

# *La génération Z en manifestation. Un franchissement des frontières ?*

par Agnieszka Woch\*

*Generation Z Takes to the Streets. A Change of Protest Paradigm?*

The present contribution is a corpus-based analysis of protest messages that could be read during demonstrations in Poland against the decision of the Constitutional Court imposing further restrictions on abortion law in 2020. The corpus is made up of 1000 texts written on placards and banners of the demonstrators, which were photographed and uploaded on newspapers websites, Facebook and Twitter in the period from October 22 to November 22. The author examines the slogans used by young protesters, digital natives from Generation Z, in order to find out if there is any change in their form or content in comparison to those of previous generations of civil rights demonstrators. The conclusion indicates a change of paradigm at Generation Z. Both the form and content of the slogans testify a new way of perceiving the world and of protesting. The slogans ridicule the enemy, considered incompetent and outdated, and have the following characteristic features: use of humor, non-standard language and linguistic creativity.

*Keywords:* slogan, generation Z, manifestation.

## *Le contexte de la recherche*

Le terme frontière, désignant « l'étendue d'un territoire qui, par convention, sépare deux États » ou bien, au sens figuré, « limite, point de séparation entre deux choses différentes ou opposées » (*Trésor de la langue française*), est doté d'une forte identité symbolique. Dans cet article, nous l'emploierons au sens d'une barrière apte à être franchie et dans le contexte de la mobilisation ayant eu lieu en Pologne en octobre et novembre 2020 contre la décision de la Cour constitutionnelle sur la

\* Université de Łódź; agnieszka.woch@uni.lodz.pl.

restriction du droit à l'IVG. La loi polonaise de 1993, souvent évoquée dans les médias sous le terme de *kompromis aborcjny* (le « compromis sur l'avortement »), est considérée comme l'une des plus restrictives en Europe et n'autorise l'avortement que dans trois cas : la « déficience foetale grave et irréversible ou maladie incurable menaçant la vie du foetus » ; la grossesse résultant d'un acte illégal, tel que le viol ou l'inceste ; et celle constituant un risque pour la vie et la santé de la femme. Ce droit limité à l'avortement a été remis en question pour la première fois le 23 septembre 2016 lorsque un projet de loi, prévoyant des sanctions pénales pour les femmes et les médecins qui pratiqueraient l'avortement qui ne serait autorisé qu'en cas de risque pour la vie de la mère, a été présenté au parlement. Le projet n'a pas été adopté à cause de la pression sociale et d'une forte mobilisation des femmes qui ont entamé une « grève noire ». Steciąg observe que les manifestations des Polonaises en octobre 2016, puis en mars 2017 ont été organisées pour la première fois à une telle échelle (Steciąg 2019 : 21). Trois ans plus tard, le 23 décembre 2019, deux députés et membres du parti au pouvoir ont déposé une demande, signée d'ailleurs par d'autres parlementaires des partis politiques PiS, Konfederacja et Kukiz'15<sup>1</sup>, au Tribunal constitutionnel pour qu'il se prononce sur la loi de 1993. Par la suite, en pleine pandémie :

« Jeudi 22 octobre vers 16 heures, après cinq heures de délibéré, le tribunal constitutionnel polonais, très étroitement contrôlé par le pouvoir national conservateur du PiS (parti Droit et Justice), et considéré comme illégitime par une partie de l'opposition, a rendu un arrêt jugeant inconstitutionnel l'avortement dans le cas d'une “malformation grave et irréversible” du foetus ou d'une “maladie incurable ou potentiellement mortelle” » (Iwaniuk 2020).

Cette décision a provoqué une forte mobilisation citoyenne et plusieurs manifestations à Varsovie et dans tout le pays. Les commentateurs ont remarqué que, contrairement aux manifestations organisées précédemment (comme celles de 2017 contre les changements des lois sur les tribunaux), les rues s'étaient remplies avant tout de personnes jeunes, les représentants de la « génération Z », c'est-à-dire la génération numérique, dont le taux d'abstention pendant les élections était d'ailleurs relativement haut<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Selon les données de l'article de presse de Sitnicka D., Klauziński S., Kocejko B. du 22 octobre 2020. (<https://oko.press/lista-hamby-oto-poslowie-pis-i-konfederacji-ktorzy-doprowadzili-do-zakazu-aborcji-w-polsce/> ; consulté le 10 novembre 2020).

