

Kolor jako zjawisko komunikacyjne we współczesnym dyskursie publicznym na przykładzie manifestacji oraz kampanii społecznej

Teresa Uchman

Uniwersytet Śląski
teresa.uchman@us.edu.pl

Streszczenie

Tematem artykułu są komunikacyjne możliwości i znaczeniowórczy potencjał koloru w dyskursie publicznym. Zakres analizowanego materiału wyznaczają dwa zdarzenia dyskursywne: Różowy Październik jako przykład kampanii społecznej oraz Czarny Protest jako przykład manifestacji społecznej. Celem badań jest określenie semiotycznej samodzielności barwy w komunikacji, funkcji koloru realizowanych w dyskursie publicznym oraz ocena zmian konotacyjnych barw motywowana współczesnymi aktywnościami społecznymi. W analizie została uwzględniona dodatkowo ocena semantyczna leksemu różowy i czarny. Materiał reprezentuje różnorodny charakter aktywności w domenie publicznej, którą tworzą doniesienia medialne w postaci tekstów multimodalnych w medium sieciowym. Zaprezentowane dane stanowią wybraną reprezentację warstwy werbalnej oraz kluczowych wizualnych desygnatów współwystępujących z kolorem w analizowanych zdarzeniach dyskursywnych. Badania pokazują zmiany w zakresie semantycznym leksemów, nazywających kolory oraz uwidaczniają korelację dyskursu medialnego z dyskursem publicznym. Efektem obserwacji i analizy jest wniosek o kontekstowo uwarunkowanej samodzielności znakowej barwy. W efekcie kolor zostaje określony jako wtórnie samodzielny system komunikacyjny w dyskursie publicznym.

Słowa kluczowe: kolor, dyskurs publiczny, semantyka, funkcje komunikacyjne, kod kulturowy

Abstract

Colour as a Communication Phenomenon in Contemporary Public Discourse on the Example of a Demonstration and a Social Campaign

The article concerns the communicative and meaning-creating potential of colour in the public discourse. The scope of the analyzed material consists of two discursive events: Pink October as an example of a social campaign and Black Protest as an example of a social demonstration. The research aims to determine the semiotic independence of colour in the message, the functions of colour implemented in public discourse, and assess the connotative changes of colours motivated by contemporary social activities. For this purpose, the analysis also considered the semantic evaluation of the pink and black lexemes. The material represents the diverse nature of activity in the public domain, collected based on observation of media reports

- *multimodal texts in a digital medium. The presented data is a selected representation of the verbal layer and key visual referents coexisting with colour in a given discursive event. The research shows semantic changes in the field of lexemes naming colours, and draws attention to the correlation of media discourse with public discourse. The result of observation and analysis is the conclusion about the contextually dependent semantic independence of the colour. The conclusions define colour as a secondary independent communication system in public discourse.*

Keywords: colour, public discourse, semantics, communication functions, cultural code

1. Wstęp

Colour is defined first of all as a social phenomenon. It is the society that ‘makes’ the colour, that gives it its definitions and meanings, that constructs its codes and values, that organizes its customs and determines its stakes¹.

(Pastoureau 2008: 16)

Kolor jako niewerbalny środek praktyk komunikacyjnych w użyciu społecznym zapisał się w historii m.in. w *kolorowych rewolucjach* (Kozłowski 2012). Jako narzędzie walki z reżimem i symbol zmiany, identyfikował wydarzenia o znaczeniu politycznym, kulturowym i socjologicznym, dążące do demokratyzacji ustroju w państwach arabskich oraz republikach poradzieckich. Jednym z przykładów jest chociażby *Pomarańczowa Rewolucja* z 2004 roku, która miała miejsce w Ukrainie. Wartość barwy w wymiarze społecznym wpisana jest w kod kulturowy, charakteryzowany jako „system praktyk kulturalnych i społecznych, wspólnych dla członków danej zbiorowości, powiązanych kontekstem społecznym i kulturalnym, w którym oni funkcjonują, wraz z regułami ich wykonywania, rozumienia i interpretacji” (Lisowska-Magdziarz 2019: 324).

Przeprowadzone badania stawiają w centrum zainteresowania komunikacyjny i znaczeniowy potencjał koloru w dyskursie publicznym. Materiał badawczy stanowią aktywności społeczne, które charakteryzuje dobrowolny oraz masowy udział w polskim dyskursie publicznym. Zebrane i zarejestrowane dane pochodzą z okresu 2016-2021. Celem analizy jest określenie wartości pragmatycznych i semantycznych koloru w jego właściwościach denotatywnych i konotatywnych, w konkretnych formach użycia w zdarzeniu dyskursywnym oraz określenie roli i kompetencji barwy w złożonym, relacyjnym systemie znakowym komunikatu.

¹ Tłumaczenie własne: „Kolor jest definiowany przede wszystkim jako zjawisko społeczne. To społeczeństwo „tworzy” kolor, nadaje mu definicje i znaczenia, konstruuje jego kody i wartości, organizuje zwyczaj i wyznacza jego wagę.”

2. Założenia teoretyczne badań

2.1. Kolor jako zasób semiotyczny

W badaniach polegam na ogólnych założeniach semiotyki społecznej koloru, które zostały scharakteryzowane przez Theo van Leeuwena (2011). Autor przedstawił trzy kierunki badań. Po pierwsze wymienił analizy *zasobów semiotycznych*, które polegają na identyfikacji i typologizacji kolorów, a także ocenie, w jaki sposób barwy są wykorzystywane w komunikacji. Po drugie wskazał obszar *praktyk semiotycznych*, w których badany jest kontekst użycia koloru. Po trzecie zwrócił uwagę na wpływ semiotyki społecznej na rozwój sposobu myślenia o barwie i obszar tzw. *praktyk kolorystycznych* (ibidem: 4). Przedmiotem zainteresowania są tu z jednej strony materialne i technologiczne aspekty użycia koloru, tzn. celowość stosowania określonych barwników czy pigmentów lub celowe wykorzystanie technologii czy projekcji światła dla uzyskania konkretnych efektów kolorystycznych. Z drugiej strony, semiotyka społeczna bada intencyjne użycie koloru w celu manipulacji lub perswazji – do osiągania zakładanych efektów, manifestacji wartości, do celów komunikacji i interakcji społecznych w różnych obszarach domeny publicznej. Krótko mówiąc, semiotyka społeczna bada to, co ludzie zakomunikowali i zrobili za pośrednictwem koloru (ibidem: 2) oraz jakim sposobem.

Kolor traktuję zatem jako *zasób semiotyczny*, który definiuję jako artefakt użyteczności społecznej, wykorzystywany do wzajemnej komunikacji i kulturowej realizacji. Interesują mnie natomiast *praktyki kolorystyczne* tzn. użycie koloru w określonych kontekstach społecznych, w sprofilowanej ramie dyskursu publicznego.

