

MAGDALENA MAKOWSKA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Polska

<https://orcid.org/0000-0002-9414-048X>

Copyright and License: Copyright by Instytut Języka Polskiego PAN, Kraków 2024. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivatives 4.0 International (CC BY- ND 4.0) License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/legalcode.pl>).

TEKST MIEJSKI JAKO WYRAZ PROTESTU. ANALIZA TRANSPARENTÓW WYKORZYSTYWANYCH PODCZAS WARSZAWSKICH MANIFESTACJI ANTYRZĄDOWYCH W 2023 ROKU

Słowa kluczowe: protest w przestrzeni miejskiej, tekst miejski, tekst minimalny, krajobraz językowy.

STRESZCZENIE

Wraz z dynamicznie zmieniającym się światem zmianom podlegają także funkcje pełnione przez współczesne przestrzenie miejskie. Oprócz tego, że przestrzenie te służą komunikacji i – często przypadkowym – spotkaniom wielu ludzi, regularnie stają się także areną, dzięki której ich stali i czasowi użytkownicy mogą prezentować swoje poglądy, wyrażać solidarność i wsparcie, ale też protestować wobec zjawisk i zdarzeń o charakterze lokalnym lub ogólnokrajowym. Badacze skupieni wokół idei *linguistic landscape* z coraz większą uwagą przypatrują się miastu m.in. jako przestrzeni protestu, w której manifestują ludzie reprezentujący różne poglądy, mówiący różnymi językami, wywodzący się z różnych środowisk i należący do różnych grup zawodowych. Ich protest powoduje, że wśród typowych dla przestrzeni publicznych tekstów miejskich pojawiają się także komunikaty o charakterze protestacyjnym. W artykule dokonano przeglądu literatury poświęconej miastu jako przestrzeni komunikacyjnej. Następnie – zachowując perspektywę *linguistic landscape* i mając na uwadze wyznaczniki tekstów miejskich – opisano stan badań poświęconych miastu jako przestrzeni protestu. W dalszej części artykułu przeprowadzono analizę materiału badawczego, na który złożyło się 296 transparentów sfotografowanych podczas dwóch warszawskich manifestacji 4 czerwca i 1 października 2023 roku. Analiza ta posłużyła zarówno odpowiedzi na pytanie o strukturę prezentowanych transparentów oraz dominujące w nich motywy służące realizacji określonych funkcji, jak też wskazaniu, po jakie środki językowe i wizualne sięgają autorzy, aby w formie kompaktowych komunikatów zwerbalizować i zwizualizować swój protest. Wykazano, że protestujący wykorzystywali przede wszystkim komunikaty monomodalne (językowe, 74%), zaś komunikaty multimodalne (językowo-obrazowe, 26%) były reprezentowane w mniejszości. Wskazano także pięć zasadniczych funkcji miejskich tekstów protestacyjnych, tj. funkcję informacyjno-identyfikacyjną, argumentacyjną, postulatyczną, ludyczną i edukacyjną. Każdą z kategorii zilustrowano przy pomocy reprezentatywnych przykładów.

1. WPROWADZENIE

Wiele miast ma w swojej historii przynajmniej jeden taki moment, gdy stały się areną protestu rozumianego jako akt ostrego sprzeciwu wobec działania uważanego za niesłuszne¹. Impulsem do publicznego wyrażenia stanowiska mogą być zdarzenia o zasięgu lokalnym lub ogólnokrajowym wzbudzające silne reakcje społeczne. Przestrzeń miejska – z uwagi na swój publiczny charakter – sprzyja nie tylko przypadkowym spotkaniom ludzi o różnych poglądach, ale także świadomemu i zorganizowanemu manifestowaniu własnych przekonań oraz wchodzeniu w wielopłaszczyznowy dialog.

Artykuł wpisuje się w badania prowadzone w ramach *linguistic landscape* (LL) i poświęcony jest transparentom wykorzystywanym podczas dwóch warszawskich manifestacji antyrządowych w czerwcu i październiku 2023 roku; transparenty te uznano za przykład tzw. *mobilnych tekstów miejskich*. Jego tło teoretyczne stanowią badania na temat komunikacji, w tym komunikacji wizualnej, w miejskiej przestrzeni publicznej. Dotyczące tych kwestii stanowiska badaczy reprezentujących różne perspektywy przedstawione są w pierwszej części artykułu. Centralnym punktem artykułu jest spojrzenie na miasto jako przestrzeń protestu oraz wykorzystanie – przez protestujących i obserwatorów – tekstów miejskich jako tekstów minimalnych w komunikacji w przestrzeni publicznej. Ostatnia część pracy ma charakter badawczy i służy zarówno odpowiedzi na pytanie o strukturę analizowanych transparentów oraz dominujące w nich motywy służące realizacji określonych funkcji, jak też wskazaniu, po jakie środki językowe i wizualne sięgają autorzy, aby w formie kompaktowych komunikatów zwerbalizować i zwizualizować swój protest. Na korpus badawczy złożyło się 296 sfotografowanych transparentów, które poddano analizie ze względu na (1) ich strukturę oraz (2) motywy i powiązane z nimi funkcje. Zaprezentowana w artykule analiza wybranych transparentów koncentruje się na wskazaniu dominujących w nich środków językowych i wizualnych, które w przypadku tych mobilnych tekstów miejskich posłużyły do publicznego zmanifestowania protestu.

2. MIASTO JAKO PRZESTRZEŃ KOMUNIKACJI WIZUALNEJ – PERSPEKTYWA LINGUISTIC LANDSCAPE

Miasto to bez wątpienia dynamicznie zmieniająca się przestrzeń licznych i różnorodnych działań komunikacyjnych, podejmowanych zarówno przez jednostki, jak też grupy związane z nim stale lub czasowo (por. Tophinke i Ziegler 2019; Opiłowski 2020; Schmitz 2018). Każdy z użytkowników przestrzeni miejskiej jest potencjalnym nadawcą komunikatu współtworzącego tzw. *krajobraz językowy*. Pod tym pojęciem rozumiana jest sieć tworzona przez różnego rodzaju *teksty miejskie* (m.in. szyldy, reklamy, znaki drogowe, tablice z nazwami ulic czy tablice pamiątkowe), które są trwale lub czasowo obecne w przestrzeni miejskiej, organizują ją i/lub współtworzą

¹ WSJP https://wsjp.pl/haslo/do_druku/24140/protest (6 stycznia 2024).

jej charakter w wymiarze historycznym, społecznym, kulturowym czy językowym. Podczas gdy większość z nich występuje w miejscach, z którymi jest semantycznie i funkcjonalnie powiązana, wyróżnić można też takie, które – pojawiając się w punktach pierwotnie do tego nieprzeznaczonych – albo anektują dany fragment wolnej dotąd przestrzeni, albo wchodzą w dialog z komunikatami już w niej obecnymi, nierzadko zmieniając ich pierwotny sens. Te przybierające różną postać wytwory aktywności komunikacyjnej użytkowników miasta prowadzą do jego utekstowienia, tj. sprawiają, że – na wzór tekstu – można je odczytać zarówno w wymiarze urbanistyczno-administracyjnym, jak też społeczno-kulturowym, historycznym, religijnym czy politycznym.

