
MARIUSZ RUTKOWSKI

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Tendencje we współczesnym nazewnictwie polskim

Nazwy własne nie stanowią grupy jednorodnej, lecz bardzo zróżnicowany subsystem leksykalny, którego heterogeniczność w znacznym stopniu wynika ze zróżnicowania samych obiektów. Poszczególne kategorie nazw, odnoszące się do określonego typu obiektów, wykazują pewne cechy wspólne, a jednocześnie odróżniające daną kategorię od innych. Wyodrębnia się zatem w opisie nazw (onomastyce) kategorie nazewnicze zdeterminowane swoistością nazywanych obiektów, a mówienie o nazewnictwie jako całości wymaga albo dokonania pewnych przybliżeń czy uproszczeń, albo ograniczenia wywodu do wybranych kategorii nazw. Z konieczności więc i w tym szkicu pewne obszary nazewnicze pozostaną poza zakresem naszej uwagi – pokazane zostaną te fragmenty rzeczywistości onimicznej, które najlepiej odzwierciedlają jakość współczesnego nazewnictwa oraz pozwalają wyeksponować najbardziej charakterystyczne tendencje w kreowaniu nazw.

Cechą wspólną i konstytutywną dla całej grupy pozostaje w teorii jednostkowa denotacja, która jest konsekwencją specyficznego, konwencjonalnego sposobu powiązania elementu językowego (nazwy) z pozajęzykowym (obiektem). Wszystkie inne odnoszą się do poszczególnych kategorii w mniejszym lub większym stopniu. W zasadzie tym, co wyróżnia nazwy własne *en bloc* jest właśnie moment stworzenia nazwy i jej powiązania z obiektem, który dokonuje się poprzez konwencjonalne ustanowienie związku denotacyjnego. W tym tekście uwaga skupiona będzie zatem na tym szczególnym momencie nadania nazwy (poprzez jej kreację/wybór i powiązanie z obiektem), w mniejszym stopniu interesować mnie będą kwestie funkcjonowania już istniejących nazw. Zasadnicze pytania można zatem sformułować następująco: jakie tendencje dominują w nadawaniu nazw własnych, jakie są najważniejsze językowe i pozajęzykowe uwarunkowania aktów nazwotwórczych oraz czy te dające się zaobserwować współczesne dominanty różnią się od tendencji

dawniejszych i czy można na ich podstawie prognozować przyszłość w obszarze polskiego nazewnictwa?

Zanim przystąpię do bardziej szczegółowego oglądu poszczególnych zjawisk, warto na wstępie zwrócić jeszcze uwagę na drugi z podstawowych wyróżników nazw własnych jako klasy wyrazów, mianowicie brak znaczenia leksykalnego i związaną z nim podstawową funkcję identyfikacyjną. W klasycznym ujęciu nazwa ma nie znaczyć, tylko oznaczać i to oznaczanie jest w zasadzie jedynym „wymogiem” względem nazwy. Takie podejście dobrze ilustruje porównanie, jakim posłużył się Andrzej Bogusławski, pisząc, że nadanie nazwy, a więc ustanowienie związku pomiędzy desygnatem a imieniem własnym, to wynik czyjejś indywidualnej decyzji tego samego rodzaju, co zawieszenie określonego obrazka czy ozdoby na określonej ścianie [1977: 41]. Decyzja taka – motywacja nazwy – ma więc charakter pozajęzykowy, a impuls może pochodzić zarówno od obiektu, jak i od nadawcy czy rozmaitych okoliczności związanych z sytuacją komunikacyjną czy aktem nazwotwórczym. W konsekwencji na podstawie nazwy nie możemy niczego orzec o obiekcie, jest on semantycznie pusty [Grochowski 1993: 29]. Jedyną konieczną funkcją nazwy jest nazywanie, a także identyfikacja i dyferencjacja¹. Praktyka nadawania nazw pokazuje jednak, że na równi z funkcją identyfikacyjną stawia się funkcje semantyczne lub oparte na istnieniu elementów semantycznych w strukturze nazwy: ekspresywną, impresywną, ludyczną, poetycką, a nawet deskrypcyjną. Wtórne semantyczne funkcje, jak należy domniemywać, zawsze były istotne w momencie kreacji (nadawania) nazwy – stawały się mniej istotne przy jej obiegu społecznym, zwłaszcza po długim, często wielowiekowym funkcjonowaniu, gdy procesy historycznojęzykowe spowodowały zatarcie pierwotnego ładunku semantycznego tkwiącego w nazwie. *S e m a n t y z a c j ę* nazw, rozumianą jako nadawanie nazw wyrazistych pod względem znaczeniowym (konotacyjnym) jako pierwszą z tendencji, trudno zatem uznać za zjawisko typowo współczesne – gdy rozpatrywać nazwy na planie synchronicznym, można stwierdzić, że jest ono nie tyle wyjątkowe, co wręcz typowe.

Obserwowana obecnie semantyzacja przybiera formy wyjątkowe dopiero w połączeniu z innymi zjawiskami: liczebnością współczesnych obiektów onimicznych oraz eksponowaniem funkcji marketingowych, PR-owskich czy jeszcze szerzej – perswazyjnych. Ogromny przyrost obiektów onimicznych – takich, które w opinii twórców/użytkowników wymagają indywidualnego językowego wyróżnienia – wynika w pewnej mierze ze skłonności do hiperbolizacji rzeczywistości, jej przerysowania. Współczesna kultura nadmiaru idzie w parze z potrzebą indywidualizacji, ta zaś konkretyzuje się w nieokiełznanej, rozbuchanej działalności nazwotwórczej.

