

Отримано: 10 січня 2020 року

Прорецензовано: 16 січня 2020 року

Прийнято до друку: 29 січня 2020 року

e-mail: aj.samadova@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2020-9(77)-298-302

Samadova A. Funkcjonowanie polskich i ukraińskich frazeologizmów z komponentem nazywającym jedzenie w tekstach publicystycznych (ujęcie kontrastywne). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острого: Вид-во НаУОА, 2020. Вип. 9(77). С. 298–302.

УДК: 811.162.1'373.48+811.161.2'373.48 (070)

**Aleksandra Samadova,**

magister, wykładowca

Katedry Ukrainistyki Uniwersytetu Warszawskiego

## FUNKCJONOWANIE POLSKICH I UKRAIŃSKICH FRAZEOLOGIZMÓW Z KOMPONENTEM NAZYWAJĄCYM JEDZENIE W TEKSTACH PUBLICYSTYCZNYCH (UJĘCIE KONTRASTYWNE)

Obecnie coraz więcej uwagi poświęca się frazeologii w rozumieniu działu językoznawstwa. Badane są zagadnienia stylistyki frazeologizmów, ich funkcjonowanie w tekstach jednego, dwu i więcej języków, a także problemy związane z ich tłumaczeniem. Wciąż, jednakże, brakuje opracowań z zakresu analizy kontrastywnej polsko-ukraińskiego materiału. W artykule autorka naświetla, w jaki sposób polskie i ukraińskie frazeologizmy z komponentem nazywającym jedzenie realizują we współczesnych tekstach publicystycznych funkcje fatyczne, aksjologiczne, oceniające i ekspresywne. Omawia rozbieżności w doborze leksemów-nazw jedzenia, wokół których zbudowane są dane frazeologizmy oraz wyjaśnia różnice w rozumieniu asocjacji zamkniętych w strukturze związków frazeologicznych przez odbiorców.

**Słowa kluczowe:** frazeologizm, publicystyka, korpus, komponent, polski, ukraiński.

**Самадова Александра,**

магістр, викладач

кафедри україністики, Варшавський університет

## ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОЛЬСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ, ЯКИЙ НАЗИВАЄ ЇЖУ, НА БАЗІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ (КОНТРАСТИВНИЙ АСПЕКТ)

Фраzeології як розділові мовознавства нині приділяють чималу увагу, зокрема наявні дослідження з питань стилістики, функціонування frazeологічних одиниць у текстах на базі двох і більше мов, але не вистачає опрацювань на польсько-українському матеріалі в контрастивному аспекті. У статті авторка висвітлює, яким способом польські та українські frazeологізми з компонентом-назвою їжі реалізують фатичну, аксіологічну, оцінну, експресивну функції в текстах сучасної публіцистики. Підкреслено розбіжності в доборі лексем-назв їжі, навколо яких побудовані використані frazeологізми, а також різницю в розумінні, відповідними одержувачами, поміщених у їхній структурі асоціацій.

**Ключові слова:** frazeологізм, публіцистика, корпус, компонент, польський, український.

**Aleksandra Samadova,**

MA, lecturer

The Department of Ukrainian Studies of the University of Warsaw

## FUNCTIONING OF POLISH AND UKRAINIAN PHRASEOLOGY WITH A COMPONENT NAMING FOOD IN PUBLICIST TEXTS (CONTRASTIVE APPROACH)

The article presents the function of Polish and Ukrainian phraseology, containing a component that names food in journalistic texts (in a contrastive approach). The analysis includes lexemes, which appears in the text of both languages, e.g. chleb/хліб, sól/сіль, mleko/молоко, as well as those appearing only in the text of one of them, e.g. kluski, drożdże in Polish, or сало, гречка in Ukrainian. Phrases, thanks to their imagery and depth of meaning go beyond the sum of the words they create and are a fashionable stylistic measure for the creators of informational text. Their simple form allows, for example journalists, to create word-games, often understood only by users of a given language because they refer to specific situations or people. In addition, phrases may contain an element of positive or negative assessment which significantly affects the message. Text constructed in this way is intended not only to convey information but also to influence the judgement of the recipients – hence the axiological function of phraseology. Based on the text analyzed in a given study, one can also indicate their expressive, persuasive, evaluative and phatic function. It should also be noted that phrases containing the names of basic products in both languages perform the same function – this is due to their very clear motivation and their deeply rooted position in the cultures of both nations. The more diverse a range of food products, the more diverse their motivation. Proposed analysis is covering only part of this extensive material and is raising only a few aspects of this important topic. In the future, it can be the basis for further research and extension.

**Key words:** phraseology, journalism, corpus, component, Polish, Ukrainian.

W XXI wieku waga posiadanych informacji jest tak duża, jak nigdy dotąd w dziejach ludzkości. Za pośrednictwem Internetu wiadomości rozprzestrzeniają się w zawrotnym tempie, możliwości manipulowania nimi są znaczne, a weryfikacja danych następuje dopiero po dłuższym czasie. O tym, jak ważny jest sposób przekazu informacji wiedzą szefowie sztabów politycznych, ustawodawcy, pracownicy agencji PR, copywriterzy, ale również dziennikarze – autorzy bezpośrednio pracujący nad codziennymi wydaniem gazet i serwisów informacyjnych. W czasach wysokiej konkurencyjności pod względem ilości i jakości wydań, uciekają się do różnorodnych zasobów stylistycznych, modelują teksty tak, aby przyciągnąć jak najszersze grono czytelników, jednocześnie spełniając dwa podstawowe zadania prasy: informowania i wywierania wpływu. Analiza tychże środków i sposobów ich zastosowania w celu zrozumienia mechanizmów rządzących informacją stanowi o **aktualności** i wadze postawionego problemu.

