



Jako obiekt, jako subiekt Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

As an Object, as a Subject

Women in Polish Political Catchwords of 20th and 21st Century

Abstract: This article discusses the specificity of women's political slogans (catchwords) – slogans which are addressed to women, slogans whose authors are women, and slogans indirectly related to women. The research material has been supplied by Polish political slogans from the period 1918–2020, found both in the press and other written texts (on leaflets, banners, propaganda placards, walls, poster pillars, billboards) and in oral texts (political speeches, cries and chants at rallies, demonstrations, and protests). The paper examines in detail two aspects of slogans: pragmatic (related to the changing role of women as participants of political and public discourse) and formal (concerning the linguistic form of the samples analyzed). The analysis has revealed the following tendencies: the changing activity of women over time, reaching its peak in the second decade of 21st century; the evolving form of slogans, from the rhetoric of appeal and obligation towards slogans of increasing generality and with strong links to other texts of culture.

Key words: slogan, propaganda, persuasion, corpus, visibility of women

Abstrakt: Autorka artykułu omawia specyfikę kobiecych haseł politycznych – takich, które są skierowane do kobiet, takich, których autorkami są kobiety, oraz takich, które niebezpośrednio odnoszą się do kobiet. Materiał badawczy obejmuje hasła (slogany) polityczne z lat 1918–2020, prezentowane zarówno w tekstach pisanych (na drukach ulotnych, w prasie, na transparentach eksponowanych podczas manifestacji), jak i w tekstach mówionych (przemówieniach polityków, hasłach skandowanych podczas wieców i demonstracji). Szczegółowo zaprezentowane zostały dwa aspekty haseł: pragmatyczny, przedstawiający zmieniającą się rolę polskich kobiet jako uczestniczek dyskursu politycznego i publicznego, oraz formalny, związany z kształtem językowym analizowanych przekazów. W badaniach ujawniły się następujące tendencje: zmienna w czasie aktywność kobiet, osiągająca swoje apogeum w drugiej dekadzie XXI wieku, oraz ewoluowanie form haseł od poetyki wezwania i nakazu do uogólniających sloganów, silnie nawiązujących do innych tekstów kultury.

Słowa kluczowe: slogan, propaganda, perswazja, korpus, widzialność kobiet

1. Wprowadzenie

Ogromna popularność haseł i sloganów, które w ostatnich latach stały się symbolem strajków kobiet, jest dla językoznawców wyjątkową okazją do wnikliwego przyjrzenia się tym szczególnym gatunkom wypowiedzi, które – mimo swej niepozornej, zwięzłej formy – są nośnikami wielu znaczeń, skojarzeń, wartości. Powszechność haseł prezentowanych i skan-

dowanych podczas protestów w październiku 2020 roku, a także (z jednej strony) nieznaną dotąd wulgarność języka w obiegu publicznym i (z drugiej strony) wyjątkowa kreatywność autorów spotkały się z żywą reakcją internautów i publicystów¹. Nie wydaje się, by zainteresowanie tą formą przekazu miało szybko przeminąć, ponieważ w stylu haseł upublicznianych na manifestacjach jak w soczewce ogniskują się kierunki przemian polszczyzny.

Formuły werbalne eksponowane na publicznych wiecach i demonstracjach wpisują się w kategorię hasła politycznego, które zawiera przekaz nacechowany perswazyjnie lub agitacyjnie i którego celem jest propagowanie określonych poglądów i idei oraz nakłanianie do działań i postaw zgodnych z wolą nadawcy (ŚLEZIAK, 2020). Hasła polityczne stanowią wyraz postaw i przekonań, ich nadawcami są zarówno rządzący (decydenci), jak i rządzeni (społeczeństwo i poszczególne jego grupy) – uczestnicy dyskursu politycznego². Coraz częstsze i bardziej liczne manifestowanie sprzeciwu społeczeństwa (widzów spektaklu politycznego) wobec decydentów (aktorów politycznych) odzwierciedla tendencje sygnalizowane przez badaczy komunikowania politycznego i publicznego w pierwszej dekadzie XXI wieku (zob. DOBEK-OSTROWSKA, 2012: 274–277).

Dla językoznawcy interesujące będzie umiejscowienie współczesnych przekazów na tle zmieniającej się przez dziesięciolecia natury haseł, innymi słowy: spojrzenie na hasła polityczne z perspektywy diachronicznej. Okazję ku temu daje obszerny, choć wciąż jeszcze uzupełniany, zbiór haseł politycznych ze stulecia Polski: lat 1918–2018. Korpus powstaje w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego. Materiałem, z którego wyekscerpowano hasła, są: teksty prasowe (artykuły, referaty, sprawozdania, przedrukowane teksty przemówień), druki ulotne (afisze, plakaty), nośniki audiowizualne (spoty radiowe i telewizyjne), teksty drugiego obiegu, fotografie przestrzeni otwartej (napisy na murach, parkanach). Obecnie do zbioru zakwalifikowano – na podstawie przyjętej przez zespół definicji hasła politycznego – 3200 jednostek. Opatrzono je także komentarzem źródłowym i historycznym.

Gromadzony zbiór haseł politycznych jest cenną bazą referencyjną wobec tego, co w dyskursie publicznym aktualne i szeroko dyskutowane; stanowi poszerzenie perspektywy o przekazy, które – jako jeden z głównych środków perswazji uczestników manifestacji – są formą obecną od dziesięcioleci, intensyfikującą się w zależności od bieżących potrzeb i realiów.

Celem autorki artykułu jest zatem przedstawienie – na podstawie obszernego materiału badawczego – tendencji, które ujawniają: (1) zmieniającą się rolę kobiet w dyskursie publicznym; (2) zmieniającą się specyfikę hasła politycznego na przestrzeni ostatniego stulecia. Pierwsze z wypunktowanych wskazań dotyczy tematu istotnego społecznie, drugie jest ważne dla zagadnień komunikologicznych. Socjolingwistyczne zakotwiczenie haseł politycznych i silne ukontekstowanie analizowanych przekazów skłaniają jednak do tego, by fenomen językowy pokazać właśnie na tle zmieniających się realiów społecznych.