¹ Nie miejsce tu na szczegółowe rozważenie tego zagadnienia, obrosłego w bardzo bogatą literaturę nie tylko z zakresu onomastyki lingwistycznej, ale także logiki czy filozofii. Na temat tej dyskusji por. np. Rutkowski [2007: 19-32], Siwiec [2012: 55-70].

Dawniej na nazwy własne zasługiwały obiekty naprawdę ważne, społecznie użyteczne, niezbędne do identyfikacji społecznej czy lokalizacji przestrzennej. Obecnie nazywa się niemal wszystko. Z przyrostem liczbowym obiektów onimicznych związana jest więc większa łatwość nadania nazw i ich sankcjonowania, co prowadzi do rozluźnienia konwencji aktu nazwotwórczego, większej swobody i kreatywności. To z kolei ma swoje odzwierciedlenie na płaszczyźnie językowej: w formie, strukturze i wartości znaczeniowej jednostek nazewniczych.

Powyższa konstatacja koresponduje ze znaną tezą dotyczącą różnic w magazynowaniu i społecznych zasięgach nazw [Zabrocki 1968]. Głosi ona, że różnym kategoriom nazewniczym przysługują zróżnicowane zasięgi społecznego magazynowania – od lokalnego aż do międzynarodowego, globalnego – co jest związane przede wszystkim z rangą społeczną nazywanych obiektów. Gdy przystosujemy ją do opisu współczesności nazewniczej, dostrzeżemy korelację pomiędzy statusem nazw a rodzajem tendencji, organizujących czy regulujących tworzenie nowych jednostek w obrębie poszczególnych kategorii. Wiąże się to w sposób oczywisty z typem obiektów onimicznych, ich rangą dla społeczności. Jeśli w pewnym uproszczeniu przyjmiemy rozróżnienie na obiekty trwałe, o wysokim statusie społecznym i wysokiej randze komunikacyjnej oraz obiekty nietrwałe, o niskim statusie i obiegu na poziomie mikrospołeczności lokalnych – zaobserwujemy zauważalne różnice w zwyczajach nazwotwórczych w odniesieniu do obu tych grup. Nazwy obiektów trwałych o wysokiej randze cechuje stabilizacja i konserwatyzm, zaś nazwy obiektów o statusie zmiennym, lokalnym czy mikrospołecznym charakteryzuje większa otwartość, swoboda czy wręcz „luź” nazwotwórczy. Akceptując dość powszechne postrzeganie współczesnej rzeczywistości językowej, także w jej wymiarze onimicznym, jako terenu ścierania się dwóch tendencji, mianowicie „tendencji do językowych zachowań skonwencjonalizowanych, konserwatywnych oraz przeciwstawnej tendencji do zachowań innowacyjnych, kreatywnych” [Mrózek 2003: 13], możemy przyjąć, że współczesne nazwotwórstwo regulują dwie zasadnicze tendencje nadrzędne (hipertendencje?): tendencja do zachowania *status quo* (k o n s e r w a t y z m) i tendencja do i n n o w a c y j n o ś c i , przejawiająca się w dążeniu do semantyzacji nazw, z uszczegółowieniami: nadawania nazw atrakcyjnych, intertekstualnych, ekspresywnych i impresywnych (wabiących, perswazyjnych).

Do wyodrębnienia wymienionych hipertendencji upoważnia też w pewnym stopniu istnienie określonych procedur społeczno-administracyjnych petryfikujących nadawanie nazw – obiekty o wysokiej randze społecznej i szerokim obiegu są najczęściej zatwierdzane urzędowo. Powoduje to wyhamowanie skłonności do wprowadzania nazw innowacyjnych i dodatkowo stabilizuje te kategorie nazewnicze². Stabilizacja ta jest jednak względna. Tak więc pewne

² Przykładem takiej zamkniętej, ustabilizowanej kategorii nazewniczej był jeszcze do niedawna system imiennicy w Polsce. Możliwe było nadawanie i rejestrowanie wyłącznie imion z zamkniętego zbioru jednostek. Obecne przepisy