Rodrigue Landry i Richard Bourhis (1997), uznawani za twórców pojęcia *linguistic landscape* (*krajobraz językowy*)², w następujący sposób definiowali to zjawisko:

Język publicznych znaków drogowych, billboardów reklamowych, nazw ulic, nazw miejsc, szyldów sklepów komercyjnych i znaków publicznych na budynkach rządowych łączy się, tworząc krajobraz językowy danego terytorium, regionu lub aglomeracji miejskiej (1997, 25)³.

W przytoczonej definicji akcentowana jest sfera językowa komunikatów dostępnych w przestrzeniach miejskich. Tymczasem współczesna komunikacja – także ta realizowana na ulicach, skwerach czy w instytucjach publicznych – cechuje się intensywnym wykorzystaniem elementów pochodzących spoza sfery języka. Przestrzeń miejska upodabnia się pod tym względem do przestrzeni medialnej, w której standardem są silnie angażujące ludzki wzrok multimodalne komunikaty wizualne. Posłużenie się nimi w przestrzeni miejskiej pozwala w nieabsorbujący czasowo sposób zachęcić odbiorców do działań ważnych społecznie (np. sprawnego i bezpiecznego poruszania się w ruchu ulicznym) lub pożądanego z perspektywy jednostkowego nadawcy (np. wejścia do sklepu i zakupu towaru lub usługi). Świadomość tego, jak ważny w komunikacji w przestrzeni miejskiej jest jej wymiar wizualny, powoduje, że badając krajobraz językowy, warto uwzględnić fakt zróżnicowania semiotycznego tworzących go komunikatów oraz potrzebę szerokiego spojrzenia na ich *język*.

Wagę zróżnicowania semiotycznego komunikacji w przestrzeni publicznej dostrzegają Adam Jaworski i Crispin Thurlow (2010). Opowiadają się za używaniem pojęcia *krajobraz semiotyczny* (*semiotic landscape*), wyjaśniając, że tworzy go „każda przestrzeń

² Ważnym głosem w dyskusji na temat tego, czy Landry’ego i Bourhisa słusznie uważa się za autorów określenia *krajobraz językowy*, jest publikacja Backhousa (2007, 54), który wskazuje, że badania tego, co w 1997 roku Landry i Bourhis określili jako *krajobraz językowy*, prowadzone były już znacznie wcześniej pod szyldem *genjo keikan* (jęz. japoński) czy *paysage linguistique* (jęz. francuski). Landry i Bourhis powinni być raczej uważani za twórców nazwy anglojęzycznej *linguistic landscape*, chociaż zdaniem Spolsky’ego za najwcześniejszego użytkownika tego terminu w odniesieniu do wszystkich – ustnych i pisanych – praktyk językowych uznać należy Voegelina (1933).

³ Cytowane fragmenty zostały każdorazowo przetłumaczone przez autorkę. W przypisie podawane są w wersji anglojęzycznej. “The language of public road signs, advertising billboards, street names, place names, commercial shop signs, and public signs on government buildings combines to form the linguistic landscape of a given territory, region, or urban agglomeration” (Landry i Bourhis 1997, 25).

publiczna z widocznym napisem wykonanym w sposób celowy” (Jaworski i Thurlow 2010, 2)⁴. Koncepcję tę opierają na przekonaniu, że materialnie utrwalone elementy językowe krajobrazu pozostają w relacji do szeroko rozumianego otoczenia, na które składają się nie tylko obrazy wizualne, ale także komunikacja niewerbalna czy nawet architektura, a zatem wszystko, co odbierane jest z wykorzystaniem kanału wzrokowego. W podobnym tonie wypowiada się Jackie Jia Lou, przekonując, że „krajobraz językowy składa się ze wszystkich wizualnych form języka obecnych w przestrzeni publicznej wcześniej określonego obszaru geograficznego” (2016, 2)⁵. Nawet gdy elementom językowym nie towarzyszą obrazy, sam ich układ oraz rodzaj, wielkość czy kolor zastosowanego fontu mogą mieć wartość informacyjną, która w sposób istotny dopełni przekaz realizowany na poziomie językowym.

Wagę wizualności podkreślają w swojej definicji krajobrazu językowego także Durk Gorter i Jasona Cenoz (2023):

krajobraz językowy jest po prostu zbiorem różnych rodzajów znaków lub, mówiąc inaczej, obejmuje on wszystkie elementy językowe, które są widoczne w przestrzeni publicznej; lub, jeszcze innymi słowy, to każdy wizualny przejaw języka tekstowego (2023, 6)⁶.

Zgodnie z tą koncepcją za element krajobrazu językowego tworzonego przez widoczne dla ludzkiego oka różne rodzaje znaków użytych w przestrzeni publicznej uznać należy każdy wizualny przejaw języka tekstowego. Ponieważ użytkowanie miasta często oznacza konieczność szybkich, bywa, że wręcz zautomatyzowanych, reakcji, przestrzeń miejska musi komunikować się ze swoimi użytkownikami także za pomocą komunikatów umożliwiających szybką recepcję. W ujęciu genologiczno-tekstologicznym warunek ten spełniają tzw. *teksty minimalne* (Czachur 2020), które cechuje powierzchowność, komunikacyjny i kompozycyjny minimalizm i które w przestrzeni publicznej mogą przyjmować postać szeroko rozumianych *tekstów miejskich*.

3. MIASTO JAKO PRZESTRZEŃ PROTESTU – TEKST MIEJSKI PROTESTACYJNY

Przestrzeń w różnych swoich aspektach interesowała badaczy od dawna. Pod koniec XX wieku, wraz z tzw. *zwrotem przestrzennym* (ang. *the spatial turn*), zaczęto w większym niż dotąd stopniu przyglądać się jej w kontekście społeczno-relacyjnym, dostrzegając w niej podstawową kategorię społeczną. Pogląd taki prezentuje m.in. Michael Foucault, który pisze: „Obecna epoka będzie być może przede wszystkim epoką

⁴ “any public space with visible inscription made through deliberate human intervention and meaning making” (Jaworski i Thurlow 2010, 2).

