

*Patrycja Pałka*

Uniwersytet Jagielloński, Kraków, Polska

ORCID 0000-0001-6412-414X

## Nazwy wyrobów cukierniczych w dawnym dyskursie reklamowym (z końca XIX i początku XX w.)

**Słowa kluczowe:** pole tematyczne, przełom XIX/XX wieku, reklama, słodycze, słownictwo

**Keywords:** thematic field, turn of the 19<sup>th</sup>/20<sup>th</sup> century, advertisement, sweets, vocabulary

### Wprowadzenie

Dawny dyskurs handlowy, w tym reklamowy<sup>1</sup>, z drugiej połowy XIX i początku XX w. (do roku 1939) jest w polskich badaniach lingwistycznych niewykorzystaną w pełni (zob. Pałka 2022: 35–54; Kwaśnicka-Janowicz, Pałka 2021, Pręczyk-Kisielak 2021: 77–90), a jednocześnie niezwykle cenną poznawczo skarbnicą wiedzy o języku ówczesnej wspólnoty komunikatywnej<sup>2</sup>. W niniejszym artykule skupimy się na opisie

---

<sup>1</sup> Przyjmujemy dwa uzupełniające się sposoby rozumienia **dyskursu**: 1. z uwzględnieniem perspektywy instytucjonalnej, zgodnej z francuską szkołą analizy dyskursu (zob. m.in. Grzmil-Tylutki 2000, 2010), w której wiąże się go z określoną dziedziną życia, ludzką aktywnością, dlatego też dostrzega się w nim instytucję społeczno-językową; 2. z uwzględnieniem podejścia integrującego i holistycznego – zgodnie z propozycją programu badawczego lingwistyki dyskursu według W. Czachura (2020), dla którego dyskurs może być rozpatrywany jako kategoria lingwistyczna, jeśli opisuje się go „z perspektywy interakcyjnych działań językowych oraz tekstów jako form ich manifestowania się i oddziaływania społecznego, a także szerokiego kontekstu społeczno-kulturowego jako czynnika warunkującego tworzenie się znaczeń [...]” (Czachur 2020: 143–144). Uznajemy zatem, iż **dyskurs reklamowy**, idąc za Haliną Grzmil-Tylutki, „znajduje swój wyraz w istniejących formacjach dyskursywnych (dokumentach), które są artykulacją wspólnot je tworzących” (Grzmil-Tylutki 2000: 108). Jest on ściśle powiązany z aktywnością komunikacyjną wspólnoty handlowej, w obrębie której narodził się i rozwijał, stając się jedną z wyspecjalizowanych odmian **dyskursu handlowego** (zob. Pałka 2022: 111–124).

<sup>2</sup> Rozumiemy pojęcie **wspólnoty komunikatywnej** za S. Borawskim, który definiuje ją jako „zespół ludzi pozostających w bezpośrednim lub pośrednim kontakcie dzięki posiadaniu

słownictwa kulinarnego, należącego w ujęciu Małgorzaty Witaszek-Samborskiej do subkategorii semantycznej – nazwy potraw słodkich i deserowych (Witaszek-Samborska 2005: 55–56, zob. też Batko-Tokarz 2021). Kategorię tę będziemy jednak postrzegać nieco szerzej – jako pole tematyczne nazw wyrobów cukierniczych, co zostanie wyjaśnione w dalszej części artykułu, gdyż wiąże się to ściśle z ekscerpcją danych językowych i ze specyfiką wspólnoty tworzącej analizowane teksty. Zaznaczmy jeszcze, że w analizie ograniczamy się do apelatywów, celowo nie uwzględniając również bogatego materiału z zakresu chrematonimii, któremu winien być poświęcony odrębny artykuł. Zdajemy sobie jednak sprawę z płynności granicy między nazwami własnymi (tu: nazwami handlowymi) a pospolitymi, a więc i z trudności w ich wydzieleniu w obrębie nazw pożywienia (zob. m.in. Borejszo 1994, Lech-Kirstein 2019, Rutkiewicz-Hanczewska 2021, Witaszek-Samborska 2005: 26–34). Na materiał źródłowy składają się funkcjonujące w przestrzeni miejskiej Krakowa z końca XIX i początku XX w. formy drukowanych przekazów reklamowych, takie jak cenniki, afisze, ulotki i inseraty przedstawiające ofertę asortymentu cukierniczego popularnych wówczas krakowskich lokali, delikatesów oraz fabryk słodyczy. Zebrany na potrzeby niniejszego artykułu materiał dokumentacyjny jest dowodem intensywnego rozwoju branży spożywczej w Krakowie na przełomie XIX/XX w., a w szczególności interesującego nas cukiernictwa, oraz zmiany przeobrażającego się społeczeństwa, które wraz z rewolucją przemysłową modyfikuje swoje nawyki życia codziennego oraz sposoby funkcjonowania w mieście.

## Zarys historii cukiernictwa w Krakowie

Co oczywiste, tradycja wyrabiania i spożywania słodyczy w Krakowie jest dużo starsza niż koniec XIX w. Jak pisze badacz późnośredniowiecznej kuchni śródziemnomorskiej Rafał Hryszko, historia słodyczy, a więc i cukiernictwa, ściśle wiąże się ze sztuką aptekarską. Słodkie wyroby przyrządzali początkowo farmaceuci, gdyż uznawano je za lekarstwo. Dopiero z biegiem czasu zaczęły być one postrzegane nie jako słodkie leki, lecz zwykłe łakocie i produkt luksusowy. Słodkie wyroby – ich składniki, a także wiedza dotycząca produkcji – przybyły zaś do Europy dzięki Arabom z terenów Bliskiego Wschodu (zwłaszcza z Persji), a swą popularność zyskały w czasach późnego średniowiecza w związku z coraz większym upowszechnianiem się cukru (Hryszko 2016: 382). Na polskim dworze słodycze były obecne już w czasach Jadwigi i Władysława Jagiełły, co wiązało się z ożywionymi u schyłku wieków średnich kontaktami handlowymi kupców z obszarów w obrębie basenu Morza Czarnego (Hryszko 2016: 385–387). R. Hryszko wyróżnia dwa rodzaje słodkich wyrobów farmaceutycznych / słodyczy: 1. wyroby z cukru bądź miodu z dodatkiem przypraw korzennych, o twardej konsystencji, jak draże czy cukierki nadziewane, określane jako *confectes* (lub *confectiones*); 2. wyroby o miękkiej konsystencji, przygotowywane z owoców lub warzyw z dodatkiem miodu czy cukru, przypominające współczesne konfitury albo

---

kodu komunikacyjnego wielostronnie uzgodnionego poprzez kontakt komunikatywny i kulturę, czyli języka służącego mu do porozumiewania się w sprawach warunków bytowania, celów, dążeń, zainteresowań, zagrożeń” (Borawski 2005: 30).

powidła, opisywane jako *electuaria* (Hryszko 2016: 387–390). Tak więc, jak wspomniano wcześniej, średniowieczny wytwórca słodczy był jednocześnie aptekarzem, niczym mistrz Andrzej na królewskim dworze w Krakowie w czasach Jadwigi i Władysława Jagiełły (zob. Hryszko 2016: 392). Zawód cukiernika zaczął się wyodrębniać dopiero w połowie XVI w. Początkowo cukiernictwo nie stanowiło jednak odrębnego rzemiosła i przynależne było do cechu piekarzy (zob. Homola-Skąpska 1996: 44). Dopiero w XVIII w. usilne starania krakowskich pasztetników (mających prawa do wyrobu zarówno produktów z mięsem, jak i ciast oraz innych słodczy), jak również toczący się latami spór między nimi a piekarzami<sup>3</sup> doprowadziły do wydzielenia się odrębnego cechu i zatwierdzenia w 1766 r. przez władze Krakowa statutu zgromadzenia pasztetników, cukierników i traktierników<sup>4</sup>. Druga połowa XVIII i początek XIX w. to również okres, w trakcie którego dochodzi do rewolucji w cukrownictwie za sprawą odkrycia obecności i metody pozyskiwania cukru buraczanego, a następnie otwarcia w 1802 r. na Dolnym Śląsku w Cunern pierwszej na świecie cukrowni produkującej cukier z buraka (zob. Przyrembel 1927: 1). W Galicji taka fabryka została uruchomiona w roku 1823 (Przyrembel 1927: 69; zob. też 67–90), a Kraków i Lwów stały się czołowymi ośrodkami handlu cukrem w połowie XIX w. (Homola-Skąpska 1996: 45). Łatwa dostępność cukru i jego stosunkowo niska cena przyczyniły się do rozkwitu krakowskich cukierni. Irena Homola-Skąpska pisze, że pierwsze cukiernie pojawiły się w mieście pod koniec XVIII w. (np. cukiernia Dominika Wielanda w Rynku Głównym 23), a w połowie kolejnego stulecia było ich już 36 na 20 tys. mieszkańców (Homola-Skąpska 1996: 48, 51). Co ważne, pierwsze cukiernie na ziemiach polskich, nie tylko w Krakowie, lecz także we Lwowie, w Płocku, w Łomży czy w Warszawie, zakładali włoscy Szwajcarzy, wywodzący się głównie z kantonu Gryzonia. Przykładem może być tu choćby, mający właśnie włosko-szwajcarskie pochodzenie, Gaudenty Redolfi, który w 1836 r. przejął cukiernię przy Rynku Głównym 38, należąca wcześniej do Lorenza Paganina Cortesiego. W 1838 r. u Redolfiego zaczął terminować Parys Maurizio, który ostatecznie przejął lokal w roku 1868 (zob. Homola-Skąpska 1996: 51–52; Garlicki 2008: 160). Jak podaje Garlicki: „Chyba żadna z krakowskich cukierni nie zdobyła sobie takiego uznania w oczach klientów jak ta. Stara tradycja firmy, świetne położenie [...], wyśmienite wyroby, godni właściciele, znakomita klientela przyciągająca kolejnych gości – to wszystko składało się na sukces” (Garlicki 2008: 160). Jednym z największych konkurentów „Cukierni P. Maurizio” był przybyły ze Lwowa Jan Michalik, który otworzył w roku 1895 przy ulicy Floriańskiej 46 „Cukiernię Lwowską”, zwaną później „Jamą Michalikową”. Jak wiele innych tego typu lokali w ówczesnym Krakowie cukiernia funkcjonowała w godzinach od 6.00 do 23.00, a J. Michalik znany był w mieście z przyciągania klienteli za pomocą wymyślnych zabiegów reklamowych, np. afisz reklamowy w języku esperanto (b.r., MK D/471/1, 472/1), plakat stylizowany na afisz teatralny spektaklu pt. *Mara i Ada*, czyli „najnowsza sztuka wynalazku