zmiany obserwuje się również w obrębie kategorii najbardziej „konserwatywnych” – a więc posiadających również najwyższą rangę i najszerszy społeczny zasięg – mianowicie w antroponomii i toponimii. W przypadku nazw osobowych mamy sytuację szczególną, usankcjonowaną prawnie – nazwiska są dziedziczone po rodzicach (lub jednym z rodziców w przypadku różnych nazwisk), z kolei imiona są nadawane najczęściej na drodze wyboru, nie zaś kreacji. Motywacje wyboru imienia są bardzo zróżnicowane, wśród najczęstszych można odnotować brzmienie (czy współbrzmienie z nazwiskiem), tradycję rodzinną, ale także dążenie do oryginalności, przekonanie o związku imienia z losem, powodzeniem w życiu czy coraz rzadszy obecnie zwyczaj nadawania imion tzw. przyniesionych, związanych ze świętym patronem danego dnia [Siwiec, Rutkowski 2014]. Moda imiennicza zmienia się stosunkowo powoli, w przeciągu ostatnich piętnastu lat na czele list rankingowych najczęściej wybieranych imion sytuują się, z grubsza biorąc, te same, zamieniając się jedynie kolejnością³ (dziewczynki: *Julia, Wiktoria, Weronika, Lena, Maja*, chłopcy: *Jakub, Kacper, Mateusz, Szymon, Filip*). Ciekawe tendencje można obserwować poza czołówką rankingu: coraz wyższą frekwencję mają imiona stosunkowo rzadkie, słabo osadzone w polskiej tradycji. Można to interpretować jako przejaw globalizacji i dopatrywać się wpływu tekstów kultury, zuniformizowanych, zdominowanych przez produkcje z kręgu anglo-amerykańskiego. W ten sposób tłumaczą to sami rodzice, którzy zdecydowali się nadać swoim dzieciom takie imiona, jak: *Dženifer/Jenifer, Dżesika/Jessica, Alan, Dżastin/Justin*, ale także: *Andrea, Carmen, Natan czy Hannah*. Trzeba też dla równowagi zaznaczyć, że coraz większą popularność zyskują również imiona wywodzące się z rodzimej tradycji, jak: *Antoni, Franciszek, Jan, Stanisław, Zofia czy Aleksandra*⁴.

W kategorii nazwisk rodzimych sytuacja jest stabilna. Jako stosunkowo nową tendencję można odnotować wzrost liczby nazwisk dwuczłonowych, wybieranych przez kobiety w momencie zawarcia związku małżeńskiego. Częściowo da się to wytłumaczyć faktem, że na zawarcie takiego związku decydują się pary coraz starsze, a więc kobiety o pewnej już sytuacji zawodowej, dorobku czy doświadczeniu życiowym. Mogą one obawiać się utraty ciągłości identyfikacyjnej w sytuacji całkowitej zmiany nazwiska, z czego

są dużo bardziej liberalne: Dz.U. 2014 poz. 1741: Art. 59. 1. Osoba zgłaszająca urodzenie składa oświadczenie o wyborze nie więcej niż dwóch imion dla dziecka. 2. Wybrane imię lub imiona nie mogą być zamieszczone w akcie urodzenia w formie zdrobniałej oraz nie mogą mieć charakteru ośmieszającego lub nieprzyzwoitego. 3. Niezależnie od obywatelstwa i narodowości rodziców dziecka wybrane imię lub imiona mogą być imionami obcymi. Można wybrać imię, które nie wskazuje na płeć dziecka, ale w powszechnym znaczeniu jest przypisane do danej płci. 4. Kierownik urzędu stanu cywilnego odmawia przyjęcia oświadczenia o wyborze imienia lub imion dziecka, jeżeli wybrane imię lub imiona są w formie zdrobniałej lub mają charakter ośmieszający lub nieprzyzwoity lub nie wskazują na płeć dziecka, kierując się powszechnym znaczeniem imienia, i wybiera dziecku imię z urzędu, w formie decyzji administracyjnej podlegającej natychmiastowemu wykonaniu, z adnotacją zamieszczoną w akcie urodzenia o wyborze imienia z urzędu.

³ Obszerne studium na temat współczesnych imion częstych stanowi praca Pawła Swobody [2013].

⁴ Dokładniej na temat kulturowego podłoża zmian w zasobie współczesnego imiennictwa por. Maria Malec [2015].

wynika decyzja o przyjęciu formy dwuczłonowej, złożonej z nazwiska rodzowego i nazwiska męża. Co ciekawe, część kobiet decyduje się pozostać przy swoim rodowym nazwisku, wówczas małżonkowie posługują się różnymi nazwiskami. Znanymi są także przypadki, gdy oboje małżonkowie decydują się na nową formę dwuczłonową: *Jan Lis-Piotrowski* i *Anna Piotrowska-Lis*. To z kolei zapewne efekt funkcjonowania jednego ze współczesnych trendów społecznych, jakim jest podkreślanie równego statusu kobiet i mężczyzn – ma on się przeciwstawiać tradycji patriarchalnej, w której to żona zobowiązana jest przyjąć nazwisko męża.

Coraz więcej mamy w Polsce nazwisk obcego pochodzenia i należy przypuszczać, że w przyszłości ich udział będzie stopniowo wzrastał. Może rodzić to pewne kłopoty z przyswojeniem ich formy, co już obecnie widać w przypadku nazwisk zapisywanych oryginalnie w alfabetach innych niż łaciński. Urzędowa forma takich nazwisk zwykle bazuje na zapisie w paszporcie, a ten z kolei wykorzystuje transliterację międzynarodową. Ta sprawa budzi mniejsze wątpliwości, ciekawsze jest funkcjonowanie takich nazwisk w użyciu, np. w dyskursie publicznym, tekstach dziennikarskich czy internetowych. Mimo że w polszczyźnie mamy wypracowane systemy transkrypcji i transliteracji dostosowane do specyfiki fonologicznej naszego języka, zadziwia wielość wystąpień takich nazwisk (oryginalnie zapisywanych np. cyrylicą) właśnie w transliteracji międzynarodowej czy wręcz anglocentrycznej. Weźmy dla przykładu nazwisko serbskiego tenisisty Novaka Đokovicia (Новак Ђоковић). Sprawia ono problemy o tyle, że pierwsza litera w zapisie oryginalnym nie ma dobrego (prostego) odpowiednika w transliteracji międzynarodowej (podobnie jak i polskiej), co rodzi konieczność posługiwania się jakimś przybliżonym odpowiednikiem fonetycznym. Co ciekawe, zamiast spodziewanych i naturalnych prób przyswojenia poprzez znalezienie odpowiednika polskiego (np. „dź” albo „dz”) mamy często do czynienia z kopiowaniem formy przystosowanej do systemu angielskiego (*dj*, a więc *Djokovic*, i to nie tylko w piśmie, ale także w wymowie⁵). To są na razie kwestie marginalne, ale sygnalizują ewentualne problemy w przyszłości, gdy będzie potrzeba zapisywania i wymawiania nazwisk z coraz bardziej odległych, egzotycznych kręgów kulturowych i językowych.