⁵ “Linguistic landscape consists of all visual forms of language present in the public space of a pre-determined geographic area” (Lou 2016, 2).

⁶ “One might be inclined to conclude that a linguistic landscape is just a collection of different types of signs or, said differently, that it includes all language items that are visible in public space; or, in yet other words, any visual display of textual language” (Gorter i Cenoz 2023, 6).

przestrzeni. Jesteśmy w epoce jednoczesności, w epoce zderzenia, w epoce bliskości i oddalenia, w epoce rozproszenia” (1984, 46)⁷. Ten sposób konceptualizacji przestrzeni pozwala dostrzec w niej rodzaj wytworu społeczeństwa, tak w odniesieniu do czysto fizycznego jej zagospodarowania, jak też w sensie prezentowanych w niej poglądów, postaw i wartości. Henri Lefebvre jako twórca koncepcji dialektycznej zwanej *produkcją przestrzeni* (ang. *production of space*, fr. *la production de l'espace*) i uznający, że „przestrzeń społeczna jest produktem społecznym” (1991, 26), wskazuje jej trzy wymiary: 1) *praktykę przestrzenną*, tj. codzienne działania oraz relacje między ludźmi w przestrzeni i obiektami w przestrzeni; 2) *reprezentację przestrzeni*, tj. konceptualizację przestrzeni w postaci map, rysunków, planów, czyli konkretnych rozwiązań stosowanych w tej przestrzeni, 3) *przestrzeń reprezentacji*, pod którą kryje się sfera szeroko rozumianych symboli i kodów kulturowych. Postrzegając przestrzeń w taki sposób, badacz dostrzega w niej nie tylko narzędzie myślenia i działania, ale także środek kontroli i władzy⁸.

Przejawem działań podejmowanych przez użytkowników przestrzeni miejskiej są różnicowane pod względem formy, treści i funkcji komunikaty współtworzące jej krajobraz językowy. Mowa tu o różnych typach tzw. *tekstów miejskich*, które nadawcy umieszczają w przestrzeni miejskiej, by przy ich pomocy osiągać określone cele, oddziałując na szerokie i różnicowane grono odbiorców, tj. użytkowników tejże przestrzeni. Do wyznaczników prototypowego tekstu miejskiego można zaliczyć to, że:

- występuje w przestrzeni miejskiej i pełni zadania, które ułatwiają funkcjonowanie miasta i/lub w mieście (*tekst przypisany do miasta*);
- jest związany z miejscem, tzn. ma względnie stałe miejsce ekspozycji (*tekst przypisany do miejsca*);
- zawiera elementy językowe, które mogą dzielić płaszczyznę z reprezentantami innych systemów znaków (*tekst semiotycznie zapisany*);
- pod względem strukturalnym i funkcjonalnym tworzy dającą się wyodrębnić całościową jednostkę komunikacyjną (*tekst strukturalnie i funkcjonalnie wyodrębniony*) (por. Makowska 2020).

Każda przestrzeń miejska wymaga komunikatów, które pozwolą ją zorganizować i uczynić przyjazną, *czytelną* dla wszystkich – także obcojęzycznych – użytkowników (por. Opilowski i Makowska 2023; Schmitz 2018). Tablice z nazwami ulic czy znaki drogowe jako teksty miejskie I typu są ważne dla sprawnej organizacji miasta, bo wskazują jego kluczowe punkty, określają zasady użytkowania przestrzeni i ułatwiają orientację. Ich zwykle administracyjny charakter sprawia, że zachowują prostą, często wystandaryzowaną formę. Teksty miejskie II typu mogą funkcjonować opcjonalnie w przestrzeni,

⁷ “The present epoch would perhaps rather be the epoch of space. We are in the epoch of simultaneity; we are in the epoch of juxtaposition, the epoch of the near and the far, of the side-by-side, of the dispersed” (Foucault 1984, 46).

⁸ “a tool of thought and of action a means of control, and hence of domination, of power” (Lefebvre 1991, 26).

ale nadają jej określony charakter, są wśród nich np. komunikaty budujące tożsamość miasta w sensie społecznym, historycznym, kulturowym czy religijnym. Cechuje je duża swoboda kompozycyjna: ich siła tkwi w jednostkowości, niepowtarzalności i kreatywności. Podczas gdy różne rodzaje tekstów miejskich obecne są w przestrzeni miejskiej zazwyczaj przez dłuższy czas i stanowią trwałe element krajobrazu językowego, można wskazać też takie komunikaty, które nie są trwale powiązane z określonym miejscem, ale z racji wykorzystania ich w ważnych dla danego ośrodka momentach stają się elementem budowania tożsamości miasta i świadkiem rozgrywających się w nim wydarzeń. Taki charakter mają np. transparenty używane podczas organizowanych w przestrzeniach miejskich manifestacji. Ponieważ „zgromadzenia, wyrażające dezaprobatę (rzadziej poparcie) wobec projektów legislacyjnych, zachowań czy decyzji politycznych, są zmaterializowanymi, fizycznymi wyrazicielami poglądów” (Śleziak 2021, 82), powiązane z nimi komunikaty coraz częściej stają się obiektem badań prowadzonych w obszarze LL.

Wielopłaszczyznową analizę haseł i sloganów politycznych XX i XXI wieku prezentuje w swoich publikacjach Marta Śleziak (2021, 2022). Badaczka podkreśla, że „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 2022, 2). Autorka przeprowadza wnikliwą analizę diachroniczną haseł politycznych poświęconych kobietom, zarówno takich, których nadawcami są kobiety, jak i takich, które są adresowane do kobiet.

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 (2022, 3).

Za funkcję prymarną haseł politycznych Śleziak uznaje funkcję mobilizacyjną, podkreślając, że „ujawnia się ona zarówno wprost, jako formuła nawołująca do działania, jak i w postaci stwierdzeń wskazujących na pewien stan rzeczy i dopiero w procesie konotacji uruchamiających postawę i działania obywateli” (2021, 87). Funkcja informacyjna realizowana jest w związku z sygnalizowaniem określonej postawy, opowiedzeniem się po którejś ze stron, krytyką przeciwników. Funkcja integracji i identyfikacji ma za zadanie zjednoczenie tych, których łączą podobne poglądy, bo „również trzymanie baneru z hasłem w tłumie manifestantów jest światopoglądową deklaracją” (Śleziak 2021, 87). Autorka wyróżnia też funkcję rozrywkową, realizowaną dzięki dowcipowi językowemu, ironii czy satyrze. Jako ostatnią badaczka wymienia funkcję kumulacyjną wynikającą z tego, że hasła takie często w sposób lapidarny opisują złożone ideologie i postawy. W analizowanych hasłach często występowały nawiązania intertekstualne w formie cytatów z rozpoznawalnych utworów lub replik innych haseł.

