Adam Siwiec

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Główne procesy w nominacji za pomocą nazw własnych (w kontekście związków między toponimami i chrematonimami)

1. Nominacja onimiczna i związane z nią rozróżnienia pojęciowo-terminologiczne, charakterystyka i typologia procesów

Zabiegi nominacyjne w zakresie nazw występujących w obszarze szeroko rozumianej chrematonimii są zróżnicowane w tym sensie, że wspomniane onimy mogą wchodzić w obieg językowy na różnych zasadach oraz z uwzględnieniem różnych warstw językowych i zbiorów motywacyjnych. Są powoływane do życia na zasadzie translokacji, to jest przez wybór gotowej formy językowej, którą może być jednostka wyrazowa należąca do słownictwa pospolitego polskiego lub obcego (wybór słowa następuje w tym wypadku po wyborze języka) i przeniesiona na płaszczyznę onimiczną języka, lub też jednostka nazewnicza przeniesiona z jednego zbioru nazw do innego. Poza tym, w innych wypadkach, onimy wchodzą do uzusu na zasadzie tworzenia zupełnie nowych struktur językowych, czyli przez nazwotwórstwo w ujęciu formalnym, czyli przez zespół środków służących do tworzenia nazw własnych, środków mających oparcie w systemie derywacyjnym języka, analogicznie czy też na wzór słowotwórstwa rozpatrywanego w zakresie wyrazów pospolitych [por. na ten temat: Borek 1983a].

Wybór gotowej formy językowej prowadzi do nazw o językowej motywacji translokacyjnej [por. Kowalik-Kaleta 1983: 236]. W jej wyniku następuje przeniesienie jednostki wyrazowej z jednej płaszczyzny języka do drugiej i zmiana zakresu użycia oraz funkcji danej jednostki, która to zmiana jest w tym procesie nieoznaczona formalnie na płaszczyźnie derywacji nazwotwórczej. Możemy mieć do czynienia z translokacją jednostki na zewnątrz i wtedy następuje przeniesienie tej jednostki ze zbioru apelatywów do odpowiedniego zbioru nazw własnych, na zasadzie onimizacji. Inny przypadek stanowi translokacja wewnętrzna, to znaczy taka, jaka dokonuje się wewnątrz kategorii nazw własnych i polega na tym, że dana nazwa własna, pozostając nazwą własną, zyskuje nową wartość denotacyjną [por. Kosyl 1983: 13–14] i zaczyna wskazywać na inną niż pierwotnie

klasę obiektów nazewniczych. Mamy tu do czynienia z translokacją na zasadzie transnominizacji. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że dana nazwa, zyskując nowe właściwości jako transnomin, nie traci zupełnie swojej podstawowej semantyki onimicznej i ten, kto się z taką nazwą styka, tę semantykę sobie uświadamia [por. Blanar 1996: 29]. Jest to niekiedy wręcz niezbędne do zrozumienia, na jakich zasadach dana nazwa funkcjonuje w odniesieniu do określonego obiektu, jaki był powód użycia danej nazwy w charakterze transnominu. Dodajmy, że sprawdza się to w odniesieniu do wszelkiego typu przeniesień, np. w obszarze toponimii, w sytuacji występowania nazw przeniesionych z jednego odległego obiektu na drugi, jak to się dzieje przy imporcie nazw typu *Ameryka* czy *Betlejem* na osady w Polsce, co należy wiązać w pierwszym przykładzie z ruchem emigracyjnym i reemigracyjnym, w drugim z życiem religijnym społeczności językowej, w której takie użyte wtórnie nazwy funkcjonują [na ten temat: Bubak 1965–1966]. Są to nazwy o charakterze kulturowym, nie charakteryzują one bezpośrednio terenu, choć na zasadzie konotacji przekazują informację zawierającą element topograficzny: *Betlejem* przeważnie oznacza obiekt ubogi, natomiast *Ameryka* – bogaty, może to być też miejsce odległe (jak Ameryka) [por. Jakus-Borkowa 1987: 97; Borek 1988: 49].

