

EDYTA KONCEWICZ-DZIDUCH

Uniwersytet Ignatianum w Krakowie, Polska
<https://orcid.org/0000-0003-2075-7644>

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

ZAKRES ZNACZENIOWY POJĘCIA DOMU W JĘZYKU POLSKIM I CHORWACKIM W CZASIE PANDEMII KORONAWIRUSA – NA PRZYKŁADZIE KAMPANII MEDIALNEJ *STAY AT HOME*

Słowa kluczowe: dom, *kuća*, pandemia, kampania *stay at home*, semantyka.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest porównanie pojęcia domu we współczesnym języku polskim i chorwackim, w którym jest ono realizowane przez dwa określenia: *dom* (znaczenie społeczne) i *kuća* (znaczenie materialne). Dodatkowy kontekst badawczy stanowi perspektywa czasowa, czyli początkowy okres pandemii koronawirusa: marzec, kwiecień 2020. Analiza prowadzona jest na podstawie materiałów kampanii internetowej: *stay at home*, pol. *zostań w domu*, chorw. *ostani doma / ostani kući*, które wyekscerpowane zostały za pomocą wyszukiwarki internetowej Google oraz materiałów korpusowych języka polskiego (Monco PL) i chorwackiego (hrWaC). Analiza ma charakter synchronicznego badania komparatystycznego, z elementem diachronicznym. Zwrócono uwagę na etymologię leksemów: *dom* – nazwa pochodzenia praindoeuropejskiego, o zasięgu ogólnoeuropejskim i ogólnosłowiańskim; *kuća* – nazwa pochodzenia prasłowiańskiego, obecnie posiadająca zasięg występowania ograniczony do południowej i wschodniej Słowiańszczyzny. Dokonano również analizy porównawczej zakresów znaczeniowych leksemów *dom* (pol.) oraz *dom* i *kuća* (chorw.), a także frazeologizmów je zawierających w obu językach. Analiza materiału leksykalnego związanego z kampanią medialną *stay at home*, *zostań w domu*, *ostani doma / ostani kući* doprowadziła do wyodrębnienia trzech kluczowych aspektów pojmowania domu w czasie pandemii: I. domu jako miejsca bezpiecznego (aspekt wartości: zdrowie, bezpieczeństwo, odpowiedzialność); II. domu jako miejsca wykonywania różnych aktywności w gronie rodzinnym (aspekt socjalny i psychologiczny); III. możliwości uczestnictwa w świecie zewnętrznym, będąc w domu (nauka, praca, kultura – aspekt przestrzenny). Analiza porównawcza komunikatów w języku polskim i chorwackim, publikowanych w Internecie w ramach akcji *stay at home*, wykazała ich znaczne podobieństwo tematyczne, językowe, strukturalne. Pewne różnice można dostrzec w dystrybucji leksemów w języku chorwackim; znacznie częściej używana jest w tej kampanii forma *ostani doma*, natomiast *ostani kući* – marginalnie. Co świadczy o tym, że większą uwagę w czasie pandemii kierowano na socjalne, wspólnotowe znaczenie domu niż materialne.

1. WPROWADZENIE

Dom należy do kategorii pojęć podstawowych w każdym języku, niezależnie od form reprezentacji językowych. Jurij Łotman umieszcza pojęcie domu, obok chleba i drogi, wśród słów kluczowych dla każdej kultury (Łotman 1978, cyt. za: Bartmiński 2015, 16). Na koncept domu można spojrzeć z różnych perspektyw; architekt-modernista – Le Corbusier – określił dom jako „maszynę do mieszkania” (Zimnoch, Szewczyk 2015, 37), na przeciwległym biegunie wartościowania znajduje się podejście antropologów, filozofów kultury, etnologów, dla których dom posiada, oprócz fizykalności, głębsze warstwy znaczeniowe związane z emocjonalnymi potrzebami człowieka, poczuciem bezpieczeństwa i wspólnoty, w węższym znaczeniu – tej rodzinnej, jak i w sensie metafizycznym.

Dom przeciętnemu człowiekowi kojarzy się z bezpieczeństwem, ciepłem; jest ograniczoną przestrzenią, wspólną dla grupy osób powiązanych ze sobą więzami rodzinnymi (dom rodzinny) lub społecznymi (dom dziecka). Aspekt fizyczny domu jest bardzo ważny, gdyż jego ściany oddzielają nas od świata zewnętrznego, tak czasem nieprzewidywalnego, jak miało to miejsce w początkowej fazie pandemii wirusa SARS-CoV-2, w pierwszej połowie 2020 roku. Na klasyczną opozycję: dom – świat zwrócił uwagę Jerzy Bartmiński (2008), podkreślając, że te dwa obszary są względem siebie komplementarne; atrakcyjność świata wywołuje chęć opuszczenia domu (fraz. *wyrwać się z domu*); z kolei dom oferuje możliwość powrotu do strefy bezpieczeństwa. Automatycznie kojarzy się z pozytywnymi wartościami:

Wyznacza krąg elementarnych doświadczeń każdego człowieka i tkwi w samym centrum powszechnie uznawanego systemu wartości razem z takimi pojęciami, jak matka, rodzina, społeczność, kraj, naród, ojczyzna z którymi jest powiązane siecią semantycznych zależności (Bartmiński 2008, 56).

Nie dziwi fakt, że na temat konceptualizacji domu w różnych językach powstało wiele opracowań, warto przywołać kompleksowy projekt *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów* (LASiS), w którym wielowymiarowości pojęcia domu poświęcono pierwszy tom serii (Bartmiński, Bielińska-Gardziel i Żywicka 2015). Temat ten podjęto tam również w odniesieniu do języka chorwackiego (Kapetanović 2015) oraz serbskiego (Ristić i Lazić-Konjik 2015). Wcześniej porównawcze badania pojęcia domu w językach: chorwackim, polskim i rosyjskim przeprowadziła Neda Pintarić (2005). Ze względu na tożsamość leksykalną określił domu w języku chorwackim i serbskim (*dom*, *kuća*) warto przywołać także opracowania dotyczące tej kategorii pojęciowej u Serbów i Czarnogórców (Kwoka 2010) oraz w aspekcie porównawczym języka polskiego, serbskiego i rosyjskiego (Pazio-Włazłowska, Lazić-Konjik i Ristić 2020).