2.2. Dyskurs publiczny

Punkt wyjścia stanowi sposób rozumienia dyskursu jako konglomeratu „zależnych od siebie praktyk komunikacyjnych i społecznych, które w dynamicznym procesie komunikacji społecznej modelują obraz rzeczywistości, umożliwiając w ten sposób tworzenie się znaczeń zbiorowych” (Czachur 2020: 211). Natomiast dyskurs publiczny, który jest rozległą i zróżnicowaną kategorią, profiluję na podstawie charakterystyki dokonanej przez Mirosławę Siuciak (2016), która wyróżniła kilka kluczowych elementów wskazanej jednostki badawczej. Przede wszystkim, polem komunikacyjnej aktywności jest *przestrzeń publiczna*. Ma ona *wspólnotowy charakter* form komunikacji, którą kształtują *wspólnoty kulturowe* oraz *ideologiczne*. Poza tym są to: *wielość instancji nadawczych*, *wielogłosowość*, istnienie

odbiorcy zbiorowego i zamierzonego, różnorodność gatunkowa i tematyczna oraz, co dla mnie istotne, korelacja z dyskursem medialnym.

2.3. Multimodalność jako cecha dyskursu

Kolejną ważną kategorią jest zjawisko multimodalności, które zwraca uwagę na niejednorodność semiotyczną komunikatów w domenie publicznej: „określa teksty i działanie komunikatywne, w których posługujemy się wieloma różnymi systemami znaków” (Stöckl 2015: 113).

Uwzględnienie multimodalności w analizie zdarzeń dyskursywnych prowadzi do przyjęcia dwóch podstawowych założeń badawczych. Pierwsze z nich dotyczy „decentralizacji języka jako głównego nośnika znaczenia”, a drugie „zaniku lub przesunięcia tradycyjnych granic między rolami przypisywanymi językowi, obrazowi, układowi graficznemu strony, planowi, dokumentowi” (Kawka 2016: 295). W tym kontekście Iedema zwraca również uwagę na proces *resemiotyzacji*, czyli zastępowania jednych znaków innymi oraz przejmowania ich kompetencji ([2003] 2013: 217).

Analiza multimodalna jest złożonym procesem, dlatego ze względu na zakres prowadzonych badań w kręgu zainteresowania pozostawiam jedynie trzy systemy znakowe – kolor w towarzystwie języka zapisanego i obrazu, który traktuję jako pojemną kategorię, uwzględniającą różnego rodzaju wizualizacje oraz wizualne desygnaty, czyli symbole identyfikujące w przestrzeni publicznej dane wydarzenie. Wskazane zasoby semiotyczne można określić najbardziej widocznymi i bazowymi społecznie systemami semiotycznymi, ponieważ generalizując: „image shows what takes too long to read, and writing names what would be difficult to show. Colour is used to highlight specific aspects of the overall message”² (Kress 2010: 1).

3. Pytania badawcze oraz zakres prowadzonych badań

Badania zostały zainspirowane wypowiedziami lingwistów, którzy zwrócili uwagę na funkcjonalność i relacyjność koloru w tekście multimodalnym:

W przypadku języka pisanego kolory mogą sprawiać, że powstają dodatkowe niuanse znaczeniowe, by w połączeniu z obrazami zwiększyć stopień ich podobieństwa do rzeczywistości

² Tłumaczenie własne: „Obraz pokazuje to, czego czytanie zajmuje zbyt wiele czasu, a słowo pisane wyraża treść trudną do pokazania. Kolor zaś służy wzmocnieniu konkretnych aspektów przekazu.”

lub też – w zmodyfikowanym zastosowaniu – zmniejszyć go. Kolory same w sobie mogą przekazywać znaczenie konotatywne, gdy tylko wystąpią w otoczeniu semantycznym języka lub obrazu. Poza tym wskutek stałego użycia w danym kontekście określają konkretne zespoły tekstów, jak np. fioletowe opakowania słodczy produkowanych przez firmę Milka.

(Antos, Opiłowski 2015: 17)

Drugim przykładem jest poniższa wypowiedź:

Then again, maybe colour is a characteristic mode for the age of multimodality. It can combine freely with many other modes, in architecture, typography, product design, document design, etc., but not exist on its own. It can survive only in a multimodal environment³.

(Kress, van Leeuwen 2002: 351)

Przywołane teksty stanowią podstawę dla sformułowanego pytania, czy kolor może występować jako samodzielny system znakowy w dyskursie publicznym? Próbując określić funkcje komunikacyjne barwy, za ważną uznałam również odpowiedź na pytanie, jakie funkcje realizuje kolor w dyskursie publicznym? W trakcie analizy semantycznej dostrzegłam także potrzebę oceny, czy współczesne zdarzenia dyskursywne zmieniają konotację barw, utrwaloną w systemie leksykalnym języka polskiego.

Materiał badawczy, oprócz uwzględnienia perspektywy czasowej (2016-2021) oraz kategorii masowości i społecznego charakteru aktywności, spełnia dodatkowe kryteria. Mianowicie został on wybrany na podstawie założenia, w którym kolor jest elementem identyfikującym zarówno w nazwie, jak i w wizualnych symbolach konkretnej inicjatywy społecznej. Na tej podstawie udało się zaobserwować i wyróżnić takie zdarzenia dyskursywne, jak: *Zielony Bieg*, *Polska na Niebiesko*, *Błękitny Marsz*, *Marsz Czerwonych Wdów*, *Czerwony Marsz*, *Marsz Żółtej Wstążki*, *Marsz Białych Serc*, *Biały Marsz/Protest*, *Tęczowy Marsz* czy *Black Lives Matter*. Szczegółowej analizie poddano zaś następujące aktywności społeczne: *Różowy Październik* jako przykład kampanii społecznej oraz *Czarny Protest* jako przykład manifestacji. Dokonany wybór został podyktowany różnorodnym charakterem wskazanych aktywności w domenie publicznej oraz współwystępującym motywem kobiety w dyskursach. Z kolei materiał badawczy został zgromadzony na podstawie analizy doniesień medialnych – tekstów multimodalnych w medium cyfrowym. Metodą selekcji, poprzez obserwację źródeł, opracowane zostały dane, pochodzące m.in. z portali internetowych, stron lokalnych gazet,

³ Tłumaczenie własne: „Być może kolor jest znamiennym modusem epoki multimodalności. Może on swobodnie łączyć się z wieloma innymi systemami w architekturze, typografii, projektowaniu produktowym, projektowaniu dokumentów itp., ale nie istnieje samodzielnie. Może przetrwać tylko w środowisku multimodalnym.”

instytucji czy portali społecznościowych: Facebook i Instagram. Przedmiotem uwagi stały się zarówno nagłówki, jak i oprawa graficzna, plakaty, a także galeria zdjęć, dokumentująca społeczne aktywności i treści transparentów. Zaprezentowane w artykule dane stanowią jedynie wybraną reprezentację warstwy werbalnej (dobrej wg klucza powtarzalności treści zaobserwowanej w mediach sieciowych) oraz ograniczają się do wskazania głównych desygnatów, współwystępujących z kolorem w danym zdarzeniu dyskursywnym – Różowym Październiku oraz Czarnym Proteście.

4. Kolor w dyskursie publicznym – opis i analiza materiału

Przebieg analizy można scharakteryzować w kilku głównych punktach. Pierwszym celem prowadzonych obserwacji było określenie podstawowych ram identyfikujących charakter dyskursu. W analizie zostały uwzględnione takie parametry jak: geneza zdarzenia, jednorodność grupy i zakres publicznie podejmowanych tematów, a także obecność tradycji oraz cykliczność zdarzenia. Kolejnym krokiem była analiza treści werbalnej, skategoryzowanej na podstawie wybranych haseł i słów kluczy (Pisarek 2019). Jej efekt został przedstawiony w uporządkowanej formie tabel. Obserwacja materiału językowego posłużyła sprofilowaniu wartości semantycznych oraz konotacyjnych koloru w danym zdarzeniu dyskursywnym. W ostatnim etapie wytypowane zostały główne symbole wizualne, współtworzące tekst multimodalny dyskursu. Celem tej złożonej obserwacji było rozpoznanie jak najszerszego kontekstu sytuacyjnego zdarzenia, w którym kolor jest używany do komunikowania treści w dyskursie.