W drugiej olbrzymiej grupie nazw „konserwatywnych”, obejmującej różne klasy nazw geograficznych czy terenowych, przemiany widać w zasadzie jedynie w obrębie nowych obiektów o stosunkowo małym znaczeniu społecznym. To, co ważne i istotne, w przestrzeni od dawna jest już nazwane, urzędowo spetryfikowane i zestandaryzowane. Otwartość i innowacyjność dostrzec można w obrębie plateonimii, czyli w nazewnictwie ulic i placów. W tej grupie z jednej strony dość mocno podtrzymywany jest nurt konserwatywny (nazwy o charakterze upamięt-

⁵ Wymowa typu *djoković* jest spotykana w mediach stosunkowo często, por. np. *Wiadomości* TVP z 28 września 2015 r.

niającym, historyczno-martyrologiczne, np. *rondo Zesłańców Syberyjskich, plac Ofiar Katyńskich*), z drugiej zaś ujawniają się dążenia do zdjęcia z przestrzeni miejskiej ciężaru czy obowiązku bycia nośnikiem pamięci narodowej – coraz częstsze są nazwy luźniejsze, o pewnym ładunku ludycznym czy ekspresywnym (*ul. Kubusia Puchatka* czy *ul. Johna Lennona*). Choć zastrzec należy, że największe, najważniejsze dla miast arterie komunikacyjne i miejsca to wciąż domena nazw „poważnych”, osadzonych w nurcie konserwatywnym. Trzeba też wspomnieć o pewnej polityce nazewniczej, w wyniku której po przełomie 1989 r. na skalę masową dokonywano zmian nazw ulic – obrazuje to tylko wagę tego nazewnictwa w sferze symbolicznej, która na skutek wysokiej częstotliwości użycia może przekładać się na utrwalanie określonych wartości czy kreowanie pewnej wspólnoty pamięci.

Nowe tendencje – zgodnie z postulowanym rozróżnieniem statusu nazw i obiektów – najłatwiej zaobserwować w obrębie kategorii nazewniczych o niższej randze społecznej, a co z tym związane: węższym, często lokalnym, mikrospołecznym obiegu. Niższy status wynika między innymi z nietrwałości samych obiektów. Dobrze ilustruje to klasa nazw lokali i obiektów handlowo-usługowych. W tej grupie nazw istotne stają się walory perswazyjne, ekspresywne czy estetyczne, co czyni to nazewnictwo wzorcowym wręcz przykładem współczesnej tendencji do tworzenia nazwa t r a k c y j n y c h, co na planie funkcji odpowiadałoby mniej więcej dominacji funkcji p o e t y c k i e j (w klasycznym Jakobsonowskim rozumieniu) lub a u t o t e l i c z n e j. Nazwy takie mają przyciągać uwagę, skłaniać do zastanowienia (czasem: interpretacji czy rozszyfrowania). Nazwa jest dobra wówczas, gdy zatrzymuje uwagę odbiorcy na swej strukturze czy znaczeniu, niedobre będą więc wszelkie nazwy realizujące jedynie prymarną funkcję identyfikacyjną, pozbawione ładunku semantycznego. Im więcej skojarzeń budzi, im szersze przestrzenie interpretacyjne otwiera – tym nazwa lepsza. Nie dziwi zatem ogromna liczba jednostek opartych na grze słów, modyfikacjach strukturalno-semantycznych, cytatach, aluzjach czy zabiegach intertekstualnych (gdy nazwę rozpatrywać jako tekst czy mikrotekst). Przywołajmy jedynie kilka przykładów: *Guzik z Pętelką* (sklep pasmanteryjny), *Pępek Świata* (sklep dla kobiet w ciąży, które „w ciąży pragną wyglądać elegancko i kobieco”), *Fret a Porter* (kawiarnia przy ul. Freta w Warszawie), *Cztery Litery* (sklep z krzesłami i fotelami), *Słoń Torbalski* (torby i torebki), *Shakesbeer* (pub), *Gołębnik* (herbaciarnia przy ul. Gołębiej). W przypadku takich nazw istotna staje się ponadto integracja kodu werbalnego i ikonicznego – nazwy „w formie napisu czy szyldu apelują do odbioru wzrokowego i stanowią element retoryki werbalno-wizualnej” [Siwiec 2011: 126]. Dobrym przykładem jest nazwa poznańskiej kawiarni *Cafe Kawka*. Nazwa *Kawka*, kojarząca się z potocznym określeniem małej kawy, jest dodatkowo poprzedzona obco brzmiącym określeniem rodzajowym *Cafe*, co nadaje jej ciekawą formę graficzną i fonetyczną. Całość łączy się z logotypem w postaci filizanki gorącej, parującej kawy, gdzie para przybiera kształt ptaka, niespodzie-