<sup>2</sup> Selon le rapport de Zerkowska-Balas M., Zaremba M. pour la Fondation de

### *Le corpus et l'objectif de la recherche*

Le corpus de cette recherche compte un échantillon représentatif de 1 000 textes différents inscrits sur les pancartes et banderoles des manifestants, photographiées et mises en ligne par les journaux et sur les pages Facebook et Twitter entre le 22 octobre et le 22 novembre 2020, lors des manifestations en Pologne. Nous nous proposons d'en réaliser une première analyse afin de mettre en exergue les traits caractéristiques du slogan revendicateur et de réfléchir sur la forme et le contenu des formules écrites sur les pancartes créées par les Z. Cela nous emmènera à comprendre si les slogans étudiés témoignent d'un franchissement des frontières ou plus précisément d'un changement de paradigme dans la façon de percevoir le monde et de manifester.

### *Le « récit manifestant » et le slogan*

En réfléchissant sur le discours des mobilisations citoyennes qui constituaient la « radiographie » et le « témoignage » d'une situation sociopolitique, il faudrait prendre en considération plusieurs éléments, et plus précisément tout ce que Collet appelle le texte ou le « récit manifestant ». Il s'agit d'une production qui englobe « des actes de paroles (slogan, chanson, cri, onomatopée) et des actes écrits (banderoles, panneaux, badges) » sans oublier « l'appareillage symbolique », comme le « port des ballons gonflés à l'endroit du ventre » (Collet 1982 : 167). Pendant les manifestations en Pologne de 2016, les parapluies et les cintres ont été employés à cette visée tandis que, depuis l'automne 2020, un éclair rouge symbolise la colère des femmes et a fait son apparition sur les pancartes et les masques portés par les manifestants dans la rue et également sur les profils des utilisateurs des réseaux sociaux.

Batory, le taux de participation des électeurs les plus jeunes pendant les années 2001-2011 a été de 48 % ([https://www.batory.org.pl/upload/files/Programy%20operacyjne/Masz%20Glos/partycypacja\\_nowych\\_wyborcow.pdf](https://www.batory.org.pl/upload/files/Programy%20operacyjne/Masz%20Glos/partycypacja_nowych_wyborcow.pdf) ; consulté le 7 décembre 2020). Pendant les Européennes, en mai 2019, la participation dans ce groupe a atteint 27 %, puis, lors des législatives d'octobre 2019, 46 %. On note pourtant un record de 64,5 % à la présidentielle en juin 2020 qui peut témoigner d'une mobilisation de la génération qui ne déclarait pas désormais d'intérêt particulier pour la vie politique du pays (les données proviennent de l'article de Szymczak J. pour Oko.press, du 29 juin 2020). <https://oko.press/mowa-nienawisci-polska-mlodziez-zryto-czyli-przebudzenie-mlodych-rekord-frekwencji-i-wiecej/> ; consulté le 7 décembre 2020).

Nous considérons le slogan comme l'élément-clé du récit manifestant. Défini par Olivier Reboul comme « une formule concise et frappante, facilement répétable, polémique et le plus souvent anonyme, destinée à faire agir les masses tant par son style que par l'élément d'autojustification, passionnelle ou rationnelle, qu'elle comporte [...] », il remplit trois fonctions essentielles, à savoir « rallier », « accrocher » et « résumer » (Reboul 1975 : 42). Remarquons que le slogan vient du gaélique *sluagh-ghairm* qui désignait les cris de ralliement des divers clans en Écosse, il s'agissait donc à l'origine d'un cri de guerre. D'ailleurs, ce terme :

« a été adopté vers le XVI<sup>e</sup> siècle par la langue anglaise, pour en faire deux siècles plus tard la devise d'un parti et ensuite le mot d'ordre électoral [...]. Les Américains lui ont donné le sens de devise commerciale et c'est dans l'optique publicitaire que le slogan a fait son apparition en France vers 1927-1928 [...]. Comme l'affirme Reboul, dans les années 30 le slogan a acquis en France un sens politique quand la propagande de type fasciste recourait volontiers aux techniques publicitaires » (Woch 2010 : 52).