Analizie semantycznej zostały poddane leksemy: różowy i czarny. Głównym celem tego zadania było określenie profilu kulturowego kolorów, przez wskazanie wartości denotatywnych i konotatywnych ich nazw, a następnie zestawienie tej wiedzy z semantyką sprofilowaną przez dyskurs określonego zdarzenia. Podstawę opisu wyznaczyły definicje zamieszczone w *Wielkim słowniku języka polskiego PAN (WSJP PAN)* pod redakcją Piotra Źmigrodzkiego, który został wybrany ze względu na reprezentację aktualnej myśli i słowa w leksykografii polskiej. Drugim, uzupełniającym źródłem wykorzystanym w analizie stała się monografia Ryszarda Tokarskiego ([1995] 2004), wytypowana ze względu na szeroki kontekst kulturowy, symboliczny i psychologiczny semantyki leksykalnej barw we współczesnej polszczyźnie.

4.1. Różowy Październik

Różowym Październikiem nazywany jest miesiąc świadomości raka piersi lub miesiąc walki z rakiem piersi. Jest to akcja społeczna zapoczątkowana na świecie w 1985 roku. Dodatkowo, od 2008 roku, 15 października obchodzony jest *Europejski Dzień Walki z Rakiem Piersi*⁴. Różowy Październik, w polskiej przestrzeni dyskursywnej, aktywizuje działania przede wszystkim środowisk kobiecych. Ich lokalna aktywność jest wspierana akcjami ogólnopolskimi, promowanymi przez środowiska medyczne, polityczne oraz medialne, w tym przez kobiece marki (np. kosmetyczne – Ryc. 1).



Rycina 1. Avon kontra rak piersi 2021 r. Źródło: <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/avon-gabinety-z-rozowa-wstazka-rak-piersi-usg-gdzie-sie-zbadac> (data dostępu: 03.03.2022 r.)

Cel Różowego Października jest jednoznacznie zdefiniowany, a wszelkie działania są podporządkowane promocji zdrowia piersi oraz regularnym badaniom profilaktycznym kobiet.

Materiał językowy został przeanalizowany w oparciu o leksemy, wyrażenia i frazy, które dostarczają wiedzy referencyjnej o dyskursie. Na tej podstawie wyróżnione zostały dwie główne kategorie, porządkujące przekaz werbalny Różowego Października. W pierwszej tabeli (Tab. 1) uwzględnione zostały formy dyskursu medialnego, które opisują wydarzenie i dostarczają informacji o kontekście sytuacyjnym akcji społecznej. Wyróżnione leksemy pełnią rolę identyfikacyjną dyskursu. Zgrupowane rzeczowniki pozwalają na ustalenie zakresu tematycznego zdarzenia. W tabeli pojawiają się także wyrażenia, które dookreślają akcję społeczną i bezpośrednio utrwalają odniesienia do koloru różowego w świadomości społecznej. W zestawieniach obecne są m.in. rzeczowniki temporalne, wskazujące miesiąc i dzień (np. *różowy październik*, *różowa sobota*) oraz rzeczowniki nazywające grupą

⁴ <https://www.gov.pl/web/psse-walcz/15-pazdziernika--europejski-dzien-walki-z-rakiem-piersi> (data dostępu: 20.04.2022 r.)

aktywność (np. *bieg, rajd*). Dodatkowo wyróżnioną formą w materiale są frazy w formie zestawień atrybutywnych, które wykorzystują figurę retoryczną *pars pro toto*. Są to przykłady, w których wstążka pojawia się jako główny wizualny symbol zdarzenia (np. *Marsz różowej wstążki*).

Tabela 1. Przekaz werbalny w dyskursie medialnym *Różowego Października* – przykłady

Kategoria:	Materiał:
Leksemy	kobieta; rak; piersi; profilaktyka; zdrowie; świadomość; konsultacje; akcja; kampania; badania; porady; mammografia; USG; walka; amazonki; wstążka;
<i>Różowy</i> w wyrażeniach	Różowy Październik; różowa wstążka; różowy marsz; różowy bieg; różowy rajd; różowy Mikołów; różowe kilometry; różowa sobota;
Frazy	marsz różowej wstążki; rajd różowej wstążki; kampania różowej wstążki; Dzień Różowej Wstążki; gabinety z różową wstążką.

Druga tabela (Tab. 2) prezentuje: sztandarowe hasła wygenerowane przez zbiorowego nadawcę dyskursu publicznego oraz frazy z plakatów promujących zdarzenie dyskursywne. Jest to materiał, który dostarcza wiedzy subiektywnej, tzn. związanej z emocjami i opiniami. W tej kategorii pojawiają się frazy o konstrukcji reprezentatywnej (np. *Lepiej zapobiegać niż leczyć*), dyrektywnej (np. *Bądź swoją bohaterką*) oraz zwroty w postaci sparafrazowanych skrzydlatych słów (np. *Miej cycki i patrzaj w cycki*).

Tabela 2. Hasła sztandarowe w dyskursie publicznym i medialnym *Różowego Października* – przykłady

Kategoria:	Materiał:
Hasła w postaci reprezentatywnej	Bo cycki są ważne!; Lepiej zapobiegać niż leczyć; Październik na różowo;
Hasła w postaci dyrektywnej	Bądź swoją bohaterką; Dbaj, badaj, wspieraj;
Parafrazowane skrzydlate słowa	Badam się, więc jestem; Miej cycki i patrzaj w cycki; Tyle wiemy o cyckach, ile w nich sprawdzono.

Wizualnym desygнатem *Różowego Października* jest różowa wstążka (Ryc. 2). Wykorzystywany społecznie motyw wstążki w komunikacji symbolizuje, w zależności od przyjętego koloru, przede wszystkim: świadomość, nadzieję, solidarność, walkę, pamięć. W połączeniu z barwą jest wyrazem pewnej deklaracji społecznej i zaangażowania. Wstążka

jako znak ikoniczny obecna jest zarówno na plakatach, w projektach graficznych Różowego Października, jak również w ubiorze – używana jako przypinka. Dodawana jest także w formie nakładki na zdjęcia profilowe w mediach społecznościowych oraz do logo na stronach internetowych. Jej symboliczną rolę wzmacnia materiał językowy. W omawianym przypadku, różowa wstążka jest przede wszystkim symbolem kobiety i symbolem kobiecych wartości: siły, jedności, waleczności łączącej się z troską i delikatnością. Kolor pozwala zidentyfikować dyskurs i odnieść przypisane mu wartości do symbolu wstążki, a te łączą się również z zaobserwowaną w materiale językowym tematyką raka piersi, profilaktyką, badaniami i leczeniem, a także środowiskiem amazoнок – kobiet, które zmierzyły się z chorobą nowotworową.