Celem rozważań jest porównanie pojęcia domu w języku polskim oraz chorwackim, w którym jest ono realizowane za pomocą dwóch jednostek leksykalnych oraz pojęciowych: *dom*, *kuća*. Występuje tu zróżnicowanie semantyczne: *dom* to konstrukt szerszy, abstrakcyjny, związany ze sferą uczuciową, relacjami rodzinnymi; *kuća* wyraża głównie aspekt materialny pojęcia domu, choć zawiera też pewne odniesienia do sfery

rodzinnej. W porównaniu z chorwackimi określeniami znaczenie polskiego leksemu *dom* stanowi kompilację obu tych semantycznych wartości, z silnie zaakcentowanym materialnym aspektem pojęcia, na co zwróciła uwagę Neda Pintarić:

U suvremenom hrvatskom jeziku pod leksemom *dom* na prvome se mjestu razumije obitelj, porodica, obiteljsko gnijezdo, dakle apstraktni emotivni pojam okupljališta obitelji, a ne zgrada kao u poljskom i ruskom jeziku (2005, 244).

‘We współczesnym języku chorwackim leksem *dom* wyraża głównie znaczenie rodzina, gniazdo rodzinne, a więc abstrakcyjny, emotywny wymiar środowiska rodzinnego, a nie budynku, jak w języku polskim i rosyjskim’.

Badanie zakresu znaczeniowego pojęcia domu w języku polskim (*dom*) i chorwackim (*dom* i *kuća*) będzie zawierać dodatkowy kontekst analizy sytuacyjnej związanej ze stanem zagrożenia wywołanym przez pandemię koronawirusa. Dom nabrał wówczas szczególnego znaczenia, stał się azylem, ale i rodzajem „więzienia”, miejsca izolacji społecznej. W mediach internetowych, zwłaszcza na portalach społecznościowych (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok), zaczęto przekazywać sobie hasła zachęcające do pozostania w domu: *stay at home*, *stay home*. W początkowej fazie pandemii (marzec, kwiecień 2020 roku) hasło to, tłumaczone na różne języki, dało początek szeroko zakrojonej kampanii medialnej. Otagowane (opatrzone kategoryzującym znakiem #) hasła w wersji angielskiej: #stayhome, #stayathome w polskich mediach społecznościowych realizowano w postaci akcji: *Zostań w Domu* – #zostanwdomu; w Chorwacji odpowiednikami znaczeniowymi były: *Ostani doma/ostanimo doma*: #ostanidoma, #ostanimodoma; marginalnie: *Ostani kući*: #ostanikuci, które częściej pojawiało się w przekazach medialnych z Bośni i Hercegowiny.

Źródłem materiału badawczego są komunikaty internetowe w języku polskim i chorwackim zawierające powyżej przywołane frazy nawołujące do pozostania w domu, które wyekscerpowano za pomocą wyszukiwarki internetowej Google, oraz materiały korpusowe współczesnego języka polskiego (korpus monco.frazeo.pl) i chorwackiego (korpus hrWaC). Dokonano zestawienia i analizy porównawczej zakresu znaczeniowego domu w obu językach, ustalonego w źródłach leksykograficznych, frazeologii, z nowym kontekstem sytuacyjnym pojęcia domu w czasie pandemii. Artykuł jest próbą zobrazowania nowych kontekstów znaczeniowych, wskazania zmian w konceptualizacji domu w stanie zagrożenia epidemią. Jest też próbą odpowiedzi na pytanie, czy i w jaki sposób nastąpiło poszerzenie dotychczasowego pojęcia domu, skoncentrowane wokół wartości rodzinnych, emocjonalnych, duchowych, a także materialnych.

2. DOM (POL.) ORAZ KUĆA, DOM (CHORW.) W ŹRÓDŁACH LEKSYKOGRAFICZNYCH

Praindoeuropejski i ogólnosłowiański wyraz **domъ* w *Słowniku prasłowiańskim* (SP) określono jako ‘pomieszczenie gdzie człowiek żyje ze swoją rodziną’, *domus*, *domicilium*, ‘wszystko co jest w domu, rodzina, mienie, majątek’, ‘ród, pokolenie’, ‘strony

rodzinne, kraj ojczysty’ (por. SP IV, 98–100). Wiesław Boryś wywodzi go z pie. **domu-s* (**domo-s*), pochodzącego od pie. rdzenia **dem-* ‘dom, rodzina’ (SEJPBor, 118).

Bardziej skomplikowany rozwój charakteryzuje nazwę chorwacką *kuća*, która jest tworem słowiańskim, od psł. **kātja*; a określenie to obecnie zachowało się na południu i wschodzie Słowiańszczyzny. Co do pochodzenia tej nazwy nie ma zgodności etymologów. Według *Etymologicznego słownika języków słowiańskich* O.N. Trubaczowa wyraz **kātja* pierwotnie nawiązywał do psł. **kātъ* ‘kąt wewnętrzny’; psł. **kātja* byłby derywatem z sufiksem *-ja* od rzeczownika **kātъ* (por. Kwoka 2010, 255). Inną możliwą etymologię podaje Petar Skok – od psł. czasownika **kōtati* ‘dbać, troszczyć się, wychowywać, ukrywać’ (1971, 221–222), z czego wynikałoby późniejsze znaczenie miejscowe leksemu *kuća* ‘schronienie, kryjówka’ (Kapetanović 2015, 293). Na podobne, pozytywne konotacje znaczeniowe związane z leksemem psł. **kōtъ*, jako podstawą nazw domu w językach południowosłowiańskich, zwraca uwagę Mariola Jakubowicz (2023). Badaczka przedstawia ewolucję określenia, począwszy od nazwy: **kōtъ* ‘kąt izby, w którym znajduje się piec’ > **kōtja* ‘izba z paleniskiem’ > ‘ogół izb’ > ‘dom’:

Takie znaczenie powstało w językach południowosłowiańskich: chorwackim, serbskim, macedońskim, bułgarskim (*kuća, kăšta*). Jedynie w słoweńskim kontynuant psł. **kōt’a* nie stał się podstawową nazwą domu (2023, 54).

W języku polskim określenie jest nieobecne, można odnaleźć relikty w postaci nazwy *kącina* ‘świątynia dawnych Słowian’ oraz regionalizmu z języka ukraińskiego: *kuczka* ‘chatka, szałas’.