Frazeologii, w rozumieniu działu leksykologii, „który rejestruje i bada utrwalone połączenia wyrazów zwane związkami frazeologicznymi lub frazeologizmami” [9, s. 315] jej zastosowaniom, funkcjom, stylistyce, funkcjonowaniu w tekstach, wiele uwagi w swych badaniach poświęcają, m.in.: A. M. Lewicki, A. Pajdzińska [patrz: 7], P. Müldner-Nieckowski, S. Wąba, B. Виноградов,

Б. Антоненко-Давидович, О. Демська, Ж. Колоїз, Л. Супрун, В. Ужченко, Л. Булаховський. W zakresie badań kontrastywnych i porównawczych nad frazeologią powstają opracowania W. Chlebdy [patrz: 1], Д.О. Добровольського [patrz: 2], S. Kochmana [patrz: 3], J. Szerszunowicz [patrz: 13], О.О.Рогач [patrz: 11] i in. Przedmiotem ich analizy były nie tylko języki słowiańskie, ale również romańskie, germańskie i z innych grup. Na chwilę obecną powstało stosunkowo niewiele opracowań w parze językowej polski-ukraiński, ukraiński-polski. Wśród nich na uwagę zasługują między innymi prace I. Kononenko [patrz: 4], I. Платен [patrz: 10], С. Козяра, М. Боровик [patrz: 5], К. Kukowicz-Żarskiej [patrz: 6], czy Л.Ф. Устенко [patrz: 15], które stanowią bazę do dalszych dociekań. Zarówno w polskiej, jak i ukraińskiej literaturze naukowej nie podejmowano jeszcze próby opisu funkcjonowania frazeologizmów z komponentem nazywającym jedzenie, ani nie stosowano wobec nich ujęcia kontrastywnego.

**Obiektem** proponowanej analizy są polskie i ukraińskie teksty publicystyczne zawarte w odpowiednich korpusach narodowych: polskim [patrz: 16] i ukraińskim [patrz: 17]. Materiał do badań wyekscerpowano na podstawie danych pierwotnie pochodzących z publikacji: Gazeta Wyborcza (GW), Dziennik Polski (DP), Polityka (Pol.), Wprost (Wp.), Trybuna (Tr.), Dziennik Bałtycki (DB), Українська правда (УП), Високий замок (ВЗ), Дзеркало тижня (ДзТ), Український тиждень (УТ). **Przedmiotem** badania są polskie i ukraińskie frazeologizmy zawierające komponenty nazywające jedzenie i sposoby ich funkcjonowania w tekstach publicystycznych, natomiast **celem** niniejszej pracy jest zbadanie podobieństw i różnic występujących w wymienionych danych i zaprezentowanie ich w ujęciu kontrastywnym. W dobie zbliżenia polityczno-społecznego obu krajów jest to kluczowe dla jak najlepszego i najgłębszego wzajemnego zrozumienia użytkowników obu języków.

Frazeologizmy, dzięki zawartej w nich obrazowości i głębi znaczeń wykraczających poza sumę tworzących je wyrazów, są modnym [patrz: 12, 214] środkiem stylistycznym dla twórców tekstów informacyjnych. Ich prosta forma niesie nieporównanie większą treść, często rozumiałą tylko dla użytkowników danego języka, bo odwołując się do konkretnych sytuacji lub osób, wyzwała ciąg konkretnych skojarzeń. Pozwala to twórcom na swego rodzaju grę z odbiorcą, a jednocześnie zwięzłe i barwne wyrażenie myśli. Te „відтворюване, цілісне за значенням, стійке за складом і структурою словосполучення” [14, s. 7] stanowią źródło inspiracji dla gier słownych, tak istotnych dla reklamodawców – łatwo wpadające w ucho, krótkie slogany na długo zapadają w pamięć odbiorców i w ten sposób realizują cel, z jakim były wprowadzone do reklamy. Frazeologizmy, przez złożoność swojej semantyczno-stylistycznej struktury, często niosą elementy oceny zarówno pozytywnej np.: *jak po maśle, кров з молоком*, jak i negatywnej, np.: *тепле клуху, сіль в очах* [9, s. 15-28.], wypełniając tym samym funkcję aksjologiczną. „Zwykle użycie związku frazeologicznego (...) zamiast wyrazu jest równoznaczne z wyrażeniem oceny wyodrębnionego zjawiska, które związek ten nazywa” [8, s. 40], co oznacza, że w bardzo prosty sposób można wpłynąć na oceny odbiorców. Może nastąpić również sytuacja odwrotna – frazeologizm ma za zadanie nadać dystansu i obiektywizmu przedstawianej sytuacji. Pełną klasyfikację funkcjonowania frazeologizmów w tekście przeprowadziła G. Majkowska [8, s.47].

