gotowi pozbawić życia matki.

(23) **Ta ustawa to gwałt** – czyli potraktowanie jej jako naruszenie, a nawet zdeptanie praw i wolności kobiet.

(24) **Budujecie piekło kobiet; państwo ma chronić, a nie gwałcić** – podobnie jak w przypadku hasła nr 23 wskazanie na cierpienie kobiet we własnym kraju, brak poczucia bezpieczeństwa i strach nie tylko przed utratą życia w wyjątkowo tragicznych sytuacjach, lecz także sankcjami nakładanymi przez władze.

Kolejna kategoria jest podobna do poprzedniej, jednak różni się nieco spojrzeniem na problem – w tym wypadku podkreśla się prawa kobiet i dąży do ich zachowania.

(25) **Nie dla odbierania wolności** – hasło pokazujące heroiczną kobietę, umiejętność walki o swoje prawa oraz akcentujące, że takowe prawa istnieją i obowiązkiem wszystkich jest ich przestrzeganie i szanowanie.

(26) **Aborcji mówimy NIE, wolności mówimy TAK** to stanowisko (w mojej opinii) najbardziej przemyślane, apelujące o wolność kobiet. Kobiety nie domagają się w tym przypadku samej aborcji, ale jedynie poszanowania ich praw do decydowania o sobie, swoim ciele i potomstwie.

(27) **Prawa człowieka prawami kobiet** to hasło podkreślające, że kobieta jest równoprawnym obywatelem państwa i jej prawa nie powinny być w żaden sposób zachwiane, a same kobiety nie mogą być dyskryminowane przez rząd.

W powyższych hasłach (23–27) nie można jednoznacznie sklasyfikować mechanizmów w nich zastosowanych ze względu na to, że dominującym motywem jest wyraźny bunt wobec zastanej sytuacji, jaki z nich wybrzmiewa.

(28) **Matki z wyboru** – w ten sposób kobiety akcentują, że jedynym słusznym powodem zostania matką jest wybór w tej kwestii. Każdy inny sposób jest poniekąd gwałtem na kobiecie – oczywiście nie cielesnym, ale emocjonalnym. Zastosowano w tym hasle mechanizm konsekwencji – jeśli kobieta ma zostać matką, to wyłącznie dlatego, że taka była jej decyzja.

(29) **Myślę, czuję, decyduję** to wyraźne podkreślenie najbardziej podstawowych praw człowieka, w tym praw kobiet – praw do samodzielnego myślenia i decydowania na podstawie własnych przekonań. Zadziałał tutaj mechanizm autorytetu – kobiety jako wspólnota walcząca o swoje prawa mają większe szanse, by przekonać odbiorców do swojego stanowiska.

Przedostatnia kategoria dotyczy **odwołań do sytuacji społeczno-politycznej w Polsce i Europie, a także do samych polityków**. Zawierają się w niej symbole polityczne oraz określenia ściśle wiążące się z socjolektem polityków.

(30) **Edukować a nie karać** to postulat mający na celu uświadomienie władzy problemu edukacji seksualnej w Polsce. Edukacja to jedna z podstawowych funkcji państwa względem obywateli, która powinna zostać spełniona należycie. Nadawca postuluje uzupełnienie braków, sugerując tym samym, że to jest centrum problemu dotyczącego dzietności w Polsce. Karanie uważa za bezcelowe działanie, które nie pomaga obywatelowi, jedynie go zastrasza, co powoduje zachwianie poczucia bezpieczeństwa. Widoczny jest tu mechanizm konsekwencji – jeśli czegoś się oczekuje, należy najpierw zapewnić w tym zakresie edukację.

(31) **Czesi zarabiają na polskiej hipokryzji** to oczywiste odniesienie do polityki czeskiej, która zezwala swoim obywatelkom na dokonywanie aborcji. Określenie *poliska hipokryzja* w tym hasle to nawiązanie do zachowań polityków, którzy swoją moralnością w opinii społecznej są podobni do znanej z literatury postaci – Pani Dulskiej. Powołują się oni na swoje sumienia w przypadku ciąży obywaterek, nie zważając na sprawy, które powinny być w tej kwestii priorytetem. Zadziałał tu mechanizm konsekwencji – protestujące podtrzymują swoje stanowisko, informując, że nawet jeśli rząd nie przyjmie ich postulatów, one i tak zrobią to, co uważają za słuszne. Nawet jeśli będzie miało się to odbyć za granicami kraju.