Rycina 2. Komunikacja wizualna Różowego Października. Źródło: <https://www.gov.pl/web/psse-slpca/pazdziernik-miesiacem-profilaktyki-raka-piersi> (data dostępu: 23.04.2022 r.)

Barwa różowa w wydarzeniach społecznych przyjmuje przede wszystkim formę różowych ubrań (dominują koszulki), ale równie często wykorzystywane są także parasole oraz balony. W przypadku projektów graficznych są to różowe elementy typografii i tła. Róż dominuje w każdej postaci przekazu komunikacyjnego. Społecznym gestem solidarności jest także wykorzystanie różowego światła, służącego do podświetlenia ważnych dla identyfikacji miasta i przestrzeni publicznej budynków. Należy zaznaczyć, że wyróżnione symbole są uniwersalne oraz powtarzalne dla masowych zdarzeń dyskursywnych (por. Ryc. 3).



Rycina 3. Komunikowanie kolorem za pomocą światła – zestawienie: *Europejski Dzień Walki z Rakiem Piersi*. Źródło: <https://gliwice.eu/aktualnosci/miasto/pazdziernik-na-rozowo> (data dostępu: 20.04.2022 r.) – Radiostacja, Gliwice oraz *Światowy Dzień Świadomości Autyzmu* (akcja *Cała Polska na Niebiesko*). Źródło: <https://warszawa.wyborcza.pl/warszawa/7,34862,19848739,palac-kultury-oswietlony-na-niebiesko-jutro-swiatowy-dzien.html> (data dostępu: 20.04.2022 r.) – Pałac Kultury i Nauki, Warszawa.

Wybór koloru różowego dla identyfikacji tematyki dyskursu nie jest zaskakujący. Obraz semantyczny barwy kształtują przede wszystkim takie wartości, jak: optymistyczny i radosny (WSJP PAN). Ryszard Tokarski (2004), powołując się na badania psychologiczne, wymienia różowy jako najbardziej kobiecą barwę. Jest to kolor mieszany, niejednorodny, co widać również w konotacjach barwy, które ujawniają wpływy znaczeniowe czerwieni oraz bieli (ze zdecydowaną dominacją koloru czerwonego). Odniesienia barwy są inne w zależności od wieku i dojrzałości kobiecej. Różowy konotuje dzieciństwo oraz dziecięcą czułość i emocjonalność. Wskazuje na radość i optymizm (szczególnie widoczne w popularnych kolokacjach: *patrzeć przez różowe okulary, widzieć coś w różowych barwach*). Odnosi się także do twarzy, a konkretnie zaróżowionej cery u dziecka oraz kobiety, u której różowe policzki mają świadczyć o świeżości, witalności i zdrowiu. Kontekst rumieńców nawiązuje do pewnego kanonu – ideału kobiecej urody, zalotności i młodości. Dalej, różowy pod wpływem barwy białej konotuje niewinność, również w kontekście niewinności dziewczęcej. Wreszcie, dla kontrastu, różowy przywołuje miłość oraz konotuje erotyzm.

Zestawiając powyższe wartości z analizowanym dyskursem, można przyjąć twierdzenie, że za sprawą tradycji i praktyk Różowego Października różowy traci semantyczne odniesienie dziecięce oraz zawęża zakres konotacji do jednej grupy docelowej – kobiet. Barwa odwołuje się do kobiecej fizyczności, ale nie w kontekście kanonu czy erotyzmu – kobiece piersi stanowią tu odniesienie do choroby nowotworowej. Tym samym różowy staje się symbolem walki z rakiem piersi oraz świadomości kobiet dotyczącej badań profilaktycznych. Nowa konotacja nie jest jednak pozbawiona semantyki miłości. Skupiona głównie na miłości własnej oraz trosce o kobiety jest demonstrowana w działaniach i za pośrednictwem komunikatów,

których celem jest wspieranie, dbanie i ochrona. Optymistyczna i radosna semantyka różowego pojawia się w pozytywnym wartościowaniu aktywności społecznych Różowego Października (takich jak rajdy, marsze, biegi, kobiece spotkania połączone z badaniami), a także w społecznym ruchu amazonek.

4.2. Czarny Protest

Mianem Czarnego Protestu są określane masowe demonstracje kobiet o charakterze społecznego sprzeciwu, które miały miejsce w październiku 2016 roku. Były one efektem planowanych zmian w zapisach ustawy, dotyczącej prawa aborcyjnego w Polsce. Z tym wydarzeniem wiąże się data 3 października 2016 roku, nazwana w akcji społecznej *czarnym poniedziałkiem*, a także akt zawiązania się polskiego ruchu feministycznego nazwanego *Ogólnopolskim Strajkiem Kobiet*. Wskazane wydarzenia skutkowały następnymi protestami w kolejnych latach, np. *czarnym piątkiem* (23.03.2018 r.). Demonstracje przyjęły profil silnie antyrządowy i antyklerykalny, a z czasem promujący także poparcie dla osób LGBT.

Czarny protest spowodował pojawienie się charakterystycznych treści przekazów językowych w dyskursie publicznym. Stał się inspiracją dla badań lingwistycznych, również i tych podejmujących tematykę dyskursu (Wójcicka 2022). Na uwagę zasługują także efekty analiz Magdaleny Steciąg (Tab. 3), która zestawiła i pogrupowała antagonistyczne slogany zaobserwowane na transparentach Strajku Kobiet w Zielonej Górze z 8 marca 2017 roku:

Tabela 3. Opracowanie Magdaleny Steciąg (2019: 149-150)

Wyznaczanie relacji antagonistycznych	
Przeciwstawienia równoległe zbiorowe My — Wy	Wasza ustawa łamie nasze prawa Nie chcemy umierać dla spokoju waszych sumień Nie chcemy umierać za waszą wiarę Nie jesteśmy waszymi inkubatorami Zaciśniemy uda Nic wam się nie uda
Przeciwstawienia równoległe jednostkowe Ja — Ty	Moja macica nie twój interes Moja cipka to nie twoja broszka Nie ucz matki dzieci rodzić Nie twoja cipka, nie twoja sprawa
Przeciwstawienia nierównoległe Ja — Wy	Moja macica nie wasz problem Nie regulujcie ustawą mojego sumienia Zajmijcie się ciałem Chrystusa
Zwroty bezpośrednie zbiorowe	Księża i politycy, won od mojej macicy Wiara czyni czuba KATOPRAWICO! Episkopacie zostaw nasze gacie Puknijcie się w czołka Ustawodawcy Precz spod mojej spódnicy pierdoleni fanatycy
Zwroty bezpośrednie jednostkowe	Beata niestety ten rząd obalą kobiety Beata pilnuj swojej broszki Jarosław kobiety zostaw
Wskazania pośrednie zbiorowe	Kler nie rodzi niech nie rządzi Kościół taki gibki, że wchodzi nam do cipki PiS Off Rząd nie ciąży. Można go usunąć
Wskazania pośrednie jednostkowe	Moja pusia nie należy do Jarusia Kawaler z Żoliborza interesuje się moją macicą! Skazana na Chazana

Hasła są nie tylko antagonistyczne, ale i stygmatyzujące grupy społeczne uważane za wrogie protestującym kobietom. Slogany przyjmują formę ataku skierowanego na instytucję i nauczanie Kościoła Katolickiego. Wyrażają również niechęć względem przedstawicieli partii rządzącej oraz osób publicznie sprzeciwiających się aborcji.