Pierwsza grupa analizowanych jednostek frazeologicznych jest skoncentrowana wokół leksemów *chleb/xlib*. Jest to jedna z najliczniejszych kategorii – w języku polskim wyodrębniono 11 odpowiednich frazeologizmów, a w ukraińskim 9, przy czym użycie niektórych z nich wielokrotnie się powtarza. W skład tej kategorii wchodzi ustalonych związków, jak np. *chleb powszedni, lekki chleb, zarabiać na chleb, хліб-сіль, добувати хліб, на шматок хліба* z ewentualnymi modyfikacjami. Są one spetryfikowane i nie ulegają łatwo zmianom, ponieważ u obu narodów chleb jest bardzo mocno zakorzeniony w kulturze i codzienności, a zatem jego znaczenie w konstrukcjach frazeologicznych jest przejrzyste dla przeciętnego odbiorcy, pole skojarzeniowe jest znacznie zawężone. Ich funkcje w tekstach publicystycznych mogą być złożone, tzn. kilka z nich może się nakładać tak, jak w przypadku zwrotu *ciężki kawałek chleba*, w następującej sytuacji: „Zawodowe kolarstwo to *ciężki kawałek chleba*. Bardziej opłacało się zająć interesami?” [GW, 1993, *Lech PIASECKI, były kolarski mistrz świata, specjalnie dla* »Gazety«], czy też wywiadu z rolnikiem: „Uprawianie ziemi to *ciężki kawałek chleba* – tłumaczy nam Władysław Kroczyk z przysiółka Górki w Przyszowej” [DP, 2003, *Trzystu pracowników*] dotyczącego trudności życia na roli. Frazeologizm ten nie tylko ubarwia wypowiedzi reporterskie i czyni je atrakcyjniejszymi dla odbiorcy, ale łączy w sobie również odcień oceny negatywnej wobec ogromu pracy wykonywanej przez sportowca czy rolnika, pełni zatem funkcję aksjologiczną. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku pozostałych polskich frazeologizmów tej grupy – silnie utrwalone, zazwyczaj nie są opatrzone żadnym kwalifikatorem stylistycznym, a zatem dopiero w kontekstach mogą otrzymać odcienie wartościujące, ich znaczenia odpowiadają definicjom słownikowym i wykorzystuje się je przede wszystkim w celu wzbogacenia języka danej publikacji. W przypadku ukraińskich frazeologizmów tej grupy w tekstach publicystycznych występują powszechnie znane związki, które ubarwiają teksty, jak np. w: „Адже саме освічена і всебічно розвинена людина – головний капітал для економіки та *хліб і сіль демократії*” [ДзТ, 2015, *Порочне коло*]. Użycie w tym kontekście wyrażenia *хліб і сіль* jasno wskazuje na jego funkcję aksjologiczną, o zdecydowanie pozytywnym odcieniu. Zarówno polskie jak i ukraińskie frazeologizmy z komponentem *chleb/xlib* występują w tekstach dotyczących życia codziennego i polityki społecznej, a mają za zadanie dowartościowanie podmiotu, o którym mowa.

Druga grupa analizowanych frazeologizmów koncentruje się wokół leksemów *sól/sіль*. Zachodzi tu dysproporcja między ilością polskich jednostek (3) a ukraińskich (6) występujących w tekstach publicystycznych. Związki [*być komu*] *solą w oku/sіль в оці, sól ziemi/sіль землі* mają wspólne pochodzenie – biblijne – stąd wynika ich mocne spetryfikowanie. Oba pełnią funkcję aksjologiczną, z tym, że pierwsze ma zabarwienie negatywne, a drugie pozytywne i oba znajdują zastosowanie w tekstach o tematyce zarówno obyczajowej, np.: „Ми з Вами – *сіль землі української*” [ДзТ, 2018, *Кожну дію чиновників щодо переселенців потрібно вигризати*], jak i polityczno-ekonomicznej: „Różne nacje, *sól ziemi*, jak pisał po wyjściu w samizdacie jeden z więźniów” [TP, 1994, *Piętno*] kontrastując z treścią i uwydatniając przez to ich znaczenia. Wspólne znaczenia mają także frazeologizmy *beczkę soli razem zjeść/ з'їсти разом пуд соли*, które znajdują zastosowanie w polskich tekstach obyczajowych, a także opracowaniach zagadnień kulturowych, w których pełnią funkcję wzbogacającą wyrazistość tekstu, natomiast w ukraińskich tekstach pojawia się również w kontekstach politycznych i ekonomicznych, np.: „І якщо Shell уже *доїдає свієї першої пуд соли* в Україні, то Chevron у цьому сенсі – новачок” [ДзТ, 2012, *Нафторинок: іржаве існування на тлі меганприбутків*]. W tym przypadku wyrażenie *з'їсти разом пуд соли* zostało poddane zabiegom modyfikacyjnym, aby lepiej pasowało do kontekstu, uwypuklało ironiczność wypowiedzi, a zatem jak najlepiej wypełniało funkcję ekspresywną, perswazyjną i aksjologiczną. Pozostałe wyrażenia, jak np.: *сипати сіль на рану, замало соли разом з'їти* zachowały swoje podstawowe znaczenia i mają za zadanie ubogacać stylistycznie teksty. Ostatnie wyrażenie, *ложка цукру в мішку соли*, umieszczony w tytule jednego z artykułów, to zmodyfikowane wyrażenie

влити в бочку меду ложку дьогтю, mające wywołać szereg skojarzeń, emocje, a przede wszystkim przyciągnąć odbiorców, a zatem wypełnić funkcje aksjologiczną oraz fatyczną.