wanie otwierając nowy kontekst semantyczny (*kawka* ‘gatunek ptaka’)⁶. Zupełnie inne pole interpretacyjne otwiera z kolei nazwa warszawskiej kawiarni *Kafka*, opierająca się na homonimii potocznego określenia małej kawy i nazwiska pisarza. Standardowa nazwa lokalu jest więc obecnie nie tylko identyfikatorem, ale także znakiem narzucającym określone formy komunikacji z odbiorcą. Pozornie wyłamują się z tej konwencji te nazwy, w których nominacja opiera się na braku elementu onimicznego, a cała struktura sprowadza się do pospolitego określenia rodzajowego typu *Kawiarnia* czy *Pub*, *Pub bez Nazwy*, *Barbez Nazwy* czy *Restauracja bez Nazwy*. Takim ostentacyjnym „protestem” przeciwko tendencji do nadawania coraz bardziej wymyślnych i wielopłaszczyznowych nazw jest też nazwa krakowskiej kawiarni *Pierwszy Lokal na Stolarskiej po Lewej Stronie, Idąc od Małego Rynku*. Wyłamywanie się z obowiązujących wzorców jest tu jedynie pozorne, jako że tak skonstruowane nazwy również przyciągają uwagę, realizując bardzo wyraźnie funkcję poetycką czy autoteliczną.

Globalizacja jako zjawisko ogólniejsze, odnoszące się także do sfery języka w zakresie chociażby dominacji a n g i e l s z c z y z n y, również odcisnęła piętno na współczesnym nazewnictwie. O ekspansywności języka angielskiego nie ma sensu nawet wspominać – w sferze nazw własnych jako symboli czy emblematów jest to szczególnie wyraziste i dotyczy nie tylko stosowania angielskich leksemów, ale też konstrukcji składniowych. Mniej to może dziwić w sferze tych nazw, które odnoszą się do obiektów o zasięgu międzynarodowym (lub też takich, które w zamyśle twórców mają przywoływać kontekst międzynarodowy czy światowy). Można powiedzieć, że pod kątem wzorca angielskiego jakiś czas temu dokonał się swoisty „lifting” nazewnictwa banków (czy też: rebranding: „odświeżenie” marki): już nie *Bank Kredytowy*, tylko *Kredyt Bank*, już nie *Bank Przemysłowo-Handlowy*, tylko *Bank BPH*, *Alior Bank*, *Idea Bank*. W podobny sposób nazywa się np. imprezy sportowe czy kulturalne o ponadlokalnym zasięgu, np. biegi uliczne. Tu również rządzi składnia angielska: *Orlen Warsaw Maraton* (z angielskim wariantem nazwy stolicy), *16. PKO Silesia Maraton*, *33. PKO Wrocław Maraton*, *V Szamoty Samsung Półmaraton* (struktura rodząca spore trudności fleksyjne). Nazwy imprez biegowych stanowią same w sobie klasę dość interesującą, odzwierciedlają bowiem wiele ze wspomnianych tendencji, zwłaszcza dążenie do atrakcyjności: *Białystok Biega* (struktura zdaniowa w funkcji nazwy biegu), *VI Test Coopera Night Runners Lotamy po Ćmoku* (angielsko-śląska), *Runmageddon*, *Jarosławska Piona* (bieg na 5 km w Jarosławiu), *RockNRun* (Bydgoszcz, por. rock’n roll), *Cała Polska Biega – Rawicz Też*, *Setka po Łódzku* (100 km, por. po ludzku), *Chyża Dziesiątka* (10 km), *Daj Piątką na Dzieciaka* (5 km), *Mordownik* (bieg na 50 km), *Siódme Poty 7070* (bieg na 7,07 km), *Pokonaj Focha*. Bardziej tradycyjne imprezy utrzymują stare, utrwalone

⁶ Przykład ten jest zaczerpnięty z pracy Siwca [2011: 126], gdzie został bardziej szczegółowo zinterpretowany.

nazwy, np. 34. *Bieg Tomaszowski im. Bronisława Malinowskiego czy XXXI Memoriał Bogusława Psujka*.

Tendencje do kopiowania wzorów zachodnich widać w tych obszarach, które jako pewne całościowe fragmenty kultury czy działalności człowieka zostały przeniesione na grunt polski. W sposób niejako naturalny przejmowane są wówczas także wzorce nazewnicze. Dobrym przykładem jest polska liga futbolu amerykańskiego. Wielbiciele tego sportu przejęli nie tylko same zasady gry, formułę rozgrywek, ale także skopiowali zwyczaje nazewnicze – polskie kluby ponazywano na wzór amerykański: *Warsaw Eagles*, *Panthers Wrocław*, *Primacol Lawlanders Białystok*, *Seahawks Gdynia*, *Warsaw Sharks*, *Zagłębie Steelers*, *Crusaders Warszawa*, *Saints Częstochowa* (sic!), *Tychy Falcons*, *Cougars Szczecin*, *Angels Toruń*, *Kraków Kings*. W mniejszości są takie nazwy, jak *Kurpie Ostrołęka*, *Kozły Poznań* czy *Wilki Łódzkie* – choć i tu łatwo dostrzec podtrzymywanie wzorca motywacyjnego, skupionego wokół nazw drapieżnych zwierząt czy ptaków oraz nawiązania do lokalnego patriotyzmu. Warto zaznaczyć, że zgodnie z tendencją do *ikoni* z *acji* i nazw (integracji nazwy i symbolu graficznego) każdy klub posiada własny, również wzorujący się na modelu amerykańskim, symbol graficzny.