¹ Na portalach społecznościowych zaczęły powstawać strony, gdzie gromadzono zdjęcia najciekawszych – zdaniem użytkowników – nośników haseł (plakatów, kartonów, banerów itp.). W prasie bardzo szybko pojawiły się artykuły zawierające szczegółowe analizy fenomenu polszczyzny współczesnych wieców i demonstracji (zob. BRATKOWSKI, 2020: 34–37; CHACIŃSKI, 2020: 20–23).

² Przyjmując szerokie rozumienie dyskursu politycznego, włączającego w swój zakres nie tylko wypowiedzi polityków podczas pełnienia przez nich funkcji związanych z przyjętą rolą, ale i wszelkie działania praktycznopolityczne (por. KŁOSIŃSKA, 2012: 25), będące także udziałem społeczeństwa.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

2. Materiał badawczy

Przedstawione obserwacje opierają się na dwóch zbiorach. Pierwszy stanowi wspomniana wcześniej grupa 3200 haseł politycznych, z której wynotowano hasła poświęcone kobietom – takie, które są głosem kobiet (a ich nadawcą jest kobieta, grupa kobiet, organizacja kobieca), oraz takie, które są skierowane do kobiet – bezpośrednio (stanowiąc wezwanie, apel, prośbę) i pośrednio (wskazując na kobiety jako uczestniczki życia publicznego). W sumie tych haseł jest 68 – zostały wyekscerpowane ze zbioru na podstawie komponentów feminatywnych (np. wezwań typu *Polki!*; *Robotnice!*), a także ze względu na niepozostawiającego wątpliwości nadawcę (kobiety jako jednostki, organizacje kobiece bądź grupy kobiet). Drugi, dodatkowy zbiór, który został osobno wzięty pod uwagę, stanowią hasła eksponowane na protestach w październiku 2020 roku. Zbiór ten liczy 50 jednostek hasłowych, pozyskanych ze źródeł online (serwisy informacyjne, strony na portalach społecznościowych, relacje reporterskie)³.

3. Rola kobiet w życiu publicznym

Hasła polityczne są odzwierciedleniem najważniejszych dla danego okresu (czy to roku, czy dziesięciolecia) tematów i problemów społecznych, a analizowane w szerszej perspektywie czasowej stanowią swoistą kronikę wydarzeń i przemian. Hasła, które w jakikolwiek sposób dotyczą kobiet, stają się zapisem ich działalności, roli, postawy, sytuacji społecznej, a przez to – świadectwem ich obecności w życiu publicznym.

Analiza haseł sięgających początków II Rzeczypospolitej daje ciekawy obraz sposobów aktywizowania kobiecej części społeczeństwa. To czas, gdy zwraca się uwagę na sprawczość kobiet – i zachęca je do udziału w głosowaniu, jak w hasle wieńczącym ulotkę Stronnictwa Demokratycznego: *Zmartwychwstała Ojczyzna wzywa polskie kobiety. Stawić się muszą wszystkie na Jej wołanie*⁴. Podobną wymowę ma hasło z dystrybuowanej w Poznaniu w 1920 roku odezwy: *Kobiety Polki! Piętnujcie mianem tchórzy tych, którzy uchylają się od służby Ojczyźnie!*⁵ (hasło popularne w Polsce w okresie wojny polsko-bolszewickiej). Z tego samego roku pochodzi eliptyczna formuła wzywająca do walki o granice: *Obywatele i Obywatelki! Ojczyzna wzywa Was do obrony...*⁶.

Użyte w formułach feminatywa są – jak wynika z oglądu materiału – częstym zabiegiem sygnalizującym, że twórcy haseł nie ograniczają grupy odbiorców wyłącznie do mężczyzn. W wezwaniach pojawiają się więc formy symetryczne: *Robotnicy, robotnice Warszawy!*

³ Szczegółowo (w przypisach) odnotowano źródła bibliograficzne dawnych haseł. Hasła najnowsze, wynotowane ze źródeł internetowych, opatrzone tylko datą, ewentualnie informacją o kontekście.

⁴ Hasło kończące treść ulotki Stronnictwa Demokratycznego podczas kampanii parlamentarnej w 1919 roku; DŻS BN (Polona).

⁵ Główne hasło z odezwy zwieszanej w Poznaniu w 1920 roku, w której apeluje się do mężczyzn, aby wstępowali do Armii Ochotniczej, a do „Kobiet-Polek”, aby zapisywały się do Czerwonego Krzyża; DŻS BN (Polona).

⁶ Charakterystyczna formuła w walkach o granice w pierwszym okresie II RP; pochodzi z afisza wywieszonego w Poznaniu w okresie wojny polsko-radzieckiej – 1920; DŻS BN (Polona).

Dla walki z białym terrorem twórcie masowo samoobronę robotniczą!; *Wszyscy towarzysze i towarzyski obowiązani na każdym kroku zwalczać komunistów spod szyldu: „Lista Komunistyczna Związku Proletariatu Miast i Wsi”*⁷. Zdarzają się również wezwania skierowane wyłącznie do kobiet, akcentujące ich status społeczny: *Kobiety pracujące, robotnice, matki-proletariuszki! – Wszystkie do szeregu, wszystkie na wiec!*⁸.

Z przykładów tych wyłania się obraz kobiety zachęcanej do udziału w wydarzeniach istotnych dla społeczeństwa i państwa, ale też kobiety, której rolą jest służenie ojczyźnie i wyznawanie narodowych wartości. Obraz depozytariuszki narodowych cnót ujawnia się silnie w przywołaniu alegorii Matki Polki. Pojęcie to jest używane zarówno w stosunku do kobiet-matek, jak i w postaci metonimicznej: *Matko, pamiętaj o mnie – głosuj za Polską*⁹ oraz *Wracajmy do Matki Polki!*¹⁰.