Określenie *kuća* od początku miało znaczenie materialne, jako forma schronienia, a *dom* – socjalne, choć również go materializowano; podobnie nazwa *kuća* u Słowian południowych z czasem nabrała elementów wymiaru społecznego.

2.1. Zakres znaczeniowy leksemów *dom* (pol. chorw.) i *kuća* (chorw.)

Ważnym elementem językowo-kulturowej analizy pojęcia domu w językach polskim i chorwackim jest zestawienie porównawcze zakresów znaczeniowych omawianych leksemów: *dom* (pol.) oraz *dom, kuća* (chorw.) według słowników współczesnego języka. Podobną analizę przeprowadziła N. Pintarić (2005), jeśli chodzi o konceptualizację pojęcia domu w języku chorwackim, polskim i rosyjskim, niemniej jednak rozważania te w minimalnym stopniu dotyczyły leksemu *kuća* jako będącego poza zakresem znaczeniowym interesującym badaczkę, czyli stosunkiem emocjonalnym do miejsca zamieszkania. W poniższych rozważaniach znaczenie leksykalne nazwy *kuća* będzie brane również pod uwagę z podkreśleniem, że nie jest ono tożsame z pojęciem domu w obu językach¹.

¹ Inspiracją do zainteresowania zakresami znaczeniowymi nazw: *dom, kuća* w języku chorwackim stały się nagłówki, wpisy internetowe różnicujące oba pojęcia, np. profil na Facebooku, Instagramie *Da kuća postane dom* poświęcony urządzaniu domu, jak również odpowiedzi z ankiety przeprowadzonej

W celu porównania znaczeń leksemów *dom* (pol.) i *dom, kuća* (chorw.) wykorzystano dane ze słowników współczesnych języków chorwackiego i polskiego: *Veliki rječnik hrvatskog standardnog jezika* (VRHSJ, 2015) oraz internetowego *Wielkiego Słownika Języka Polskiego* (WSJP, <https://wsjp.pl>).

Tabela 1

Współczesne znaczenia leksemu dom w języku chorwackim i polskim

<i>Dom</i> (VRHSJ)	<i>Dom</i> (WSJP, https://wsjp.pl/)
1. mjesto stalnog boravka (kuća, zgrada) ‘miejsce zamieszkania (dom, blok)’	1. dom (budynek mieszkalny) – <i>budować dom</i>
2. a. obiteljska zajednica ‘wspólnota rodzinna’, b. domovina ‘ojczyzna’	2. mieszkanie, pomieszczenie, w którym się mieszka – <i>iść do domu</i>
3. javna ustanova – <i>Dom kulture</i> , ‘instytucja’ – Dom Kultury	3. rodzina, domownicy – <i>tworzyć dom</i>
4. ustanova za privremeni ili stalni prihvata osoba – <i>Dječji dom, Studentski dom</i> , ‘instytucja, miejsce stałego lub czasowego pobytu osób – Dom Dziecka, dom studencki’	4. gospodarstwo domowe, ogół spraw gospodarczych związanych z zaspokajaniem potrzeb bytowych domowników
5. a. parlament (<i>Slavni dome!</i>), ‘parlament <i>Wysoka Izba!</i> ’ b. vijeće u parlamentu (gornji/ donji dom), ‘izba parlamentu’	5. dynastia, ród, rodzina królewska – <i>dom Habsburgów</i>
	6. a. instytucja społeczna lub usługowa – <i>Dom Kultury</i> ; b. siedziba instytucji

Źródło: opracowanie własne

Kuća (VRHSJ)

1. stambena zgrada – *obiteljska, rodna, stambena, drvena, zidana* ‘budynek mieszkalny – *rodzinny; mieszkanie, drewniany, murowany*’;
2. prostor za stanovanje – *dom (vratiti se kući, biti kod kuće)* ‘miejsce zamieszkania, dom (*wrócić do domu, być w domu*)’;
3. ustanova, zgrada – *Bijela kuća, robna kuća, kuća za odmor*, ‘instytucja – *Biały Dom, dom handlowy, dom wypoczynkowy*’;
4. unutrašnjost, uređenje kuće – *dobro uređena kuća*, ‘wnętrze, urządzenie domu – *dobrze urządzony dom*’;

przez A. Kapetanovića (2015, 302), według której, dla 93 ze 103 ankietowanych, określenia *dom* i *kuća* nie są tożsame. Najlepiej obrazuje to jedna z opinii respondentów oddająca tę różnicę znaczeniową: *Kuću je lakše sagraditi od doma, a dom lakše srušiti od kuće*, ‘Budynek jest łatwiej stworzyć od domu, a dom łatwiej zniszczyć niż budynek’ (tłum. własne).

5. Ijudi koji žive zajedno – *dignuti kuću na noge*, ‘ludzie mieszkający razem – *postawić na nogi cały dom*’;
6. obitelj – *biti iz dobre kuće*, ‘rodzina – *być z dobrego domu*’;
7. dinastija, loza – *kuća Draškovića*, ‘dynastia, gałąź – *dom Draškovićów*’.

Dzięki analizie porównawczej obszarów znaczeniowych powyższych leksemów widać wyraźnie, że zarówno pol. *dom*, jak i chorw. *dom*, *kuća* realizują znaczenie miejscowe (budynek, miejsce zamieszkania); w przypadku chorw. leksemu *dom* – wyraźnie wyodrębnione znaczenie wspólnotowe, emocjonalne (2a, b. rodzina, ojczyzna), które w definicji słownikowej polskiego określenia *dom* nie jest tak bardzo wyeksponowane². Zauważyć można więcej paraleli semantycznych między (pol.) *dom* a (chorw.) *kuća* niż *dom*; widać jedynie różnicę w kolejności znaczeń (*dom* w języku polskim posiada wyraźniej podkreślony aspekt rodzinny – 3. znaczenie; *kuća* – 5. i 6.).

Określenie *dom* (pol.) realizuje znaczenia, które w języku chorwackim wyrażane są przez dwa leksemy o większej specjalizacji semantycznej: *dom* (socjalno-emocjonalne), *kuća* (materialne); podobna sytuacja językowa ma miejsce w języku angielskim: *home* vs. *house*; niemieckim: *Haus* vs. *Heim*; czeskim: *dům* i *domov* (Bartmiński 2015, 28; Popielska-Grzybowska i Harper 2015; Grzeszczak 2015; Vaňková 2015).