Zgromadzony materiał językowy (Tab. 4) został uporządkowany zgodnie z przyjętą wcześniej (w Tabeli 1 i Tabeli 2) formułą. Znalezienie wspólnego klucza dowodzi pewnych podobieństw w sposobie budowania przekazu językowego w masowych zdarzeniach dyskursu publicznego, które niezależnie od wartościowania i referencji ideologicznych, wykorzystują treści np. o charakterze reprezentatywnym oraz dyrektywnym. Okazuje się także, że zabieg parafrazowania zwrotów, należących do kanonu kultury popularnej i wysokiej, utrwalonych w danej wspólnotce komunikatywnej, jest równie chętnie wykorzystywany. Typowym zjawiskiem jest także identyfikowanie zdarzenia dyskursywnego poprzez wyrażenia wykorzystujące nazwę koloru. Dzięki temu, barwa staje się emblematem i wartością samą w sobie, która informuje nie tylko o nastroju i emocjach społecznych, ale pełni także rolę nośnika znaczeń ideowych w dyskursie.

Tabela 4. Przekaz werbalny w dyskursie medialnym *Czarnego Protestu* – przykłady

Kategoria:	Materiał:
Leksemy	protest; strajk; marsz; aborcja; ustawa; PiS; kobiety;
<i>Czarny</i> w wyrażeniach	Czarny Protest; czarny piątek; czarny poniedziałek; czarny wtorek; czarny marsz; czarne czasy;
Inne zestawienia wyrazowe	piekło kobiet; wściekłe Polki; prawa kobiet.

W przypadku *Czarnego Protestu*, wartości atrybutywne pojawiają się w hasłach sztandarowych (Tab. 5). Poniższa tabela prezentuje także formy, które personalizują i autoidentyfikują nadawcę w dyskursie.

Tabela 5. Hasła sztandarowe w dyskursie publicznym i medialnym *Czarnego Protestu* – przykłady

Kategoria:	Materiał:
Hasła w postaci reprezentatywnej	Martwe nie będziemy rodzić/Martwa nie urodzę; Nie dla torturowania kobiet; Myślę Czuję Decyduję; Moje ciało Mój wybór!; Nie składamy parasolek;
Hasła w postaci dyrektywnej	Ani kroku dalej!; Łapy precz od mojej macicy; Ręce precz od kobiet; PiS Off;
Parafrazowane skrzydlate słowa	Polska wieszakiem narodów; Jeszcze Pol(s)ka nie zginęła; Polka walcząca; No woman no kraj.

Przekaz Czarnego Protestu, oprócz dominującej czerni, współtworzą trzy wizualne symbole. Pierwszym z nich jest czerwona błyskawica, która występuje jako niezależny znak⁵ lub pojawia się na tle statycznego, czarnego, kobiecego popiersia (Ryc. 4). „Błyskawica to ostrzeżenie, np. przed ryzykiem porażenia prądem. Dla Strajku Kobiet to znak niezgody na odbieranie kobietom ich fundamentalnych praw”⁶. Kolejnym symbolem jest druczany wieszak, który odnosi się do niebezpiecznych metod nielegalnej aborcji. „Wieszak to przede wszystkim międzynarodowy symbol okrucieństwa i bezsilności, z jaką mierzą się kobiety na całym świecie. Protestujący podkreślają, że odmówienie prawa do bezpiecznej aborcji może doprowadzić kobiety do podejmowania często śmiertelnych prób usunięcia płodu na własną rękę”⁷. Wieszak traktowany jest także jako symbol przemocy systemowej wobec kobiet.

⁵ Jako symbol namalowany na dłoni lub policzkach protestujących osób, a także jako nakładka na zdjęcie profilowe w mediach społecznościowych.

⁶ <https://www.vogue.pl/a/symbole-strajku-kobiet> (dostęp dnia: 20.03.2022 r.)

⁷ Ibidem.

Ostatni wyszczególniony element to czarne parasolki, które stanowią nawiązanie do ruchu polskich sufrażystek, walczących o prawa wyborcze na początku XX wieku⁸.



Rycina 4. Jeden z symboli Czarnego Protestu. Źródło: <https://kobieceinspiracje.pl/143756,co-oznacza-symbol-strajku-kobiet-czerwona-blyskawica.html> (data dostępu: 20.03.2022 r.)

Skupiając się na walorach znaczeniowych barwy czarnej, uwagę zwraca niezwykle bogactwo semantyczne omawianego koloru. Czarny jest nośnikiem następujących znaczeń:

- mający kolor węgla kamiennego, smoły;
- nieoświetlony i przez to bardzo ciemny;
- odcinający się od jaśniejszego tła swym ciemnym kolorem;
- bardzo mocno zabrudzony;
- należący do rasy ludzi o najciemniejszym ze wszystkich kolorze skóry;
- związany z ludźmi należącymi do rasy o najciemniejszym ze wszystkich kolorze skóry;
- pesymistyczny i złowróźbny;
- tragiczny i pełen nieszczęść;
- zły, niegodziwy i odrażający.

Wśród wyrażen frazeologicznych postanowiłam wyróżnić dwie kolokacje, do których odniosę się w kolejnym punkcie: *czarny marsz* jako „pochód ludzi protestujących przeciwko przestępczości, zwłaszcza przeciwko morderstwom, odbywający się zwykle w milczeniu” oraz *czarny piątek*, występujący w znaczeniu: „czwarty piątek listopada, w którym w wielu sklepach obniża się ceny” lub „obniżka cen w sklepach organizowana w czarny piątek – dzień”. Czarny funkcjonuje ponadto w połączeniach z nazwami dni tygodnia, upamiętniając różne tragiczne wydarzenia oraz sytuacje, które miały miejsce w określonym dniu (np. czarny

⁸ <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1721382,1,nie-skladamy-parasolek--przed-nami-czarny-wtorek.read> (data dostępu: 20.04.2022 r.)

poniedziałek, czarny wtorek). Główne centra konotacyjne leksemu *czarny* stanowią zło i śmierć. Prototypowa dla czerni jest ciemność i noc. Zestawiana jest w kontraście z bielą dla charakterystyki czegoś jednoznacznie negatywnego. Negatywny aspekt pojawia się również w konotacji postaw mentalnych, łącząc czarny z wyobrażeniem osoby, która jest zła i niebezpieczna. Reprezentacyjną kolokację stanowi tutaj *czarny charakter* jako określenie niegodziwej postaci. Metaforyczna *czarna rozpacz* lub *patrzyć przez czarne okulary* łączą barwę z emocjami, rozszerzając konotację o uczucie smutku, pesymizmu, rozpacz i zwątpienia. Stan emocjonalny podkreślają wyrażenia typu *czarna godzina*, wzmacniając poczucie nieszczęścia i tragizmu sytuacji. Czarny konotuje zło i brzydotę, brud i brak pomysłowości. Często występuje w znaczeniu: posępny, ponury czy pesymistyczny. Wśród emocji dominują smutek, żałoba, poczucie zagrożenia, nieszczęście. Czarny określa także postawę potępienia i braku akceptacji.