W wielu hasłach sprawy kobiece są jedynie punktem odniesienia dla komunikatu, któremu przyświeca zupełnie inna intencja perswazyjna. Widać to dobitnie w grupie anaforycznych hasła z okazji Dnia Kobiet, będącego pretekstem do przedstawienia celów partii, a także w hasle sformułowanym przez środowiska narodowościowe, por.:

Dzień Kobiet: „Dzień Kobiet” to dzień przeglądu naszych sił – „Dzień Kobiet” to dzień walki z ciemnotą – „Dzień Kobiet” to dzień walki o równe prawa do pracy i równą płacę – „Dzień Kobiet” to dzień walki o Demokrację i Socjalizm¹²

oraz

Polki i Polacy! Bez względu na przekonania polityczne wzywamy was do wspólnej walki o Polskę dla Polaków!¹³

Późniejsze dekady – okres wojny i okupacji, a także powojnie – nie są czasem szczególnej widzialności kobiet w przekazach hasłowych. Roli kobiet nie indywidualizuje się w wyjąt-

⁷ Hasło z okolicznościowej ulotki Komunistycznej Partii Polski (dalej: KPP) pt. „Do Robotników i Robotnic Warszawy”, w której potępia się atak na zebranie przedwyborcze związku zawodowego tramwajarzy warszawskich, a jednocześnie wzywa się do tworzenia wśród robotników oddziałów samoobrony – 1928; DŹS BN (Polona).

⁸ Hasło w stopce ulotki przygotowanej w okresie kampanii wyborczej 1922 roku przez Lubelski Okręgowy Komitet Robotniczy Polskiej Partii Socjalistycznej (dalej: PPS) – 1922; DŹS BN (Polona).

⁹ Okolicznościowe hasło na końcu ulotki „Kobieto Pracująca!”, przygotowanej przez Organizację Kobiet PPS w Wilnie z okazji Dnia Kobiet – 1930; DŹS BN (Polona).

¹⁰ Napis na plakacie z okresu plebiscytowego na Śląsku, tuż obok umieszczony obraz dziewczynki trzymającej w ręku chorągiewkę z orłem – 1921; IKC (NAC).

¹¹ Hasło na litografii z okresu referendum plebiscytowego na Śląsku, nawołujące do opowiedzenia się za przynależnością do Polski – 1921; DŹS BN (Polona).

¹² Anaforyczne hasło, które rozpoczyna odezwę pt. „Dzień Kobiet” z apostrofą „Towarzyski! Towarzysze! Robotnice! Kobiety pracujące! Matki!”; tekst przygotowany na 19 czerwca – Święto Kobiet obchodzone przez PPS i organizacje lewicowe – 19 czerwca 1927; DŹS BN (Polona).

¹³ Hasło kończące przemowę „Do celu przez czyn!”, wydrukowaną przez środowiska narodowościowe w jednodniówce pt. „O Polskę dla Polaków” – marzec 1939; DŹS BN (Polona).

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

kowy sposób w obliczu wyzwań militarnych, choć zdarza się, że akcentuje się ich służbę: *Żołnierze – partyzanci i partyzantki Armii Ludowej, Batalionów Chłopskich i wy z Armii Krajowej, którzy broń swoją tylko przeciwko Niemcom kierujecie!*¹⁴. Zaskakuje natomiast mała reprezentatywność haseł skierowanych wyłącznie do kobiet w czasach socjalistycznych. Jeśli się pojawiają, są schematyczne: *Kobieta polska ofiarną pracą zwalczy trudności – zbuduje nowe, szczęśliwe życie!*¹⁵; *Niech żyje Międzynarodowy Dzień Kobiet!*¹⁶. Przez wyczuwaną seryjność i powszedniość socrealistycznej poetyki rodzą pokusę, aby wyrazy „kobieta” czy „międzynarodowy dzień kobiet” zamienić na inne nazwy (analogicznie: „robotnik”, „przyjaźń polsko-radziecka”) – nadal zachowałyby ducha charakterystycznego dla czasów, w których powstały. Bardziej prokobiecy wydaje się przykład obywatelskiego hasła z roku 1956, które w sposób konkretny odnosi się do komfortu życia kobiet: *Żądamy obniżki cen, aby żony nasze nie pracowały!*¹⁷.

Mała reprezentatywność kobiet w hasłach politycznych wiąże się z ich znikomą obecnością w życiu publicznym. Partie polityczne i działacze społeczni dwudziestolecia dostrzegali wprawdzie potrzebę wzywania kobiet do określonych działań na rzecz kraju, sprawnie działała też Społeczno-Obywatelska Liga Kobiet, która była jedyną formacją żeńską rozpowszechniającą na szeroką skalę swoje komunikaty, jednak w całościowo ujmowanym dyskursie publicznym była to nieduża część wszystkich komunikatów politycznych. Nacelowanie propagandowe przekazów powojennych nie pozostawia wątpliwości, że nobilitowanie kobiet wiązało się z koniecznością włączenia żeńskiej części społeczeństwa w tryby wydajnej pracy (zob. JARSKA, 2015: 101–134).