(32) **Wyskrobać rząd** – to kontrowersyjne hasło odnosi się do mowy potocznej, w której *skrobaniem* lub *skrobanką* określa się aborcję. Nadawca proponuje pozbycie się rządu, który nie spełnia jego oczekiwań i działa wbrew jego woli. Użycie dosadnego potoczizmu ma wyrażać silne emocje nadawcy. Mechanizm wzajemności przejawia się tutaj w stanowisku kobiet – narzucają swoje (wyrażone w radykalny sposób) zdanie politykom, podobnie jak oni kobietom.

(33) **W sprawie macicy konsultuję się z lekarzem – nie księdzem**. To krzyk kobiet buntujących się przeciw oddawaniu głosu kapłanom w sprawach, które nie dotyczą ich bezpośrednio. Prowadzenie ciąży, poród i wszystkie okoliczności medyczne powinny być powierzane lekarzom, którzy mają niezbędne w tej kwestii wiedzę i doświadczenie. Sugerowanie się opiniami księży, którzy (jak można przypuszczać) doświadczenia w sprawach prokreacji i ciąży nie mają, nie powinno być według nadawcy komunikatu brane pod uwagę w sprawach, które dotyczą walki o prawa i życie kobiet oraz ich potomstwa. Odwołanie się do mechanizmu autorytetu – to lekarz jest autorytetem dla matek, nie ksiądz ani polityk.

(34) **Urodzę wam lewaka** jest hasłem o wymowie sarkastycznej, ma niewątpliwie charakter żartobliwy, ponieważ nie można przewidzieć, jaką opcję polityczną będzie popierać osoba, która jeszcze się nie urodziła. Natomiast sama forma *lewak* pochodząca z dyskursu politycznego jest pejoratywnym określeniem osoby popierającej lewicę polityczną, stosowanym przez przedstawicieli obozu konserwatywno-prawicowego. Wybrzmiewa tutaj mechanizm wzajemności – kobiety odwziewają się tym samym, czym są traktowane.

Ostatnia grupa haseł jest najmniej liczna, skupia się bezpośrednio na budowie składniowej hasła. Są to **pytania quasi-retoryczne**, czyli pytania, które tylko pozornie nie wymagają odpowiedzi (gdyż taka jest funkcja pytania retorycznego). W praktyce ta odpowiedź pojawia się niezależnie od intencji współrozmówcy.

Jednym z takich haseł jest (35) **Nie rodzisz? Milcz**. Nadawca nie oczekuje odpowiedzi na swoje pytanie, ponieważ nie jest dla niego istotna. Pytanie ma na celu podkreślenie bezzasadności wyrażania opinii przez osoby, których problem nie dotyczy.

Podobnie jest w przypadku hasła: (36) **Nie chcesz aborcji? To jej sobie nie rób.** Funkcja pytania i występującej razem z nim odpowiedzi jest taka sama. Nadawca podkreśla, że jednostki nie powinny decydować w imieniu innych, ponieważ jest to dla nich krzywdzące, a każda sytuacja jest indywidualna i potrzebuje odrębnego oglądu.

Warto tutaj też wspomnieć o omówionym już szczegółowo pytaniu, które jednak ma wartość równorzędną zarówno w tej, jak i poprzedniej kategorii. (37) **Quo vadis, Polsko?** jest pytaniem quasi-retorycznym, ponieważ pytanie retoryczne to 'zwrot w postaci pytania, na które nie oczekuje się odpowiedzi, gdyż jest ona znana' (PWN). Moim zdaniem *Quo vadis, Polsko?* to bardzo ważne pytanie, które nie może zostać bez odpowiedzi, gdyż ani nie jest ona powszechnie znana, ani nieistotna. To pytanie, na które odpowiedź musi się pojawić i skłonić do pewnych działań. Zatem jest to pytanie tylko pozornie retoryczne, które w praktyce wymaga głębokiej analizy.