<sup>3</sup> Zob. *Akta komisji wyznaczonej do zbadania sporu między piekarzami a pasztetnikami* [...], 1747–1749.

<sup>4</sup> Zob. *Stanisław August zatwierdza artykuły zgromadzenia pasztetników krakowskich uchwalone przez starszych 30 XII 1765 r* [...], 1766–1778; *Akta zgromadzenia pasztetników, traktierników i cukierników krakowskich*, 1751–1869).

postępowego cukiernictwa – dwa gatunki nowych ciast z doborowemi smakami” (1906, s. 1, MK D/471/1, 472/1), a także charakterystyczne nazwy ciastek, np. *Modrzejewska – krem owocowo pralinowy*, *Paderewski – tort wafłowy kremowy*, *Sobieski – tort wafłowy z marmoladą*, *Halka – krem na winie* (1906, s. 1, MK D/471/1, 472/1). Na koniec tej części artykułu warto wspomnieć o jeszcze jednej znanej krakowskiej wytwórni słodczy, mianowicie fabryce czekolady Adama Piaseckiego, która została założona przy ulicy Szlak 26 w roku 1910 i której powstanie Tomasz Rachwał uważa za początek przemysłu cukierniczego w Krakowie ze względu na rozpoczęcie produkcji „wyróbów czekoladowych na przemysłową skalę” (Rachwał 2001: 199; zob. 199–211). Do najbardziej popularnych wyróbów A. Piaseckiego należały czekolady: *Krakowianka*, *Warszawianka*, *Zdrowia*, *Danusia*, *Jagienka*, *Ligia*, *Halka* itp. Po II wojnie światowej zakład został upaństwowiony i funkcjonuje do dziś pod nazwą „Wawel”.

### Podział tematyczny słownictwa – nazwy wyróbów cukierniczych

W obrębie zgromadzonego materiału leksykalnego z zakresu wybranych do analizy nazw – ekscerpowanych z dawnych tekstów reklamowych (od drugiej połowy XIX w. do roku 1939), w których informuje się o ofercie asortymentu cukierniczego – pożywienia sprzedawanego przez krakowskie fabryki, delikatesy czy cukiernie można wydzielić liczne kategorie (subpola) tematyczne<sup>5</sup>, przynależne, zgodnie z koncepcją M. Witaszek-Samborskiej (Witaszek-Samborska 2005: 55–56), do nadrzędnego pola: potrawy słodkie i deserowe. Nadmienimy, że wewnętrzny podział tego pola różni się od propozycji poznańskiej badaczki kulinariów, co jest efektem tego, że w niniejszej analizie, po pierwsze, mamy do czynienia z innym okresem dziejów polszczyzny niż współczesny język polski, a po drugie – opis dotyczy słownictwa używanego przez określoną wspólnotę (tu: wspólnotę handlową, zawężoną do cukierników) w określonym typie tekstów – w wyspecjalizowanej odmianie dyskursu handlowego, za jaką uznajemy dyskurs reklamowy. Jak pisze bowiem Barbara Batko-Tokarz, powołując się na prace Ryszarda Tokarskiego: „Każde pole to [...] zarazem opis języka, jak również opis określonej społeczności językowej z właściwymi jej tendencjami do opanowania i rozumienia świata pozajęzykowego” (Batko-Tokarz 2019: 111, zob. też Tokarski 2014: 276). Struktura semantyczna interesującego nas kręgu tematycznego wygląda więc następująco:

#### 1. Słodyczne

słownictwo ogólne: *cukry*, *łakoć* (zwykle w lm), *wyrób cukierniczy* (zwykle w lm)

##### 1.1. Ciasta i ciastka

słownictwo ogólne: *ciastko*, *ciasto*, *placek*; *wyroby wafłowe*

słownictwo szczegółowe: *albert*, *andrucik*, *andrut*, *biszkopt*, *całusek* (*piernik*), *chrust*, *faworki*, *hatłamajki* (*pączki*), *herbatnik*, *kostka* (*wiedeńska*), *krajanka*, *paluszek*, *pasyans*,

<sup>5</sup> Na temat klasyfikacji tematycznej słownictwa kulinarnego zob. Batko-Tokarz 2019, 2021; Witaszek-Samborska 2005, 2009.

*pączek petit-fours / petit fourts / petifours, piernik, precelek, śmietankówka, wafel, wafelek; baba, keks, kołacz, makaronik, miodownik, piernik, piramida, przekładaniec, serowiec, strucla, szarlotka, tort; delty, neapolitanki, orzechówki (wafle)*

## 1.2. Desery

słownictwo ogólne: *desert*

słownictwo szczegółowe: *blamanż/blamange, bomba, galareta, galaretka, krem, legumina, lody*

## 1.3. Cukierki

słownictwo ogólne: *cukierek, cukry*

słownictwo szczegółowe: *brylant, dragées, drops, grylażek?* (poświadczona forma: *grylażki*), *irys, karmelek, landrynka, pastylka, raczek, rolka*

## 1.4. Wyroby czekoladowe

słownictwo ogólne: *czokolada/czokolada, czekoladka/czokoladki*

słownictwo szczegółowe: *pomadka, pralina; baton (czekoladowy), batonik, blok, fantazyjka* (zwykle lm), *łom (czekoladowy), neapolitanka* (zwykle lm), *wybijanek?* (poświadczona forma: *wybijanki*); *marcepanik; kocie języki (czekoladki)*

Wyjaśnienia wymaga w tym miejscu kilka kwestii. Pierwszą z nich jest zakwalifikowanie hiperonimu *cukry* zarówno do nadrzędnego podpoła 1. słodycze, jak i do kategorii 1.3. cukierki. Jest to konsekwencja zanotowanych użyć tego wyrazu w badanych tekstach, w których pojawia się on w dwóch znaczeniach<sup>6</sup>. Pierwsze to 'słodkie wyroby, wyroby cukiernicze' – stosowane na przykład w nazwach firm, takich jak: „Cukiernia Lwowska i Fabryka **Cukrów** Warszawskich Jana Michalika” (ulotka reklamowa, 1901), „Parowa Fabryka **Cukrów** Deserowych A. Nowińskiego w Krakowie” (cennik, b.r.) oferujących różnego rodzaju słodycze, jak czekolady, czekoladki, karmelki, pastylki, ciastka, ciasta itp. Potwierdzenie tego znaczenia – 'różne słodkie wyroby' – stanowią także użycia leksemu *cukry* w strukturze całego tekstu reklamowego, np. „CUKIERNIA LEONARDA MALIKA w Krakowie [...] poleca Szanownej Publiczności **CUKRY** DESEROWE w rozmaitych gatunkach, karmelki, czekoladki, ciasta codziennie świeże, herbatniki itp.” („Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 63, 1894, s. XXXII). W tekście cennika wymienionej powyżej fabryki Nowińskiego odnajdujemy również podobne poświadczenia, gdyż w wyliczeniu oferowanego zestawu słodkich wyrobów podaje się w dziale „Kombinacje według gustu”: „Pudełko **cukrów**, mieszane”, „Pudełko **cukrów**, same czekoladki”, „Pudełko **cukrów** Bomby, pralinki i Brylanty” (cennik „Parowej Fabryki [...] Nowińskiego w Krakowie”, b.r., s. 6). Co ważne, w tym samym źródle wyraz *cukry* został użyty jednocześnie w znaczeniu drugim, zawierającym zakres semantyczny nazwy, która denotuje już tylko konkretne wyroby