Mimo wnikliwego przyjrzenia się strukturze haseł w gromadzonym zbiorze do końca XX wieku nie znajdziemy formuł, których podmiotem byłaby kobieta. W zdecydowanej większości kobiety są adresatkami przekazów bądź obiektami, o których mowa. Jako subiektki nie występują wcale – przynajmniej w żadnym spośród ponad stu haseł przypadających na lata 1918–2000. Za przełom można jednak uznać rok 1995, kiedy w wyborach prezydenckich wystartowała Hanna Gronkiewicz-Waltz. Jej kandydaturę miały wspomóc następujące hasła: *Hanna Gronkiewicz-Waltz – to ona umocniła złotówkę*; *Hanna Gronkiewicz-Waltz – jej podpis ma swoją wartość*; *Hanna Gronkiewicz-Waltz. Mój prezydent dla Polski!*¹⁸. To pierwsze tak wyraziste formuły, które odnoszą się do konkretnej postaci kobiecej i są upowszechniane na szeroką skalę. Polska scena polityczna otwiera się na takie zjawiska, jak marketingizacja polityki (MAZUR, 2002; KOŁCZYŃSKI, 2007), i hasła te można uznać za typowy przejaw reklamy politycznej, na co wskazuje pośredniość komunikatu (*ona, jej*), tak jakby była mowa o promowaniu produktu. Niemniej jednak triadę haseł poświęconych

¹⁴ Apostrofa z okolicznościowej ulotki na święto 1 Maja, dołączonej do tygodnika ideowo-politycznego Polskiej Partii Robotniczej (dalej: PPR); (GW).

¹⁵ Zalecane przez Centralny Komitet PPR do wykorzystania na demonstracjach hasło pierwszomajowe (GL).

¹⁶ Hasło z przemówienia Włodzimierza Gomułki podczas akademii w Warszawie z okazji 50-lecia Międzynarodowego Dnia Kobiet (TL).

¹⁷ Hasło antyrządowe nadawane z samochodu transmisyjnego Polskiego Radia opanowanego przez demonstrantów w Poznaniu – czerwiec 1956 (na podst.: MACHCEWICZ, 1993).

¹⁸ Hasła w kampanii politycznej Hanny Gronkiewicz-Waltz – 1995.

kandydatce na prezydenta można uznać za przełomową, jeśli chodzi o obecność kobiet w tej sferze działalności publicznej.

Mówiąc o latach 90., warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden istotny szczegół – ludyczność haseł odnoszących się do kobiet z czynnym prawem wyborczym. W przypadku haseł, za których pomocą o głosy wyborczyń walczyły sztaby kampanijne Aleksandra Kwaśniewskiego, Janusza Korwin-Mikkego i Jacka Kuronia, trudno nie odnieść wrażenia, że formy takie, jak *Polka* i *dziewczyna* pełnią w tych sloganach funkcję wyłącznie rymotwórczą: *Każda Polka głosuje na Olka, Olek dla Polek*¹⁹; *Każdy chłopak i dziewczyna głosuje na Korwina*²⁰; *Nie chce Lecha, nie chce Olka, na Kuronia głosuje mądra Polka*²¹.

Początkowe dekady XXI wieku to okres intensyfikowania się działalności kobiet. Kobiety stają się aktywnymi uczestniczkami dyskursu politycznego, choć wymowa haseł wskazuje na to, że często jest to dyskurs kontestacyjny. Jeszcze nigdy dotąd polskie kobiety – w takiej liczbie – nie wychodziły na ulice. Ważnymi osiami w dyskursie publicznym i politycznym, któremu kobiety nadają ton, są strajki: strajk pielęgniarek (największy w latach: 2007, późniejsze – 2015, 2018), strajk rodziców i opiekunów osób niepełnosprawnych w Sejmie (2018), ogólnopolski strajk kobiet (cyklicznie od 2016).

Każde z tych wydarzeń z jednej strony ujawnia inną życiową rolę kobiet, z drugiej – przedstawia kobiety jako te, które inicjują protest, domagają się swoich praw, symbolicznie przejmują przestrzeń w pobliżu ośrodka władzy (pielęgniarki założyły przed Sejmem tzw. białe miasteczko, matki osób niepełnosprawnych prowadziły strajk okupacyjny Sejmu, cykliczny strajk kobiet gromadził na ulicach kilka tysięcy uczestników)²².

Mimo że każde z tych wydarzeń ma inną specyfikę, to wszystkie hasła są silne w wymowie, ekspresywne, często towarzyszy im sugestywna grafika. Hasła pielęgniarek mają postać postulatów, jak te epiforyczne formuły z różnych tablic eksponowanych podczas protestu:

Zamknij się i rób! / Wolność słowa i działalności związkowej? / To prawa! / Zmuszmy ich, aby je respektowali.

Praca 24-godzinna zagraża zdrowiu / Zrównoważony czas pracy to prawo! / Zmuszmy ich, aby je respektowali²³.

Hasłom towarzyszą zdjęcia kobiet z zaklejonymi plastrem ustami, a także inne rysunki mające dodatkowo wzmocnić przekaz werbalny. Część z eksponowanych formuł akcentuje poświęcenie i ofiarność tej grupy zawodowej. Postulaty są przedstawiane jako zwyczajne, umożliwiające godne życie. Pod tymi względami hasła pielęgniarek są bardzo podobne do haseł na plakatach i banerach towarzyszących strajkowi rodziców i opiekunów osób niepełnosprawnych – głównie matek, kobiet. Jako że protest odbywał się w maju, poka-

¹⁹ Hasło w kampanii prezydenckiej Aleksandra Kwaśniewskiego – 1995.

²⁰ Hasło Janusza Korwin-Mikkego w kampanii prezydenckiej – 1995.

²¹ Hasło w kampanii prezydenckiej Jacka Kuronia – 1995.

²² O taktykach protestacyjnych i ważnej roli przestrzeni pisze, ujmując zagadnienie globalnie, Devashree GUPTA (2017: 173–204).

²³ Hasła z protestu pielęgniarek i położnych pod łódzkim Urzędem Miasta – 2015.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

zane tu hasła nawiązują do ich święta: *Supermatki w Sejmie proszą o godne życie; Dzień Super-Matki; Chcemy normalnie żyć*²⁴. Podobne były również towarzyszące hasłom apele o podniesienie kwot za opiekę nad chorymi osobami.