Jeśli do znaczenia merytorycznego nazwy [por. Rzetelska-Feleszko 1988: 115] zaliczymy elementy określające jej związek z określonym typem obiektu na podstawie cech właściwych odpowiedniej kategorii rzeczy, to np. toponimowi *Wall Street* (= ulica w Nowym Jorku, na Manhattanie) można przypisać określony sem taksonomiczny (o jaki obiekt chodzi) oraz korelację z powierzchnią ziemską i zespół koordynat. Z kolei *Wall Street* jako nazwa instytucji i zarazem placówki handlowej odnosi się już do innego typu obiektu (= kantor walut w Lublinie) – to najogólniej rzecz biorąc chrematonim. Zmienia się więc opisujący go sem taksonomiczny, a korelację z powierzchnią ziemską i utrwalony związek z krajobrazem zastępuje występowanie obiektu w określonych układach kultury. Translokacja toponimu w chrematonim ma uzasadnienie w potencjalnym elemencie znaczenia ekonomicznego, który opisuje obiekt toponimiczny: *Wall Street* to ulica, przy której zlokalizowane są główne instytucje finansowe Stanów Zjednoczonych, kojarząca się ze światem papierów wartościowych i pieniędzy. Nazwa po translokacji nawiązuje do tego elementu znaczeniowego, nazywa obiekt, którego indeksem branżowym jest handel walutą.

Transnominizacja bywa opisywana jako proces analogiczny do nadawania słowom nowych znaczeń leksykalnych, czyli do przeniesień mających za podstawę system semantyczny języka [por. Superanskaja, Staltmane *et al.* 1986: 47–48], w innych ujęciach podkreśla się to, że jej następstwem jest powstanie homonimii. Obiektywnie problem ujmując, mamy tu do czynienia z formą językową, która na poziomie uzusu funkcjonuje w różnych środowiskach onimicznych. Można przypuszczać, że nie zawsze użytkownik języka ma na ten temat wiedzę wyraż-

ną; w pewnych przypadkach wraz z upływem czasu zachodzi tu proces podobny do leksykalizacji, która dotyczy nazwy w związku z obiektem, na który została przeniesiona. Na przykład przeciętny mieszkaniec Lublina zna nazwę *Rusalka* jako określenie ulicy, natomiast prawdopodobnie nic nie wie o jej wcześniejszym „znaczeniu”, to jest o tym, że wcześniej taką nazwę nosił nieistniejący już teatr letni.

Istnieje pogląd, że transonimizacja i przeniesienie nie są w aspekcie onomastycznym pojęciami równoznacznymi. Ta pierwsza realizuje się pod warunkiem przejścia nazwy z jednego obiektu na inny obiekt i, dodatkowo, z jednej klasy onimicznej do innej. Sądzę, że nie ma potrzeby robić tego typu rozróżnień – to transonimizacja, tylko że jednorodna i niejednorodna.

W pewnych ujęciach interpretacyjnych przeniesienie może być traktowane jako odpowiednik translokacji w każdym z podanych wyżej przypadków. Na przykład Edward Breza [1998], powołując się na innych badaczy – Huberta Górnowicza i Czesława Kosyla – pisze, że „pod względem słowotwórczym chrematonimy są nazwami przeniesionymi albo nieprzeniesionymi” i że wśród przeniesionych wyróżnia się odapelatywne, np. *Borowik*, *Kurka*, *Kozak* – nazwy domków letniskowych od apelatywnych nazw grzybów, odimienne: *Danusia*, *Piotr* itp. – nazwy pensjonatów i domów wczasowych, czy również odmiejscowe. I dalej stwierdza: „Przenoszenie nazw własnych w chrematonimii jest jej cechą wyróżniającą”, w tak szerokim zakresie nie występuje ona w antroponimii ani też w toponimii [ibidem: 352].

Przejdę teraz do nazwotwórstwa, które w proponowanym przeze mnie ujęciu stanowi inny niż translokacja sposób powoływania do życia nazw własnych – można powiedzieć, że jest to rodzaj transformacji, w której biorą udział formalne elementy języka. Zdaję sobie przy tym sprawę, że istnieje tu możliwość przyjęcia innej koncepcji, w której nazwotwórstwo jako termin może oznaczać każdy przypadek tworzenia nazw, nawet jeśli nie jest oznaczony na poziomie form językowych. Warto w tym miejscu przywołać pogląd Henryka Borka, który rozpatrując kwestie opisu morfologicznych środków tworzenia nowych leksemów, jednocześnie zwracał uwagę na pojęcie derywacji semantycznej przy procesach tworzenia nowych jednostek leksykalnych drogą zmian znaczeniowych (substantywizacja, adiektywizacja, metaforyzacja itp.). Zdaniem tego badacza nazwotwórstwo tym różni się od słowotwórstwa apelatywnego, że „ze względu na swoją wtórność może tworzyć modele nazwotwórcze bez żadnego wykładnika formalnego” [Borek 1983b: 54].