2.2. Frazeologizmy z nazwami: *dom* w języku polskim oraz *dom*, *kuća* w języku chorwackim

Związki frazeologiczne i przysłowia są ważnym elementem składającym się na językowy obraz świata danej grupy etnicznej. Warto więc włączyć frazeologizmy zawierające określenia *dom* (pol.); *kuća*, *dom* (chorw.) do analizy zakresu znaczeniowego omawianych pojęć: w tym celu skorzystano z materiałów zawartych we współczesnych słownikach frazeologicznych języka polskiego: *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego* (WSFJP 2003) oraz chorwackiego: *Hrvatski frazeološki rječnik* (HFR 2014).

Warto podkreślić dużą liczbę połączeń frazeologicznych z leksemem *dom* w języku polskim – 54 przykłady (WSFJP), poniżej przywołano najczęściej używane oraz te posiadające odpowiedniki znaczeniowe wśród frazeologizmów chorwackich (5 ekwiwalentów):

Wszędzie dobrze, ale w domu najlepiej – *svuda je lijepo, ali je doma najljepše*; *svuda pođi, ali doma dođi*;

Czuć się jak (u siebie) w domu – *biti (osjećati se) kao doma/kao kod (svoje) kuće*;

Być w domu – ‘rozumieć, wiedzieć, o co chodzi’ – *biti (osjećati se) kao doma*;

² Pojęcie domu ulega metaforyzacji w języku polskim, na co zwrócił uwagę J. Bartmiński (2015, 25); rozszerzenie pojęcia domu na najbliższe otoczenie, region, ojczyznę (*Polska jest naszym domem*), a nawet nazywanie Europy *wspólnym europejskim domem*, częste w dyskursie politycznym i dziennikarskim.

Nie mieć wszystkich w domu – ‘nie być przy zdrowych zmysłach’ – *nisu svi doma* (komu);

Dom wariatów – ‘ogólny chaos, zamieszanie’ – *luda kuća*;

Wolność Tomku w swoim domu;

Przyjaciół domu;

Być gościem w domu;

Być panem we własnym domu;

Czynić/pelnić honory domu;

Gość w domu, Bóg w domu;

Mój dom jest moją twierdzą – (ang.) *my home is my castle*.

Chorwackie frazeologizmy z leksemami *dom*, *kuća* cechuje niewielka liczba w porównaniu z językiem polskim³. HFR podaje jedynie trzy związki frazeologiczne z nazwą *dom*, wszystkie posiadają odpowiedniki w języku polskim, mają międzynarodowy charakter:

Biti (osjećati se) kao doma – ‘osjećati se ugodno’ – *czuć się jak w domu*;

Biti (osjećati se) kao doma – ‘dobro se osjećati u čemu, dobro znati što’ – ‘dobrze znać się na czymś’, *być w domu*;

Nisu svi doma (komu) – ‘nije pri zdravoj pameti’ – ‘nie być przy zdrowych zmysłach’, *nie mieć wszystkich w domu*.

Więcej związków frazeologicznych, i o bardziej złożonej semantyce, odnotowano z leksemem *kuća*, z których tylko dwa mają ekwiwalenty w języku polskim:

Biti (osjećati se) kao kod (svoje) kuće – ‘osjećati se ugodno’ (u gostima) – *czuć się jak u siebie w domu*;

Luda kuća – ‘opća zbrka’ – ‘zamieszanie, chaos’, *dom wariatów*;

Biti bez kuće i kućišta – ‘živjeti u siromaštvu, nemati ništa’ – ‘być biednym, nic nie mieć’;

Daleko ti (lijepa) kuća – ‘idi i ne vraćaj se’ – ‘idź i nie wracaj’;

Ne gori kuća – ‘ne treba brzati’ – ‘nie trzeba się spieszyć’, *nie pali się*;

Velik kao kuća – ‘jako velik’ – ‘ogromny’ (nieosobowe);

³ Warto zwrócić uwagę na bogactwo przysłów chorwackich z leksemami *kuća*, *dom*. HFR nie zamieszcza przysłów, stąd tak skromna liczba przykładów. Niektóre z przysłów podaje A. Kapetanović (2015, 297).

Žuta kuća – ‘umobolnica, ludnica’ – ‘szpital dla psychicznie chorych’;

Piši kući propalo (je) – ‘sve je izgubljeno’ – ‘wszystko przepadło’, por. *pisz na Berdyczów*.

Frazeologizmy chorwackie cechuje znaczny poziom metaforyzacji, zwłaszcza z leksemem *kuća*, w których można zauważyć odniesienia do materialnych cech domu (wielkość, stan posiadania, kolor). W obu językach występują nawiązania do harmonii, ładu w domu (aspekt abstrakcyjny); związek domu ze stanem duchowym człowieka, element chaosu, zamieszania skojarzony z brakiem dobrostanu psychicznego.

3. DOM W CZASIE PANDEMII – KAMPANIA *STAY AT HOME; ZOSTAŃ W DOMU; OSTANI DOMA/OSTANI KUĆI*

Stan epidemii w Polsce został wprowadzony 20 marca 2020 roku, w Chorwacji – 16 kwietnia 2020 roku i było to nowe, nieznane dla większości obywateli, doświadczenie. W związku z koniecznością ograniczenia aktywności i izolacją społeczną dom stał się głównym miejscem pobytu, nauki, pracy, spędzania czasu wolnego. Jego wymiar funkcjonalny sprowadzony został do zaspokajania potrzeby bezpieczeństwa przez izolację od świata zewnętrznego (Bartmiński i Bielińska-Gardziel 2015, 102), jest to jedna z podstawowych funkcji domu jako obiektu fizycznego i duchowego. Konieczność pozostania w domu spowodowała, że nabrał on ambiwalentnego wymiaru – z jednej strony azyl, z drugiej – miejsce przymusowego pobytu. Aby złagodzić ten skutek pandemii i przekonać ludzi do ograniczenia aktywności na zewnątrz, w mediach pojawiły się akcje internetowe zachęcające do pozostania w domu: *stay home, stay at home, pol. zostań w domu, chorw. ostani doma, ostani kući*.