Cykliczne protesty kobiet, które zwracają się do władzy z konkretnymi postulatami, tworzą obraz kobiet silnych, biorących los w swoje ręce, heroicznych, walczących o godne życie. Ich determinacja jest wyrażona w samej formie protestu – długotrwałej, nastawionej na dialog. Hasła, choć ekspresywne, nie są wulgarne, raczej postulatyczne; ich nadrzędnym celem wydaje się ukazanie trudności, z jakimi zmagają się kobiety. Posługując się schematem myślowym uwzględniającym (jak w tradycyjnym modelu komunikacji) kontekst sytuacyjny, można by powiedzieć, że pomiędzy kobietami a adresatami znajdują się: pacjenci (w przypadku pielęgniarek), dzieci (w przypadku rodziców). Sytuacja pragmatyngwistyczna zmienia się diametralnie, gdy obiektem sporu są wartości – wówczas hasła stają się nośnikami bardzo mocnych przekazów.

Początek tzw. czarnych protestów przypadł na październik 2016 roku. Już wtedy można było zaobserwować hasła, których forma i treść, eksponowane na tak dużą skalę, stanowiły *novum* w polskiej przestrzeni publicznej. Protesty organizowane od 2016 roku przez Ogólnopolski Strajk Kobiet stały się niwą wyjątkowo „hasłotwórczą”. Przeważały hasła silnie wartościujące²⁵, wymierzone przeciwko rządzącym i instytucji Kościoła (*Wyskrobać Sejm; Opieka medyczna, a nie watykańska*); naturalistyczne, akcentujące fizjologię kobiety (*Moja macica to nie kaplica*). Były to również hasła wyrafinowane stylistycznie, wykorzystujące: rym (*Wolność sumienia bez kary więzienia; Chcemy wyboru, nie Salwadoru*), nawiązania intertekstualne (*Kopernik też jest kobietą; Nic o nas bez nas; Jeszcze Polka nie zginęła*), ciągi słów o cechach prozodycznych, właściwych dla skandowania (*Myślę – czuję – decyduję*); grę słów i ironię (*Rząd nie cięża, usunąć można; Martwa matka to kiepska matka*).

W miarę upływu czasu intensyfikowały się dostrzeżone wcześniej tendencje, w odniesieniu do zarówno udziału kobiet w ruchu protestacyjnym, jak i rozwoju formuł charakterystycznych dla tego zjawiska. Przez sam fakt, że inicjatorkami protestów były kobiety, hasła demonstrowane podczas strajków w ostatnim kwartale 2020 roku można sklasyfikować jako kobiece, mimo że nie wszystkie wprost ujawniały nadawcę. Część z prezentowanych haseł wprost wyrażała „głos kobiet” – łatwo identyfikowalny, z silnym gramatycznym wykładnikiem osoby: *Mój wybór, nie wyrok; Myślę, czuję, decyduję; Nigdy nie będziesz szła sama; Nie jestem inkubatorem, jestem kobietą; Moje ciało, moja sprawa*. Charakter uogólniający miały konstatacje, często intertekstualne: *Rewolucja jest kobietą; Demokracja = wolność kobiet; W imię matki i córki, i wolności naszej; No woman, no kraj; Piekło kobiet*. Dużą liczbę haseł stanowiły formuły o wysokim stopniu ogólności, które nawiązują do sytuacji kobiet nieeksplicytnie, wyłącznie przez ukontekstowanie. Hasła te, często zakorzenione w popkulturze, zasługują na osobne opracowanie i nie są przedmiotem opisu w tym artykule.

²⁴ Hasła z protestu rodziców i opiekunów osób niepełnosprawnych – 2018.

²⁵ Wszystkie wymienione w tym akapicie hasła pochodzą z roku 2016 (zostały wynotowane z portali internetowych i serwisów informacyjnych).

4. Forma haseł

Od 1918 roku sukcesywnie zmieniały się sfery, do których odnosiły się kobiece hasła polityczne. Śledząc ich wymowę w pierwszej części artykułu, można dostrzec przesunięcie od takich obszarów, jak działalność obywatelska i społeczna (obrona ojczyzny, udział w głosowaniu, wzorowa postawa społeczna), poprzez sferę pracy (wydajności), zarobków i opieki materialnej mającej bezpośredni wpływ na codzienny komfort życia (i takie podstawowe potrzeby jak sen, prawo do odpoczynku), aż do sfery najbliższej, intymnej (kwestie ciąży i aborcji). W dotychczasowej analizie zauważono, że zmianie ulegały nie tylko obszary, do których odnosi się performatywny charakter komunikatu, ale i sama natura hasła.

Przekazy skierowane do kobiet – lub od nich pochodzące – ujawniają charakterystyczną dla wszystkich haseł politycznych przemianę z hasła o cechach wezwania (nakazu, apelu) do hasła o cechach sloganu, czyli komunikatu krótkiego, zwięzłego, o często implicytnym znaczeniu (zob. KOCHAN, 2002: 74–75). Widać to wyraźnie w hasłach wyborczych. Namawiane do udziału w głosowaniu kobiety wzywane są bezpośrednio, przez apostrofę: *Polki! Do czynu!; stańmy w obronie!; twórcie masowo samoobronę robotniczą!* Forma imperatywu jest typowa dla haseł rozumianych właśnie jako wezwanie (por. REBOUL, 1980). Poetyka wezwań i bezpośredniej kategoryczności wyczerpała się niemal zupełnie w czasach końca XX wieku. Sloganowy charakter mają zarówno hasła w kampanii Hanny Gronkiewicz-Waltz (m.in. *Hanna Gronkiewicz-Waltz. Mój prezydent dla Polski*), jak i hasła namawiające do głosowania na Aleksandra Kwaśniewskiego (m.in. *Każda Polka głosuje na Olka*)²⁶. Hasła wyborcze zaczynały przypominać slogany reklamowe – o zwięzłej strukturze składniowej, często orzecznikowej (por. KAMIŃSKA-SZMAJ, 1996). Widać ponadto, że dawniej wezwaniom do wyborczyń towarzyszył patos, a w latach 90. skierowane do Polek hasła wyborcze miały charakter ludyczny.