Trzecią grupę tworzą frazeologizmy zawierające leksem *mleko/mолоко* odpowiednio 5 polskich i 4 ukraińskie. Wspólny dla obu języków *tylko ptasiego mleka brakuje/ пташиного молока бракує* wypełnia funkcje: aksjologiczną (jak w przypadku tekstu opisującego sytuację piłkarzy na kolejnym meczu „16-osobowej ekipie *nie brakowało ptasiego mleka*” [DP, 2003, *Ptasie mleko*] czy też „Ім хіба що пташиного молока бракує, а рівень...” [ДзТ, 2012, *Сонети Шекспіра діють як ліку!*], kiedy mowa o pisarzach), a także perswazyjną (nadając mu zabarwienia ironicznego w tekście traktującym o sytuacji w PKP i kopalniach: „No, nie wszyscy, bo rządzący mają swoje kliniki, w których *nie brakuje ptasiego mleka*”) [DB, 2003, *Inwazja barbarzyńców*]. Ponadto do tej grupy należy *plakać/placz nad rozlanym mlekiem*: „Czy burzliwy spór Polski z Komisją Europejską, a rządu z Balcerowiczem o zakup przez włoski bank UniCredito akcji BPH SA i fuzję polskich banków nie jest *placzem nad rozlanym mlekiem*, skoro od dawna ponad 70% naszych banków należy już do zagranicznego kapitału(...)” [Tr, 2006, *Zdziwienia pana K.*], który poprzez mocny kontrast z treścią tekstu o tematyce ekonomicznej uwypukla jego ironię i tym samym spełnia funkcje ekspresywną, perswazyjną i odwołania się do zdroworozsądkowego widzenia świata odbiorcy. Pozostałe wyrażenia, typu: *mleko pod nosem, kraj/ziemia mlekiem i miodem płynąca* mają utrwaloną formę i ich zastosowanie w tekstach ma na celu wypełnienie funkcji oceniającej odpowiednio negatywnej i pozytywnej oraz ekspresywniej. Zmodyfikowany frazeologizm z przykładu „*Z mlekiem matki* i każdym kopniakiem ojca *wysysają* nienawiść do świata” [Tr, 2006, *Życie pieskie, życie papieskie*] został wprowadzony do tekstu o nierównościach społecznych dotyczących dzieci w Polsce w celu wywołania silnych emocji (funkcja ekspresywna), zasugerowania negatywnej oceny (funkcja aksjologiczna) oraz nawiązania kontaktu z odbiorcą, który, poprzez zestawienie formy pierwotnej ze zmodyfikowaną, sam podda tekst interpretacji (funkcja fatyczna). W języku ukraińskim frazeologizmy *всмоктувати з молоком матері, вбирати з молоком матері* również występują w tekstach o tematyce społecznej, ekonomicznej „І парадокс у тому, що молодим демократіям (...) це зробити набагато простіше, ніж державам, у яких існуюча система сплати податків *всмоктується з молоком матері*” [ДзТ, 2012, *Реформа не для наперсточників*], gdzie spełniają funkcje oceniającą i ekspresywną.

Frazeologizmy skupione wokół leksemu *miód/мед* tworzą kolejną grupę, już mniej liczną. Wyrażenie typu *łyżka dziegciu w beczce miodu/у бочці меду ложка дьогтю* wykazuje wysoką frekwencję użycia i jest stosowane w tekstach o tematyce kulturowej (tu w skróconej formie, odwołując się do wiedzy odbiorców – funkcja fatyczna): „Znalazła się tam jednak *i łyżka dziegciu*. Obszerny fragment poświęcony jednemu ze zmyślonych bohaterów (...)” [Pol., 2007, *Łyżka dziegciu*], społeczno-ekonomicznej: „безліч нерозв’язних проблем, які *додають* свою *ложку дьогтю в бочку меду* (...)” [ДзТ, 2012, *Ему дано величьем обладать...*]. Obraz zawarty w tym związku frazeologicznym jest na tyle przejrzysty i wyrazisty, że nie występują modyfikacje tej jednostki. Pełni funkcję ekspresywną, nadając tekstom dodatkowego poziomu kontrastu. Skojarzenia wywołane poprzez jego zastosowanie mają dodatkowo uwydatnić przekazywane treści. Ponadto w tej grupie polskich wyrażen występują również: *miód dla oczu* w recenzji książkowej: «Nos jest najgorszym na mej twarzy sołecyzmem, (...) to dość rozkraczony: wygląda jak czepiec nad mą górną wargą, (...). *Miód dla oczu!*” [GW, 1999, *Święta naiwność*], który ma za zadanie ironicznie spuentować rozterki bohatera dotyczące jego wyglądu, wypełniając tym samym funkcje oceniającą i ekspresywną, oraz *słodki jak miód* zaczerpnięty z tekstu o tematyce obyczajowej: „Jesteś dla nich *słodka jak miód*, choć nudzą cię niemifosiermie” [GW, 1998, *Kocham pracoholika*], które ma również zwiększyć kontrast w tekście i spełnia takie same funkcje. Natomiast w ukraińskich tekstach pojawia się wyrażenie *передати куті меду* w znaczeniu „przesadzić” w kontekstach polityczno-ekonomicznych, np.: „Кажуть, він навіть *передав куті меду* оскільки мораторій стривожив народногосподарську діяльність: (...)” [ДзТ, 2007, *Столени землю*], czy „У своєму компліменті Лукашенкові Грібаускайте *передала куті меду*” [B3, 2010, *Як «хрещений бацька» Кремль перехитрив*]. W obu przypadkach zestawienie słodkiego miodu i zagadnień zawartych w opracowaniach o tematyce poważnej, ma na celu wzmocnienie przekazu, wywołanie u odbiorcy konkretnych emocji i prowokowanie go do formułowania własnych wniosków.