<sup>6</sup> Słowniki z drugiej połowy XIX i początku XX w. notują leksem *cukry*, podając następujące definicje: „w lm. przysmaki z cukru, cukierki, słodycze, konfekty” (SW, t. 1: 354), „błp. łakotki, przysmaki cukrowe” (SWil: 178).

cukiernicze, tj. cukierki – „prysmaki zaprawiane cukrem” (SW, t. 1: 354). W pierwszym dziale cennika zaraz po *karmelkach*, *cukierkach miętowych*, *pastylkach*, *pomadkach* pojawiają się bowiem: „**cukry** z południowych owoców suchych glazurowane w karmel, **cukry** orzeźwiające” (cennik „Parowej Fabryki [...] Nowińskiego w Krakowie”, b.r., s. 2). Podobnie w reklamie prasowej „Cukierni P. Maurizio dawniej Redolfi w Krakowie” poleca się m.in. „Francuskie **cukry** gumowe na kaszel” („Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 58, 1889, s. XXVIII).

**CUKIERNIA  
LEONARDA MALIKA**

w Krakowie, ul. Grodzka Nr 47  
(naprzeciw kościoła św. Piotra)  
polecia Szanownej Publiczności

✦ **CUKRY DESEROWE** ✦

w rozmaitych gatunkach, **karmelki**,  
**czekoladki**, **ciasta** codziennie świeże,  
**herbatniki**, itp., jakoteż **wódki**, **likie-**  
**ry** krajowe i zagraniczne, **cognac** zna-  
komity, **malagę** i **maderę**.

Przyjmuje również zamówienia na  
**torty**, **piramidy**, **kolacze cukrowe**,  
**ciasta świąteczne**, tak w miejscu jak  
i na prowincyi

po cenach nader umiarkowanych  
i uskutecznia takowe najpunctualniej.

**KAWA, HERBATA, CZOKOLADA**  
o każdej porze. 117

CENNIK CUKIERKÓW			
Nr.			Zł
310.	Rollki cytrynowe	30 szt.	5-10
311.	„ malinowe	30 „	5-10
312.	„ miętowe	30 „	5-10
<b>DROPSY</b>			
3050.	Tuti-Fruti	1 „	3-—
3051.	Nektar	1 „	3-—
3052.	Miętowe białe	1 „	3-20
<b>NADZIEWANE</b>			
3100.	Figurki	1 „	3-10
3101.	Owoce szwajcarskie	1 „	3-10
3102.	„ rajske	1 „	3-10
3103.	„Podhalanki“	1 „	3-10
3104.	„Tatrzańskie“	1 „	3-10
3105.	Brylanty	1 „	3-10
3106.	„ miodowe	1 „	3-10
3107.	„ słodowe	1 „	3-10
3108.	„ malinowe	1 „	3-10
3109.	Atlasówki	1 „	3-10
3110.	Marynarskie	1 „	3-10
3113.	Maliny	1 „	3-10

Ceny cukierków z puszką brutto za netto.

O przyjęciu zamówienia decyduje firma, która zastrzegła sobie ewentualne zmiany tak ilościowo jak i gatunkowo przy wykonaniu zamówienia.

Ceny bez zobowiązania ważne według cen fabrycznych w dniu wysyłki towaru.

Towaru zamówionego nie przyjmuje się z powrotem ani do zamiany.

Ilustracja 1. Reklama prasowa cukierni L. Malika (po lewej) oraz cennik wyrobów czekoladowych w fabryce „Optima” S.A.” (po prawej).

Źródło: „Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 63, 1894, s. XXXII (reklama cukierni L. Malika), 1930, s. 6, 8 (cennik fabryki „Optima” S.A.”).

Po drugie w zaproponowanym podziale tematycznym nazw słodczy *czekoladka* nie została zaliczona do kategorii cukierków, jak u M. Witaszek-Samborskiej (2005: 57), lecz do wydzielonego odrębnie podpola – 1.4. wyroby czekoladowe. Lekssem *cukierek*, będący hiperonimem w stosunku do wyrazów z podpola 1.3., m.in. takich jak: *brylant*, *dragées*, *drops*, *irys*, *karmelek*, *landrynka*, *pastylka*, jest tu rozumiany w sposób zgodny z definicjami proponowanymi przez ówczesne słowniki z drugiej połowy XIX i początku XX w. jako „łakotek cukrowy” (SWil: 178) czy „prysmak, zaprawiony cukrem, konfekt” (SW, t. 1: 354). Tak więc znaczenia wyekscerpowanych z badanych tekstów jednostek leksykalnych, reprezentujących kategorię tematyczną 1.3. cukierki, mają wspólny sem ‘wykonanie z cukru z dodatkami’, np. *cukierki ślazowe*,

*cukierki miodowo-ziółowe od kaszlu, cukierki miętowe, cukierki miętowe suche; cukierki angielskie, słodowe, czekoladowe.* Z kolei leksemy zaliczone do subpola 1.4. wyroby czekoladowe pozostają w relacji hiponimicznej względem wyrazów *czekolada* lub *czekoladka*, czyli w swej semantyce zawierają jako prototypowy element znaczeniowy 'wykonanie z czekolady', np. *pomadka*<sup>7</sup>, *pralina; baton, batonik, blok*. Co więcej, wyróżnienie oddzielnej subkategorii tematycznej dla wyrobów czekoladowych jest ważne zwłaszcza wtedy, gdy weźmie się pod uwagę perspektywę nadawców analizowanych przekazów reklamowych – cukierników, właścicieli delikatesów i fabryk sprzedających wyroby cukiernicze, w tym czekoladowe. Towary te cieszyły się bowiem na początku XX w. ogromnym powodzeniem wśród klientów, co w połączeniu ze wzrostem liczby ludności i z rozwojem Krakowa skłoniło Adama Piaseckiego „do rozpoczęcia w 1910 r. produkcji fabrycznej na skalę przemysłową” (Rachwał 2001: 200), o czym pisano już wcześniej. W wyniku licznych inwestycji firma „A. Piasecki S.A. Kraków” w roku 1914 produkowała już:

1500 kg wyrobów dziennie. W produkowanym asortymencie było 13 gatunków czekolady nadziewanej, 11 twardej, 3 mlecznej, 18 gatunków karmelków twardych, nadziewanych i oblewanych czekoladą, galanteria czekoladowa, pralinki [...]. Produkowano także śliwki i wiśnie w czekoladzie oraz różnego rodzaju figurki, cygara, papierosy wykonane z czekolady” (Rachwał 2001: 201).

Zjawisko to udokumentowane jest również przez licznie reprezentowane w zebranym materiale źródłowym połączenia wyrazowe z leksemami *czekolada* i *czekoladka*, np.:

*czekolada deserowa, gorzka, tabliczkowa, zwyczajna; czekolada tatrzańska, czekolada zakopiańska mleczna; czekolada cytrynowa, gorzka, kawowa, kawowo-mleczna, kuchenna, mleczna, orzechowa, śmietankowa, wanilowa/waniliowa; czekolada z całymi migdałami pakowana w celofanie itp.*

*czekoladki deserowe; likworowe, masowe, owocowe, pomadkowe; czekoladki sztukowe; czekoladki nadziewane pomadką malinowe (poziomkowe, morelowe, pomarańczowe, pączkowe, maraschinowe), czekoladki nadziewane likierami (masami, grylaż, twarde), czekoladki nadziewane grylarz twarde; czekoladki pralinowe, czekoladki nadziewane wyborowemi kremami, śmietankowe lub owocowe itp.*

I wreszcie po trzecie w zaproponowanym podziale semantycznym słownictwa z kręgu tematycznego – potrawy słodkie i deserowe – brakuje pomniejszych subpól, które w ujęciu M. Witaszek-Samborskiej należą do innych pól niż potrawy głównych kategorii semantycznych, mianowicie: produkty i przetwory spożywcze (składniki potraw i napojów) oraz napoje (zob. Witaszek-Samborska 2005: 41–52, 58–61). Specyfika

---

<sup>7</sup> Na temat trudności związanych z definiowaniem leksemu *pomadka* ('cukierek' czy 'czekoladka') w dawnym dyskursie handlowym – zob. Kwaśnicka-Janowicz, Pałka 2021.

zebranego na potrzeby niniejszego artykułu materiału językowego, a zwłaszcza sposób jego prezentacji w przekazie reklamowym, umożliwi, naszym zdaniem, odmienny sposób klasyfikacji tematycznej. Dlatego proponujemy poszerzenie zakresu nadrzędnego pola tematycznego o nazwy wyrobów cukierniczych, rozumianych jako słodkie potrawy oraz jako dodatki do nich, półprodukty oraz napoje<sup>8</sup>.