Les slogans des manifestants se rapprochent, d'un côté, des origines de la formule c'est-à-dire des cris de guerre, donc ils rallient et mobilisent vers l'action ; de l'autre côté, ils nous semblent héritiers de l'anti-slogan, la formule « en vrac », « qui se sert des pouvoirs du slogan non pour captiver la pensée mais pour la délivrer, pour faire penser » (Reboul 1975 : 132).

Geneviève Bernard Barbeau qualifie ces formules de revendicatrices et « donne à "slogan" un sens général s'apparentant à celui que Grinshpun (2013 : 3) confère à "énoncé manifestant", soit "l'ensemble des énoncés verbaux scandés par les manifestants ou inscrits sur les banderoles ou les affichettes" » (Bernard Barbeau 2015). Elle considère le slogan des manifestants comme un « acte sociodiscursif générateur de discours de positionnement qui appelle à l'action et qui participe à la mise en évidence de tensions sociales » et constate que ces formules font l'objet de débats dans les médias qui les voient avant tout comme « inventifs et vulgaires, violents et originaux » (*ibid.*). Le slogan revendicateur « vise, d'une part, à faire état d'une émotion "contre" et à appeler à la mobilisation et, d'autre part, à faire pression sur son opposant, le tout de manière à marquer les esprits » (*ibid.*). Ainsi, selon Safire, il devrait non seulement provoquer « le frisson, l'émotion, le support pour la cause en question » mais également « inspirer et inciter à l'action » (Safire 1972 : 605).

Quels sont les traits distinctifs du slogan revendicateur ? La recherche de la mélodie qui permet de le scander dans la rue, un raccourci

syntaxique et les figures telles que la métonymie ou l'allégorie sont, selon Collet (1982), caractéristiques de ce genre. Sa structure typique serait selon Bernard Barbeau (2015) « X est Y » ou « X est en colère ». Comme la fonction d'un slogan revendicateur est d'appeler à la mobilisation et de réussir à réunir les individus autour d'une idée, il n'est pas rare que ces « cris de ralliement », à haute charge émotionnelle, se réalisent par l'intermédiaire de la forme exclamative et permettent d'exprimer des sentiments surtout négatifs, tels que l'indignation, le mépris ou la dérision. Pour cette raison, ces mots d'ordre commencent souvent par des adverbes ou expressions faisant appel aux émotions, telles : *Assez ! Plus jamais ! Fin ! Pas question de ! Stop ! À bas ! Dehors !*

Les slogans des manifestations visent l'ennemi afin de le discréditer ou même de l'offenser. Ainsi, dans ces formules, scandées dans la rue, le recours au bas registre et le brisement du tabou linguistique sont fréquents. Citons de nouveau Collet qui résume les traits caractéristiques du slogan des manifestants en insistant en même temps sur le « caractère abrupt de la langue » et sur « l'importance du rythme, de l'accentuation et de l'assonance, procédant de cette fonction poétique du langage qu'isolait Jakobson » (Collet 1982: 167).

#### *Les slogans des manifestants en Pologne – une première analyse*

Lors de l'étude de notre corpus, la première remarque qui s'impose concerne les slogans de 2020 qui, contrairement à ceux scandés en 2016, ne se réfèrent majoritairement qu'aux revendications dont le but est d'amener le gouvernement à revenir sur sa décision concernant le droit à l'IVG en Pologne. La mobilisation s'est développée et est devenue une sorte de manifestation de mécontentement, surtout des jeunes, qui ont peuplé les rues contre la politique du gouvernement conservateur et son orientation idéologique<sup>3</sup> et contre les influences de l'Église catholique sur la vie politique en Pologne. Le texte de la pancarte *Nam chodzi już o wszystko* le confirme (« Il s'agit de tout à présent »).