Wspomniana czerń, podobnie jak w przypadku kampanii społecznej, obecna jest w ubiorze i dodatkach, do których należy zaliczyć parasole. Zdecydowanie rzadziej wybierane są balony. Dodatkowo, barwa jest także wymownym elementem makijażu manifestujących kobiet. W przypadku *Czarnego Protestu* udało się ponadto zaobserwować przekazy w mediach społecznościowych, w których kolor czarny przyjmował w okresie strajków formę jednoznacznego komunikatu w postaci zmiany zdjęcia profilowego na czarne tło. W niektórych przypadkach czerni towarzyszyły dodatkowo opisy, najczęściej w postaci hashtagów (np. #czarnyprotest). Co ważne, w mediach społecznościowych można zaobserwować również inne przykłady, potwierdzające aspekt komunikacyjny koloru. Motyw zmiany zdjęcia profilowego i udział kolorowych filtrów obecny był także w innych zaobserwowanych zdarzeniach, np. związanych z *tęczowym marszem* czy akcją *Black Lives Matter*.

Kolor czarny stanowi potwierdzenie negatywnego wartościowania przedmiotu dyskursu. Konotowane jest tu przede wszystkim zagrożenie i niebezpieczeństwo. Narracja Czarnego Protestu buduje pesymistyczną wizję zmian społecznych, włączając w dyskurs także kontekst śmierci i przemocy. Jako *czarny bohater (antybohater)* przedstawiany jest m.in. Kościół katolicki i partia (koalicja) rządząca. Czarny konotuje przede wszystkim smutek, natomiast emocje towarzyszące dyskursowi związane są z symboliką czerwieni, obecną w znaku błyskawicy oraz wyeksponowaną w przekazie transparentów (Ryc. 5). Towarzyszące uczucia można określić jako: złość i gniew, co potwierdza zaprezentowany materiał językowy. Czerwony jest używany w komunikacji manifestacji jako znak ostrzeżenia, zakaz lub sprzeciw i skojarzony jest z krwią, konotującą przemoc.



Rycina 5. Czarny Protest. Źródło: <https://www.newsweek.pl/polska/czarny-protest-reakcje-prawicy-na-czarnyprotest-przeciwko-zaostrzeniu-prawa/znsb8mc> (data dostępu: 20.04.2022 r.)

5. Wnioski

Współczesny dyskurs publiczny wykorzystuje utrwalone kulturowo znaczenia barw. Można to dostrzec w materiale dotyczącym zarówno koloru różowego, jak i czarnego. Z przeprowadzonych badań wynika także, że społeczne cele i aktywności mogą wpływać na zmiany semantyczne kolorów. Dzieje się tak szczególnie w przypadku zdarzeń cyklicznie powtarzających się. Taką sytuację można zaobserwować w aktywności Różowego Października. Jest to przykład dyskursu utrwalonego tradycją społeczną, jednoznacznego i stałego czasowo. Towarzyszy mu cykliczność nieuwarunkowana czynnikami zewnętrznymi. Zdarzenie dyskursywne pozostaje poza referencjami ideologicznymi i etnicznymi, natomiast poruszany temat jest ważny społecznie w sposób nieprzemijający. Z tego powodu dostrzegam możliwość rozszerzenia zakresu semantycznego różowego we współczesnych słownikach języka polskiego o wartość: *związany z aktywnością kobiet na rzecz walki z rakiem piersi*, którą mogłyby charakteryzować takie połączenia jak np.: Różowy Październik, różowy marsz, różowy bieg, różowa sobota, różowa wstążka, dzień różowej wstążki. Dodatkowo wydaje się uzasadnione wprowadzenie kolokacji: *różowy październik*, którą należałoby określić jako *miesiąc świadomości raka piersi*.

W przypadku semantyki leksemu czarny, warto zwrócić uwagę na nowe lub zaktualizowane znaczeniowo połączenia kolokacyjne. Do takiego zbioru można by zaliczyć *Czarny Protest*, określający *strajk kobiet, występujących w obronie swoich praw*. W odróżnieniu od Różowego Października, w tym przypadku mamy do czynienia z dyskursem bardzo dynamicznym i zmiennym czasowo, o mocnej referencji ideologicznej. Czarny Protest, modyfikuje znaczenie *czarnego marszu* (który można potraktować synonimicznie z *czarnym protestem*) – rozszerza, a być może nawet wypiera (aktualizuje) znaczenie bazowe jako

manifestacja będąca wyrazem niezgody na przemoc systemową względem kobiet, rozumianą jako zaostrenie prawa aborcyjnego w Polsce. Czarny piątek również wnosi nowy walor znaczeniowy. Tym samym zyskuje podwójne znaczenie: nazwy promocji zakupowych oraz określenia akcji protestacyjnej kobiet, manifestacji poglądów, element Czarnego Protestu.

W przeanalizowanym materiale pojawiła się kampania społeczna oraz manifestacja. Uwagę zwracają różnice występujące w tych zdarzeniach dyskursywnych. W przypadku Różowego Października dominującą jest funkcja interakcyjna kampanii, nastawiona na zaangażowanie społeczne i współdziałanie. W Czarnym Proteście ujawnia się natomiast dominująca funkcja osobista manifestacji, która służy wyrażeniu własnego stanowiska i poglądów, podkreśleniu swojej tożsamości i samoświadomości. Osobisty charakter wyrażany jest przede wszystkim w kontekście samostanowienia i wolności podejmowania decyzji.

Kolory są w obydwu przypadkach również wyznacznikiem pewnych postaw społecznych. W ogólnej kategoryzacji: kampanii, która jest *za*, z jej nastawieniem włączającym, inkluzywnym (promującym profilaktykę i badania, kierowanym do wszystkich kobiet) oraz manifestacji prezentującej postawę *przeciw*, z efektem polaryzacji społeczeństwa (przez obecne elementy ideologiczne, polityczne, wyznaniowe, które dzielą społeczeństwo; nie posiadają neutralnego wykładnika emocjonalnego).

Wskazane różnice nie przekreślają jednak wartości wspólnych, które niesie kolor w opisanych zdarzeniach dyskursywnych. Barwa, jako niezbywalny element kodu kulturowego w procesie komunikacji w dyskursie publicznym:

- konkretyzuje przekaz – pomaga jednoznacznie zidentyfikować aktywność społeczną w komunikacji wizualnej;
- współtworzy ramę czasoprzestrzenną dyskursu/pomaga umiejscowić wydarzenie w miejscu i czasie;
- wzmacnia poczucie tożsamości grupy, zapewniając jej wizualną spójność;
- symbolizuje poglądy, wymagania i cele grupy;
- przyjmuje powtarzalną formę – multiplikatywną dla innych zdarzeń dyskursywnych (ubiór, balony, parasole, przypinka, zmiana tła lub nałożenie filtru na zdjęcie profilowe – w przypadku mediów społecznościowych) (por. Ryc. 3, 6 i 7);
- ułatwia korelację dyskursów i zaangażowanie społeczne w dyskursie medialnym.



Rycina 6. Multiplikacja nośnika koloru – zestawienie: *Różowy marsz*. Źródło:

<https://www.gdynia.pl/co-nowego,2774/rozowy-marsz-przeszedl-przez-gdynie,543238> (data dostępu: 20.03.2022 r.) i *Biały protest*. Źródło: <https://pch24.pl/poznan-dla-zycia-koalicja-srodowisk-anty-aborcyjnych-wyszla-na-ulice-w-ramach-bialego-protestu/> (data dostępu: 20.03.2022 r.)