Ilustracja 2. Reklama prasowa cukierni Rehmana i Hendricha.

Źródło: „Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 58, 1889, s. XI.

Do zaproponowanego powyżej podziału tematycznego słownictwa przypisanego do kategorii nazw wyrobów cukierniczych, w tym potraw słodkich i deserowych, dodajemy zatem następujące subpola:

### 1.5. Wyroby z owoców

słownictwo ogólne: *owoc (owoce kandyzowane, smażone)*

słownictwo szczegółowe: *ananas, krążek ananasowy, skórka pomarańczowa; wiśnie (w koniaku); kompot, konfitura, marmolada*

### 1.6. Słodkie produkty i przetwory – składniki słodkich potraw

słownictwo szczegółowe: *kuwertura, lukier, masa/massa; miód; cacao w proszku, kakao proszkowe, czekolada proszkowa; migdały, orzeszki w czekoladzie*

### 1.7. Napoje

#### 1.7.1. Napoje bezalkoholowe

słownictwo ogólne: *chłodnik, napój*

słownictwo szczegółowe: *sok; czekolada; herbata kakaowa*

<sup>8</sup> Barbara Batko-Tokarz wyjaśnia, że autorzy klasyfikacji tematycznych słownictwa nie podchodzą do kategorii napoje w ten sam sposób: „Widać wyraźnie, że w niektórych podziałach wyodrębnia się też w nazwie pola *napoje, picie*, które w ten sposób wydziela się niejako z grupy jedzenia, traktując je tym samym jako odrębną kategorię [...]. Często jednak napoje traktowane są w sposób oczywisty jako jedna z podgrup jedzenia (czyli niezaznaczana w nazwie pola, a widoczna w podpolach czy w materiale językowym)” (Batko-Tokarz 2021: 22).

### 1.7.2. Napoje alkoholowe

słownictwo ogólne: *cognac/koniak, nalewka, likier, rum, wino, wódka, krupnik*

słownictwo szczegółowe: *malaga, madera*

Tak szeroko ujmowana kategoria odzwierciedlona jest zarówno w ofercie asortymentu cukierniczego w tekstach reklamowych, jak i w tradycji związanej z produkcją słodczy oraz z ich pochodzeniem. Dopisane bowiem subpole tematyczne 1.5. wyroby z owoców nawiązuje do wspomnianej na wstępie znanej w dawnej Polsce z przełomu XIV/XV w. tradycji wytwarzania z owoców (względnie warzyw czy ziół) słodkich, mających miękką konsystencję smakołyków z dodatkiem miodu bądź cukru, określanych jako *electuaria* (Hryszko 2016: 389–390). Te słodczyce w późniejszych wiekach zaczęto nazywać *konfektami* (zob. SPXVI, t. X: 530), które w opracowaniu słownikowym do wydania rękopisu receptur z XVII w. pt. „Moda bardzo dobra smażenia różnych konfektów...” tak definiują Jarosław Dumanowski i Rafał Jankowski:

w znaczeniu ogólniejszym słodczyce, konserwowane w cukrze różne składniki, owoce lub zioła, a także płatki róży smażone w cukrze, miodzie lub zaprawione słodkim sokiem; w dawnej polskiej kuchni podstawa wielu deserów i wyrobów cukierniczych. W sensie węższym konfekt był czasem odróżniany od konfitur, od których był twardszy i gęstszy; niekiedy nazywany konfiturami suchymi (Dumanowski, Jankowski, wyd. i oprac., 2011: 222).

Choć leksem *konfekt* nie został zanotowany w zgromadzonym materiale językowym, to na pewno był on znany współczesnym, co potwierdzają ówczesne leksykony: SWil – „Konfekt, u. [...] 1) przyprawa aptekarska gęsta, elektuarz. 2) = przyprawa cukiernicza, ob. Konfitura” (SWil: 517); SW: „Konfekt, u, Im. y 1. a. Elektuarz przyprawa aptekarska gęsta, powidełka, słodczyce, lekarstwo gęste. 2. a. w Im. a. X Konfekcja cukier, konfitura, cukry, owoce smażone w cukrze: K. z róży” (SW, t. II: 436).

Rozbudowane tematycznie pole – nazwy wyrobów cukierniczych – wskazuje jednocześnie na to, co zgodnie z prawem mogli wytwarzać ówcześni cukiernicy. W „Dzienniku praw wolnego miasta Krakowa” z 26 maja 1843 r. cechowi cukierników, jak wyjaśnia Irena Homola-Skąpska, zagwarantowano „prawo wyrabiania i sprzedaży «wszelkich ozdobnych cukrów i ciast cukrowych» oraz smażonych owoców, tortów, lodów, czekolad i karmelków. Ponadto mogli wyrabiać «napoje chłodzące lub rozgrzewające», w tym także alkohole typu likier czy poncz, „ale musieli posiadać na to osobne zezwolenie od władz miejskich” (Homola-Skąpska 1996: 47, zob. też Pręczyk-Kisielak 2021: 81).

### Nazwy wyrobów cukierniczych w dawnym dyskursie reklamowym – słownictwo rodzime i zapożyczone

Wyniki badań M. Witaszek-Samborskiej pokazują, że w strukturze słownictwa kulinarnego zapożyczenia (łącznie z derywatami) „stanowią prawie połowę obecnych we współczesnej polszczyźnie nazw potraw, napojów i ich składników. Nie dziwi to,

gdy uświadomimy sobie fakt, że «kuchnia polska» to [...] efekt wielowiekowej interferencji i wzajemnego wzbogacania się rozmaitych kultur kulinarnych” (Witaszek-Samborska 2005: 78). Nazwy słodkich potraw i napojów, wyekscerpowane ze zgromadzonych źródeł, również potwierdzają znaczny udział leksyki przejętej z języków obcych. Poza wyrazami rodzimymi, stanowiącymi dziedzictwo prasłowiańskie, jak *ciasto, kołacz, napój*<sup>9</sup>, *miód, orzech, owoc, sok* (Witaszek-Samborska 2005: 100, za: Lehr-Spławiński 1954), lub leksemami utworzonymi na gruncie polszczyzny za pomocą różnych technik derywacyjnych, np. *pączek, paluszek, raczek, krajanka, nalewka, wódka, chłodnik, piernik, miodownik, przekładaniec, serowiec*, analizowany materiał językowy obfituje bowiem w zapożyczenia (pożyczk formalnosemantyczne oraz derywaty od nich) – zwłaszcza z języka francuskiego, np. *blamanż/blamange, desert, dragées, cognac/koniak, faworki, grylażki, karmelek, kompot, konfitury/konfitura, krem, kuwertura, likier, makaronik*<sup>10</sup>, *marmolada, pastylka, petit-fours / petit fours / petitfours, pomadka*<sup>11</sup>, *pralina, szarlotka*, następnie z języka niemieckiego, np. *andrut, andrucik, cukierek, cukry*<sup>12</sup>, *galareta*<sup>13</sup>, *galaretka, placek, strucla, tort*,

<sup>9</sup> Wyrazu tego jako pochodzącego z języka prasłowiańskiego nie podaje za Tadeuszem Lehrem-Spławińskim (1954) M. Witaszek-Samborska (2005: 100), ale Przemysław Dębowski, Bogumił Ostrowski, Beata Raszevska-Żurek, Jadwiga Waniakowa – autorzy informacji etymologicznej w WSJP PAN – piszą: „psł. \*napořь ‘pojenie, napojenie’. Forma prasłowiańska jest rzeczownikiem odczasownikowym od \*napiti, napić, \*napojiti ‘dać pić, zaspokoić pragnienie’; zob. pić, poić” (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/15168/napoj/2019582/plyn>, dostęp: 17.01.2024).

<sup>10</sup> M. Witaszek-Samborska pisze w haśle *makaronik* w znaczeniu ‘ciasteczko z mielonych migdałów z dodatkiem cukru i białek’, że jest to leksem notowany w opracowaniu A. Bochnakowej na temat terminów kulinarnych romańskiego pochodzenia pod hasłem *makaron*, według tej badaczki jednak „brak tego znaczenia we wł., ale jest w wielu językach europejskich” (Witaszek-Samborska 2005: 292, za: Bochnakowa 1984). Natomiast w WSJP PAN w haśle *makaronik* ‘ciastko’ podaje się jako bezpośrednie źródło pożyczki język francuski oraz możliwe drogi przejścia tego wyrazu do polszczyzny: „fr. (dawne) macaron ‘ciastko migdałowe’ z wł. macarone. Możliwe też zapożyczenie z niem. (der) Makrone lub ang. makaroon – oba w znaczeniu ‘ciastko migdałowe’” (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/101091/makaronik/5243874/ciastko>, dostęp: 17.01.2024). Uznajemy zatem za WSJP PAN, iż *makaronik* ‘ciastko’ to zapożyczenie francuskie.