W tym opracowaniu chcę mówić o nazwotwórstwie *per analogiam* do słowotwórstwa jako procesie tworzenia nazw jako zupełnie nowych jednostek językowych o określonej formie i funkcji, mających charakter neologizmów nazewniczych o motywacji leksykalnej w typie przede wszystkim morfologicznym, z uwzględnieniem afiksów i afiksoidów, członów złożeń i innych elementów

kreacji formalnojęzykowej. Chodzi tu więc o dobór określonego tworzywa językowego na użytek nazwotwórczy, choć nie muszą to być np. środki derywacyjne występujące w języku w funkcji wyłącznie lub prawie wyłącznie onomastycznej. O nazwotwórstwie można np. mówić w przypadku nazw, które jako onimy handlowe (w proponowanej przeze mnie terminologii: emporionimy) realizują niespełnione możliwości słowotwórstwa apelatywnego w zakresie kategorii *nomina loci*, niekiedy są też formami alternatywnymi w stosunku do form utworzonych i już funkcjonujących jako wyrazy pospolite. Mamy tu np. nazwy pomieszczeń zamkniętych na *-nia* i *-ownia* typu *Fryzjernia* – salon fryzjerski, *Stylownia* i *Efektownia* – sklepy z odzieżą używaną (przykłady z Lublina), *Rowerownia* – sklep z rowerami (w Poznaniu), por. też: *Pizzownia* – alternatywnie do nazwy ogólnej: *pizzeria* (w Zabrzu). Nazwy mogą być tworzone od podstaw apelatywnych, ale też onimicznych lub pośrednio onimicznych. Do już wymienionych nazw miejsc z sufiksem *-nia* można dodać tego typu przykład: *Lubelnia*, od przymiotnika toponimicznego: *lubelski*, w związku z nazwą miasta: *Lublin* (chodzi o restaurację w tym mieście).

Przedstawione przykłady są o tyle jednostronne, że w istocie nie pokazują różnicy między wyrazami pospolitymi a nazwami własnymi jako odrębnymi klasami leksykalnymi; eksponują identyczność formalną używanych w nich środków derywacyjnych. Jest to wynik istniejących obiektywnie zależności językowych. Przyjmując formalny punkt widzenia, trudno w praktyce na tego typu materiale wykazać różnicę między derywacją słowotwórczą (w odniesieniu do apelatywów) i derywacją nazwotwórczą. Można by w interpretacji różnych analogicznych form językowych uwzględnić uwagę Anny Superanskiej odnośnie do przebiegu procesu nominacyjnego. Zgodnie z jej propozycją na poziomie wstępnej nominacji czy też w mikronominacji, która jest związana z pierwszym użyciem nowo utworzonego słowa, nie mamy jeszcze do czynienia ani z apelatywem, ani z nazwą własną [por. Superanskaja 1973: 238]. O statusie językowym decyduje w tym wypadku tryb funkcjonowania, który jednak nie zawsze jest jednoznaczny, i kontekst. Jeśli mamy mówić o nazwotwórstwie, to konieczne jest zwrócenie uwagi na formalny aspekt tworzenia nazw, na ich cechy strukturalne. Praktyka analityczna ujawnia trudności z tym związane. Można przyjąć, że nazwa własna *Papiernia*, która odnosi się do sklepu z artykułami papierowymi (w Chełmie, woj. lubelskie) została utworzona niezależnie od wyrazu pospolitego *papiernia* w znaczeniu ‘zakład produkujący papier’ [US III: 38], ale nie można też wykluczyć, że doszło tu do przeniesienia (translokacji zewnętrznej) tego wyrazu i uzyskania przez niego właściwości nazwy własnej. Nie da się tego ustalić bez dodatkowych danych, umożliwiających rekonstrukcję rodzaju motywacji językowej.

Podsumowaniem teoretycznych ustaleń na temat głównych procesów występujących w nominacji za pomocą nazw własnych jest zaprezentowany schemat (rys. 1).

Rysunek 1. Główne procesy występujące w nominacji za pomocą nazw własnych (opracowanie własne)

2. Związki toponimiczno-chrematonimiczne w świetle analizy nazewnictwa różnych obiektów handlowych i usługowych oraz firm

Przechodzę teraz do głównego wątku rozważań. Zastanawiając się nad możliwymi powiązaniem między toponimią i chrematonimią, a dokładniej łączonym z nią zbiorem nazw sklepów i firm, służących identyfikacji wskazanych obiektów w procesie wymiany handlowej, muszę już na wstępie stwierdzić, że te powiązania mają przede wszystkim charakter leksykalny, i ten właśnie typ korespondencji między reprezentacjami różnych porządków i klas onimicznych wydaje się tu najbardziej oczywisty, od niego też zacznę odpowiedź na postawione w trakcie pisania tego szkicu pytanie: ile jest toponimii w chrematonimii?