Ewolucja od kategorii haseł-wezwań do haseł-sloganów pociąga za sobą zmianę stylistyki. Autorzy haseł zamieszczanych w ostatnich latach na transparentach obficie czerpią z bogactwa figur słów i figur myśli. Zabiegi stylistyczne w hasłach ostatnich protestów zasługują na osobne opracowanie, tutaj jednak warto zwrócić uwagę na te, które bezpośrednio nawiązują do postaci kobiet. Mogą wykorzystywać podobieństwo brzmieniowe i słowotwórcze (*Chcemy zdrowia, niezdrowasiek*²⁷; *Umiemy gotować, zgotujemy wam rewolucję*²⁸), modyfikacje we fragmentach znanych utworów (*Jeszcze Polka nie zginęła*²⁹; *No woman, no kraj*³⁰); cytaty z popkultury (*Gdzie mnie z tymi rękoma*³¹), frazemy z użyciem znaczenia dosłownego (*Moja broszka*³²).

²⁶ Specyfikę języka wyborczych kampanii prezydenckich w latach 90. opisuje Irena KAMIŃSKA-SZMAJ (2001: 145–177).

²⁷ Hasło na transparentach krakowskiej Manify – 2015.

²⁸ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018.

²⁹ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu w Warszawie – 2016.

³⁰ Gra słów, polegająca na brzmieniowym nawiązaniu refrenu piosenki Boba Marleya (*No woman, no cry*), wraz z jednoczesnym pozostawieniem drugiej części wypowiedzenia w zapisie fonetycznym.

³¹ Jedno z haseł Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018; cytat z komedii Juliusza Machulskiego *Kiler-ów 2-óch*.

³² Hasło z transparentów warszawskiego Strajku Kobiet (marzec 2017) i jednocześnie gra słów, wykorzystująca popularne powiedzenie *nie twoja broszka* i nawiązująca do często eksponowanego biżuteryjnego atrybutu ówczesnej premier Beaty Szydło.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

Zmieniła się nie tylko sama natura hasła, ale i wydźwięk pewnych idei, metafor. Fraza *Matka Polka* wykorzystywana była w dwudziestoleciu międzywojennym jako alegoria ojczyzny (przywołane już *Wracajmy do Matki Polki*), podobnie jak samo pojęcie *matki*, metonimicznie zastępująca ojczyznę niezależnie od okoliczności politycznych:

Polska to ukochana Twoja matka rodzona, Niemiec to ojczym i bezlitosny Twój kat³³;

Budujemy Polskę, która będzie troskliwą matką dla wszystkich ludzi rzetelnej pracy!³⁴;

Niech żyje i rozkwita Polska Rzeczpospolita Ludowa – matka wszystkich Polaków!³⁵.

Z pojęciem tym związane były też hasła, które w swojej formule nie nawiązywały do „matki” bezpośrednio, a mimo to miały na afiszach czytelny wydźwięk³⁶. Alegoria matki jako ojczyzny jest tak silna, że powraca w hasła kampanii prezydenckiej Stanisława Tymińskiego w 2005 roku: *Aby Polska była naszą matką, a nie okrutną macochą*. W przywołanej metaforze wykorzystano baśniowy rozdźwięk między cechami rodzonej matki (troskliwa, dobra) a cechami macochy (matka przybrana, uosabiająca najgorsze właściwości kobiety).

Dawne hasła dzięki zastosowaniu w nich archetypicznej postaci matki wskazują na pozytywne cechy duchowe, uczuciowe, emocjonalne. W hasłach z XXI wieku matki przedstawione są już dwójako: jako postacie nadludzko silne, gdy opiekują się dziećmi niepełnosprawnymi (*Supermatki w Sejmie proszą o godne życie*), i jako osoby niepozwalające ingerować we własne wybory (*Nielegalna aborcja zabija przyszłe matki*). W protestach kobiet od 2016 roku *matka* pojawia się jeśli nie w neutralnych, to w ironicznym kontekstach (*Martwa matka to kiepska matka*).

Jednak najbardziej znaczące zmiany w hasłach dotyczących kobiet ujawniają się na poziomie gramatycznym. W żadnym z haseł XX-wiecznych nie występuje gramatyczny wykładnik 1. osoby liczby pojedynczej. Obecne jest „my” inkluzywne, choć pojawia się z rzadka, zwykle w przekazach formułowanych przez organizacje kobiece, np.: *Obudźmy się, kobiety! Dołączmy swej pracy i ofiarności do rozwoju i potęgi lotnictwa Polski. A więc do czynu!!!*³⁷; *Nieźłomne byliśmy – nieźłomne będziemy*. „*Nie damy, by nas gnębił*

³³ Hasło wieńczące antyniemiecką 4-stronicową broszurę przed plebiscytem na Górnym Śląsku – 1921; DŹS BUWr.

³⁴ Hasło z referatu Bolesława Bieruta, jaki przewodniczący wygłosił w grudniu 1948 roku na kongresie zjednoczeniowym partii.

³⁵ Słowa Bolesława Bieruta – hasło z referatu wygłoszonego w grudniu 1948 roku na kongresie zjednoczeniowym partii.

³⁶ Z okazji Święta Matki w maju 1937 roku warszawska młodzież szkolna zapisała na transparentie, który umieszczono na czele apelu, hasło „Gdy jestem w rozterce...”. To fragment sentencji Józefa Piłsudskiego: „Gdy jestem w rozterce... pytam się... jak by Matka kazała... mi postąpić”. Przekształcanie cytatów rządzących na napisy, plakaty czy transparenty wykorzystywane w uroczystościach państwowych było powszechną praktyką propagandową II RP.