Jak podkreśla Śleziak, „nawiązania do innego hasła mogą odbywać się (1) w obrębie leksyki (wykorzystanie cytatu, figury słów i figury myśli), (2) prozodii (powtarzalność rymu i rytmu) lub (3) składni (paralelizm)” (2021, 89). Wszystkie te elementy werbalne często znajdują silne wsparcie w warstwie wizualnej hasła, tzn. w sposobie jego prezentacji na płaszczyźnie dzielonej np. z sugestywnymi grafikami. „Hasła politycznych nie można postrzegać jako formuł wyłącznie werbalnych – do ich poprawnej interpretacji konieczny jest kontekst kulturowy, a do wyczerpującej analizy – narzędzia multimedialne” (Śleziak 2021, 11).

Na multimodalny i transkryptywny charakter transparentu jako nowego gatunku komunikacji interpersonalnej zwraca uwagę Magdalena Oślizło (2021), która zauważa, że:

Różnorodność tworzywa semiotycznego przekazów, jak również samo przeobrażenie formy gatunkowej z wirtualnej w materialną, oddaje transkryptywny i multimodalny charakter transparentów (2021, 224).

Dokonując genologiczno-tekstologicznej analizy memicznych transparentów Strajku Kobiet, autorka podkreśla różnorodność użytych w nich systemów i rodzajów znaków warunkujących skuteczne realizowanie takich funkcji, jak: komunikacyjna informacyjna (transparent jako pierwotne źródło informacji), komunikacyjna ekspresyjna (transparent jako zorientowany na nadawcę komentarz wobec jakiegoś zdarzenia) i konwersacyjna (transparent jako bezpośrednia odpowiedź na zachowanie lub wypowiedź), społeczna edukacyjna (transparent jako źródło informacji mających potwierdzenie w nauce), kulturowa kulturotwórcza (transparent tworzący i utrwalający stereotypy), kulturowa upowszechniająca (transparent rozpowszechniający popkulturę i dystrybuujący kulturę wysoką) oraz kulturowa artystyczna (postmem). Dostrzegając w transparencie mem, „który poprzez «wyjście na ulicę» przybiera materialną postać” (Oślizło 2021, 218), badaczka podkreśla też, że „język transparentów przejawia wiele cech charakterystycznych dla dyskursu internetowego, takich jak ekspansja potoczności, wulgaryzacja, a także wizualizacja języka za pomocą symboli wyrażających emocje, jak i wszechobecność obrazów” (2021, 236).

Jak zauważa Lech Nijakowski (2021), język transparentów i protestów wykształcił swój własny kod. Wśród jego wyznaczników badacz wymienia silną intertekstualność i innowacyjność, które sprzyjają realizacji funkcji ludycznej i fatycznej, ale jednocześnie mogą stanowić źródło wykluczenia osób spoza określonej „bańki komunikacyjnej”, dla których dane nawiązania czy innowacje językowe pozostają nieczytelne. Oznacza to, że atuty języka transparentów i protestów mogą też być jego obciążeniem, realnie ograniczając skuteczność komunikacji politycznej. Nijakowski zwraca również uwagę na wulgaryzację języka transparentów, uznając ją za zamierzoną strategię, „która nie tylko wyraża oburzenie protestujących, ale jest także świadomie dobranym środkiem językowym, o wiele łatwiejszym do zaakceptowania przez młodszych odbiorców” (2021, 101). Zdaniem badacza stosowanie na transparentach inwektyw nie dowodzi braku kontroli czy samoświadomości językowej, lecz winno być uznane

za środek językowy dobrany przez nadawcę w sposób celowy, bo służący wyrażeniu wzburzenia wobec przedmiotu protestu. Doceniając kreatywność językową demonstrantów, badacz zauważa także, jak silnie ukontekstowane bywają transparenty i jak niezrozumiałe potrafią być po umieszczeniu ich w różnym od pierwotnego kontekście. „Tymczasem od haseł politycznych oczekujemy odporności na rekontekstualizację” (Nijakowski 2021, 98).

Znaczenie dekontekstualizacji i rekontekstualizacji motywów używanych w komunikacji w przestrzeni publicznej podkreśla Anna Sokół-Klein (2022), która na podstawie analizy intertekstualności haseł umieszczanych na transparentach Strajku Kobiet prezentuje ich typologię obejmującą m.in. 1) hasła odwołujące się do wiedzy literackiej, społecznej i kulturowej (aluzje, cytaty, trawestacje tekstów literackich, muzycznych czy reklamowych); 2) hasła o charakterze komicznym, pozbawione nawiązań intertekstualnych; 3) hasła wiecowe, stanowiące wyraz agresji i najsilniej operujące wulgaryzmami. W swoich badaniach autorka skupia się na analizie pierwszej grupy haseł, na którą składają się cztery podgrupy, tj. 1) trawestacje fragmentów utworów literackich, tekstów piosenek, dialogów filmowych czy sloganów reklamowych; 2) teksty nawiązujące do konkretnych osób i sytuacji; 3) cytaty; 4) hasła-rymowanki. Wśród dominujących typów przekształceń intertekstualnych badaczka wymienia zamianę: tekstu niekomicznego w komiczny, pierwotnie komicznego we wtórnie komiczny bądź komicznego w niekomiczny (Sokół-Klein 2022, 253).

Można zauważyć, że w świetle wspólnie prowadzonych badań transparent to interesujący obiekt analiz genologiczno-tekstologicznych. Badacze podkreślają, że cechujące się celnością, oryginalnością, zwięzłością, wyrazistością oraz łatwością zapamiętania hasła umieszczone na transparentach stanowią główną formę wyrażania poglądów w przestrzeni publicznej. Autorzy haseł stosują wulgaryzmy, aby wzmocnić przekaz, oraz sięgają po rymy, by uczynić hasła łatwiejszymi do zapamiętania i rytmicznego wykrzyknięcia podczas protestu. Wszystko to uzasadnia potrzebę spojrzenia na transparenty także z perspektywy LL, tj. jako na mobilne teksty miejskie.

4. TRANSPARENT PROTESTACYJNY JAKO MOBILNY TEKST MIEJSKI – ANALIZA KORPUSU

Przedmiotem analizy osadzonej w badaniach z zakresu LL są transparenty stosowane przez uczestników dwóch manifestacji, które odbyły się w Warszawie 4 czerwca i 1 października 2023 roku. Oba wydarzenia miały charakter antyrządowy, a ich celem była mobilizacja elektoratu opozycyjnego wobec PiS przed jesiennymi wyborami parlamentarnymi. Na potrzeby analizy zgromadzono materiał fotograficzny obejmujący łącznie 332 zdjęcia niesionych przez protestujących transparentów, które zarówno w swej treści jak i formie odzwierciedlały emocje manifestujących tłumów⁹.