Interesującym zjawiskiem jest za to tendencja do tworzenia zglobalizowanych nazw *popkulturowych*, wpisujących się w ogólnoświatowe kanony i wyszukujących powszechnie znane i łatwe do zdekodowania wzorce. Niektóre nazwy tego rodzaju z grupy onimów medialnych zwracają uwagę w sposób szczególny. Przykładem niech będzie tytuł jednego z filmów wytwórni Pixar, w oryginale zatytułowany *The Incredibles* (ang. ‘nieprawdopodobni, niesamowici, niestworzeni’) opowiadający o rodzinie superbohaterów posiadających nadludzkie moce. Całość wpisuje się w ciąg amerykańskich opowieści o postaciach w rodzaju Supermana czy Batmana, o czym świadczy choćby specyficzny strój służbowy: rodzaj uniformu z emblematem w postaci pierwszej litery nazwy superbohatera. Twórcy polskiej wersji dokonali nie lada wyczynu, nadając tytuł *Iniemamocni*, który nie tylko nawiązuje do wymogów ikonograficznych (inicjalne *I* w tytule), ale sam w sobie jest ciekawą z językowego punktu widzenia konstrukcją opartą na wyrażeniu „i nie ma mocnych (na)...”. Atrakcyjność tytułu jest dopełniona w warstwie fabularnej: forma *Iniemamocni* jest nazwiskiem niezwyklej rodziny, a wśród jej członków są takie postaci, jak *Elastyna* (oryg. *Elastigirl*) czy *Mrożon* (oryg. *Frozon*). Z kolei zupełnie inną strategię przyjęto przy adaptacji kanadyjskiego serialu *Les Parent* ‘rodzic’. Polska wersja jest zatytułowana *Rodzinka.pl* i sama w sobie jest interesującą kumulacją takich znaczeń, jak rodzinność, lekkość, nowoczesność (wręcz: cyfrowość, elektroniczność; nazwa jak adres internetowy), polskość, bliskość czy nieoficjalność (por. zdrobnienie *rodzinka* zestawione z wyrazem *rodzina*). Odpowiada to charakterowi serialu, który w lekki i dowcipny sposób opowiada o życiu nowoczesnej polskiej rodziny.

Dążenie do atrakcyjności ukierunkowanej *persoży* nie obserwujemy w grupie socjoideonimów, a więc nazw odnoszących się do różnego typu ini-

cjatyw społecznych. Szczególnie wyraziste są przemiany w nazewnictwie partii i ugrupowań politycznych. Zmiany w sposobie uprawiania polityki polegające – mówiąc najogólniej – na odejściu od programów czy walki na koncepcje polityczne dające się ująć racjonalnie w stronę prostej (prostackiej) socjotechniki, chwytów PR-owskich czy odwoływania się do najbardziej podstawowych emocji doprowadziły do wytworzenia nowego typu nazw. Nazwy partii upodabniają się do logo. Cechuje je emblematyczność czy symboliczność, rozumiana jako oderwanie od nazywania „prostego”, bezpośredniego, deskrypcyjnego na rzecz wykorzystania symboli, często silnie nacechowanych konotacyjnie, a ponadto silna integracja z wyobrażeniem ikonicznym. Odchodzi się więc od tradycyjnych nazw dwu- czy wieloczłonowych, w których człon utożsamiający wskazywał rodzaj ugrupowania (partia, stronnictwo, sojusz, blok itp.), a człon odróżniający określał miejsce na scenie politycznej poprzez wskazanie ideologii czy charakteru programowego. Współczesne nazwy partii to efekt działania mechanizmów autoidentyfikacyjnych, polegających na przypisywaniu własnej grupie (niekiedy wręcz: zawłaszczaniu) określonych wartości [Bralczyk, Mosiołek-Kłosińska 2001: 114], są to raczej popkulturowe transparenty partyjne czy emblematy, etykiety, za pomocą których ugrupowania pragną być identyfikowane. Niemal zupełnie zrezygnowano z używania tradycyjnych członów typu *partia* czy *stronnictwo* (wyjątkiem jest PSL, ale trudno tę akurat nazwę uznać za przykład nowych tendencji). Obecnie w roli językowego identyfikatora partii funkcjonują symbole czy wartości, na ogół zresztą bardzo ogólne i trudne do odrzucenia czy zanegowania, a przez to akceptowalne w zasadzie przez wszystkich: *Prawo i Sprawiedliwość*, *Polska Razem*, *Solidarna Polska*, *Platforma Obywatelska*, *Twój Ruch*, *Biało-Czerwoni*, *Koalicja Odnowy Rzeczypospolitej Wolność i Nadzieja* *KORWIN*, *Polska Patriotyczna*, *Przedsiębiorcza RP*, *Razem*, *NowoczesnaPL*. Ta ostatnia jednostka to dobry przykład funkcjonowania kilku współczesnych tendencji: oprócz popkulturowej formy, symboliczności i hasłowości mamy tu kilkupłaszczyznową grę znaczeniami i symbolami, także graficznymi: dopisek (cząstka) PL po pierwsze – konotuje nowoczesność (w Polsce), po drugie – aktualizuje nowoczesność na poziomie graficznym, upodabniając całą nazwę ugrupowania (stowarzyszenia) do nazwy domeny internetowej. W ten sposób uruchamiają się skojarzenia z Internetem jako przestrzenią nowoczesności, co jeszcze bardziej wzmacnia wymowę użytego wyrazu. W ostatniej wersji ugrupowanie to identyfikuje się za pomocą zapisu *.Nowoczesna*. Nazwa *.Nowoczesna* rozpoczyna się kropką, co sam lider tłumaczy w ten sposób: „Kropka jest symboliczna, pokazuje, że my chcemy postawić kropkę na tym wszystkim, co było, otworzyć nowy rozdział w polskiej polityce, odciąć się od starych partii”⁷. Kropka staje się przy tym