Nous avons d'abord divisé les pancartes des manifestants en trois catégories thématiques : celles qui se réfèrent directement au droit à

<sup>3</sup> Rappelons ici l'appel à la peur des réfugiés employé par le parti Droit et Justice dans les spots de la campagne électorale de 2018 et des personnes LGBTI+ en 2019 pendant les élections au Parlement européen et à la présidence.

l'avortement et au droit de disposer de son corps (ex. 1-3) ; celles qui visent les hommes politiques au pouvoir et les activistes anti-IVG (ex. 4-6) ; et celles qui visent les représentants de l'Église (ex. 7-8) :

- Ex. 1 *Aborcja to nie grzech* (L'avortement n'est pas un péché).  
Ex. 2 *Aborcja to mój wybór* (L'avortement est mon choix).  
Ex. 3 *Wolność, równość, aborcja na żądanie* (Liberté, égalité, avortement sur demande).  
Ex. 4 *Rząd nie ciąża da się usunąć* (Le gouvernement n'est pas une grossesse, on peut l'interrompre).  
Ex. 5 *I wish I could abort my government* (Je voudrais avorter mon gouvernement).  
Ex. 6 *PiS OFF* (Défigement de « fuck off » ou le nom du parti PiS remplace le verbe anglais).  
Ex. 7 *Moje ciało a nie księdza* (Mon corps, pas celui du prêtre).  
Ex. 8 *Gdyby biskupi zachodzili w ciążę, aborcja byłaby sakramentem* (Si les évêques tombaient enceintes, l'avortement serait un sacrement).

Ensuite, nous avons distingué dans le corpus cinq groupes des écrits de manifestants en Pologne :

- des slogans standards dont la forme était classique et le contenu revendicateur ;
- des slogans sur un ton humoristique ;
- des formules brisant le tabou linguistique ;
- des slogans créatifs du point de vue de la langue ;
- des slogans régionaux et cosmopolites.

Concernant les slogans classiques, il s'agit des formules dont la visée est pragmatique. Ces mots d'ordre réclament tout simplement le droit à l'IVG et à la liberté de disposer de son corps (ex. 9, 10, 11) :

- Ex. 9 *Koniec kompromisów. Legalna aborcja* (Assez de compromis. L'avortement légal).  
Ex. 10 *Wolność! Wybór!* (La liberté ! Le choix !).  
Ex. 11 *Legalna aborcja teraz* (L'avortement légal maintenant).

Les slogans de cette catégorie sont des formules courtes, faciles à scanner. Leur structure est souvent symétrique et inclut un parallélisme syntaxique (ex. 12, 13, 14) ou une opposition des idées (ex. 14 et 15) :

- Ex. 12 *Myślę, czuję, decyduję* (Je pense, je sens, je décide).  
Ex. 13 *Moje ciało mój wybór* (Mon corps, mon choix).  
Ex. 14 *Nasza płodność Wasza podłość* (Notre fécondité, votre malhonnêteté).  
Ex. 15 *Wybór nie zakaz* (Le choix, pas l'interdit).

Ces formules émotionnelles sont souvent exclamatives et comprennent des expressions servant de défouloirs de sentiments négatifs et permettant d'exprimer le mécontentement (ex. 16 « bas les pattes » et ex. 17 « dégagéz »), rythmiques avec des rimes simples (ex. 18) :

- Ex. 16 *Łapy precz od naszych ciał* (Bas les pattes, loin de nos corps).  
Ex. 17 *Chłopcy prawicy won od macicy* (Les garçons de l'extrême droite, dégagéz de l'utérus !).  
Ex. 18 *Nasze macice Wasze kaplice* (Nos utérus, vos chapelles).