Kolejną grupę tworzą frazeologizmy zawierające komponent *kasza/каша*. W języku polskim spotkać można w użyciu *nie dać sobie w kaszę dmuchać/pluć*, który najczęściej występuje w tekstach dotyczących zmagani sportowych, np.: „Chłopcy z Resovii nie pozwalali *dmuchać sobie w kaszę*” [DP, 2002, *Z Resovią na dobre i zle*], co ma na celu przede wszystkim podniesienie ekspresyjności tekstu i wywołanie pozytywnych emocji u odbiorcy. Można tu zauważyć przeniesienie emocji sportowych na płaszczyznę językową. Spokrewnione z nim jest wyrażenie *kaszka z mleczkiem*, stosunkowo popularne w polskiej publicystyce, spełniające przede wszystkim funkcję oceniającą, w tym przypadku negatywną, i perswazyjną – ironiczną, jak np. w sytuacji tekstu o treści ekonomicznej: „Problemy prezesa banku centralnego to *kaszka z mleczkiem* w porównaniu z zadaniami, jakie stawia przed ministrem finansów” [GW, 1992, *Trzecie podejście*]. Natomiast w języku ukraińskim, w przeciwieństwie do polskiego, konotacje są przeważająco negatywne, np.: wyrażenie *сьорбати кашу*, to znaczy „odczuwać negatywne efekty swoich działań”, występuje w wielu konfiguracjach, jak w przykładzie „Тепер у Криму ревні прихильники біло-синіх на президентських виборах 2004-2010 років *сьорбають політичну кашу* з вельми неприємними для них смаком” [УП, 2005, *Ревізія лєнінських принципів?*] ma za zadanie urozmaicenie tekstu, wywołanie paradoksalnych skojarzeń u odbiorcy (smaczna, zdrowa kasza w połączeniu z nieprzyjemnym smakiem rozczarowania politycznego) i wyrażenie opinii autora, o poczynaniach zwolenników jednej z partii politycznych. Drugim popularnym wyrażeniem, o podobnym znaczeniu i konotacjach, jest *заварити кашу*, czyli „przedsięwziąć coś, co ma wszelkie szanse zakończyć się niepowodzeniem” i jest używane w kontekście ekonomicznym i politycznym, np.: „Врешті рещт 0,70га повернулося до тих, хто всю *кашу заварив*” [ДзТ, 2019, *Органічна реформа*]. Głównym celem użycia tego wyrażenia jest zwiększenie ekspresyjności oraz negatywna ocena poczynań, w tym przypadku, rządzących. Wyrażenie to zostało poddane pewnym modyfikacjom: „...83 Конституції і з приводу якого, власне, й *заварилася* оця конституційна *каша*” [Гал., 2010, *Політично доцільна конституційність*] w celu wprowadzenia swoistej gry interpretacyjnej pomiędzy tradycyjnym, a uwspółcześnionym, na potrzeby tekstu, znaczeniem. Zestawienie *kaszy* i *konstytucji* ma pewien wymiar komiczny, ale przede wszystkim ma prowokować do ocen i własnych interpretacji.

Z leksemem *drożdże/дріжджі* powiązany jest frazeologizm *rosnąć jak na drożdżach/як на дріжджах рости*, który w obu językach zawiera w swoim znaczeniu elementy „dużo” i „bardzo szybko”. Dzięki temu to wyrażenie znajduje zastosowanie w tekstach o szerokim spektrum tematycznym, tj. 1) społeczno-politycznym, jak w śródtytule artykułu „*Na biedzie jak na drożdżach*”, dotyczącym kwestii dzieci wychowujących się po wojnie w rodzinach zastępczych [Pol., 2005, *Bierzmy, toż to dziecko*] lub „Мов на