⁷ Ryszard Petru, gość programu TVP Info *Dziś wieczorem*, 19 września 2015 r. [dostęp 21.09.2015; <http://vod.tvp.pl/audycje/publicystyka/dzis-wieczorem/video/19092015/21434105>]. Pobrzmiwa tu echo słynnego wyrażenia *gruba kreska z początków polskiej transformacji* [por. Zimny, Nowak 2009: 82].

ikonicznym wyróżnikiem, symbolizującym pewną wartość retoryczną, ale też graficznym identyfikatorem wykorzystywanym w materiałach propagandowych czy reklamowych (np. na stronie internetowej partii).

W podobnej konwencji tworzone są inne nazwy partii: *Jedność Narodu*, *Elektorat*, *Dzielny Tata*, *Legion Patriotów*, *Lepsza Polska*, *Tak dla Polski*, *Wolność i Równość*, *Wspólnota*, *Samoobrona*, *Obrona Narodu Polskiego* etc. Tendencje te zapoczątkowane zostały już u progu polskiej demokracji po 1989 r. nazwą *Polska Partia Przyjaciół Piwa*, jednak o ile wówczas ta nazwa (i np. *Partia X*) była raczej wyjątkiem, to obecnie jest to dominujący sposób nazywania. Znamienne też, że ówczesne ugrupowania określały się jeszcze jako *partie*, czego dziś się – jak powiedziano – raczej unika, bo rodzi to skojarzenia z tradycyjnym partyjniactwem.

Popularyzacja i ikonizacja, upodabnianie współczesnej nazwy do logo ma z jednej strony uprościć identyfikację obiektu, ale przede wszystkim ma również narzucić pozytywny odbiór, ułatwić akceptację czy wręcz utożsamianie się z obiektem. Przeniesienie nazwy na ten poziom obiegu/kultury wiąże się z ryzykiem wchłonięcia jej przez kulturę masową i poddanie jej prawom: obecnie jest to np. tworzenie najrozmaitszych wtórnych skojarzeń czy konstruowanie nowych, nie zawsze korzystnych znaczeń (w memach czy demotywach). Takie ryzyko jest zminimalizowane w nazwach tradycyjnych.

Podobne tendencje funkcjonują w nazwach ugrupowań czy stowarzyszeń, a także mniej lub bardziej incydentalnych inicjatyw czy akcji społecznych. Obecne są wszędzie tam, gdzie chodzi o pobudzenie do aktywności, do uruchomienia pewnych działań. Lub choćby zwrócenie uwagi na określone zjawiska. Nazwy funkcjonują jak wezwania, alerty: *Podaj Rękę*, *Możesz Pomóc*, *Zdążyć z Pomocą*, *Fundacja Iskierka* (por. iskierka nadziei), *Fundacja Mimo Wszystko*, *Fundacja Mam Marzenie*. Nazwy takie stanowią silne komunikaty emocjonalne, co w połączeniu z celem działalności (opierającej się w znacznym stopniu na datkach i darowiznach) ma wyraziste walory retoryczne.

Dobry przykład odejścia od „czystych” nazw w kierunku nazw znaczących (a przynajmniej: kojarzących się semantycznie) są współczesne nazwy produktów medycznych: leków czy suplementów, zwłaszcza dostępnych bez recepty, gdzie decyzję o zakupie podejmuje sam klient/pacjent. Nazwa przestaje być znakiem skierowanym do specjalisty, lekarza czy farmaceuty, a zaczyna być komunikatem adresowanym do laika. Ma ona zatem bez żadnych wątpliwości zasugerować sposób działania lub dolegliwość, którą ma zwalczyć. W rezultacie w miejsce dawnych nazw międzynarodowych lub oryginalnych nazw rynkowych typu *Aspiryna* czy *Polopiryna* mamy całą grupę nazw bezpośrednio i czytelnie odwołujących się do sposobu działania czy choroby/dolegliwości w rodzaju *Gripex*, *Urinal Intensiv*, *Menopauzin*, *Stoppot* (preparat na potliwość stóp), *Forsen* czy *Nasen* (na bezsenność), *Maxigra*, *Allerga*, *Wzrostan*, *Zdrovit*, *Ulgix*, *Positivum* (lek na uspokojenie) czy *Acustivum*, *Antygrypin*, *Gripovita*, *Laximama* (preparat na zaparcia i wzdęcia dla kobiet w ciąży), *Zdrowosen*. O swobodzie nazewnictwa

i dążeniu do czytelności i wyrazistości semantycznej świadczą hybrydy w rodzaju *Skrzypovita* czy *Błonnislilim Forte*.