Kolor może spełniać rolę samowystarczalnego komunikatu wizualnego, niosącego zarówno znaczenie denotacyjne, jak i konotacyjne w dyskursie. Cechą, która to umożliwia jest arbitralność znaków. Barwa, traktowana jako zasób semiotyczny motywowany społeczną konwencją, potrzebuje zatem określonego odniesienia. Chodzi o kontekst, o którym pisze Theo van Leeuwen:

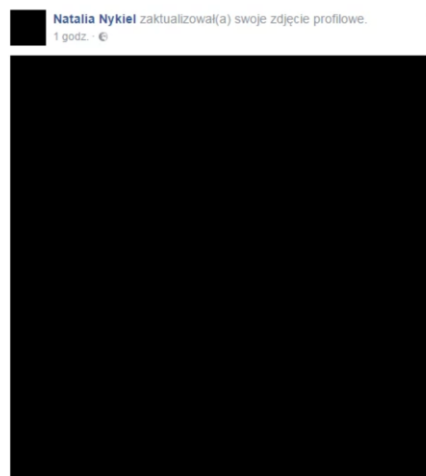
The same colours can have different meanings in different contexts. Colour meaning doesn't emerge naturally, on the basis of intuitive understandings. Normative discourses are therefore needed to make the forms and contents of colour meaning explicit, especially in the case of lifestyle meanings, which are unstable and subject to fashion⁹.

(van Leeuwen 2011: 87)

Zaprezentowane w artykule badania stanowią podstawę wniosku, że o samodzielności koloru jako znaku decyduje znajomość kontekstu na poziomie mentalnym. Polega ona na umiejętności odniesienia komunikatu niewerbalnego do sfery poznawczej, doświadczeń społecznych i kulturowych, czyli na znajomości kodu kulturowego, którego uczymy się przede wszystkim przez komunikację werbalną. Dzięki zyskanej w ten sposób wiedzy, zobaczona w październiku różowa wstążka nie będzie wymagała dodatkowego komunikatu werbalnego czy dodatkowej oprawy wizualnej. Wymiar komunikacyjny wstążki będzie kompletny dzięki kolorowi, ponieważ denotuje on wydarzenie społeczne oraz konotuje wartości tego dyskursu. Pomimo charakterystycznego kształtu, to w zależności od przyjętego koloru oraz kontekstu, wstążka pełni rolę pośrednika wyrażanych wartości, np. postawy patriotycznej (kolory flagi

⁹ Tłumaczenie własne: „Te same kolory mogą mieć różne znaczenia w różnych kontekstach. Znaczenie koloru nie pojawia się naturalnie, na podstawie intuicyjnego zrozumienia. Potrzebne są zatem dyskursy normatywne, aby uwydatnić formy i treści znaczeń kolorystycznych, zwłaszcza w przypadku znaczeń dotyczących stylu życia, które są niestabilne i podlegają zmiennym trendom.”

państwowej) i znaczeń barwy, np. żałoby (czarny). Kolor zaś jest znakiem, który podtrzymuje semantyczne wartości komunikatu. Nie traci swojej nośności i nadaje wymiar symboliczny wizualnemu znakowi, niezależnie od wybranej społecznie formy: balonów, parasoli, czy konkretnych elementów garderoby uczestników dyskursu. Na uwagę zasługuje także komunikowanie kolorem na podświetlonych budynkach w przestrzeni miejskiej (Ryc. 3). W tym przypadku samodzielność komunikacyjna barwy w dyskursie jest jeszcze bardziej wyeksponowana. Podobnie prezentuje się komunikacja w mediach społecznościowych. Jedną ze stałych już praktyk jest nakładanie kolorowych filtrów lub całkowita zmiana zdjęcia profilowego na tło o określonym kolorze (Ryc. 7). Zbliżona praktyka jest widoczna w wielu portalach internetowych, w których poprzez zmianę koloru części lub całego logo wyrażana jest publicznie postawa nadawcy¹⁰. Korelacja dyskursów jest w tym przypadku niezwykle wyraźna – znajomość kontekstu dyskursu publicznego umożliwia samodzielne komunikowanie kolorem w dyskursie medialnym jako przedłużenie i przeniesienie aktywności zdarzenia do medium sieciowego.



Rycina 7. Komunikowanie kolorem w mediach społecznościowych. Źródło:

<https://noizz.pl/celebryci/czarny-protest-wspieraja-gwiazdy-nie-tylko-w-czarny-poniedzialek/168g1h7>

(data dostępu: 20.03.2022 r.)

O samodzielności koloru świadczą także funkcje barwy, które oceniam jako zbiór podstawowych cech kształtujących kompetencję komunikacyjną znaku w dyskursie.

Kolor jest zjawiskiem społecznym i tylko zbiorowo możemy walidować jego znaczenia, dlatego jako pierwszą wymieniam *funkcję społeczną*, która oznacza podporządkowanie barwy

¹⁰ Przykładem takiego zachowania było i jest okazywanie solidarności z Ukrainą – nie tylko przez dodanie symbolu niebiesko-żółtej wstążki lub flagi Ukrainy do identyfikacji wizualnej marek i instytucji, ale również przez zmianę częściową (sygnetu lub logotypu) lub całkowitą koloru logo na barwy niebiesko-żółte.

społecznym celom. Kolejna, *funkcja symboliczna* stanowi odwołanie do multimodalnej konstrukcji tekstu w dyskursie publicznym. Kolor kumuluje treści złożonych semiotycznie przekazów i umożliwia symboliczne, ale zarazem kompletne komunikowanie treści, pierwotnie realizowanych w tekście multimodalnym, współtworzonym przez język werbalny. W ten sposób barwa jako jednostka symboliczna staje się samodzielnym nośnikiem informacji i znaczenia. Sposób projektowania informacji ewoluuje wraz ze zmianami kulturowymi oraz technologicznymi, które stwarzają możliwości komunikacyjne, wykraczające poza tradycyjne ramy kształtowania przekazu. Interpretacja i zrozumienie pojawiającego się symbolu zależna jest od znajomości kontekstu. Tym samym kolor może wpływać na reakcje i postawy, służyć manifestowaniu poglądów, a także konotować działania, realizując *funkcję manipulacyjno-perswazyjną*. Zaczerpnięte z opisu metafunkcji języka, wg Michaela Hallidaya (za: Theo van Leeuwen 2011: 11), trzy kolejne wartości stanowią bazowe funkcje w każdym akcie komunikacji społecznej. *Funkcja ideacyjna* koloru pozwala na identyfikację dyskursu, dla którego barwa tworzy ramę informacyjną złożonego tekstu. Za sprawą *funkcji interpersonalnej* kolor kształtuje świadomość zamierzeń i poglądów grupy – służy celowi i efektowi dyskursu. Barwa również porządkuje przekaz, pełniąc funkcję tekstową, której głównym celem jest zachowanie spójności komunikacyjnej, wyrażonej ujednocioną wizualną identyfikacją wydarzenia. Kolor w tym przypadku przyjmuje multiplikatywną formę w aktywnościach społecznych, poprzez użycie powtarzalnych nośników dyskursu, odróżniających grupę od reszty społeczeństwa.