дріжджах розрослася і гвардія заступників міністрів – із 89 do 143 «ротів» [B3, 2009, *Навіщо 20 українським міністрам 143 заступники?*]; 2) ekonomicznym, jak w przypadku opracowań na temat inwestycji „niepokojące pomruki z Wall Street, gdzie od kilku lat akcje rosły jak na drożdżach” [GW, 1996, *Lipiec na giełdzie*], rozwoju przedsiębiorczości „Polskie firmy rosły wówczas jak na drożdżach” [Wr., 1999, *Kapitał szansy*], udzielania kredytów „Таким чином сума загального кредиту росте як на дріжджах!” [ДзТ, 2012, *Новорічні кредити: будьте пильні!*], czy też 3) historycznym: „Саме за царювання Катерини II Російська імперія територіально зростала як на дріжджах” [ДзТ, 2017, *Висока ціна нашої незалежності*]. Wyrażny obraz zawarty w przytoczonych frazeologizmach pozwala na skontrastowanie go z treścią zawartą w publikacjach i tym samym na dobitne wyrażenie poglądów przez autora. Zestawienie *drożdży/дріжджу* z tekstem opisującym np. zagadnienia ekonomiczne, ma również na celu wywołanie oczywistych skojarzeń u odbiorcy, bazując na jego wiedzy dotyczącej życia codziennego. Oznacza to, że przywołane wyrażenia spełniają tym samym funkcję ekspresywną i aksjologiczną.

Kolejna grupa jest skoncentrowana wokół frazeologizmów, które występują w polskiej wersji, natomiast nie pojawiają się w ukraińskiej publicystyce. Są to frazeologizmy skoncentrowane wokół leksemów *kluski/kluchy*, *burak*, *kania*, np.: *cieple kluski/cieple kluchy*, *czzerwony jak burak*, *łaknąć jak kania dżdzu* – wszystkie spełniają funkcję aksjologiczną i ekspresywną, jak w przypadku tekstu dotyczącego wprowadzenia stanu wojennego w Polsce: „Ale wiem, generałowie byli *cieple kluchy*, zapudłowałiby tylko” [GW, 1998, *13 grudnia*]. Dobór frazeologizmu zawierającego zgrubienie *kluchy* ma na celu jasne wyartykułowanie negatywnej opinii o generałach tamtych lat, a także odczuwanej ironii i lekceważenia wobec nich, spotęgowanych wywołaniem w ten sposób kontrastem. Wyrażenie *łaknąć jak kania dżdzu*, zawiera w swoim znaczeniu element „bardzo” i „bardzo szybko”, co pomaga zwięźle i barwnie wyrazić swoją opinię, jak w przypadku doniesień o remontach dróg: „Modernizacji ronda Zesłańców Syberyjskich warszawscy kierowcy czekają *jak kania dżdzu*” [GW, 2001, *Zaciskanie pasa*] lub tekstach dotyczących wystroju wnętrz „Klienci, spragnieni światła *jak kania dżdzu*, są zachwyceni” [GW, 1997, *Brudne nocy plemię*]. Niezależnie od charakteru publikacji, w której zamieszczono omawiane frazeologizmy, pełnią one wyraźną funkcję ekspresywną, oceniającą z pozytywnym (lub, w przypadku dzieci, negatywnym) zabarwieniem i prowokują do własnych interpretacji, odwołując się do zdroworozsądkowych skojarzeń nimi wywołanych.

W ramach tej kategorii można wyodrębnić jeszcze pięć mniejszych podgrup zorganizowanych wokół leksemów *groch*, *gruszka*, *orzech*, *barszcz*, *grzyb*. Frazeologizmy związane z *grochem*, to przede wszystkim: *grochem o ścianę* (z efemerycznymi wariantami *grochem o prasę/władzę/redaktora*), jak w np.: „(...) oba leki umieszczone są w tzw. pierwszej klasie wskazań według Europejskiego Towarzystwa Kardiologicznego. *Jak grochem o ścianę*” [Pol. 2004, *Raport Polityki*]. Jego użycie w tym kontekście ma za zadanie uwypuklić bezsens podejmowanych wysiłków i niemoc w sprawie uregulowania sytuacji z lekami w obszarze kardiologii, a zatem pełni funkcję ekspresyjną i oceniającą (w tym przypadku – negatywną). Analogicznie sytuacja wygląda w przypadku związków zawierających komponent *gruszka* (*gruszki na wierzbie*, a także z efemeryczną modyfikacją *gruszki na ojczyźnianej wierzbie*). Są one stosowane dla zwiększenia ekspresyjności tekstu, a poprzez zestawienie *gruszek na wierzbie* z sytuacją polityczną w kraju (jak np. w: „Leszek Miller, który w kampanii wyborczej obiecywał *gruszki na wierzbie*, na razie funduje nam zgniłe śliwki rosnące w krzakach” [DZ, 2003, *Przyspieszone wybory?*]) jest przejrzyście negatywną oceną tejże. Zachodzi tu również swoista gra słowna pomiędzy tradycyjnym i uzupełnionym znaczeniem, co jawnie czyni tekst bardziej wyrazistym i barwnym.

Podgrupa frazeologizmów skoncentrowana wokół leksemu *orzech* zawiera tylko jeden związek – *twardy orzech do zgryzienia*, ale o wysokiej frekwencyjności używania, np. w tekstach politycznych: „Moskwa i Pekin będą mieć *twardy orzech do zgryzienia*. Polityczna reorientacja Kirgistanu spowodować może reakcję łańcuchową w sercu Azji” [Pol. 2005, *Scheda po ZSSR*]. Jest tu wykorzystywane tradycyjne znaczenie w celu hiperbolizacji problemu, jaki może wyniknąć dla Rosji i Chin w przypadku zmian politycznych zachodzących w Kirgistanie. Ocena zawarta w tym wyrażeniu ma jednocześnie wpłynąć na osąd odbiorcy, a przypisywane dodatkowe określenia orzecha typu „ciężki”, „szary” mają jeszcze precyzyjniej wyrażać oceny autora i wskazywać kierunek jego myśli.