⁹ Po wstępnej weryfikacji odrzucono zdjęcia, które uniemożliwiały pełne zapoznania się z treścią i formą danego transparentu.

Ostatecznie do korpusu badawczego włączono 296 transparentów, które uznano za mobilne teksty miejskie, gdyż:

- zostały zastosowane w przestrzeni miejskiej Warszawy (*tekst okazjonalnie przypisany do miasta*);
- były związane z miejscem w tym sensie, że użyto ich na trasie przemarszu (*tekst przypisany do miejskiej manifestacji*; komunikat mobilny, tj. niesiony przez demonstrantów, ale silnie skontekstualizowany, bo wykorzystany w związku z konkretną, zaplanowaną sytuacją komunikacyjną odbywającą się w przestrzeni publicznej);
- zawierały elementy językowe, które mogły dzielić płaszczyznę z reprezentantami innych systemów znaków (*tekst semiotycznie zapisany*; komunikat mono- lub multimodalny¹⁰);
- pod względem strukturalnym i funkcjonalnym tworzyły dające się wyodrębnić całościowe jednostki komunikacyjne (*tekst strukturalnie i funkcjonalnie wyodrębniony*; komunikat werbalizujący i/lub wizualizujący protest).

Pod względem funkcjonalnym analizowane transparenty należy zakwalifikować do tekstów miejskich II typu, czyli takich, które nie są niezbędne do sprawnego funkcjonowania miasta w sensie administracyjno-urbanistycznym, tzn. nie organizują przestrzeni miejskiej, ale nadają jej określony charakter. Okazjonalność manifestacji sprawia, że transparenty nie mają stałego miejsca ekspozycji, ale swoje zasadnicze funkcje spełniają tam, gdzie manifestacja się odbywa. Pozostając zatem tekstami mobilnymi, tj. przemieszczającymi się wraz z manifestantami, są przypisane do określonego fragmentu przestrzeni miejskiej, tj. miejsca manifestacji, i czasu, gdy jest ona organizowana.

Wykazawszy, że transparenty spełniają warunki niezbędne do uznania ich za mobilne teksty miejskie, w zasadniczej części badania skupiono się na udzieleniu odpowiedzi na pytania dotyczące tego, w jaki sposób nadawcy tych komunikatów rozwiązali kwestię struktury transparentu oraz jego tematyki i powiązanych z nią funkcji, aby zmanifestować swój protest, zachowując przy tym powierzchniowy, komunikacyjny i kompozycyjny minimalizm sprzyjający szybkiej recepcji tekstu w warunkach miejskiej manifestacji.

4.1. Struktura komunikatu

Analiza struktury komunikatów skoncentrowana była na określeniu rodzaju środków użytych do budowania przekazu (tab. 1).

¹⁰ Za Hartmutem Stöcklem (2015) przyjęto, że nawet komunikat powstały na bazie wyłącznie elementów językowych jest tylko pozornie monomodalny, gdyż oprócz modalności centralnej, którą w tym wypadku jest język pisany, wykorzystuje też modalność peryferyjną, czyli typografię, decydującą o jego formie wizualnej i wpływającą na odbiór przekazu.

Tabela 1

Udział procentowy komunikatów monomodalnych i multimodalnych w korpusie badawczym

Komunikat / Manifestacja	4 czerwca 2023 r.	1 października 2023 r.	%
komunikaty monomodalne	103/134	117/162	74
komunikaty multimodalne	31/134	45/162	26

Źródło: Opracowanie własne na podstawie korpusu badawczego zebranego na potrzeby analizy

Wśród 296 transparentów (134+162) tworzących korpus badawczy wyraźnie dominowały komunikaty monomodalne¹¹ (74%), tj. takie, których autorzy budowali przekaz, bazując na środkach językowych. Jak pokazuje przykład z fot. 1, wsparciem wizualnym mogą być w takiej sytuacji konkretne rozwiązania (mikro)typograficzne: czcionka, rozmiar, kolor czy układ (por. Stöckl 2015). Wobec elementów językowych zastosowano rodzaj gry wizualnej: litery rozłożono tak, aby układały się w eliptycznie skonstruowany i zaadresowany do rządzących komunikat [to jest] PROTEST UJE!¹²; stosunek do adresatów wyrażono w drugim słowie, poprzedzonym dopisanymi w innej konwencji i dużo mniej widocznymi literami *ch*. Odręczne pismo, które wskazuje na to, że transparent przygotowany własnoręcznie, wzmacnia – podobnie jak wykrzyknik oraz czerwień jako barwa przewrotu i buntu – emocjonalność i autentyczność przekazu. Ten przykład pokazuje, jak ważne w przypadku komunikatów monomodalnych jest wsparcie ze strony typografii jako modalności peryferyjnej, dopełniającej przekaz realizowany z użyciem modalności centralnej, którą w tym przypadku jest język pisany.



Fot. 1. Transparent monomodalny *Protest uje!* (fot. własna)

¹¹ Na użytek artykułu przyjęto, że pod pojęciem komunikatu monomodalnego będzie rozumiany taki komunikat, w którym wykorzystana została tylko jedna z modalności centralnych, tj. język lub obraz, w rozumieniu przyjętym przez Hartmута Stöckla (2015). Komunikat multimodalny wymagać będzie natomiast wykorzystania co najmniej dwóch modalności centralnych. Typografia – zgodnie z klasyfikacją przyjętą przez Stöckla – stanowi modalność peryferyjną.

¹² Treść wszystkich haseł przywołanych w tekście oznaczono wersalikami.

Z kolei w przykładzie z fot. 2, który jest komunikatem multimodalnym (językowo-obrazowym), elementy językowe połączone z warstwą wizualną (postać, tłum, transparent ze słowem WYPIE...ALAC, chmurka z tekstem) w taki sposób, aby nawiązać do konwencji komiksu. Kompetencja multimodalna pozwala odbiorcy powiązać sąsiadujące ze sobą elementy w jeden spójny pod względem semantycznym komunikat stanowiący *plaszczynę wizualną* (*Sehfläche*, Schmitz 2015). Oba transparenty łączy to, że zostały użyte w tej samej sytuacji komunikacyjnej (manifestacja w przestrzeni miejskiej) i podejmują temat protestu. Różni je zaś struktura: podczas gdy pierwszy operuje wyłącznie elementami językowymi (modalność centralna) tworzącymi pewien obraz na płaszczyźnie, w drugim wykorzystano obie modalności centralne (język i obraz) wzajemnie się kontekstualizujące. Zastosowane w obu przypadkach rozwiązania (mikro)typograficzne (czcionka, rozmiar, kolor czy układ) stanowią wsparcie przekazu budowanego z użyciem modalności centralnych.