To już wszystkie kategorie komunikatów werbalnych – nie jest to oczywiście zestawienie wszystkich haseł, które pojawiły się w czarnym proteście, ale jedynie synteza, zbiór tych, które najostrzej ukazywały perswazyjną wymowę demonstracji.

### **Komunikaty niewerbalne, czyli przykłady znaków, symboli i innych sygnałów sprzeciwu pozasłownego w czarnym proteście**

Wielkie emocje wyrażane podczas czarnego protestu przejawiały się nie tylko w skandowanych w wielu miastach Polski hasłach, lecz także w ubiorze, jego kolorystyce, transparentach, obrazach, symbolach. Ruch społeczny, jakim był czarny protest, ukazał bowiem, że równie ważnym środkiem co perswazja werbalna jest stosowanie narzędzi niewerbalnych, które protestującym służyły do przekonywania do swoich racji.

Najbardziej rozpoznawalnym symbolem i jednym z pierwszych, jakie pojawiły się na demonstracjach, był **wieszak na ubrania**. Ten z pozoru prozaiczny i niemający wiele wspólnego z tematyką protestu przedmiot miał jednak infernalne znaczenie. Symbolizował *podziemie aborcyjne* – najprostsze i najłatwiej dostępne narzędzie, którym zdesperowane kobiety w trudnych czasach dokonywały aborcji (nieradko ryzykując przy tym własne życie). Wieszak przypomina, że w przypadku zaakceptowania projektu ustawy kobiety najbardziej rozpaczliwych sytuacjach mogą do tej metody powrócić. Symbol prostego, metalowego wieszaka pojawiał się na większości transparentów kobiet protestujących, ale nie brakło go również w takich mediach społecznościowych jak Facebook czy Instagram, gdzie opatrzone go odpowiednim hashtagiem: #czarnyprotest. W mediach pojawił się nawet ruch społeczny „Wyślij wieszak Pani Premier”, polegający na wstawianiu na tablicę facebookową premier Beaty Szydło zdjęć wieszaków z podpisem #wyślijwieszak. To działanie miało na celu wpłynąć na decyzję rządu w omawianej sprawie.

Zdjęcie 1. Metalowy wieszak jako symbol czarnego protestu



Źródło: <http://metro.gazeta.pl/metro/51,50144,19856624.html?i=0>

Zdjęcie 2. Symbol Polka walcząca



Źródło: <http://wpolityce.pl/spoleczenstwo/311635-do-promocji-czarnego-protestu-wykorzystano-symbol-polski-walczacej-jest-zawiadomienie-do-prokuratury>

**Polka walcząca** to modyfikacja pierwotnego symbolu *Polski Walczącej* – kotwicy z literą *P* na górze, oznaczającą Polskę, oraz literą *W* na dole, oznaczającą walkę. Symbol ten, powszechnie znany i stosowany w okresie II wojny światowej, wyrażał opór Polaków i nadzieję na odzyskanie wolności i niezależności. Od 2014 roku za sprawą Sejmu uznany został prawnie za chroniony znak narodowy, który należy darzyć należyty szacunkiem, a każde znieważenie podlegać ma karze. Polki protestujące w 2016 roku postanowiły na własne potrzeby go przetworzyć poprzez „dodanie” warkocza i piersi jako atrybutów kobiety. *Polka walcząca* ma definiować grupę kobiet protestujących, a zatem *walczących* o prawa do decydowania o sobie i swoim ciele. Nawiązanie do patriotycznego symbolu tak głęboko zakorzenionego w świadomości Polaków było chybione, ponieważ odpowiednie służby zainteresowały się profanacją (według nich) znaku, a kobiety miały z tego tytułu nieprzyjemności prawne.

Swoistym symbolem czarnego protestu jest również **kolor czarny**. Po pierwsze, jest zawarty w samej nazwie wydarzenia, po drugie, pojawiał się często na transparentach falujących nad głowami kobiet biorących udział w proteście, w postach w mediach społecznościowych i na zdjęciach z tego wydarzenia. Kobiety w ramach wzajemnej solidarności były ubrane na czarno, miały czarne

parasolki, niektóre z nich miały także mocny, czarny makijaż. Wszystko po to, by podkreślić charakter wydarzenia. Jak wiadomo, w kulturze europejskiej symbolika koloru czarnego odnosi się przede wszystkim do śmierci i żałoby. Oprócz tego budzi też skojarzenia z tajemniczością i powagą. Dzięki temu czerń w proteście tworzy spójny obraz charakteru tego wydarzenia i oddaje nastroje jego uczestników.