Kolejną podgrupę stanowią frazeologizmy z komponentem *barszcz: tani jak barszcz*, *dwa grzyby w barszcz* i uaktualnione wersje *za dużo grzybów w barszczu* oraz *cztery grzyby w barszczu*. Ostatnie trzy to wariacje na temat znaczenia `za dużo czegoś` i znalazły zastosowanie w tekstach o tematyce politycznej: „Nie sposób pogodzić polowań na mityczne układy z unijną utratą suwerenności. A kto chce *dwa grzyby w barszcz*, wyjdzie jak na mydle” [Pol., 2007, *Na przykładzie templariuszy*], w którym pełnią rolę podkreślenia absurdalności, wg. autora, pewnych wyborów politycznych, w tym przypadku również poprzez połączenie z kolejnym frazeologizmem. Wyraża dzięki temu bardzo wyraźnie swoje negatywne opinie o danej sprawie, a także ucieka się do perswazji. Z kolei „*Za dużo grzybów w barszczu!*” [DP, 2009, *Za dużo grzybów w barszczu!*], ma za zadanie, w formie tytułu recenzji książki, przyciągnąć czytelników swoją jasną i zrozumiałą obrazowością i grą znaczeń. Ostatnia podgrupa jest po części związana z poprzednią, a koncentruje się wokół leksemu *grzyb* w wyrażeniu *jak grzyby po deszczu* w różnorodnych kontekstach. Wysoka frekwencyjność użycia tego zwrotu świadczy o tym, jak nośne są treści za jego pośrednictwem przekazywane. Element jego znaczenia – `bardzo szybko` – znajduje swoje zastosowanie w tekstach społeczno-gospodarczych, jak np. w artykule dotyczącym następstw powodzi: „A tam, gdzie brakuje doświadczenia, wiedzy fachowej pozwalającej uprzedzać wyrastające *jak grzyby po deszczu* zagrożenia” [Pol., 1997, *Racibórz*]. Wykorzystanie tej jednostki frazeologicznej ma na celu podkreślenie tempa zachodzących zmian i służy ocenie oraz wywołaniu pewnych skojarzeń (funkcja perswazyjna).

Ostatnią kategorię tworzą podgrupy frazeologizmów z komponentami *гречка* i *сало* występującymi w języku ukraińskim, ale nieobecnymi w polskich tekstach. Oba tworzą zaledwie po dwa wyrażenia, o niewysokiej frekwencyjności – są to okazjonalne neologizmy, które mają ubarwić artykuł. Wyrażenia *купувати гречкою* i *передвиборна гречка* są ściśle związane z wyborami i zawierają element negatywnej oceny, a także ubogacają tekst o wyraźnie sformułowaną opinię, np.: „Доки він з'їсть і перетравить *передвиборну гречку*” [ДзТ, 2012, *Чи є партії агентами демократії*]. Frazeologizmy z komponentem *сало* zostały użyte w tekstach o tematyce politycznej. Samo w sobie *сало* w przestrzeni ukraińskiej ma bardzo pozytywne konotacje, jednakże w tym przypadku ocena zawarta w wykorzystanych frazeologizmach jest zdecydowanie negatywna, np.: „Як то кажуть, *ласі до чужого сала*” w przypadku nierzetelnych polityków oraz: „Однак нині таких інвесторів – *як у комара сала*” [ДзТ, 2012, *Фондови недоїдки*] dla podkreślenia jak niewielu jest rzetelnych inwestorów poprzez chęć komparatywne danego związku.

W tekstach publicystycznych zarówno języka polskiego, jak i ukraińskiego, frazeologizmy z komponentem nazywającym jedzenie pełnią specyficzną funkcję. Przede wszystkim znacznie wzbogacają język, ożywiają tekst, podkreślają sprawy istotne dla autora, bądź pozwalają mu lepiej wyrazić swoją opinię. Związki frazeologiczne zawierające podstawowe dla obu nacji produkty żywnościowe, takie jak chleb, sól, mleko, miód, kasza, wykazują się wyższą częstotliwością występowania w tekstach. Należy podkreślić, że ich znaczenia i funkcje pokrywają się w obu językach, a są to przede wszystkim funkcje ekspresywne, perswazyjne, aksjologiczne i fatyczne.

Kolejne grupy, obejmujące frazeologizmy zbudowane wokół takich leksemów jak *barszcz, burak, kluski/kluchy, drożdże, groch, gruszka, kania, grzyb, orzech, grecka, сало* są mniej liczne, w porównaniu do grup skupionych wokół podstawowych produktów a ich użycie jest znacznie ograniczone. Komponenty wykorzystywane w obu językach są również bardziej różnorodne niż w poprzedniej grupie i nie schodzą się między sobą. Znacznie częściej ulegają też efemerycznym modyfikacjom, które mają na celu zapewnienie jeszcze większej precyzji i spójności tekstu. To, co łączy polskie i ukraińskie frazeologizmy tej grupy, to wykonywane funkcje – wyraźne aksjologiczne i dobitnie perswazyjne, które znajdują swoją realizację w tekstach o zróżnicowanej tematyce – od traktujących o polityce, ekonomii, do opisujących sytuacje społeczne.