<sup>11</sup> Derywat od zapożyczenia właściwego *pomada*, pochodzącego według różnych opracowań z francuszczyzny (fr. *pommade* w zn. ‘polewa’, zob. Witaszek-Samborska 2005: 338, Bochnakowa, red., 2012: 270). Agata Kwaśnicka-Janowicz i Patrycja Pałka argumentują z kolei: „może powinniśmy przyjąć, że łącząc się genetycznie z północnowłoskim *pomata* ‘krem’ [pomada – dop. P.P.], została zapożyczona z języka włoskiego do polszczyzny już w II połowie XVI wieku” (Kwaśnicka-Janowicz, Pałka 2021: 223 i dalej).

<sup>12</sup> Autorzy informacji etymologicznej podają w WSJP PAN: *cukier* „śr.-w.-niem. zucker”, „wł. zuccher z ar. sukkar”; leksem ten bezpośrednio został zapożyczony więc do polszczyzny ze średnio-wysoko-niemieckiego, ale istnieją także pośrednie źródła tej pożyczki – we włoskim i arabskim (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/11120/cukier/5080031/do-herbaty>, dostęp: 17.01.2024).

<sup>13</sup> Wyraz o niepewnym pochodzeniu: WSJP PAN podaje „może niem. Gallerte” (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/20818/galareta/2094717/miesna>, dostęp: 17.01.2024), a M. Witaszek-Samborska – „niem. Gallerte, może łac. (caro) galerita” (Witaszek-Samborska 2005: 240).

wafel, wafelek, z języka włoskiego, np. *czokolada/czokolada*<sup>14</sup>, *czokoladka/czokoladki*, *marcepanik*<sup>15</sup>, z angielszczyzny, np. *albert*, *drops*, z języka hiszpańskiego, np. *cacao/kakao*, a także z języka rosyjskiego, np. *landrynka*. W badanym słownictwie odnaleźć można również leksemy opisywane w słownikach jako pożyczki z łaciny, np. *biskopt*, *herbatnik*<sup>16</sup>, *irys*, *migdał* (zob. WSJP, Witaszek-Samborska 2005: 201, 252, 255, 301). Odnotujmy, że również wyraz *wino* stanowi przykład zapożyczenia z języka łacińskiego (łac. *vīnum*), ale dokonanego jeszcze na gruncie prasłowiańszczyzny<sup>17</sup> (psł. \*vino, zob. Boryś 2008: 701).

Wyliczone w obrębie zgromadzonych nazw wyrobów cukierniczych zapożyczenia są świadectwem wielowiekowych kontaktów językowych i wpływu na ten krąg tematyczny słownictwa polskiego zjawisk zewnątrzjęzycznych, takich jak choćby trwająca od XVII w. moda na kuchnię francuską, migracja cukierników włosko-szwajcarskiego pochodzenia na ziemie polskie oraz zagraniczne wędrówki odbywane przez polskich czeladników, chcących zostać członkami cechu cukierników:

Aby zostać majstrem i członkiem cechu, czeladnik musiał przedstawić zaświadczenie o odbyciu wędrówki, która była starym zwyczajem, mającym na celu zapoznanie się ze stanem zagranicznego cukiernictwa. Wędrówka trwała około dwóch lat, czasem nawet do czterech, polscy czeladnicy odbywali ją głównie w Prusach lub monarchii habsburskiej, ale byli i tacy, którzy docierali nawet do Francji (Homola-Skąpska 1996: 47–48).

<sup>14</sup> W WSJP PAN za język bezpośredni uznaje się hiszpański (hiszp. *chocolate*), a pośredni – włoski (wł. *cioccolata*) (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/20812/czokolada/1969690/kostka>, dostęp: 17.01.2024). Z kolei M. Witaszek-Samborska (2005: 225) za A. Bochnakową (1984) traktuje ten wyraz jako zapożyczony z języka włoskiego.

<sup>15</sup> Badacze opowiadają się z reguły za pochodzeniem włoskim leksemu *marcepan*, jednocześnie wskazując na to, że możliwe jest, iż leksem ten wszedł do polszczyzny za pośrednictwem języka niemieckiego (Witaszek-Samborska 2005: 295). W WSJP PAN podaje się: „niem. Marzipan z wł. marzapane. Pierwotnym źródłem jest być może ar. marrerwo od nazwy miejscowości Martaban w Birmie” (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/72475/marcepan/5185339/masa>, dostęp: 17.01.2024).

<sup>16</sup> *Herbatnik* od *herbata* – n.-łac. herba thea (Witaszek-Samborska 2005: 252). „Pierwotnie była to nazwa handlowa herbaty (z łac. *herba* ‘zioło’, hol. *thee* i z tego n.-łac. *thea* ‘herbata’); jako pierwsi (na pocz. XVII w.) przywieźli ją z Chin do Europy Holendrzy” (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/15163/herbata/1949148/napoj>, dostęp: 17.01.2024).

<sup>17</sup> Autorzy informacji o pochodzeniu w WSJP PAN dopuszczają dodatkową możliwość, jaką jest pośrednictwo germańskie: „Ze względu na adaptację wyrazu prasłowiańskiego zgodnie z paradygmatem \*-o-tematowym rodzaju nijakiego dopuszcza się możliwość pośrednictwa germańskiego (por. pragerm. \*wīnan- ‘wino’ r.n.; rodzaju nijakiego były także kontynuanty: gocki, staroangielski i najprawdopodobniej starosaksoński). Nie można jednak wykluczyć czynników wewnętrznych, tj. oddziaływania bliskiego semantycznie rzeczownika \*pivo ‘napój; piwo’ albo wyrazów z przyrostkami \*-no (np. \*bagno, \*stegno ‘udo’, \*lono, \*vĕno (< \*vĕd-no) ‘wiano’) oraz \*-ŋno (np. \*okŋno, \*tolkŋno, \*volkŋno)” (zob. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/50271/wino/5165997/napoj>, dostęp: 17.01.2024).



Ilustracja 3. Reklama „Cukierni P. Maurizio”.

Źródło: „Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 79, 1910, s. 11.

Warto jeszcze wspomnieć, że w opisywanym w artykule słownictwie kulinarnym znajdują się jednostki, które mają współcześnie – a być może też miały w jakimś stopniu dawniej – charakter regionalny. Są to leksemy, które były notowane w analizowanych źródłach z przełomu XIX i XX w. w tzw. cracovianach i zostały potwierdzone w najnowszych badaniach nad regionalizmami krakowskimi:

*andrut*, *andrucik* ‘cienki, łamliwy płat delikatnego ciasta, często z charakterystyczną fakturą, który może być przekładany słodką masą, gdy ma kształt płaski, lub wypełniony lodami czy kremem, jeśli uformowany jest w kształcie różka, rurki itp.’ (za: Ochmann, Przybylska, red., 2019: 79);

*chrust* ‘kruche ciastka w kształcie pofalowanych, poskręcanych wstążek, smażone w dużej ilości tłuszczu, zwykle w czasie karnawału’ (za: Ochmann, Przybylska, red., 2019: 118); *makaronik* ‘kruche ciasteczko przyrządzane z białek jaj kurzych, cukru i zmieszanych migdałów, zwykle przekładane kremem lub konfiturą’ (za: Ochmann, Przybylska, red., 2019: 225);

*precelek* ‘mały precel’ – ‘to samo co obwarzanek’ lub ‘wyrób z ciasta wykonywanego z mąki pszennej z dodatkiem między innymi tłuszczu, drożdży i wody, skręcony w kształt przypominający cyfrę 8 [...]’ (za: Ochmann, Przybylska, red., 2019: 272);

*serowiec* – ‘ciasto, którego głównym składnikiem jest masa – z białego sera’ (za: Ochmann, Przybylska, red., 2019: 289).

Do grupy tej zaliczamy także *pomadkę* ‘czekoladkę z nadzieniem’, której regionalny (krakowski/galicyjski) charakter starały się udowodnić Agata Kwaśnicka-Janowicz i Patrycja Pałka (2021).

## Kulinarne zestawienia i kolokacje

Na koniec niniejszego artykułu przedstawimy wyniki analizy kolokacji, w których zostały użyte funkcjonujące w dawnym dyskursie reklamowym interesujące nas nazwy wyrobów cukierniczych (będące ośrodkiem tychże kolokacji). Sposób przedstawienia danych językowych zaczerpnięty jest wprost z koncepcji M. Witaszek-Samborskiej (2005: 123–166). Zaznaczmy, iż wielu z cytowanych tu kombinacji słów nie można traktować jako przykładu na analityczność nominacji kulinarnej, przejawiającej się w formie wielocłonowych nazw pożywienia. Są to bowiem połączenia wyrazowe o różnym stopniu zespolenia składników – zwykle związki luźne, ewentualnie łączliwe. Celem poniższego opisu nie jest więc rozstrzygnięcie, co konkretnie wchodzi w zakres nazwy jako jednostki nieciągłej. Chodzi o ukazanie obrazu kolokacyjnego analizowanej kategorii semantycznej nazw i wydobywanie tego, czemu miały służyć rozmaite, często bardzo rozbudowane połączenia wyrazowe w badanych tekstach reklamowych.