Zostań w domu to społeczna akcja w mediach społecznościowych, która pojawiła się w marcu i kwietniu 2020 roku, zachęcająca do tego, by nie opuszczać bez potrzeby czterech ścian. Miała ona na celu promocję zachowań prewencyjnych, odwołując się do zasad solidarności społecznej, współpracy. Zachęcali do niej nie tylko przedstawiciele rządu i samorządowcy, lecz także znane osoby: aktorzy, sportowcy, celebryci, licząc na to, że dzięki swojej popularności, dotrą do największej liczby odbiorców. Internet już od wielu lat stanowi medium o znacznej sile oddziaływania, więc akcję propagowano głównie w sieci. W Polsce akcję #zostanwdomu zapoczątkował dziennikarz Krzysztof Stanowski, który na Twitterze napisał:

Poproszono mnie o zapoczątkowanie akcji #zostanwdomu. To nie czas wolny na mieście, tylko w miarę możliwości kwarantanna. Pokaż, jak spędzasz czas z dziećmi, najfajniejsze filmy/zdjęcia będę podawał dalej.

Akcja zyskała ogromny odzew w społeczeństwie, miała ogólnoswiatowy wymiar, osoby publiczne, znane oraz zwykli internauci zaczęli publikować posty, zamieszczać zdjęcia i motywujące treści opatrzone hasłami z hashtagami: #stayhome, #stayathome; w polskiej wersji językowej #zostanwdomu; w Chorwacji #ostanidoma; rzadziej #ostanikući.

Obecnie, analizując z perspektywy czasowej komunikaty medialne zawierające powyższe frazy, można zastanowić się nad wartościowaniem domu w czasie pandemii; czym stał się w tej konkretnej sytuacji, czy nabrał jakichś nowych funkcji znaczeniowych oprócz bycia miejscem bezpiecznym, w którym spędzamy czas z rodziną, bliskimi⁴.

Wykscerpowany za pomocą słów kluczowych – haseł akcji – materiał internetowy oraz dane z materiałów korpusowych języka polskiego i chorwackiego pozwalają na wyodrębnienie trzech aspektów postrzegania domu w czasie akcji *stay at home*.

I. Dom jako miejsce bezpieczne – odwołanie do wartości takich, jak: odpowiedzialność, troska o siebie i innych, zdrowie, rodzina; solidarność społeczna – aspekt aksjologiczny:

Ta grupa komunikatów internetowych cechuje się skrótowością oraz perswazyjnym charakterem, ma formę mniej lub bardziej złagodzonego imperatywu. Czasem towarzyszą tym przekazom infografika, obrazy, plakaty:

a. Najczęściej stosowanym komunikatem był apel o poczucie odpowiedzialności za siebie i najbliższych:

Zostań w domu, chroń siebie i innych – hasło kampanii prowadzonej w Telewizji Polskiej (wiadomosci.tvp.pl/);

Apelujemy! Bądź odpowiedzialny! Zostań w domu! (23.03.2020⁵. <https://sulmierzyce.info/apelujemy-badz-odpowiedzialny-zostan-w-domu/>);

Budimo odgovorni, čuvajmo sebe i druge, Ostani doma (1.04.2020. <http://ss-medicinska-sb.skole.hr/>);

Ostani doma i zaštiti svoje najmilije (21.03.2020. <https://radio.hrt.hr/radio-dubrovnik/vijesti/>);

Budi odgovoran, ostani doma (<https://visitkarlovac.hr/>).

b. Dom jako najbezpieczniejsze miejsce w czasie epidemii COVID-19, odwołanie do argumentu troski o zdrowie:

Zostań w domu, bądź bezpieczny – oficjalna akcja zorganizowana przez Komendę Główną Państwowej Straży Pożarnej oraz Szkołę Główną Służby Pożarniczej (www.gov.pl/web/kppsp);

Zostań w domu, bo wirus Cię dopadnie (30.03.2020. <https://damiinfo.pl/>);

Ostani doma, ostani zdrav – hasło kampanii chorwackiego sztabu antykrzysowego w czasie pandemii (www.tportal.hr/tag/ostani-doma);

⁴ W początkowym, najtrudniejszym dla obywateli, etapie pandemii kampania #zostańwdomu wspierana była w polskich mediach przez szereg podobnych akcji: #pomagajstarszym, #bądźmyrazem, #rodzina (Lusińska, Miłoszewska-Podraźka i Kalinowska-Żeleźnik 2023, 113).

⁵ Data publikacji, o ile jest to możliwe, podawana jest w celu wskazania zakresu czasowego publikowanych treści.

Zato ostani doma. Ostani zdrav i veseo sa svojom familijom, tako češ najbolje sačuvati svoj život i drugih ljudi (R. Luburić, 2020, <https://www.researchgate.net/publication/340301771>).

c. Odwołanie do poczucia solidarności społecznej, rozsądku, zrozumienia trudnej sytuacji (rezygnacja z wyjazdów na święta)

Zostań w domu. Jest nadzieja (30.04.2020, <https://biznes.mariezeli.com>);

Zostań w domu na Święta – spot Kancelarii Prezesa Rady Ministrów na YouTube (12.2020. www.wirtualnemedia.pl);

My zostajemy w pracy dla Ciebie, Ty zostań w domu dla nas (22.03.2020. <https://aptekarze.org.pl>);

Budi pametan, ostani doma! (14.03.2020. <https://m.facebook.com/cgfudbal>);

Nije lako, ali nije ni tako teško – jer jedino što trebate je jednostavno ostati doma (2.04.2020. www.zgportal.com/zgscena).

d. Szczególna troska o bezpieczeństwo osób starszych (w polskich przekazach):

Seniorze #zostań w domu (23.10.2020. www.malopolska.uw.gov.pl).

e. Niektóre komunikaty zawierały ładunek emocjonalny o różnym zabarwieniu (irytacja vs. humor):

Zostań w domu – do cholery! Zostań w domu i nie zabijaj! – felieton internetowy (<https://imagazine.pl/2020/12/25 #staythefuckhome>);

Bądź jak Kevin #zostań w domu – wydarzenie na Facebooku (14.03.2020. gazetakrakowska.pl)⁶.

f. Negatywna strona kampanii *Zostań w domu*; dom nie zawsze jest miejscem bezpiecznym lub nie istnieje (osoby w kryzysie bezdomności):

Akcja „Zostań w domu” jest dobra. Ale nie dla ofiar przemocy domowej (18.03.2020. <https://londynek.net/wiadomosci>);

Zostań w domu. „Ale ja nie mam domu...” (04.2020. www.vaticannews.va/pl/swiat/news);

#ostanidoma – gdje ? (<https://pez.hr/beskucnistvo-u-doba-korone/>).