Naklejane na ustach kobiet czarne krzyżyki symbolizują ograniczenie wolności i nieliczenie się z ich zdaniem w tej sprawie. Częste wśród protestujących było nawiązywanie do polityki i popularnych symboli z tego obszaru życia społecznego. W podobnym kierunku postanowiły iść kobiety inspirujące się symbolem NSZZ Solidarność – wykorzystały logo, zaadaptowały je do swoich potrzeb, tworząc z napisu *Solidarność* tło dla sylwetki kobiety, co można interpretować jako solidarność wszystkich kobiet w sprawie czarnego protestu. Jednak oprócz dosłownej solidarności kobiet logo miało za zadanie wywołać skojarzenia z historycznymi strajkami w latach 80. XX wieku oraz tłumem maszerujących i wspierających się ludzi walczących o swoje prawa.

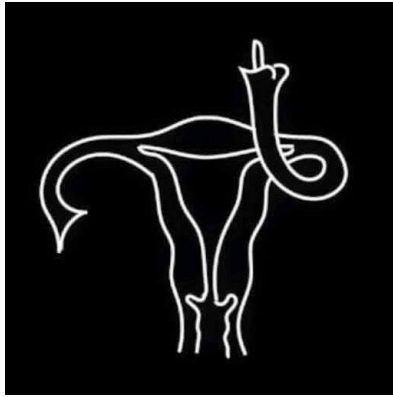
Zdjęcie 3. Symbol Solidarności zmodyfikowany na potrzeby czarnego protestu



Źródło: <https://dorzeczy.pl/kraj/12014/Na-Czarnym-protescie-bezprawnie-wykorzystano-znak-Solidarnosci-Jest-zawiadomienie-do-prokuratury.html>

Ostatnim komunikatem niewerbalnym pojawiającym się w czarnym proteście jest obraz macicy umieszczony na czarnym tle, układający się w wulgarnym geście *fuck you*. Można odnieść wrażenie, że gest ten jest kierowany do władz zajmujących się kwestią zaostrzenia praw kobiet w sprawie aborcji oraz wszystkich tych, którzy popierają odebranie wolności wyboru kobietom. To forma buntu przeciwko narzucaniu norm i podejmowaniu decyzji w imieniu wszystkich Polek przez władze, w większości reprezentowane przez mężczyzn.

Zdjęcie 4. Symbol macicy wykorzystany w czarnym proteście



Źródło: <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1656504,1,coraz-glosniejsze-protesty-kobiet-i-mezczyzn-przeciw-calkowitemu-zakazowi-aborcji.read>

### Podsumowanie

Wywoływanie emocji jest nieodłącznym elementem perswazji i manipulacji, toteż zaprezentowane przykłady opierają się właśnie na ekspresywnych środkach wyrazu. Celem działań perswazyjno-manipulacyjnych uczestniczek i uczestników czarnego protestu było przekonanie władz i społeczeństwa do niezaostrzania prawa aborcyjnego. W związku z tym osoby protestujące układały i skandowały coraz to nowe hasła, które oscyływały głównie wokół odbierania praw kobietom, degradowania ich w hierarchii społecznej i uprzedmiotawiania (kobieta jako inkubator), ale – niekiedy – przybierały nawet formę gróźb (por. *Rząd nie cięża, da się usunąć; Wyskrobać rząd*). Protestujący, świadomie lub nie, stosowali wielokrotnie w swoich hasłach psychologiczne mechanizmy wywierania wpływu (por. reguła autorytetu, np. *W sprawie macicy konsultuję się z lekarzem – nie księdzem*, reguła niedostępności i konsekwencje z niej wynikające, np. *Urodzę wam lewaka*). W trakcie protestu pojawiało się wiele haseł i symboli, ale w niniejszym artykule zaprezentowano tylko te, które niosły ze sobą największy ładunek perswazyjny i emocjonalny. Wśród nich przeważały te oparte na zaangażowaniu, wzbudzaniu poczucia winy, poparte społecznym dowodem słuszności, mechanizmami aluzji, parafraz i cytatów. Większość haseł była budowana intertekstualnie, na zasadzie nawiązywania do różnych źródeł: polityki, popkultury, literatury, historii. Powoływano się na autorytety w danych dziedzinach lub odmawiano bycia autorytetem w danej dziedzinie, np. księżom. Popularnym sposobem było również stosowanie wieloznaczności, która oprócz sensu dosłownego konotowała inne, mniej oczywiste skojarzenia. Niewątpliwie hasła realizowały zamierzony przez protestujących cel – wskazywały na to, co dla konkretnych jednostek było najistotniejsze: jedni opowiadali się za wolnością wyboru w znaczeniu ogólnym, inni natomiast skupiali się na niezmiennianiu czy libera-