Fot. 2. Transparent multimodalny utrzymany w konwencji komiksu (fot. własna)

4.2. Motywy transparentów i powiązane z nimi funkcje

Transparenty użyte podczas warszawskich marszów 4 czerwca i 1 października stanowiły jeden z elementów zmanifestowania społecznego niezadowolenia i potrzeby zmiany sił na arenie politycznej. Analiza ich tematyki pozwoliła wskazać dominujące motywy i powiązane z nimi funkcje transparentów jako mobilnych tekstów miejskich o charakterze protestacyjnym.

Motyw nr 1: Identyfikacja bohatera protestu

Bohaterami transparentów autorzy czynili m.in. konkretnych przedstawicieli ekipy rządzącej lub ich ugrupowanie polityczne, tj. Prawo i Sprawiedliwość, manifestując niechęć wobec ich sposobu sprawowania władzy czy wręcz deprecjonując ich werbalnie i/lub wizualnie.



Fot. 3. Transparent *Emerytowany...* (fot. własna)



Fot. 4. Transparent *Morawiecki...* (fot. własna)

W przypadku transparentu z fot. 3 nadawca zwraca się z apelem UHADI (ros. *ухаду* ‘odejść’) do widocznego na zdjęciu Jarosława Kaczyńskiego, którego ironicznie określa mianem *emerytowany zbawca narodu*. To multimodalne połączenie pozwala nie tylko jednoznacznie zidentyfikować adresata przekazu, ale także zachować minimalizm komunikacyjny. Nieco inną strategię zastosował nadawca komunikatu z fot. 4: ten transparent operuje wprawdzie wyłącznie środkami językowymi, ale – mimo braku elementów wizualnych w formie towarzyszącego pismu obrazu – słowa pozwalają jednoznacznie zidentyfikować adresata. Używając sformułowania *rządzenie to już nie twoja działka*, nadawca nie tylko w sposób spoufalony informuje premiera, że oto kończy się czas jego rządu¹³, ale także sarkastycznie nawiązuje do komentowanego w przestrzeni medialnej majątku zgromadzonego przez rodzinę Morawieckich w postaci działek budowlanych.

Autorzy transparentów czynili ich bohaterami także manifestujący tłum, stosując zarówno odniesienia zbiorowe, jak też indywidualne mające działać mobilizująco i integrująco. Aby osiągnąć zamierzony efekt, stosowali m.in. nawiązania intertekstualne, silnie osadzone w kontekście kulturowym. Przykładem takiego rozwiązania jest transparent *to jest ten wiatr co rozgoni* (fot. 5), wprost nawiązujący do przeboju grupy Maanam pt. *Krakowski spleen* (1983). W ten sposób protestujący dali wyraz wiary w to, że są siłą, która zmieni sytuację polityczną w kraju. Podobny zabieg zastosowano w przypadku transparentu z fot. 6. Cytat z powieści Pascala Merciera pt. *Nocny pociąg do Lizbony* został zaadaptowany na potrzeby konkretnej sytuacji komunikacyjnej, tj. protestu ulicznego, i posłużył jako rodzaj komentarza do rzeczywistości politycznej, którą manifestanci postrzegają jako starcie dwóch obozów: dyktatury (rządzący) z rewolucją (manifestanci).

¹³ działka pot. zakres czyichś zajęć, obowiązków, umiejętności (WSJP, <https://wsjp.pl/haslo/podglad/19742/dzialka/4878690/zakres-zajec>, 28 listopada 2023).

Fot. 5. Transparent *To jest ten wiatr...* (fot. własna)Fot. 6. Transparent *Gdy dyktatura...* (fot. własna)

Motyw nr 2: Wskazanie przyczyny protestu

Protestujący nie zawsze wprost zwracali się do polityków, a mimo to sygnalizowali, czyja aktywność wyzwoliła ich protest. Sięgano w tym przypadku m.in. po zabieg polegający na grze słownej z użyciem nazwiska. Frazeologizm „czara goryczy przelała się”, oznaczający, iż „ciąg nieszczęść lub porażek spowodował, że czyjeś rozgoryczenie i zniechęcenie osiągnęło maksymalny stopień” (WSJP)¹⁴, zainspirował autorów transparentu *czarnka goryczy się przelała* stanowiącego nawiązanie do nazwiska byłego Ministra Edukacji i Nauki, Przemysława Czarnka (fot. 7). To właśnie działania podejmowane w obszarze edukacji i nauki autor transparentu ocenił szczególnie negatywnie. Podobnie w przypadku transparentu z fot. 8 manifestujący stwierdza *mam dość dyktatury i państwa z tektury*, prezentując wycięty w tekturze obrys Polski i tworząc w ten sposób spersonalizowany i identyfikujący nadawcę przekaz multimodalny.

Fot. 7. Transparent *Czarnka...* (fot. własna)Fot. 8. Transparent *Mam dość...* (fot. własna)

¹⁴ WSJP <https://wsjp.pl/haslo/podglad/12730/czara-goryczy-przelala-sie> (26 listopada 2023).

Motyw nr 3: Określenie postulatów protestujących

Wśród haseł na transparentach uwagę zwracały te o charakterze postulatycznym. Zarówno sposób formułowania oczekiwań, jak i ich zakres były zróżnicowane: od kwestii ogólnych (fot. 9) po szczegółowe dotyczące konkretnych zmian w życiu społeczno-gospodarczym (fot. 10). Nadawcy potrafili zachować pozory grzeczności językowej (*uprzejmie prosimy szybciotko odejście*) przy jednoczesnym wyrażeniu (mniejszą czcionką) swego rzeczywistego niezadowolenia (*tłum. ***** ***)*. Bywa, że domagali się konkretnych zmian, np. dotyczących świeckości szkoły (*w szkole dentysta zamiast księdza*).