Należy zauważyć dość zaskakującą rozbieżność pomiędzy szerokim spektrum zasobów frazeologicznych obu języków, a stosunkowo niską różnorodnością w przypadku wykorzystania ich w tekstach publicystycznych. Po polskiej stronie brakuje tych zbudowanych wokół bardzo popularnych w kulturze *piwo, śledź*, a po ukraińskiej *борю, запбюз*. Wynika to z faktu znacznie wyraźniejszej motywacji w przypadku produktów podstawowych i ich głęboko zakorzenionej pozycji w kulturach obu narodów, a dysproporcję w ilości wykorzystywanych związków frazeologicznych można tłumaczyć większym narodowym zamiłowaniem Polaków do rozmów o jedzeniu niż w przypadku Ukraińców, co z kolei powoduje przełożenie realiów tej części życia na język i sposób wyrażania.

Zaproponowana analiza objęła zaledwie część tego obszernego materiału i poruszyła zaledwie kilka aspektów tego istotnego tematu. W przyszłości może stanowić bazę dla dalszych badań i rozszerzeń.

#### Література:

1. Chlebda W., Elementy frazematyki. Wstęp do frazeologii nadawcy. Opole: Łask, 2003.
2. Добровольский Д.О. Сопоставительная фразеология: межъязыковая эквивалентность и проблемы перевода идиом. *Русский язык в научном освещении* № 2 (22). Москва 2011. С. 219–246
3. Kochman S. Studia nad słownictwem i frazeologią słowiańską. *Studia i Monografie* Nr 364. Opole: Uniwersytet Opolski, 2005.
4. Kononenko I. Obraz świata w polskiej i ukraińskiej frazeologii. *Przegląd Środkowo-Wschodni* t. 2/2017. Warszawa: Uniwersytet Warszawski, 2017. S. 119–134.
5. Козяра С., Боровик М. Українська та польська фразеологія біблійного походження. Стан лексикографічних опрацювань. *Науковий вісник Чернівецького університету випуск 678. Романо-слов'янський дискурс*. Чернівці: Видавництво ЧНУ, 2008. С. 11–14.
6. Kukowicz-Żarska K. Funkcje związków frazeologicznych w tekstach doniesień prasy sportowej. *Linguistica Bidgostiana* vol. 7. Bydgoszcz: 2010. S. 133–144.
7. Lewicki A.M., Pajdzińska A. Frazeologia. *Współczesny język polski* / pod red. J. Bartmińskiego, Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2001. S. 315–333.
8. Majkowska G. Funkcje frazeologizmów w tekstach publicystycznych. *Problemy frazeologii europejskiej I* / pod red. A. Lewickiego, Warszawa: Energeia, 1996, S. 40–47.
9. Pajdzińska A. Wartościowanie we frazeologii. *Wartości w języku i tekście* / pod red. J. Puzyniny, J. Anusiewicz, Wrocław: «Wiedza o Kulturze», 1991, S. 15–28.
10. Патен І. Лінгвокультурологічна специфіка фразем на позначення руху (на матеріалі української, російської, польської та англійської мов). *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*, вип. 12. Дрогобич: 2015. С. 162–168.
11. Рогач О.О. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з етнонімами (на матеріалі англійської, російської, української, французької, польської мов): Автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.15 / НАН України. Ін-т укр. мови. Київ, 1999.
12. Słaby-Góral I., Moda językowa na frazeologizmy i idiomy w mediach jako „podtekst” glottodydaktyki. *Acta Univervistas Lodziensis. Kształcenie Polonistyczne Cudzoziemców 17* / pod red. G. Zarzyckiej, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2010. S. 213–222.
13. Szerszunowicz J. Quasi-ekwiwalenty związków frazeologicznych w teorii, frazeografii i translatoryce. *Białostockie Archiwum Językowe*, nr 9. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, 2009. S. 323–346.
14. Ужченко В., Ужченко Д. Фразеологія сучасної української мови. Київ: 2007. С. 7.
15. Устенко Л.Ф. Особливості функціонування фразеологічних одиниць у різних стилях української мови. Наукові записки. Серія «Філологічні науки» (Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя) / від. ред. Г. В. Самойленко. Ніжин : Видавництво НДУ ім. М. Гоголя, 2011. С. 40–44.
16. Narodowy Korpus Języka Polskiego. <http://nkjp.pl/>
17. Korpus Języka Ukraińskiego. <http://www.mova.info/corpus.aspx?11=209>.

#### Список скорочень:

GW – Gazeta Wyborcza, DP – Dziennik Polski, Pol. – Polityka, Wp. – Wprost, Tr. – Trybuna, DB – Dziennik Bałtycki, УП – Українська правда (УП), ВЗ – Високий замок (ВЗ), ДзТ – Дзеркало тижня (ДзТ), УТ – Український тиждень (УТ).