³⁷ Trójczłonowe hasło zwarte w środkowej części afisza „Kobieto! – Obywatelko!”, zachęcające do wstępowania do Koła Pań Ligi Obrony Powietrznej i Przeciwigazowej; afisz wydrukowano z okazji „15-lecia Wolnej Polski” w Wilnie – 15 lutego 1933; DŹS BN (Polona).

wróg³⁸. Najczęściej kobiety postrzegane są jako adresat zbiorowy – bezpośredni (*Towarzyszki! Do szeregu – stańcie pod Czerwonymi Sztandarami!*³⁹) lub pośredni (*Wszystkie robotnice i pracownice pod czerwony sztandar PPS*⁴⁰). W formułach, które mają uwytknąć szczególną dla danego okresu rolę kobiet, posługiwano się konstrukcjami *pars pro toto*, przedstawiając obraz kobiety-ikony (niezależnie od okresu): *Kobieta polska ofiarną pracą zwalczy trudności – zbuduje nowe, szczęśliwe życie* (GL); *Hanna Gronkiewicz-Waltz – to ona umocniła złotówkę*⁴¹; *Kobieta to nie inkubator* (2018); *Rewolucja jest kobietą* (2020). Na tym tle wyjątkowo prezentują się hasła, których twórcy przedstawiają głos kobiet jako określonej grupy, posługując się formami „my” ekskluzywnego bądź 1. osoby liczby pojedynczej, a także konstrukcje, w których stanowisko kobiety akcentują formy zaimkowe. Renesans tego typu form przypada na drugą dekadę XX wieku: *Mamy dość!*⁴²; *Myślę – czuję – decyduję*⁴³; *Moje ciało, mój wybór*⁴⁴; *Dzieci moje, nie ojczyzny!*⁴⁵; *Martwa dziecka nie urodzę*⁴⁶; *Moje prawa nie są na receptę!*⁴⁷; *Łapy precz, będę żyła tak jak chcę*⁴⁸.

5. Podsumowanie

Olivier REBOUL w przełomowej rozprawie na temat sloganów politycznych, o wymownie przetłumaczonym tytule *Kiedy słowo jest bronią*, pisze, że to „wiek XX odkrył funkcję sloganu jako gatunku” (1980: 300). Odwołując się do polskiego dyskursu politycznego, można powiedzieć, że wiek XXI odkrył funkcję sloganu jako gatunku dającego głos kobietom, stał się bowiem wyrazicielem ich dążeń, postulatów oraz sprzeciwu wobec rządzących i zmian w prawie. Analizowany materiał ujawnia zmienną intensywność występowania kobiet w dyskursie politycznym i publicznym. Rola Polek jako jednostek manifestujących swoje przekonania stała się bardziej widoczna dopiero pod koniec wieku XX i w wieku XXI. Wyraźnie widać trend ujawniania się kobiecych zbiorowości, czy to jako nadawczyń komunikatu (sekcje kobiet, ligi, grupy), czy to adresatek (wyborczynie, demonstrantki, pracownice, matki). Sloganowe przykłady obecności żeńskiej części społeczeństwa w polskim dyskursie

³⁸ Złożona formuła hasłowa w środkowej części ulotki wyborczej Chrześcijańskiej Jedności Narodowej pt. „Polki! Do czynu!”, podpisanej w imieniu Narodowej Organizacji Kobiet – 1922; DŹS BN (Polona).

³⁹ Wyróżnione graficznie hasła na ulotce przygotowanej przez PPS z okazji „Tygodnia Kobiet” – czerwiec 1932; DŹS BN (Polona).

⁴⁰ Hasło Stanisławy Woszczyńskiej podsumowujące artykuł *Kobiety w walkach i pracach PPS* (DL).

⁴¹ Hasła w kampanii politycznej Hanny Gronkiewicz-Waltz – 1995.

⁴² Popularne hasło eksponowane nie tylko podczas ogólnopolskiego strajku kobiet – 2020, ale także podczas strajku nauczycieli – 2018.

⁴³ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu w Warszawie – 2016.

⁴⁴ Hasło na transparentach krakowskiej Manify – 2015.

⁴⁵ Jedno z haseł protestu kobiet przeciwko zaostrzeniu ustawy antyaborcyjnej – 2018.

⁴⁶ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018.

⁴⁷ Hasło na transparentach warszawskiego Strajku Kobiet – 2017.

⁴⁸ Hasło na transparentach uczestników Czarnego Protestu we Wrocławiu – 2018.

Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku

politycznym i publicznym pojawiały się w każdej z wyodrębnionych w XX wieku epok, choć sposób ich formułowania i względy pragmatyczne pozwalają sądzić, że droga od obiektu do subiektu w tych przekazach rozłożona jest na dziesięciolecia. Podobnie proces „upolityczniania się” kobiet, sięgający XIX wieku, gdy rodzą się ruchy emancypacyjne, feministyczne i gdy kobiety domagają się udziału w polityce (SOLARSKA, 2016: 452; zob. też MAŁOCHA-KRUPA, 2018: 29–33), nie jest tożsamy z historiografią dotyczącą kobiet i pisaną przez kobiety, która powstaje w świecie kultury zachodnioeuropejskiej w latach 70. XX wieku⁴⁹ (SOLARSKA, 2016: 448). Nieobecność kobiet w historiografii wiąże się z przypisaniem kobiet do sfery prywatnej, nie publicznej ani politycznej⁵⁰. Dodatkowo w Polsce ruch kobiecy rozwijał się w specyficznych warunkach, będąc pod silnym wpływem Kościoła i społeczeństwa formujących wzór kobiety *o charakterze moralno-emocjonalnym* (HELIOS, JEDLECKA, 2016: 56). Ta cecha również ma odzwierciedlenie w prezentowanych hasłach, gdy w chwilach ważnych dla kraju przywoływany jest wzór kobiety strażniczki, Matki Polki, opiekunki.