II. Dom jako miejsce, w którym można spędzać czas w aktywny sposób, rozwijać znane i nabywać nowe umiejętności – aspekt kreatywno-edukacyjny, socjalny:

Ten typ komunikatów, w odróżnieniu od poprzednich, charakteryzował się większą opisowością, dynamiką, optymistyczną formą – już nie perswazja, nakaz, ale zachęta do

⁶ Nawiązanie do popularnego filmu familijnego *Kevin sam w domu* (reż. Ch. Columbus, 1990).

aktywności w domu, z udziałem rodziny, bliskich lub indywidualnie. Często towarzyszyły tym komunikatom elementy wizualne, audiowizualne (fotografie, filmy, nagrania).

a. Rozwój intelektualny, nauka:

Zostań w domu i czytaj książki (www.wydawnictwo-siz.pl/2020/03/26/);

Zostań w domu i ucz się online (24.03.2020, <https://dialogo.pl/>);

Zostań w domu i programuj (20.03.2020. www.wakeupandcode.pl/);

Ostani doma i čitaj knjigu (31.03.2020. <https://magazin.hrt.hr/>);

Ostani doma, piši dnevnik – popularna także w Polsce akcja pisania dzienników pandemicznych (<https://os-kasina-zmaj.com.hr/2020/04/26/karantenski-dnevnik-jedne-ucenice/>);

Crtaj i uči, ostani u kući! (#ostanidoma, 20.04.2020. www.radio-baranja.hr/);

Ostani kući i nešto nauči – seria programów edukacyjnych (4.04.2020. <http://ordinacija-zeljkaroje.com/tag/ostani-doma>).

b. Rozwijanie pasji artystycznych (śpiew, taniec, malowanie), sportowych (treningi), także poprzez formę zabawy:

Zostań w domu, czas spędź kreatywnie – 10 propozycji: ćwiczenia, gotowanie, nauka języka obcego, nowe hobby, gry planszowe, czytanie, domowe spa, uroda, wirtualne podróże, sprzątanie domu, spotkania online z przyjaciółmi (www.wyjatkowyprezent.pl/blog/);

Do Hymnu! #zostań w domu i weź udział w konkursie! – konkurs wokalny dla uczniów szkół podstawowych polegający na wykonaniu – solowo lub chóralnie – oraz nagraniu jednej z pieśni patriotycznych, np.: *Bogurodzicy, Gaude Mater Polonia, Roły, Marszu Polonia, Boże, coś Polskę* i innych (20.04.2020. www.nck.pl/projekty-kulturalne/projekty/konkurs-do-hymnu/);

Zostań w domu i zagraj w grę (30.03.2020. newonce.net);

Ostani kući i budi kreativan (20.05.2020. <https://vizkultura.hr/kreativan-pristup-karanteni/>);

Ostani doma, treniraj doma (20.03.2020. www.instagram.com/trenirajdoma/);

Zato ostani doma, peri ruke i pleši #coronahanddance (03.2020) – wyzwanie internetowe, polegające na nagraniu układu tanecznego z motywem mycia rąk.

c. Doskonalenie umiejętności kulinarnych:

Zostań w domu, gotuj z Jamiem – specjalny program stacji Canal+ z Jamiem Olivierem poświęcony gotowaniu w czasie pandemii (20.04.2020. <https://www.canalpluskuchnia.pl/przepisy/>);

Ostani doma i kuhaj s nama (18.03.2020. www.facebook.com/maksipub/videos/ostani-doma-i-kuhaj-s-nama-kuhanje-u-doba-korone).

d. Realizowanie potrzeb duchowych, religijnych w domu (modlitwa, śpiew):

Zostań w domu i módl się z nami (31.03.2020. salezjanie.pl);

Ostani doma i slavi Gospodina – śpiewanie pieśni religijnych w domu oraz zamieszczanie nagrań na portalach internetowych (2.04.2020. www.vecernji.hr);

Ostani doma i moli – internetowe wyzwanie modlitewne w okresie Wielkiego Postu (2.04.2020. <https://hkm.hr/mladi>).

III. Dom jako miejsce dające możliwość obecności w świecie zewnętrznym – aspekt wirtualnego „przekraczania granic” domu.

Ze względu na ograniczoną mobilność w czasie pandemii media internetowe stanęły na wysokości zadania, dając obywatelom możliwość zapośredniczonego uczestnictwa w świecie zewnętrznym (zdalna praca, edukacja, e-urząd, telemedycyna, handel, kultura, turystyka). Liczne galerie, muzea, teatry i inne obiekty kultury otworzyły podwoje przed wirtualnymi odbiorcami, stwarzając w ten sposób namiastkę normalności oraz ratując się przed kryzysem wywołanym przez *lockdown*. Komunikaty zachęcające do korzystania z różnych inicjatyw kulturalnych, handlowych miały formę zbliżoną do reklamy, perswazyjny charakter, oferowały szeroki wachlarz możliwości i usług wcześniej realizowanych głównie poza domem.

a. Uczestnictwo w świecie kultury (muzea, wystawy, teatr):

Zostań w domu z kulturą (6.04.2020. www.rpo.malopolska.pl);

Zostań w domu – sztuka przyjdzie do ciebie – akcja wirtualnego zwiedzania obiektów kultury zainicjowana przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (17.03.2020. www.gov.pl);

Zostań w domu, opowiedz Kraków #zostanwdomuopowiedzkrakow! – akcja zainicjowana przez Muzeum Miasta Krakowa polegająca na wirtualnym zwiedzaniu Krakowa, prezentacji w mediach społecznościowych ciekawych miejsc i historii związanych z miastem (19.03.2020. interia.pl/malopolskie);

Ostani doma i pogledaj predstavu (besplatno) (5.06.2020. min-kulture.gov.hr);

Ostani kući i kazalište uključi – przedstawienia teatralne dla najmłodszych (25.03.2020. sib.net.hr/kultura/kazaliste).

b. Załatwianie spraw urzędowych (e-administracja):

Zostań w domu, odwiedź urząd online (19.10.2020. www.gdynia.pl);

Ostani doma, završi sve elektronski (31.03.2020. www.scribd.com/document).

c. Edukacja z domu (na początku pandemii wszystkie poziomy: od przedszkolnej do szkolnictwa wyższego):