We współczesnym nazewnictwie można również dostrzec rozszerzanie granic brandingu, a więc marketingowego interpretowania nazwy czy nazwy pojmowanej jako marka. Współczesna nazwa ma pełnić rolę marki. Z wieloma konsekwencjami – chodzi o to, żeby za pomocą nazwy nie tylko się wyróżnić czy odróżnić, ale by oddziaływać na odbiorcę, wzbudzić pozytywne emocje, wykreować wizerunek obiektu, dać skrótowy (symboliczny, konotacyjny) przekaz. Najsilniej widać to w obszarach podporządkowanych działalności komercyjnej czy ogólnie zarobkowej, zwłaszcza tych, gdzie tradycyjnie nazwy pełniły inne (np. ideologiczne) funkcje. Gdy przyjrzymy się najnowszym propozycjom z zakresu nazw osiedli czy apartamentowców, bez trudu dostrzeżemy wpływ tendencji brandingowych. Nazwy nadawane przez deweloperów mają pełnić wyraziste role perswazyjne, tak aby przyszły mieszkaniec (klient) poczuł się wyjątkowo czy wręcz ekskluzywnie. Stąd w nazwach tego typu nadreprezentacja wyrażen obco brzmiących, będących językowym odpowiednikiem „lepszego świata” (a przynajmniej: świata innego niż otaczająca popospolitość, także nazewnicza). Słowa klucze w tej kategorii to *residence*, *prestige*, *center*, *villa*.

Większość wymienionych tendencji można – w pewnym uproszczeniu – postrzegać jako zwrot ku odbiorcy/użytkownikowi nazw. W teoretycznym modelu aktu nazwotwórczego, który schematycznie obrazuje moment kreacji nazwy jako efekt wzajemnego oddziaływania takich elementów, jak twórca/nadawca, obiekt nazywany, nazwa, odbiorca/użytkownik oraz szeroko pojmowana sytuacja (okoliczności, kontekst), nastąpiło przewartościowanie w kierunku dominującej pozycji odbiorcy. W tradycyjnych, konserwatywnych kategoriach najważniejszy jest nadawca: to on arbitralnie wskazuje kluczowe cechy, ideologie czy wartości. W kategoriach o mniejszej randze, bardziej otwartych czy innowacyjnych widać przesunięcie wektora w kierunku odbiorcy. Nadawca, mimo że w dalszym ciągu pełni jedyną aktywną funkcję w całym układzie, na plan pierwszy wysuwa figurę przyszłego użytkownika, dowartościowuje go. Wyposaża zatem nazwę w takie walory językowe (semantyczne, konotacyjne czy formalne), które sprawiają, że odbiorca wchodzi w rolę interpretatora, a celem gry nazewniczej staje się jego aktywizacja. Współczesne nazwy – logo to zatem mikrokomunikaty integrujące kod werbalny i ikoniczny, doskonale wpisujące się we współczesne potrzeby komunikacyjne: dążenie do prostoty, skrótowości, łatwości odbioru, rozpoznawalności czy emocjonalnego zaangażowania. Są to znaki przygotowane do funkcjonowania na różnych poziomach i w zróżnicowanych medialnie tekstach, nie wyłączając nowych mediów (w tym Internetu) po to, by wyrzucić wrażenie na odbiorcy. Korzyści z jego zaangażowania i usatysfakcjonowania i tak na końcu – zgodnie z regułami brandingów – osiągnie nadawca/twórca nazwy.

Bibliografia

- Bogusławski A., *O interpretacji zdań z wyrażeniami okazjonalnymi*, „Przegląd Humanistyczny” 1977, nr 2, s. 39–56.
- Bralczyk J., Mosiołek-Kłosińska K., *Zwyczajne nominacyjne w polityce – autoidentyfikacja i stygmatyzacja*, w: *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa 2001, s. 113–128.
- Grochowski M., *Konwencje semantyczne a definiowanie wyrażeń językowych*, Warszawa 1993.
- Malec M., *Kulturowe przyczyny zmian w polskim imiennictwie osobowym (w ujęciu diachronicznym)*, „Onomastica” 2015, nr 59, 123–136.
- Mrózek R., *Metodologiczno-terminologiczne aspekty rozwoju onomastyki*, w: *Metodologia badań onomastycznych*, red. M. Biolik, Olsztyn 2003, s. 11–18.
- Rutkowski M., *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii. Proces deonimizacji*, Olsztyn 2007.
- Siwiec A., *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin 2012.
- Siwiec A., Rutkowski M., „*Alany i Dżastiny to łobuzy*”. *Forum internetowe jako źródło informacji o wartościowaniu i motywacji imion osobowych*, „Onomastica” 2014, LVIII, s. 279–296.
- Swoboda P., *Imiona częste w Polsce w latach 1995–2010 oraz ich zróżnicowanie w czasie i przestrzeni*, „Onomastica” 2013, nr 57, 19–69.
- Zabrocki L., *Zasięgi wewnętrznego językowego magazynowania nazw jednostkowych*, w: *Symbolae Philologicae in honorem Vitoldi Taszycki*, Wrocław 1968, s. 416–424.
- Zimny R., Nowak P., *Słownik polszczyzny politycznej po roku 1989*, Warszawa 2009.