Zmiany ściśle językowe w hasłach kobiecych oddają przemianę, jaka na przestrzeni stu lat generalnie dokonała się w kształcie polskich haseł politycznych. Jest to przede wszystkim dążenie do skrótowości, przejawiające się w ewolucji formy od hasła-wezwania do hasła-sloganu – hasła stały się „kondensatem większych zespołów treściowych” (CHLEBDA, 2005: 129). Jak pokazują badane przekazy, haseł politycznych nie można postrzegać jako formuł wyłącznie werbalnych – do ich poprawnej interpretacji konieczny jest kontekst kulturowy, a do wyczerpującej analizy – narzędzia multimodalne (POPRAWA, 2020). Rezultatem przemian formalnych są kwestie stylistyczne – hasła odzwierciedlają kreatywność twórców, często są intertekstualne, a wymiar praktyczny, nastawiony na osiąganie celów perswazyjnych, jest uzupełniany przez efektywność przekazu.

Źródła

DL – Woszczyńska S.: *Kobiety w walkach i pracach PPS*. „Dziennik Ludowy” z 1.01.1933.

DŹS BN (Polona) – dokumenty życia społecznego w zasobach Biblioteki Narodowej – repozytorium Polona.

DŹS BUWr – dokumenty życia społecznego w zasobach Biblioteki Uniwersyteckiej we Wrocławiu.

GL – „Głos Ludu” z 19.04.1946.

⁴⁹ Należy jednak pamiętać o tym, że zaistnienie historii kobiet jako nurtu historiograficznego pozostaje w ścisłej relacji ze społecznym (i intelektualnym) protestem kobiet wobec ich sytuacji rozpoznanej jako niesprawiedliwa (SOLARSKA, 2016: 452).

⁵⁰ Przekonanie o przynależności do sfery prywatnej wyrażała też Hannah Arendt, którą cytuje (i z którą polemizuje) Judith Butler, rozstrzygając kwestię przenikania się sfery prywatnej z publiczną. Butler przywołuje scenę, która dla Arendt jest odzwierciedleniem politycznej nowoczesności: „Gdy obywatel płci męskiej wkracza na plac, by dyskutować o kwestiach sprawiedliwości, zemsty, wojny i wyzwolenia, traktuje ów plac jako istniejącą uprzednio, stałą i niekwestionowaną scenę swojej mowy. Mowa ta z kolei staje się wzorcową formą działania, fizycznie oddzieloną od prywatnego domu, skrytego w cieniu i reprodukowanego dzięki czynnościom niebędącym działaniami we właściwym, publicznym sensie” (BUTLER, 2016: 69).

GW – „Głos Warszawy” z 24.04.1944.

IKC (NAC) – „Ilustrowany Kurier Codzienny” w zasobach Narodowego Archiwum Cyfrowego.

TL – „Trybuna Ludu” z 8.03.1960.

Literatura

BRATKOWSKI P., 2020: *Żądamy powrotu do przyszłości*. „Newsweek”, nr 46, s. 34–37.

BUTLER J., 2016: *Zapiski o performatywnej teorii zgromadzeń*. BEDNAREK J., tłum. Wydawnictwo Krytyki Politycznej. Warszawa.

CHACIŃSKI B., 2020: *Teraz k... wy....* „Polityka”, nr 45, s. 20–23.

CHLEBDA W., 2005: *Szkice o skrzydlatych słowach. Interpretacje lingwistyczne*. Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego. Opole.

DOBEK-OSTROWSKA D., 2012: *Komunikowanie polityczne i publiczne. Podręcznik akademicki*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.

GUPTA D., 2017: *Protest Politics Today*. Polity Press. Cambridge.

HELIOS J., JEDLECKA W., 2016: *Wpływ feminizmu na sytuację społeczno-prawną kobiet*. Seria e-Monografie [online: <http://www.bibliotekacyfrowa.pl/publication/80044>; data dostępu: 29.11.2020].

JARSKA N., 2015: *Kobiety z marmuru. Robotnice w Polsce w latach 1945–1960*. Instytut Pamięci Narodowej. Warszawa.

KAMIŃSKA-SZMAJ I., 1996: *Slogan reklamowy – budowa składniowa*. „Poradnik Językowy”, z. 4, s. 13–22.

KAMIŃSKA-SZMAJ I., 2001: *Słowa na wolności. Język polityki po 1989 roku – wypowiedzi, dowcip polityczny, słownik inwektyw*. Wydawnictwo Europa. Wrocław.

KŁOSIŃSKA K., 2012: *Etyczny i pragmatyczny. Polskie dyskursy polityczne po 1989 roku*. Narodowe Centrum Kultury. Warszawa.

KOCHAN M., 2002: *Slogany w reklamie i polityce*. Wydawnictwo TRIO. Warszawa.

KOLCZYŃSKI M., 2007: *Strategie komunikowania politycznego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. Katowice.

MACHCEWICZ P., 1993: *Polski rok 1956*. Oficyna Wydawnicza „Mówią wieki”. Warszawa.

MAŁOCHA-KRUPA A., 2018: *Feminytywum w uwikłaniach językowo-kulturowych*. Oficyna Wydawnicza ATUT. Wrocław.

MAZUR M., 2002: *Marketing polityczny. Studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce*. Wydawnictwo Naukowe PWN. Warszawa.

REBOUL O., 1980: *Kiedy słowo jest bronią*. ARNOLD J., tłum. W: GŁOWIŃSKI M., red.: *Język i społeczeństwo*. Wydawnictwo Czytelnik. Warszawa, s. 299–337.

SOLARSKA M., 2016: *Kobiety w sferze publicznej/politycznej – wyzwania historiograficzne*. W: KULAK T., DAJNOWICZ M., red.: *Drogi kobiet do polityki (na przestrzeni XVIII–XXI wieku)*. Wydawnictwo CHRONICON. Wrocław, s. 445–457.

ŚLEZIAK M., 2020: *Projekt „Słownika haseł politycznych (1918–2018)”*. W: BAŃKO M., RUDNICKA E., DECYK-ZIĘBA W., red.: *Leksykografia w różnych kontekstach*. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. Warszawa, s. 289–301.