Zostań w domu i ucz się online (17.03.2020. /pomorska.pl);

Vrtić kod kuće #ostani doma – przedszkole w domu (1.04.2020. djecji-vrtic-opatija.hr).

d. Wirtualne zakupy:

Zostań w domu i skorzystaj z promocji (30.03.2020. <https://domodi.pl>);

Ostani doma i naruči poklone za svoje najmilije iz udobnosti svoje fotelje (21.04.2020. www.magicna-salica.hr);

Ostani u kući uz besplatnu dostavu vino i pivo naruči (30.03.2020. www.wineandmore.com).

e. Wirtualne kibicowanie:

Ostani kući a budi i na stadionu – akcja zapoczątkowana przez klub piłkarski Bayern Monachium, którą podjęły inne kluby, także w Polsce. Polegała na umieszczaniu portretów kibiców na trybunach podczas meczu rozgrywanego na pustym stadionie (24.04.2020. www.nedjelja.ba/hr).

f. Praca z domu:

Zostań w domu – home office w czasie pandemii (23.03.2020. <https://wuteh.com.pl>);

#ostajemdoma. Rad od kuće – kako se organizirati za maksimalne rezultate (16.04.2020. www.journal.hr).

Warto zauważyć, że popularne w Polsce określenie ‘pracy z domu’ – *home office* – które upowszechniło się podczas i po pandemii (podobnie, jak forma pracy zdalnej), w Chorwacji jest używane w specyficznych sytuacjach: ogłoszeniach firm międzynarodowych, slangu korporacyjnym; w powszechnym użyciu pozostaje rodzime *rad od kuće*.

4. PODSUMOWANIE

Pojęcie domu stanowi złożony konstrukt mentalny, który według opinii Jerzego Bartmińskiego i Iwony Bielińskiej-Gardziel posiada kilka wymiarów: psychospołeczny, funkcjonalny, przestrzenny i kulturowy (aksjologiczny):

Koncept DOMU obejmuje: (1) miejsce (*budynek, domek jednorodzinny, chalupa, dworek, pomieszczenie, kawalerka*), w którym (2) ktoś (*rodzina, „swoi”, bliscy*), połączeni bliskimi relacjami we wspólnotę, w której dominującą pozycję ma kobieta-matka i dzieci) (3) mieszka, tzn. przebywa długo/ stale (4) w oddzieleniu od otoczenia, w przestrzeni prywatnej, nie publicznej; (5) z poczuciem bycia *u siebie*, w miejscu *oswojonym*, gdzie czuje się swobodnie, *na luzie*, może ubierać się *po domowemu*; (6) zaspokajają najważniejsze życiowe potrzeby, w tym zwłaszcza takie, jak: (6a) potrzeba bezpieczeństwa, (6b) ochrony od

zimna (*ciepło domowego ogniska*), (6c) snu i odpoczynku, (6d) bycia z bliskimi, z dziećmi; (zwykle) też: (6e) jedzenia, (6f) (zwykle:) higieny osobistej; (7) zwykle: przekazywania młodszemu pokoleniu wzorów kulturowych: mowy, wierzeń i przekonań, tradycyjnych norm i wartości; (8) (niekiedy) wykonywania pracy zarobkowej (2015, 109).

Porównując z tą charakterystyką koncept domu w czasie pandemii, można zauważyć, że większość wymienionych przez badaczy wymiarów domu, w tej szczególnej sytuacji, nie zmieniła się. Niektóre nabrały większego znaczenia, co zostało przedstawione powyżej jako trzy dominujące aspekty postrzegania domu w czasie pandemii:

- I. Dom jako miejsce bezpieczne – nawiązanie do wartości: odpowiedzialność, troska o siebie i innych, zdrowie, rodzina; solidarność społeczna – aspekt aksjologiczny i funkcjonalny;
- II. Dom jako miejsce, w którym można spędzać czas w kreatywny sposób, rozwijać znane i nabywać nowe umiejętności – aspekt psychospołeczny;
- III. Dom jako miejsce dające możliwość obecności w świecie zewnętrznym – aspekt wirtualnego „przekraczania granic” domu – aspekt przestrzenny.

Na uwagę zasługuje ostatnia z powyższych funkcji, która znacznie się rozwinęła w stosunku do tradycyjnej koncepcji domu, co jest wypadkową nie tylko sytuacji pandemicznej, ale też rozwoju technik komunikacji na odległość. Uwierzyliśmy i przekonaliśmy się, że praca, nauka, uczestnictwo w świecie kultury, załatwienie spraw urzędowych są możliwe bez opuszczania domu. Jest to więc nowa, dodatkowa wartość domu.

W świetle zebranego materiału badawczego nie widać większych różnic w podejściu do roli domu w czasie pandemii w polskich i chorwackich przekazach medialnych. Starano się pokazać różne formy komunikatów, są to przekazy oficjalne, instytucji rządowych, mediów, firm i placówek kulturalnych, jak i internautów. Charakterystyczna dla akcji *stay at home* jest forma upublicznienia życia domowego, rodzinnego – ukaazywanie w social mediach, jak spędzamy czas w pierwszych miesiącach pandemii oraz zachęcanie do dzielenia się prywatnymi chwilami.

Nawiązując do semantycznego rozgraniczenia nazw: *dom*, *kuća* w języku chorwackim, zauważyć można skłonność do używania formy *dom* (wymiar socjalno-psychologiczny), zwłaszcza w komunikatach I typu – zawierających aspekt aksjologiczny. W komunikatach nawiązujących do materialnego wymiaru domu (II i III typ) Chorwaci sporadycznie stosowali frazę *ostani kući*.

Stan epidemii w Polsce oficjalnie odwołano 16 maja 2022 roku, jeszcze później zniesiono stan zagrożenia epidemicznego (1 lipca 2023)⁷, a materiały akcji pandemicznych, zdeponowane w ponadczasowym archiwum internetu, są świadectwem minionych trudnych chwil. Zauważyć należy, że hasło *zostań w domu* nie zniknęło zupełnie z użycia w naszym kraju, pojawia się w komunikatach ostrzegawczych RCB: *Zostań w domu, jeśli możesz* (podczas zagrożenia burzami, opadami, silnym wiatrem, upałami, podtopieniami).

⁷ Wg danych ze strony Rzecznika Praw Pacjenta, <https://www.gov.pl/web/rpp/koniec-stanu-zagrozenia-epidemicznego> (17.10.2024).