Wnioski, które powstały na podstawie przeprowadzonych badań, są w pewnym zakresie zgodne z przywołanymi wcześniej opiniami badaczy na temat barwy (por. Antos, Opiłowski 2015:17; Kress, van Leeuwen 2002: 351). Nie budzi wątpliwości to, że kolor, traktowany jako znak wizualny, potrzebuje środowiska multimodalnego oraz obecności języka werbalnego i obrazu do zaistnienia i ukształtowania, rozwijania i utrwalania swojej semantyki. Nie stanowi to jednak ograniczenia dla kolejnej myśli. Przedstawiony materiał jest wyraźnym przykładem tendencji związanej z postępującą ikonizacją kultury, której jednym z następstw jest centralizacja pozycji barwy w dyskursie. W efekcie, obrazocentryczny przekaz wpływa również na samodzielność koloru jako znaku. Można to dostrzec szczególnie w sposobach komunikowania w internecie.

Samodzielny system znakowy jakim jest bez wątpienia język werbalny, również potrzebuje środowiska multimodalnego oraz multisensorycznego, ponieważ niemożliwe jest opisanie, nazwanie czegokolwiek, co znajdowałoby się poza sferą tychże doświadczeń. Kod językowy także jest efektem pewnych skonwencjonalizowanych użyc i znaczeń. Są one jednak

stosunkowo stabilne i utrwalone systemowo. W celu zobrazowania różnicy, można tu użyć określenia, że język werbalny przyjmuje pierwotną/prymarną samodzielność. Z tego właśnie względu ma on decydujący wpływ na kształtowanie kontekstu. W przypadku koloru, stałą wartością znaczeniową dla określonego zdarzenia dyskursywnego tworzy się wtórnie, na bazie otrzymanego kontekstu, budowanego w kodzie kulturowym wspólnoty komunikatywnej. Oznacza to przyjęcie konkretnej barwy jako konwencjonalnej reprezentacji w danym zdarzeniu. Zagadnienie kontekstu, utrwalonego praktyką społeczną, w tym językową, stanowi podstawę głównego wniosku, w którym uznaję barwę jako *wtórnie samodzielny system komunikacyjny w dyskursie publicznym*¹¹.

Zarówno wybór tematu badań, jak i wnioski, które powstały na podstawie zgromadzonego materiału, są motywowane zachodzącymi zmianami w sposobach komunikacji. Dyskurs publiczny zmienia się nie tylko wraz z rozwojem technologii, ale ulega również przeobrażeniom kulturowym. Tomasz Piekot (2016: 13-14) dostrzega źródło tych zmian w trzech procesach społecznych: zwrotu wizualnego w kulturze, demokratyzacji komunikacji społecznej i polaryzacji społeczeństwa. Czynniki te są obecne w analizowanych zdarzeniach dyskursywnych.

Zmiany społeczno-kulturowe stają się źródłem możliwości, problemów i wyzwań inspirujących językoznawstwo do podejmowania badań, wykraczających poza analizy systemowe. Za wartościową uznaję zatem dalszą pracę nad tematem przez włączenie badań ankietowych, które umożliwiłyby jednoznaczną ocenę utrwalenia kulturowego wskazanych wartości semantycznych barw w polskiej przestrzeni dyskursywnej.

Bibliografia

- Antos, Gerd, Roman Opiłowski (2015) „W drodze do lingwistyki obrazu. Kierunki rozwoju nowej subdyscypliny lingwistycznej”. *Tekst i Dyskurs – Text und Diskurs*, 8; 11–36.
- Czachur, Waldemar (2020) *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*. Wrocław: Atut Oficyna Wydawnicza.

¹¹ Przyjęte w badaniach wnioski potwierdza również inny obszar domeny publicznej, związany z identyfikacją wizualną marek i produktów. O zmieniającej się perspektywie samodzielności i sposobie myślenia o barwie świadczy coraz częstsza praktyka patentowania koloru jako znaku towarowego, który posiada *wtórny wartość odróżniającą*. Cecha ta oznacza, że kolor umożliwia rozpoznawanie marki nawet wtedy, gdy w działaniach nie pojawia się logo czy nazwa produktu/usługi (<https://uprp.gov.pl/pl/przedmioty-ochrony/ogolne-wytyczne-prezesa-uprp/wytyczne-w-zakresie-znakow-towarowych-/abstrakcyjna-zdolnosc-odrozniajaca/oznaczenia-widzialne> (data dostępu: 20.04.2022 r.)).

- Iedema, Rick ([2003] 2013) „Multimodalna analiza dyskursu: Resemiotyzacja na potrzeby dyskursów użytkowych”. [W:] Anna Duszak, Grzegorz Kowalski (red.), *Systemowo-funkcjonalna analiza dyskursu*. Kraków: Wydawnictwo Universitas; 197–227.
- Kawka, Maciej (2016) „Dyskurs multimodalny – nowa kategoria badawcza?”. *Zeszyty Prasoznawcze*, 59 (2); 294-303.
- Kozłowski, Krzysztof (2012) *Kolory Rewolucji*. Warszawa: Poltext.
- Kress, Gunther (2010) *Multimodality. A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. Londyn, Nowy Jork: Routledge.
- Kress, Gunther, Theo van Leeuwen (2002) „Colour as a Semiotic Mode: Notes for a Grammar of Colour”. *Visual Communication*, 1(3); 343–368.
- Lisowska-Magdziarz, Małgorzata (2019) *Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów*. Kraków: Wydawnictwo Księgarnia Akademicka.
- Pastoreau, Michel (2008) *Black – The History of Colour*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Piekot, Tomasz (2016) *Mediacje semiotyczne. Słowo i obraz na usługach ideologii*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO.
- Pisarek, Walery (2019) „Analiza treści przekazów. Procedura badawcza”. [W:] Małgorzata Kita, Iwona Loewe (red.), *Język w prasie. Antologia*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego; 13-53.
- Siuciak, Mirosława (2016) „Dyskurs publiczny w perspektywie diachronicznej”. [W:] Bożena Witosz, Katarzyna Sujkowska-Sobisz, Ewa Ficek (red.), *Dyskurs i jego odmiany*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego; 350–357.
- Steciąg, Magdalena (2019) „Reprezentacja czy iluzja? Dyskurs manifestacji publicznych kobiet w Polsce”. [W:] Bernadetta Ciesek-Ślizowska, Beata Duda, Ewa Ficek, Katarzyna Sujkowska-Sobisz (red.), *Reprezentacje świata w dyskursach (modele, obrazy, wizje)*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego; 140–152.
- Stöckl, Hartmut (2015) „Czytanie tekstów językowo-obrazowych? Elementy kompetencji podstawowej”. [W:] Roman Opiłowski, Józef Jarosz, Przemysław Staniewski (red.), *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*. Wrocław: Atut Oficyna Wydawnicza; 113–138.
- Tokarski, Ryszard ([1995] 2004) *Semantyka barw we współczesnej polszczyźnie*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- van Leeuwen, Theo (2011) *The Language of Colour. An Introduction*. Londyn, Nowy Jork: Routledge.

Wójcicka, Marta (2022) „Rola pamięci zbiorowej w dyskursie medialnym (na przykładzie Strajku Kobiet)”. [W:] Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura (red.), *Współczesne Media t.2: Współczesne dyskursy medialne*. Lublin: Wyd. UMCS; 17-32.

Słowniki:

WSJP PAN – Żmigrodzki, Piotr (red.) (2020) *Wielki słownik języka polskiego PAN* [online: <https://www.wsjp.pl/>; data dostępu: 01.03.2022 r.]