### 1. Nazwy materiałowe – wskazujące na składniki wyrobu (różnego rodzaju surowce i dodatki)

połączenia z przymiotnikiem w prepozycji: *wanilowa i śmietankowa* czekolada zdrowia *specjalnie dla dzieci*;

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *paluszki anyżowe*; krem, łom *czekoladowy*; cukierki, pasyanse, wafelki *czekoladowe*; pomadki miętowe *czekoladowe*; czekolada *cytrynowa*; rolki *cytrynowe*; przekładańce *figowe*; herbatniki *grylarzowe*; cukry *gumowe*; masa *kakaowa*; owoce *karmelowe*, czekolada *kawowa*, *kawowo-mleczna*; wafelki *kawowe*; przekładańce *konfiturowe*; czekolada *kremowa*; bomby, karmelki *kremowe*; czekoladki *likworowe*; miód *lipowy*; bomby *lodowe*; herbatniki *makaronikowe*; nalewka *malinowa*; brylanty, dropsy, rolki *malinowe*; tort *marcepanowy*, herbatniki *marcepanowe*; baton *marcypanowy*; stangle *marcypanowe*; czekoladki *masowe*; czekoladki nadziewane pomadką *maraschinowe*; cukierki, dropsy, paluszki, pomadki, praliny, rolki *miętowe*; pastylki *miętowe* pomadkowe; pomadki *miętowe* czekoladowe; masa *migdałowa*; herbatniki *migdałowe*; tort *migdałowo-kremowy*; brylanty *miodowe*; cukierki *miodowo-ziółowe*; czekolada, kuwertura *mleczna*; bloki, neapolitanki *mleczne*; czekoladki nadziewane pomadką *morelowe*; czekolada *orzechowa*, *orzechowa mleczna*; krajanki *owocowo-czekoladowe*; krem *owocowy*; nalewka *owocowa*; herbatniki, przekładańce, wafelki; dropsy, karmelki; czekoladki; galarety, galaretki *owocowe*; czekoladki nadziewane pomadką *pączowe*; herbatniki *piankowe*, herbatniki *piernikowe*; lukier *pomadkowy*; czekoladki, pastylki *miętowe* pomadkowe; czekolada *pomarańczowa*; przekładańce, czekoladki nadziewane pomadką *pomarańczowe*; czekoladki nadziewane pomadką *poziomkowe*; krem *pralinowy*; herbatniki *pralinowe*; przekładańce *różane*; baton *rumowy*; czekolada *rumowa*; krem; czekolada *śłodowa*; brylanty, cukierki, dropsy *śłodowe*; ciasto *strudlowe*; torty *sufłowe*; cukierki *ślazowe*; czekolada *śmietankowa*; irysy; czekoladki *śmietankowe*; tort *wafłowo-kremowy*, *wafłowo-owocowy*; krem; blok *waniliowy*; czekolada *wanilowa*; herbatniki, paluszki, pasyanse *waniliowe*; nalewka *wiśniowa*; czekoladki sztukowe kostki *wiśniowe*

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowych: a) {coś} w {czymś}: *herbatniki, keks; skórki pomarańczowe; orzeszki, migdały w czekoladzie; wiśnie w koniaku*; b) {coś} z {czegoś}: *hiszpańskie leguminy z bitej śmietany, masa z kokosowych/palonych orzechów; cukry z południowych owoców suchych*; c) {coś} z {czymś}: *tort z ananase; pomadki miętowe z galaretką; paluszki z masą migdałową i orzechową; czekolada z (całymi) migdałami/orzechami/rodzynkami/wanilią; tom czekoladowy z orzechami*

## 2. Nazwy określające sposób przyrządzania potrawy (aspekt techniczny)

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *pastylki konserwowe*

połączenia z imiesłowem przymiotnikowym biernym w postpozycji: *ananas glazurowany pomadką, cukry z południowych owoców suchych glazurowane w karmel; owoce kandyzowane; karmelki karmelowane; kremy; czekolady mrożone; cacao odtłuszczone; placek królewski przekładany; przekładane pierniki konfitury;*

*cukierki, dropsy, karmelki; pomadki owocowe nadziewane; nie nadziewane karmelki kwaśne; pierniki nadziewane owocami i masami; pomadki nadziewane kremami/masami/masami/owocami; czekoladki nadziewane wyborowemi kremami/likierami/masami/pomadką; bomby „Fin de siècle” nadziewane kremami i koniakiem; marmolady angielskie surowo prasowane orzeźwiający „dżemsy”; owoce smażone francuskie / własnego wyrobu;*

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowych: {coś} bez {czegoś}: *alberty bez żadnych sztucznych tłuszczów*, {coś} na {czymś}: *alberty na świeżym maśle; pierniki na prawdziwym miodzie; paluszki słone wyborowe na śmietanie; krem na winie*; {coś} do {czegoś}: *czekolada do gotowania*; {coś} w {czymś}: *ananas w konserwie (Glocés)*;

konstrukcje z wyrażeniem {coś} czyjegoś wyrobu: *alberty; czekolady; likiery, wódki; owoce smażone własnego wyrobu*

## 3. Nazwy określające sposób przyrządzania potrawy (aspekt pragmatyczny)

### 3.1. Nazwy podkreślające prostotę

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *czekolada zwyczajna; pączki, torty; pastylki małe zwyczajne; andruty, biszkopty zwykłe*

### 3.2. Nazwy podkreślające niski koszt potrawy

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *czekolada ekonomiczna*

## 4. Nazwy etniczno-geograficzne

połączenia z przymiotnikiem w prepozycji: *francuskie cukry gumowe na kaszel; hiszpańskie leguminy z bitej śmietany; szwajcarskie cacao*

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *czekolada mleczna alpejska, herbatniki alpejskie; biszkopty, cukierki; marmolady; kompoty angielskie; czekoladki sztukowe bułgarskie; cognac prawdziwy francuski; alberty, biszkopty, ciastka, dragées; czekoladki sztukowe; owoce kandyzowane/smażone francuskie; krupnik litewski; czekoladki sztukowe serbskie; dropsy owocowe szwajcarskie; czekolada turecka; czekoladki*

sztukowe **tureckie**; blok **włoski**, owoce **południowe (włoskie)** kandyzowane; owoce kandyzowane **krajowe**; marmolady; likiery **krajowe**; marmolady, likiery **zagraniczne**; czekolada **krakowska**; czekolada **paryska**; baton, blok **warszawski**; cukry deserowe, pączki **warszawskie**; kostki **wiedeńskie**; czekolada **zakopiańska** mleczna; czekolada **tatrzańska**

## 5. Nazwy odśrodkowe

### 5.1. Nazwy melioratywne

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: keks **gospodarski**, przekładańce **królewskie**

### 5.2. Nazwy neutralne

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: pomadki **studenckie**, czekolada **turystyczna**

## 6. Nazwy sensoryczne

### 6.1. Nazwy ogólnosensoryczne melioratywne

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: **doborowe** ciasta; neapolitanki **luksusowe**; dropsy owocowe **rajskie**; cognac **znakomity**; ciasta co dzień **świeże**, codziennie **świeże**  
konstrukcje z wyrażeniem {coś} *pierwszej jakości*: **pierwszej jakości** ciastka

#### 6.1.1. Nazwy podkreślające zwyczajność jako cechę pozytywną

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: czekolada **zwyczajna**; pączki, torty; pastylki małe **zwyczajne**; andruty, biszkopty **zwykłe**

### 6.2. Nazwy z określeniem wrażeń smakowych

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: ciasta bardzo **smaczne**; blok **gorzki**; czekolada **gorzka**; neapolitanki **gorzkie**; neapolitanki, nie nadziewane karmelki **kwaśne**; paluszki **słone**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym zawierającym leksem *smak*: {coś} o {jakichś} smakach: torty **o różnych smakach kremowych**; czekoladki **o smakach deserowych**, karmelki **o czysto owocowych smakach**; {coś} z {jakimiś} smakami: czekoladki z *rozmaitemi naturalnymi smakami*.