Fot. 9. Transparent *Odejdźcie...* (fot. własna)



Fot. 10. Transparent *W szkole...* (fot. własna)

Motyw nr 4: Deprecjacja przeciwnika politycznego

Wśród transparentów stosowanych podczas obu manifestacji silnie reprezentowane były te z hasłami deprecjonującymi przeciwników politycznych przez ośmieszenie ich działań i piętnowanie inicjatyw. Ze względu na częste posługiwanie się w tej grupie transparentów elementami humorystycznymi należy przypisać im funkcję ludyczną. Deprecjonując, autorzy chętnie stosowali tzw. *lepiej*, czyli hasła sformułowane w postaci krótkich, zazwyczaj jednozdaniowych wierszyków, rozpoczynających się od słowa *lepiej*, często o groteskowym, prześmiewczym charakterze (fot. 11). Transparenty te piętnowały konkretne zjawiska wzbudzające wzbурzenie społeczne (*lepiej oddać głos kobietom niż z dąbrowy katechetom*) lub też w sposób prześmiewczy komentowały działalność obozu rządzącego (*lepiej w trakcie doznać zwisu niż uwierzyć w kłamstwa pisu!*). *Lepiej* wydają się szczególnie skutecznym sposobem formułowania haseł protestacyjnych, ponieważ łączą prześmiewczy charakter z wysoką rytmicznością osiąganą dzięki stosowaniu rymów (*kobietom – katechetom; zwisu – PiSu*); to, że łatwo się je skanduje, może działać mobilizująco na uczestników protestu i zachęcać ich do jeszcze aktywniejszego wyrażania swoich poglądów.



Fot. 11. Transparenty lepiej (fot. własna)

Autorzy transparentów deprecjonujących i ośmieszających przeciwników wykorzystywali także powszechnie znane motywy popkulturowe. Podczas gdy pierwszy z transparentów widocznych na fot. 12 nawiązuje do popularnej przyśpiewki wykonywanej przy okazji imienin czy urodzin, w którym gwiazdkę pomyślności zamieniono na gwiazdki pomyślności ułożone w charakterystyczny dla przeciwników PiS sposób (***** ***), autorzy drugiego sięgnęli do filmu pt. *O dwóch takich, co ukradli księżyc*, w którym w dzieciństwie grał Jarosław Kaczyński, wiążąc motyw ukradzionego księżycyca z symbolem protestującej opozycji, tzn. ośmioma gwiazdkami. W tym miejscu warto jednak podkreślić, że stosowanie takich nawiązań obarczone jest pewnym ryzykiem: przekaz płynący z transparentu z fot. 12 pozostanie nieczytelny dla osób, które nie znają epizodu aktorskiego z dzieciństwa prezesa PiS.



Fot. 12. Transparenty z gwiazdkami (fot. własna)

Motyw nr 5: Edukowanie w zakresie postaw proobywatelskich

Ostatnią grupę transparentów, którą wyodrębniono na podstawie zebranego korpusu, stanowią te realizujące funkcję edukacyjną w zakresie postaw proobywatelskich. Taki

charakter ma transparent widoczny na fot. 13. Stanowi on rodzaj diagnozy sytuacji społeczno-politycznej i wykorzystuje element gry słownej oparty na użyciu rzeczowników z przedrostkiem *współ-*, z których pierwszy – *współpraca* – nacechowany jest pozytywnie, zaś drugi, tj. *współudział* – użyty niejako w opozycji do *współpracy* – ma budzić negatywne konotacje, analogiczne do współudziału w przestępstwie.



Fot. 13. Transparent Z PiSem nie ma... (fot. własna)

5. WNIOSKI

Przestrzeń miejska dość często staje się współcześnie przestrzenią protestu. Stanowi arenę, na której ludzie różnych poglądów mają prawo prezentować swoje racje czy wchodzić w dialog. Publiczny charakter znacznej części przestrzeni miejskiej sprawia, że w sposób naturalny gromadzą się w niej ludzie, którzy mają potrzebę manifestowania swoich poglądów, udzielania poparcia tym, którzy reprezentują podobny sposób rozumienia świata, i protestowania przeciwko tym, którzy postrzegają świat inaczej lub dopuszczają się czynów wywołujących społeczny sprzeciw. Bywa, że protest ma charakter jednostkowy, ale zazwyczaj wiąże się z zaangażowaniem wielu ludzi, którzy czują potrzebę zjednoczenia wobec określonego zjawiska lub zdarzenia i zmanifestowania swojego poparcia czy niezadowolenia. Dla lingwisty manifestacja w przestrzeni publicznej to także rodzaj sytuacji komunikacyjnej, w którą oprócz komunikatów ustnych (okrzyków, przemów) zaangażowane są także komunikaty utrwalone np. na transparentach. W kontekście przestrzeni miejskiej i obecnych w niej na co dzień tekstów miejskich, które mają swoją stałą lokalizację np. jako elementy organizujące i porządkujące miasto, transparenty są komunikatami okazjonalnymi i mobilnymi, tj. bez stałego miejsca w przestrzeni miasta. Jednocześnie są tym, co utrwala jest w pamięci zbiorowej o danym wydarzeniu i co pozwala przywołać jego klimat czy towarzyszące mu emocje. Stąd zainteresowanie transparentami jako przykładami tego, że także

okazjonalne i mobilne komunikaty mogą współtworzyć to, co określane jest krajobrazem językowym danego miasta.

Analiza korpusu badawczego, na który złożyło się niemal 300 transparentów sfotografowanych podczas warszawskich manifestacji 4 czerwca i 1 października 2023 roku, pokazała, że mimo zwykle niewielkich rozmiarów transparenty stanowią ciekawy przykład prezentowania poglądów w przestrzeni publicznej. Ich autorzy wykazywali się kreatywnością językową, budując przekaz niepozbawiony ironii, gniewu czy też dowcipu. Umiejętnie dobierali środki językowe, by w lapidarny sposób skomentować otaczającą ich rzeczywistość, deprecjonować przeciwników politycznych, wskazać źródła swojego niezadowolenia oraz przedstawiać konkretne postulaty i oczekiwania. Tworzone przez nich teksty były dowcipne, łatwo wpadające w ucho, ale też często stanowiły intertekstualne nawiązania do motywów znanych np. z popkultury, które to motywy adaptowano na potrzeby sytuacji protestacyjnej. Katalog funkcji realizowanych przez transparenty wydaje się zatem dość szeroki i – jak pokazała analiza materiału badawczego – obejmuje m.in. funkcję informacyjno-identyfikacyjną, którą przyjmują na siebie transparenty prezentujące różnych bohaterów protestu: zarówno tych, przeciwko którym się protestuje, jak i tych, którzy protestują. Funkcję argumentacyjną realizują z kolei transparenty, których autorzy za pomocą słów i/lub obrazów wskazują źródła swojego protestu mające charakter ogólny lub dotyczące konkretnych zjawisk wzbudzających sprzeciw jednostek lub grup społecznych/zawodowych. Wśród funkcji realizowanych przez analizowane transparenty wymienić należy także funkcję postulatyczną: przypisana jest ona do tych transparentów, które stworzono, aby przedstawić oczekiwania czy wręcz żądania protestujących. Funkcję ludyczną z powodzeniem pełnią transparenty, które zawierają deprecjonujące przeciwników politycznych elementy werbalnie lub wizualnie realizowanego humoru, mające rozbawić protestujących, być dla nich źródłem dobrej energii i motywacji do manifestowania. W wypadku niektórych transparentów można mówić też o realizacji funkcji edukacyjnej w tym sensie, że przypominają one protestującym, jakie wartości są ważne. Takie transparenty kształtują w społeczeństwie określone postawy, np. proobywatelskie. Chociaż zdecydowana większość, bo blisko 74%, analizowanych komunikatów miała charakter monomodalny (językowy), protestujący stosowali też komunikaty multimodalne (językowo-obrazowe), by nie tylko zwerbalizować, ale też zwizualizować ważny dla nich przekaz.