Dans la deuxième catégorie, nous avons classé les slogans humoristiques visant à ridiculiser l'ennemi par le recours à des tournures ironiques pointant les faiblesses de l'adversaire qui n'aurait ni compétences informatiques (ex. 19), ni linguistiques (ex. 20 et 21), ni en gestion du pays (ex. 22, 23) :

- Ex. 19 *PiS myje okna w Windowsie* (Le parti PiS lave les fenêtres Windows).  
Ex. 20 *Godek nie odróżnia signifiant od signifié* (Godek ne distingue pas le signifiant du signifié).  
Ex. 21 *Pis myśli, że genitalia to włoskie linie lotnicze* (PiS croit que les génitaux, c'est la compagnie aérienne italienne).  
Ex. 22 *Nawet hawajska jest lepsza niż PiS* (Même [la pizza] hawaïenne est meilleure que PiS).  
Ex. 23 *Ten rząd jest nam potrzebny jak alarm do multipli* (Ce gouvernement nous est si utile que l'alarme électronique de [la Fiat] Multipla).

Le seul être vivant, traité dans la plupart des cas avec bienveillance, reste le chat du président du parti Droit et Justice. Les manifestants ne réclament pas son départ (ex. 24), mais déplorent son sort (ex. 25) et expriment parfois la volonté de l'adopter (ex. 26) :

- Ex. 24 *Kot może zostać !* (Le chat peut rester !).  
Ex. 25 *Jarku robisz wstyd swojemu kotu* (Jarek, tu couvres ton chat de honte).  
Ex. 26 *Mogę zaadoptować kota !* (Je peux adopter le chat).

La troisième catégorie de notre corpus regroupe les slogans brisant le tabou linguistique. Leur visée est encore une fois utilitaire. Il s'agit des formules dysphémiques (ex. 27 et 28) ou bien apparemment euphémistiques, contenant pourtant un message injurieux crypté. Ils sont présents à la fois sur les pancartes mais également sous forme de hashtags sur les réseaux sociaux. Citons les deux plus fréquents :

- Ex. 27 *Wypierdalać !* (du pol. vulg. Foutez le camp !).  
Ex. 28 *Jebać PiS* (du pol. vulg. Foutre le parti PiS).

Comme nous venons de le mentionner, la liberté prise avec le langage n'est pas toujours explicite. Les manifestants, parfois accusés d'être grossiers par certaines personnalités politiques et médias qui insinuent une « vulgarité primitive » et « la démoralisation », cryptent leur message ou s'autocensurent. Ainsi, ils gomment certaines lettres dans les expressions vulgaires et emploient à la place une périphrase ironique (ex. 30 et 31) ou, le plus souvent, chiffrent leur message en recourant à 8 étoiles<sup>4</sup> (\*\*\*\*\* \*) qui remplacent le contenu de la formule *Jebać PiS* (du pol. vulg. Foutre le parti PiS). Quant à l'emploi euphémistique, les slogans reviennent de façon ironique aux formules dysphémiques, ainsi :

Ex. 29 *Jebać PiS* (Foutre le parti PiS) devient *Niebać PiS* (Ne pas avoir peur du parti PiS).

Ex. 30 *Jesteśmy wkurwione* (Nous sommes en colère) prend la forme de *Jesteśmy głęboko zaniepokojone* (Nous sommes profondément inquiétées).

Ex. 31 *Wypierdalajcie szybciej, bo mi się kartony kończą* (Foutez le camp plus vite car mon stock de cartons s'épuise) se transforme en *Uprzejmie prosimy uciekać przedziutko* (Nous vous demandons de bien vouloir vous enfuir rapidement) ou *Zachęcam do relokacji* (J'incite à la relocation).