### 6.3. Nazwy z określeniem wrażeń wzrokowych

#### 6.3.1. Nazwy z określeniem barwy

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: lukier **biały**; dropsy miętowe **białe**; lukier **różowy**; fantazyjki **ciemne**

#### 6.3.2. Nazwy z określeniem rozmiaru

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: **drobne** ciastka (*petit-fours*); precelki; pastylki **małe**; neapolitanki **długie**

#### 6.3.3. Nazwy z określeniem kształtu

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: pomadki **fasonowe**; czekolada **tabliczkowa**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} w {czymś}: czekolada **w bloku**; masa kakaowa **w blokach**; lody **w kształtach pięknych półmisek**; alberty; czekoladki miętowe **w rolkach**; pomadki miętowe **w rulonach**

#### 6.3.4. Nazwy podkreślające dekoracyjność wyrobów

połączenia z przymiotnikiem w prepozycji: **ozdobne** pierniki

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: torty **fantazyjne**; torty **ozdobne**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} w {czymś}: torty **w rozmaitych ozdobach**

#### 6.4. Nazwy z określeniem wrażeń dotykowych

##### 6.4.1. Nazwy określające temperaturę

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: kremy **mrożone**; czekolady **mrożone sezonowe**

##### 6.4.2. Nazwy określające konsystencję

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: czekolada **proszkowa**; kakao **proszkowe**; blok **twardy**; czekolada **twarda**; czekoladki **nadziewane grylarz twarde**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} w {czymś}: cacao **w proszku**

##### 6.4.3. Nazwy podkreślające lekkość, delikatność wyrobów

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: ciastka **kruche**; herbatniki **kruche**

##### 6.4.4. Varia

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: cukierki **miętowe suche**

#### 7. Nazwy temporalno-okolicznościowe

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: torty **okolicznościowe**; czekolady **mrożone sezonowe**; ciasta **święteczne**; ciasta **świętalne**; torty **weselne**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} na {coś}: **na Boże Narodzenie** cukry; **na św. Mikołaja** ozdobne pierniki; **na Wielkanoc** baranki; lody **na sezon zimowy**; ciasta **na wesela**, **na zabawy**

#### 8. Nazwy funkcyjne

##### 8.1. Nazwy z określeniem typu wyrobu, do którego przeznaczony jest dany produkt

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: wafle **tortowe**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} na {coś}: piernik **na sosy**; wafle **na torty okrągłe, prostokątne**; {coś} do {czegoś}: kuwertura **do obciążania tortów**; piernik **do ryb**; soki **do wody**

##### 8.2. Nazwy z określeniem typu posiłku lub dania, na które wyrób jest przeznaczony

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: blok **deserowy**; czekolada **deserowa**; cukry; ciastka, herbatniki; bloki, czekoladki, neapolitanki **deserowe**

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} do {czegoś}: *biszkopty do herbaty, do wina*; {coś} na {coś}: *biszkopty na deser*

### 8.3. Nazwy o specjalnym przeznaczeniu

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *czekolada kuchenna; pierniki salonowe praliny; bloki teatralne*

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} na {coś}: *czekolady na drzewko*

## 9. Nazwy adresatywne

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: *waniliowa i śmietankowa czekolada zdrowia specjalnie dla dzieci; likier dla pań*

## 10. Nazwy sposobowo-rezultatywne

### 10.1. Nazwy prozdrowotne

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *miód lipowy, piernik kuracyjny; czekolada, herbata kakaowa kuracyjna*

konstrukcje z wyrażeniem nominalnym: *waniliowa i śmietankowa czekolada zdrowia specjalnie dla dzieci*

### 10.2. Nazwy podkreślające sposób oddziaływania

połączenia z przymiotnikiem w postpozycji: *cukry orzeźwiające; marmolady angielskie surowo prasowane orzeźwiające „dżemsy”*

konstrukcje z wyrażeniem przyimkowym: {coś} na {coś}: *cukry gumowe na kaszel*; {coś} od {czegoś}: *cukierki miodowo-ziołowe od kaszlu*

Przedstawione połączenia wyrazowe z komponentem głównym będącym nazwą wyrobu cukierniczego mają, z jednej strony, charakter czysto deskryptywny. Służą podaniu klientowi uszczegółowionej informacji na temat sposobu wytwarzania danego wyrobu, jego składników, smaku, kształtu, koloru, przeznaczenia czy pochodzenia. Z drugiej zaś strony pełnią one funkcję perswazyjną, gdyż wiele z występujących w cytowanych połączeniach kolokantów to jednostki pozytywnie wartościujące wprost (semantycznie): *doskonały, luksusowy, pierwszej jakości, rajski, wyborowy, znakomity* itd., bądź pośrednio (konotacyjnie): *angielski, francuski, paryski, włoski, zagraniczny; ekonomiczny, gospodarski, kuracyjny, salonowy, świeży, zdrowotny, zwyczajny, zwykły* itd. Taki sposób opisu asortymentu w dyskursie reklamowym jest charakterystyczny dla badanego okresu końca XIX i początku XX w. Co więcej, jest on zgodny z ówczesnymi wzorcami konstruowania przekazu reklamowego, w którym dominowała warstwa werbalna (zob. Pałka 2022: 237–264).

## Podsumowanie

Jak wykazano w niniejszym artykule, opisane na podstawie ekscerpcji z tekstów reklamowych z końca XIX i początku XX w. pole tematyczne nazw wyrobów cukierniczych,

w tym słodkich i deserowych potraw oraz napojów, ich składników, półproduktów oraz dodatków, jest bardzo interesującym i ważnym przedmiotem badań. W analizie dowiedziono bowiem, że omawiane słownictwo wymaga klasyfikacji tematycznej nieco odmiennej od tej, którą opracowała na materiale współczesnym M. Witaszek-Samborska (2005), ponieważ, po pierwsze, mamy do czynienia z tekstami z innego okresu dziejowego polszczyzny, a po drugie, teksty te są efektem praktyk komunikacyjnych określonej wspólnoty dyskursywnej. W pracy potwierdzono ponadto istotną rolę wielowiekowych kontaktów językowych, które w zakresie słownictwa kulinarnego, w tym nazw wyrobów cukierniczych, zaowocowały licznymi zapożyczeniami leksykalnymi. Ukazano także mnogość, różnorodność oraz funkcję połączeń wyrazowych, w których użyto interesującego nas słownictwa cukierniczego. Na koniec podkreśliśmy raz jeszcze, iż uwzględnienie w tematycznej klasyfikacji słownictwa tekstów reprezentujących określony typ dyskursu umożliwia analizy porównawcze pod względem podziałów dotyczących polszczyzny ogólnej oraz „ma [...] za zadanie uwypuklenie tego, co jest niepowtarzalne i specyficzne dla jakiejś odmiany środowiskowej czy regionalnej [...] poprzez ukazanie typowej dla niej struktury pojęciowej” (Batko-Tokarz 2019: 112).

## Wykaz materiałów źródłowych

- „Cennik (Prix-Courant) towarów kolonialnych herbaty i win w handlu Stanisława Feintucha w Krakowie w Rynku Głównym Rynek Nr. 45 «Szara kamienica»” 1890, BJ 222411, RARA III, XXVIII/186.
- „Cennik J. Wentzl Kraków”, Rynek Główny 19, ok. 1910, BJ 222411, RARA III, XXVII/126, nr 34.
- „Cennik Nr 2/1930 (bez zobowiązania ważny od 1 maja 1930) «Optima» S.A. dla wyrobów czekoladowych cukierniczych, Kraków – Biuro ul. Krakusa 7” 1930, BJ 222411, RARA III, XXVIII/73.
- „Cennik Nr 2/1930 (bez zobowiązania ważny od 1 maja 1930) «Optima» S.A. dla wyrobów czekoladowych cukierniczych, Kraków – Biuro ul. Krakusa 7” 1930, BJ 222411, RARA III, XXVIII/73.
- „Cennik towarów kolonialnych delikatesów win i różnych wódek firmy egzystującej od 1866 roku Edmund Klimek (dawniej Jan Janiga) w Krakowie przy Linii A–B” 1890, BJ 222411, RARA III, XXVIII/178.
- „Cennik towarów kolonialnych, delikatesów i zagranicznych z handlu, J. Kuczmierczyk & J. Brzeziński Kraków, ul. św. Anny L. 2, Preiscourant der Colonialwaaren & Delicatessen-Handlung J. Kuczmierczyk & J. Brzeziński Krakau, Anna-Gasse Nro 2”, b.r., BJ 222411, RARA III, XXVIII/42.
- Cennik „Parowej Fabryki Cukrów Deserowych A. Nowińskiego w Krakowie, ul. Bracka Nr. 5”, b.r., BJ 222411, RARA III, XXVIII/71.
- Cennik, „Juliusz Meinel. Import kawy i herbaty s.a.”, b.r., BJ 224772, RARA IV, C II, 62.
- Cennik, „Jan Michalik Cukiernia Lwowska Fabryka czekolady, kakao, cukrów deserowych warszawskich, pierników, herbatników Kraków Floryańska L. 45”, 1911–1914, MNK III-ryc.-38354.
- „Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 58, 1889, <http://mbc.malopolska.pl/publication/13772> (dostęp: 17.01.2024).