BIBLIOGRAFIA

- Backhaus, P. 2007. *Linguistic Landscapes: A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Czachur, W. 2020. „Teksty minimalne jako przedmiot badań genologicznych”. *Tekst i dyskurs – text und diskurs* 13: 25–42.
- Foucault, M. 1984. „Of Other Spaces, Heterotopias”. *Architecture, Mouvement, Continuité* 5: 46–49.
- Gorter, D., i J. Cenoz. 2023. *A Panorama of Linguistic Landscape Studies*. Bristol, Jackson: Multilingual Matters.

- Jaworski, A., i C. Thurlow. 2010. „Introducing Semiotic Landscapes”. W *Semiotic Landscapes: Language, Image, Space*, red. A. Jaworski, i C. Thurlow. London, New York: Continuum, 1–40.
- Landry, R., i R. Bourhis. 1997. „Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study”. *Journal of Language and Social Psychology* 16(1): 23–49.
- Lefebvre, H. 1991. *The Production of Space*. Malden: Blackwell Publishing.
- Lou, J.J. 2016. *The Linguistic Landscape of Chinatown: A Sociolinguistic Ethnography*. Bristol: Multilingual Matters.
- Makowska, M. 2020. „Utekstowiona przestrzeń miejska w świetle badań mediolingwistycznych”. *Socjolingwistyka* 34: 113–130.
- Nijkowski, L.M. 2021. „Kim jest Annuszka? Strategie dyskursywne tekstów na transparentach w czasie protestów po wyroku Trybunału Konstytucyjnego w 2020 roku”. *Dyskurs&Dialog* 1: 95–109.
- Opiłowski, R. 2020. „Muster der kommunikativen Kreativität im urbanen Raum. Eine multimodale Perspektive”. W *Text- und Diskurswelten in der massenmedialen Kommunikation*, red. M. Cieszkowski, i J. Pociask. Berlin: Peter Lang, 199–220.
- Opiłowski, R., i M. Makowska. 2023. „Functional Discourses of Contemporary Multilingualism in Urban Texts: A case study of three capital cities: Warsaw, Berlin, and Luxembourg”. *Moderna Språk* 117(1): 20–43.
- Oślizło, M. 2021. „Memy wyszły na ulicę. Transkryptywny i multimodalny charakter transparentów Strajku Kobiet”. W *Wokół Strajku Kobiet*, red. E. Dziwak, i K. Gheorghe. Kraków–Katowice–Łódź: ArchaeGraph, 217–238.
- Schmitz, U. 2015. „Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie”. tłum. M. Makowska. W *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, i P. Staniewski. Wrocław–Dresden: ATUT, Neisse Verlag, 57–77.
- Schmitz, U. 2018. „Media Linguistic Landscapes”. *Journal für Medienlinguistik* 1(1): 1–34.
- Sokół-Klein, A. 2022. „«No woman, no kraj»; «Girls just to wanna have choice», czyli o intertekstualności hasel umieszczanych na transparentach w czasie Strajku Kobiet jesienią 2020 roku”. *Przegląd Środkowo-Wschodni* 7: 247–264.
- Spolsky, B. 2020. „Linguistic landscape: The semiotics of public signage”. *Linguistic Landscape* 6(1): 2–15.
- Stöckl, H. 2015. „Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej”. tłum. J. Pociask. W *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, i P. Staniewski. Wrocław–Dresden: ATUT, Neisse Verlag, 113–137.
- Śleziak, M. 2021. „Miejsce hasła i sloganu w komunikowaniu politycznym”. *LingVaria* XVI, 2(32): 81–92.
- Śleziak, M. 2022. „Jako obiekt, jako subiekt. Kobiety w polskich hasłach politycznych XX i XXI wieku”. *Forum Lingwistyczne* 9: 1–12.
- Tophinke, D., i E. Ziegler. 2019. „Einleitung: Die Stadt als öffentlicher Kommunikationsraum”, *Zeitschrift für Germanistische Linguistik* 47(2): 293–312.
- Voegelin, C.F. 1933. „Language and languages: An introduction to linguistics. Willem L. Graff”. *American Anthropologist* 35: 356–358.
- WSJP – Żmigrodzki P. (red.) 2007–, *Wielki słownik języka polskiego*, Kraków: Instytut Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk, <http://www.wsjp.pl> (18 stycznia 2024).

Urban text as an expression of protest. An analysis of the banners used during Warsaw's 2023 anti-government demonstrations

Keywords: protest in urban space, urban text, minimal text, linguistic landscape.

With a rapidly changing world, the functions performed by contemporary urban spaces are also changing. In addition to serving as a means of communication and – often incidental – meeting many people, these spaces regularly become arenas for their permanent and temporary users to present their views, express solidarity and support as well as to protest against phenomena and events of a local or national nature. Researchers around the idea of a linguistic landscape are increasingly looking at the city as a space of protest, among other things, in which people with different views, different languages, different backgrounds and different occupational groups manifest themselves. Their protest results in protest messages among the typical urban texts of public spaces. This paper reviews the literature on the city as a communicative space. Then – maintaining a linguistic landscape perspective and keeping in mind the determinants of urban texts – the state of research devoted to the city as a space of protest is described. In the following part of the article, an analysis of the research material was conducted, which consisted of 296 banners photographed during two Warsaw demonstrations on 4 June and 1 October 2023. This analysis served both to answer the question of the structure of the banners presented and the dominant motifs in them that serve specific functions, and to indicate which linguistic and visual means the authors use to verbalise and visualise their protest in the form of compact messages. It was shown that protesters mainly used monomodal messages (linguistic, 74%), while multimodal messages (linguistic-visual, 26%) were represented in the minority. Five main functions of urban protest texts were also identified, i.e. informational-identifying, argumentative, postulative, ludic and educational functions. Each category was illustrated with representative examples.