Z badań, które prowadziłem nad nazewnictwem odnoszącym się do sklepów i placówek usługowych w Lublinie wynika, że w mieście traktowanym jako powierzchnia reklamowa przeważają nazwy, których podstawami leksykalnymi są toponimy nazywające pozapolskie obiekty geograficzne. Trzeba jednak wyraźnie podkreślić, że nie jest ich w zebranych materiale dużo – idą w dziesiątki, podczas gdy w całym zbiorze, na którym opieram swoje rozważania, znalazło się blisko tysiąc przykładów użycia nazw w odniesieniu do indywidualnych obiektów, spisanych na miejscu z witryn i szyldów oraz tablic reklamowych [por. Siwiec 2012: 173–202]. Są to m.in. nazwy miast, np. *Amsterdam* (galeria i sklep, m.in. z meblami holenderskimi), *Hanoi* (restauracja wietnamska), *Shanghai* (restauracja

z kuchnią chińską), *Paris* (sklep z odzieżą damską oraz sklep z modą ślubną i wieczorową), *Dakar* i *Hawana* (sklepy z kosmetykami), *Vegas* (sklep z alkoholami i kantor; por. *Las Vegas*), *Miami* i *Malibu* (solaria), *El Paso* (pub), *Chicago* (sklep z odzieżą), występują też nazwy dzielnic kojarzonych ze światowymi metropoliami: *Manhattan* (sklep z odzieżą), *Hollywood Cafe* itp. Inne przykłady to nazwy krajów, czyli choronimy, które pojawiają się na szyldach handlowych, np. *Alaska* (sklep z futrami), *Toskania* (restauracja śródziemnomorska), *Pizza Italia*, *Egipt* i *Maroko* (bary), *India* (sklep indyjski i hurtownia odzieży); nazwy łańcuchów i pasm górskich: *Andy* (sklep turystyczny), *Himalaje* (kiosk z herbatami), nazwy wysp: *Capri* (salon odzieży damskiej i hurtownia). Mamy tu nazwy odnoszące się do obiektów geograficznych pozapolskich, używane w formie polskiej lub obcej, odpowiadającej obszarowi, na jakim dany obiekt się znajduje.

Nazwy odnoszące się do realiów geograficznych polskich pojawiają się w nazewnictwie firm i określają miejsce prowadzonej działalności, którym jest miasto, np. *Chemia Lublin*, *Herbapol-Lublin*, *Elektromontaż-Lublin*, *Energo Tech Lublin*, *Instal-Lublin*, *Miastoprojekt-Lublin*, *Stalmet-Lublin* itp. Szerszy zasięg geograficzny łączy się z nazwą kraju, państwa. W tym wypadku jest to toponim *Polska*, który z zasady występuje w funkcji członu odróżniającego, dodanego do właściwej nazwy firmy i wskazującego na to, że dana firma pochodzi z Polski, jak *Cemex Polska*, lub na jej obszarze prowadzi działalność, np. jako firma zagraniczna działa w naszym kraju, por. *Reimpex Polska* (w strefie krajów bałtyckich firma działa pod nazwą *Reimpex Baltic*).

Odrębną grupę przykładów stanowią w krajobrazie Lublina nazwy obiektów handlowych i usługowych, które łączą się bezpośrednio z terenem wewnątrzmiastowym i powtarzają jako transonimy istniejące w tej przestrzeni nazwy części miasta czy osiedli, w których znajdują się nazywane sklepy i inne punkty, por. *Blonie* (delikatesy), *Świt* (apteka), przeniesione z ulic: *Księżycowa* (kawiarnia), *Zamojska* (lombard) itd., odsyłające do innych wyróżniających się elementów topograficznych, np. do rzeki przepływającej przez miasto: *Bystrzyca* (auto-komis) itd.

Badania prowadzone na innym materiale potwierdzają fakt stosunkowo słabego wykorzystania toponimów na zasadzie wtórnego użycia w charakterze nazw obiektów i instytucji handlowych i szerzej – związanych z sektorem gospodarki. Píše na ten temat Ewa Rzetelska-Feleszko, omawiając nazwy sklepów (w Warszawie w 1992 r., w Łodzi w 1994 r.) oraz nazwy firm handlowych i usługowych z branży budowlanej (w Warszawie w latach 1997–1998). Z badań przeprowadzonych przez autorkę wynika, że „Nazwy własne jako podstawy nazw sklepów to przede wszystkim imiona i nazwiska, rzadziej nazwy geograficzne” [Rzetelska-Feleszko 2000: 144]. Do podobnego wniosku można dojść na podstawie przeglądu podstaw leksykalnych w zakresie nazw firm, które w opracowaniu stanowią osobny blok materiałowy ze względu na ich odrębny charakter [ibidem: 146].