- „Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 63, 1894, <http://mbc.malopolska.pl/publication/13772> (dostęp: 17.01.2024).
- „Józefa Czecha Kalendarz Krakowski” R. 79, 1910, <http://mbc.malopolska.pl/publication/13772> (dostęp: 17.01.2024).
- Plakat reklamowy „Cukierni Lwowskiej Jana Michalika w Krakowie ulica Floryańska 45” (stylizowany na afisz teatralny „Mara i Ada”), 1906, MK D/471/1, 472/1.
- Ulotka reklamowa (w formie wizytówki z wierszykiem) czekolady firmy „A. Piasecki Kraków S.A.”, b.r., MK D/2526/1-8, 1984/D/173/6.
- Ulotka reklamowa „Ciastkarni Kraków, ul. Wybickiego 3 Gmach Z.U.P.U naprzeciw Parku Krak.”, b.r., BJ 224772, RARA IV, C V, 92.
- Ulotka reklamowa czekolady firmy „A. Piasecki S.A. Kraków”, ok. 1930, MK D/804/16, 1984K/5/5.
- Ulotka reklamowa wyrobów „Cukierni Lwowskiej i Fabryki Cukrów Warszawskich Jana Michalika” 1901, BJ 224772, RARA IV, II C, 125.
- „Wojciech Olszowski Kraków, Mały Rynek. Cennik towarów kolonialnych i delikatesów”, b.r., BJ 222411, RARA III, XXVIII/72.

## Wykaz skrótów

- SPXVI – *Słownik polszczyzny XVI wieku*, red. M.R. Mayenowa, F. Peplowski, K. Mrowcewicz, P. Potoniec, t. 1–39 (praca w toku), Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław–Warszawa 1956–2021, <http://spxvi.edu.pl/wersja-cyfrowa/> (dostęp: 17.01.2024).
- SW – *Słownik języka polskiego*, red. J. Karłowicz, A. Kryński, W. Niedźwiedzki, t. 1–8, Nakładem Prenumeratorów i Kasy Mianowskiego, Warszawa 1900–1927 (tzw. słownik warszawski), <https://szukajwslownikach.uw.edu.pl/sownik-warszawski/> (dostęp: 17.01.2024).
- SWil – Elektroniczna edycja tzw. słownika wileńskiego: *Słownik języka polskiego*, red. A. Zdanowicz i in., wydany staraniem i kosztem M. Orgelbranda, t. 1–2, Wilno 1861, <https://eswil.ijp.pan.pl/> (dostęp: 17.01.2024).
- WSJP PAN – *Wielki słownik języka polskiego PAN*, red. P. Żmigrodzki, Kraków 2007–, <https://wsjp.pl/> (dostęp: 17.01.2024).

## Bibliografia

- Akta komisji wyznaczonej do zbadania sporu między piekarzami a pasztetnikami o bezprawne zabranie mąki, 1747–1749*, Archiwum Narodowe w Krakowie: 29/133/0/-/2.
- Akta zgromadzenia pasztetników, traktyerników i cukierników krakowskich, 1751–1869*, Archiwum Narodowe w Krakowie: 29/133/0/-/3.
- Batko-Tokarz B., 2019, *Tematyczny podział słownictwa współczesnego języka polskiego – teoria, praktyka, leksykografia*, Kraków.
- Batko-Tokarz B., 2021, *Czego o jedzeniu i kulinariach dowiadujemy się z tematycznych klasyfikacji słownictwa*, [w:] *Polskie kulinaria. Aspekty historycznojęzykowe, regionalne i kulturowe*, red. R. Przybylska, D. Ochmann, Kraków, s. 11–35.
- Bochnakowa A., 1984, *Terminy kulinarne romańskiego pochodzenia w języku polskim do końca XVIII w.*, Kraków.
- Bochnakowa A., red., 2012, *Wyrazy francuskiego pochodzenia we współczesnym języku polskim*, Kraków.

- Borawski S., 2005, *Podstawy idei poznawczej studiów nad dziejami używania języka. Esej o diachronii*, [w:] *Rozprawy o historii języka polskiego*, red. S. Borawski, Zielona Góra, s. 13–61.
- Borejszo M., 1994, *O nazwach napojów i potraw w poznańskich lokalach gastronomicznych*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” 1, 21, s. 92–107.
- Boryś W., 2008, *Słownik etymologiczny języka polskiego*, Kraków.
- Czachur W., 2020, *Lingwistyka dyskursu jako integrujący program badawczy*, Wrocław.
- Dumanowski J., Jankowski R., wyd. i oprac., 2011, *Moda bardzo dobra smażenia różnych konfektów i innych słodkości, a także przyrządzania wszelkich potraw, pieczenia chleba, i inne sekreta gospodarskie i kuchenne*, Warszawa.
- Garlicki S., 2008, *Sklepy Krakowa na początku XX wieku*, Kraków.
- Grzmil-Tyłutki H., 2000, *Francuski i polski dyskurs ekologiczny w perspektywie aksjologii*, Kraków.
- Grzmil-Tyłutki H., 2010, *Francuska lingwistyczna teoria dyskursu. Historia, tendencje, perspektywy*, Kraków.
- Homola-Skąpska I., 1996, *Krakowskie cukiernie i kawiarnie w XIX wieku*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska” LI (5), s. 43–61.
- Hryszko R., 2016, *Andree apothecario pro confectionibus et electuariis – cukiernictwo w Polsce w czasach Jadwigi i Władysława Jagiełły między wschodem a zachodem Europy*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace Historyczne” 143, z. 3, s. 381–405.
- Kwaśnicka-Janowicz A., Pałka P., 2021, *Dyskurs handlowy Krakowa z końca XIX i początku XX wieku jako źródło do badań regionalizmów krakowskich*, [w:] *Język polski – między tradycją a współczesnością. Księga jubileuszowa z okazji stulecia Towarzystwa Miłośników Języka Polskiego*, red. E. Horyń, E. Młynarczyk, P. Żmigrodzki, Kraków, s. 217–235.
- Lech-Kirstein D., 2019, *Proper Names and Common Names – Problems at the Frontier of Chrematonymy*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska” XXXVII, s. 143–154.
- Lehr-Spławiński T., 1954, *Element prasłowiański w dzisiejszym słownictwie polskim*, [w:] *tenże, Rozprawy i szkice z dziejów kultury Słowian*, Warszawa, s. 138–148.
- Ochmann D., Przybylska R., red., 2019, *Powiedziane po krakowsku. Słownik regionalizmów krakowskich*, Kraków.
- Pałka P., 2022, *Reklama handlowa w dawnym Krakowie. Praktyki komunikacyjne*, Kraków.
- Przęczek-Kisielak S., 2021, *Źródła do badań krakowskiego słownictwa kulinarnego w ujęciu historycznym*, [w:] *Polskie kulinaria. Aspekty historycznojęzykowe, regionalne i kulturowe*, red. R. Przybylska, D. Ochmann, Kraków, s. 57–102.
- Przyrembel Z., 1927, *Historja cukrownictwa w Polsce*, t. 1, Warszawa.
- Rachwał T., 2001, *Kształtowanie się wiodących zakładów przemysłu cukierniczego w Krakowie do 1950 r.*, „Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” 3, s. 199–220.
- Rutkiewicz-Hanczewska M., 2021, *Polskie i ukraińskie nazwy producentów słodczy i ich wyrobów w ujęciu kontrastywnym*, „Onomastic” LXV, nr 2, s. 285–303.
- Stanisław August zatwierdza artykuły zgromadzenia pasztetników krakowskich uchwalone przez starszych 30 XII 1765 r., a potwierdzone przez rajców krakowskich, 1766–1778, Archiwum Narodowe w Krakowie: 29/133/0/-/1.
- Tokarski R., 2014, *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*, Lublin.

Witaszek-Samborska M., 2005, *Studia nad słownictwem kulinarnym we współczesnej polszczyźnie*, Poznań.

Witaszek-Samborska M., 2009, *Słownictwo kulinarne w polszczyźnie miejskiej Poznania*, [w:] *Studia nad polszczyzną miejską Poznania*, red. A. Piotrowicz, M. Witaszek-Samborska, Poznań, s. 211–223.

### **Names of confectionery products in old advertising discourse (from the end of the 19<sup>th</sup> and beginning of the 20<sup>th</sup> century)**

#### **Abstract**

The aim of the paper is to describe the names of confectionery products used in advertising texts, such as price lists, posters, leaflets and inserts, from the end of the 19<sup>th</sup> and beginning of the 20<sup>th</sup> century. The article adopts the methodology of research on the thematic division of vocabulary (see Witaszek-Samborska 2005, Batko-Tokarz 2019). The analysis proves that due to the specificity of the community of trading and advertising discourse and its communication practices, the discussed vocabulary requires a very broad approach to the thematic field of names of confectionery products, which includes both sweet and dessert dishes and drinks, as well as their ingredients, semi-finished products and additives. Moreover, the important role of centuries-old linguistic contacts was confirmed, which resulted in numerous loanwords in the field of culinary vocabulary (including the names of confectionery products). The paper also shows the multitude, diversity and function of collocations, in which confectionery vocabulary is used.