La quatrième catégorie de slogans englobe des formules faisant preuve d'une créativité lexicale importante. Ils exploitent la fonction poétique de la langue. Parmi les procédés ludiques dominants nous distinguons des procédés lexicaux, tels l'emploi d'un néologisme, souvent un mot-valise (ex. 32), des jeux sur la sonorité (la paronomase dans les exemples 33 et 34), des jeux polysémiques (le verbe étouffer dans l'exemple 35) et le défigement (ex. 36-39) :

Ex. 32 *Koniec Dziadocenu* (Fin de l'ère des vieux cons !). Mot-valise composé de *dziad* (« vieux con ») et *plejstocen* (« pléistocène »).

Ex. 33 *WypISdalać* (le nom du parti PiS incorporé dans le verbe vulgaire *wypierdalać* « fouter le camp »).

Ex. 34 *#niePiSłuszni* (PiS incorporé dans le mot polonais *postłuszni* « dociles »).

Ex. 35 *Dziś będądziemy dusić kaczkę* (Aujourd'hui, nous allons étouffer le canard, pol. *kaczka*, la référence au patronyme du président du parti Droit et Justice, Kaczyński).

Ex. 36 *Liberté, égalité, wypierdalajté* (le verbe *wypierdalać* incorporé dans la devise de la République française).

Ex. 37 *No PiSaran !* (vs *No Pasaran !*).

<sup>4</sup> Il existe même un site Facebook « Mouvement 8 étoiles » (allusion au mouvement des 5 étoiles en Italie).

Ex. 38 *Veni vidi v kurvi* (*v kurvi* remplace *vici* et remonte au verbe polonais *wkuriwiać*, vulg. « taper sur les nerfs »).

Ex. 39 *Nasz bój jest większy niż Twój* (Notre combat est plus grand que le tien, la référence à la chanson de l'artiste polonais Kazik, où *bój* « combat » remplace le mot *ból* « douleur »).

Dans le cinquième groupe, nous avons classé les slogans dont l'enjeu est stylistique, y compris les slogans régionaux (ex. 46) et cosmopolites. Les manifestants recourent le plus souvent à l'anglais (ex. 40, 41, 42) mais aussi à d'autres langues européennes, telles que l'espagnol (ex. 43), le français (ex. 44) ou l'allemand (ex. 45). Cela ne surprend pas car des manifestations de solidarité se déroulent aussi en dehors de la Pologne :

Ex. 40 *Girls just wanna have fundamental rights.*

Ex. 41 *I'm somebody, NOT some body.*

Ex. 42 *Harry said treat people with kindness.*

Ex. 43 *¡que se joda el puto pato!*

Ex. 44 *Wypierdalaité* (foutre le camp transcrit à la française).

Ex. 45 *Wypierdalatsch!* (foutre le camp transcrit à l'allemande).

Ex. 46 *Wydupcać!* (la version dialectale de l'expression « foutre le camp »).

#### *Pour conclure*

La réflexion sur le franchissement des frontières pendant les manifestations en Pologne de 2020 nous amène à constater qu'une génération moderne, décomplexée, s'affiche sur les pancartes. Prête à lutter pour ses droits, elle ne montre de respect ni pour les autorités politiques ni pour les autorités religieuses. De plus, les slogans constituent en même temps un défouloir (nous estimons que le recours au bas registre ne dépasse pourtant pas 10 %) et font preuve d'une créativité linguistique importante. La génération Z proteste contre la liberté d'adopter les lois par le gouvernement au sens de Caligula camusien<sup>5</sup> et réclame les droits que les jeunes du même âge ont dans les autres pays européens.

Les slogans standards devraient permettre « au groupe revendicateur de faire état de ses émotions, d'employer des formes linguistiques particulièrement connotées, de faire référence à des événements rassembleurs ou d'utiliser des références communes, le tout dans un but bien précis : faire agir » (Collet 1982). Il en est ainsi dans le cas des slogans de notre corpus.

<sup>5</sup> « Aujourd'hui, et pour tout le temps qui va venir, ma liberté n'a plus de frontières » (Camus, *Caligula*, 1944, I, 9, p. 24).