Nadal służy podkreśleniu, jak ważnym miejscem jest dom, przypominając o dwóch jego podstawowych funkcjach: materialnej oraz psychospołecznej związanej z poczuciem bezpieczeństwa.

BIBLIOGRAFIA

- Bartmiński, J. 2008. „Dom i świat – opozycja i komplementarność”. *Postscriptum Polonistyczne* 1(1): 55–68.
- Bartmiński, J. 2015. „DOM – koncept uniwersalny i specyficzny kulturowo”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 15–35.
- Bartmiński, J., i I. Bielińska-Gardziel. 2015. „Polski językowo-kulturowy obraz DOMU i jego profile”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T. 1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 98–122.
- Grzeszczak, M. 2015. „DOM (HAUS i HEIM) w języku niemieckim”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 311–342.
- Jakubowicz, M. 2023. „O związkach między frazeologią a słowotwórstwem historycznym na przykładzie pojęcia KAŹ – ogólnosłowiańska analiza porównawcza”. *Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury* 35: 45–57.
- Kapetanović, A. 2015. „Hrvatska jezična slika DOMA danas”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 291–310.
- Kwoka, T. 2010. „*Dom i kuća* w języku i tradycji Serbów i Czarnogórców”. *Linguistica Copernicana* 1(3): 251–270.
- Lusińska, A., E. Miłoszewska-Podrażka, i A. Kalinowska-Żeleźnik. 2023. „Kampania społeczna jako narzędzie rządowego komunikowania kryzysowego w mediach społecznościowych w pierwszym roku pandemii COVID-19 w Polsce”. *Zeszyty Prasoznawcze* 66(3): 103–125.
- Pazio-Wlazłowska, D., I. Lazić-Konjik, i S. Ristić. 2020. „Co nas łączy, a co dzieli? Stereotyp DOMU w języku polskim, serbskim, rosyjskim”. *Etnolingwistyka. Problemy Języka i Kultury* 32: 67–84.
- Pintarić, N. 2005. „Emotivan odnos prema prostoru u kojem živimo: jezična slika *doma* u hrvatskom, poljskom i ruskom jeziku”. *Rasprave Instituta za Hrvatski Jezik i Jezikoslovlje* 31: 227–248.
- Popielska-Grzybowska, J., i J.B. Harper. 2015. „Językowo-kulturowy obraz DOMU (HOME) we współczesnym angielskim brytyjskim”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 343–372.
- Ristić, S., i I. Lazić-Konjik. 2015. „DOM w języku serbskim”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 363–390.
- Vaňková, I. 2015. „Český pojem *DOMOV* ve světle jazykových, empirických a textových dat”. W *Leksykon aksjologiczny Słowian i ich sąsiadów*. T.1. *Dom*, red. J. Bartmiński, I. Bielińska-Gardziel, i B. Żywicka. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 123–148.
- Zimnoch, B., i J. Szewczyk. 2015. „Uwarunkowania kulturowe a postrzeganie domu (wyniki międzynarodowych badań ankietowych w 2015 roku)”. *Architecturae et Artibus* 3: 37–45.

WYKAZ ŹRÓDEŁ

- HFR – Menac, A., Ž. Fink-Arsovski i R. Venturin. 2014. *Hrvatski frazeološki rječnik*. Zagreb: Ljevak.
- hrWac – Hrvatski mrežni korpus [https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first_form?corpname=hrwac;align=\(21 stycznia 2024\)](https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first_form?corpname=hrwac;align=(21%20stycznia%202024)).
- MoncoPL. <http://monco.frazeo.pl/> (20 stycznia 2024).
- SEJPBor – Boryś, W. 2005. *Słownik etymologiczny języka polskiego*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Skok, P. 1971–1972. *Etimologijski rječnik hrvatskoga ili srpskoga jezika*, t. I, II, Zagreb: JAZU.
- VRHSJ – *Veliki rječnik hrvatskog standardnog jezika*. 2015. Zagreb: Školska knjiga.
- WSFJP – Müldner-Nieckowski, P. 2003. *Wielki słownik frazeologiczny języka polskiego*. Warszawa: Świat Książki.
- WSJP – Żmigrodzki P. (red.) 2007–, *Wielki słownik języka polskiego*, Kraków: Instytut Języka Polskiego Polskiej Akademii Nauk, < <http://www.wsjp.pl> > (17 grudnia 2023).

The meaning of the concept of home in Polish and Croatian during the coronavirus pandemic – based on the example of a media campaign *stay at home*

Key words: home, *kuća*, pandemic, campaign *stay at home*, semantics.

ABSTRACT

The article conduct a comparative analysis of the concept of home in contemporary languages: Polish and Croatian, in Croatian it is realized by two terms: *dom* (social meaning) and *kuća* (material meaning). An additional research aspect is the temporal perspective of the initial period of the coronavirus pandemic: March and April 2020. The analysis is based on materials from the *stay at home* online campaign, Polish: *zostań w domu*, Croatian: *ostani doma/ ostani kući*, extracted using the Google search engine as well as lexical materials from Polish (MoncoPL) and Croatian (hrWaC) language corpora. The analysis takes the form of a synchronic comparative study, with a diachronic element. Attention is paid to the etymology of the names: *dom* – a name of Proto-Indo-European origin, with a pan-European and pan-Slavic range; *kuća* – a name of Proto-Slavic origin, currently with a range limited to the southern and eastern Slavic regions. A comparative analysis of the meaning range of the lexemes *dom* (Polish) and *dom / kuća* (Croatian) and phraseologies in both languages was also performed. The analysis of lexical material related to the *stay at home; zostań w domu; ostani doma/ ostani kući* media campaign led to the identification of three key aspect of understanding *home* concept during the pandemic. Firstly, home is perceived as a safe place, associated with values such as health, safety and responsibility. Secondly, home becomes a place for different activities within the family, addressing social and psychological aspects. Thirdly – the ability to participate in the outside world while being at home (study, work, culture – spatial, social aspect). A comparative analysis of messages in Polish and Croatian published on the Internet as part to *the stay at home* campaign showed their significant thematic, linguistic and structural similarity. However, differences can be seen in the distribution of lexemes in Croatian, the form *ostani doma* is used much more often in this campaign while *ostani kući* – much less often. This fact proves that during the pandemic, more attention was paid to the social and community function of home than to the material one.