lizowaniu prawa dotyczącego aborcji. Jeszcze inni protestowali w imię poczucia bezpieczeństwa kobiet tudzież oddzielenia polityki od Kościoła katolickiego. Różnorodność wybranych przez protestujących w czarnym proteście form była duża, jednak wyraźnie zarysowała się dominanta w postaci haseł dosadnie wyrażających intencje protestujących (np. *Wyskrobać rząd; Urodzę wam lewaka; Martwa dziecka nie urodzę*). Niewielka liczba haseł to hasła subtelne, o wielu poziomach interpretacji, wymagające szczególnej wiedzy kulturowej (por. *Quo vadis, Polsko?; No woman, no cry*). Dominują hasła dosadne, co może łączyć się z silnymi emocjami, które nie ułatwiają konstruowania eleganckich i finezyjnych wypowiedzi, ale kojarzą się raczej z prostotą i dosadnością właśnie. Nie wyłania się jednak żadna wyraźna dominująca tendencja wśród niewerbalnych środków użytych przez protestujących – nawiązuje się do polityki, historii, używa się czarnego koloru jako symbolu protestu, tworząc tym samym atmosferę żaloby za pomocą czarnych parasolek, ubioru, makijażu (czarne szminki) czy czarnych krzyżyków zaklejających usta. Wszystkie te symbole i środki są wyraziste i mają duży potencjał perswazyjny.

### Wykaz skrótów

SJP – *Słownik języka polskiego PWN*, <<https://sjp.pwn.pl/>> (dostęp: 29.03.2018).

### Literatura

- Cialdini R., 1995, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Korolko M., 1990, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Krzyżanowski P., 2004, *Manipulacja w języku. Manipulacja w tekście*, w: P. Krzyżanowski, P. Nowak (red.), *Manipulacja w języku*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Lewicki A.M., 1995, *Frazeologizmy w sloganach reklamowych*, w: A.M. Lewicki, R. Tokarski (red.), *Kreowanie świata w tekstach*, Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Pisarek W., 2003, *Perswazja – jak ją widzą, jak ją piszą*, w: K. Mosiołek-Kłosińska, T. Zgółka (red.), *Język perswazji publicznej*, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Reboul O., 1980, *Kiedy słowo jest bronią*, w: M. Głowiński (red.), *Język i społeczeństwo*, Warszawa: Czytelnik.
- Tokarz M., 2006, *Argumentacja, perswazja, manipulacja*, Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

## Summary

**Ilona Koziarska**

### *Verbal and non-verbal persuasion in the black protest*

The black protest is a social phenomenon that started in 2016 when women went out on the streets to demonstrate their opposition to tightening the anti-abortion law. It was an event that aroused much controversy and emotions which were expressed through verbal and non-verbal messages. These were, among others, banners with strongly marked slogans that have been analysed and black colour appearing in the elements of women's clothing and make-up. The symbolic layer was also umbrellas, hangers for clothes, black crosses on the lips and many more. The purpose of using these means was persuasion, used to change position of opponents and to achieve its own purpose in the form of the absence of an exacerbation of this law.

**Słowa kluczowe:** perswazja, czarny protest, manipulacja, reguły wywierania wpływu

**Key words:** persuasion, black protest, manipulation, rules of exerting influence