Observons pourtant que de nombreuses pancartes renvoient à des références facilement déchiffrables par les jeunes manifestants mais qui demeurent parfois obscures pour des observateurs plus âgés. Les affiches font ainsi allusion à des lectures, films, chansons, jeux vidéo de la génération Z ou même à des situations de la réalité virtuelle qui ont pris la forme des mêmes internet et sont immédiatement identifiables par les jeunes utilisateurs des réseaux.

Ce changement de contenu ne surprend pas, vu qu'il s'agit d'une autre génération, née dans le monde avec une forte présence de l'Internet. Néanmoins, l'influence du monde virtuel ne se limite pas au contenu : elle touche aussi la forme d'expression des manifestants. Ainsi, les slogans standards et revendicateurs, réclamant le droit à l'IVG, cèdent la place à des pancartes s'inspirant des formes typiques pour la communication sur les réseaux.

Les slogans visent l'adversaire et tournent en ridicule l'ennemi sur l'exemple des mêmes Internet. Leurs auteurs sont à la recherche d'une formule surprenante et brillante, souvent absurde, qui reproche à l'ennemi son caractère démodé (surtout le manque d'habiletés informatiques, la méconnaissance des langues étrangères et des références culturelles des jeunes ultra-connectés). Certaines pancartes des manifestants montrent même des réactions à des événements et à des mots prononcés par des hommes politiques du jour au lendemain, en entamant ainsi une sorte de dialogue avec les représentants du gouvernement. Nous considérons tous ces facteurs comme le signe d'un changement de paradigme et comme le présage de nouvelles façons de percevoir le monde et de manifester.

### *Bibliographie*

- Bernard Barbeau G. (2015), *De l'appel à mobilisation à ses mécanismes sociodiscursifs : le cas des slogans écrits du printemps érable*. « Argumentation et Analyse du Discours » 14 (<http://journals.openedition.org/aad/1969> ; consulté le 10 janvier 2021).
- Collet S. (1982), *La manifestation de rue comme production culturelle militante*. « Ethnologie Française » 12, 2, pp. 167-176 (<http://www.jstor.org/stable/40988713> ; consulté le 3 janvier 2021).
- Gérardin-Laverge M. (2018), *C'est en sloganant qu'on devient féministe. Hétérogénéité du genre et performativité insurrectionnelle*. « Semen » 44 (<http://journals.openedition.org/semen/10779> ; consulté le 26 novembre 2020).
- Grinshpun Y. (2013), *Discours manifestant et contestation universitaire* (2009). « Argumentation et analyse du discours » 10 (<http://aad.revues.org/1476> ; consulté le 26 novembre 2020).

- Iwaniuk J. (2020) (22.10.20), *En Pologne, l'avortement devient quasiment illégal après une décision de justice*. « Le Monde » ([https://www.le-monde.fr/international/article/2020/10/22/pologne-le-tribunal-constitutionnel-rend-illegal-l'avortement-pour-malformation-grave-du-fetus\\_6057023\\_3210.html](https://www.le-monde.fr/international/article/2020/10/22/pologne-le-tribunal-constitutionnel-rend-illegal-l'avortement-pour-malformation-grave-du-fetus_6057023_3210.html) ; consulté le 10 novembre 2020).
- Reboul O. (1975), *Le Slogan*. Bruxelles, Complexe.
- Safire W. (1972), *The new language of politics : A dictionary of catchwords, slogans, and political usage*. New York, Collier Books.
- Steciąg M. (2019), *Dyskurs protestów kobiet w Polsce w latach 2016-2017 : artystyczne wizualizacje, wokalizacje, werbalizacje*. « Acta Universitatis Lodzienensis. Folia Linguistica » 53, pp. 21-31 (<https://doi.org/10.18778/0208-6077.53.02> ; consulté le 12 décembre 2020).
- Trésor de la langue française informatisée (<http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?11;s=635074185;r=1;nat=;sol=0> ; consulté le 12 novembre 2020).
- Woch A. (2010), *Le slogan électoral français, italien et polonais: analyse formelle et pragmatique*, Łódź/Łask, Oficyna Wydawnicza Leksem.