Przypomnę jeszcze wyniki badań z innego ośrodka miejskiego. Danuta Koptowska, analizując nazewnictwo przemysłowo-usługowe w Kielcach w latach

90. XX w., zwraca uwagę na to, że wykorzystuje się w nim wyrazy pospolite i nazwy własne, głównie antroponimy, „rzadziej toponimy”, zarówno polskie, jak i obce; dalej pisze o „ubóstwie toponimicznym” badanego przez siebie materiału [por. Kopertowska 2001a: 162]. W innym artykule, uwzględniającym materiał z lat 1989–1998 obejmujący 1120 nazw i przykłady pochodzące sprzed tego okresu, wskazana badaczka stwierdza, że „Toponimy w funkcji nazw firmowych nie należą do częstych” i że wśród odnotowanych nazw jest „trzy procent motywacji tego typu” [Kopertowska 2001b: 26]. Podaje przykłady nazw obcych państw, wysp, miast, przeniesionych (translokowanych) na sklepy oraz podobne obiekty wewnątrzmięskie, por. *Cafe France*, *Capri*, i polskie, lokalne: *Łysogóry*, *Nida*. Zwraca uwagę na te spośród nazw, które powtarzają w niezmienionej formie inne nazwy topograficzne z terenu Kielc, np. *Bialogon* i *Bukówka* (apteki). W swoich rozważaniach badaczka wychodzi poza transonimy pochodzenia toponimicznego i uwzględnia formy derywowane oraz wyrażenia przyimkowe, a także człony toponimiczne nazw w formie wyrazów skrótowo-złożonych typu *Italotex* (tkaniny włoskie, por. *Italia*), *Amer-Pol* czy *Poltank* (stacja benzynowa) itp.

Tego rodzaju przykłady pokazują, że w rozważaniach nad związkami toponimiczno-chrematonimicznymi oprócz przykładów translokacji czy też transonimizacji trzeba brać pod uwagę przykłady transformacji reprezentujące typ powiązań strukturalnych z przypadkami motywacji morfologicznej o charakterze pochodności językowej, polegającej na określeniu budowy wewnętrznej leksemów, która oparta jest na ich stosunku do innych leksemów, i wszelkimi innymi opartymi na zmianie formalnej. Ten sam typ powiązań będą też realizować zwracające uwagę realizacje cytatów struktur toponimicznych, niedające się opisywać w kategoriach derywacyjnych.

Interesujące wydają się przykłady nazwotwórstwa typu sufiksalnego, jak w nazwie *Londynek*. Użyty tu formant *-ek* wychodzi poza swój pierwotny zakres derywacyjny w formach apelatywnych. Jest jasne, że stanowi on element ogólnego tworzywa językowego, ale w cytowanej formie, utworzonej od podstawy *Londyn*, staje się elementem specyficznie nazwotwórczym przez nawiązanie do typu nazw relacyjnych znanych z toponimii [por. np. Borek 1988]. W tym wypadku nie jest to jednak toponim, tylko nazwa odnosząca się do innego typu obiektu (w Lublinie) – sklepu z używaną odzieżą z Anglii, m.in. z Londynu – mamy tu korelację podstawy toponimicznej z funkcją chrematonimiczną.

Dodam przy okazji, że inną genezę ma forma *Londynek* w nazwie miejskiej *New Londynek Townhouses*. Jest to bowiem forma translokowana z potocznego, używanego przez mieszkańców Bydgoszczy, toponimu *Londynek*, odnoszonego do dawnej robotniczej dzielnicy tego miasta, uważanej za miejsce zaniedbane i niebezpieczne [por. Czachorowska, Zimny 2011]. W cytowanej nazwie miejsce to zostaje w swoisty sposób dowartościowane dzięki wprowadzeniu w jej obręb leksemów angielskich. Pierwszy z nich: *new* „wprost nawiązuje do procesów rewalizacyjnych zachodzących na terenie tej dzielnicy” [ibidem: 104].

Jako wyróżnik nazwowości chrematonimicznej może przy podstawach toponimicznych występować sufix *-anka*, znany od dawna i występujący w nazwach różnych obiektów użytkowych i instytucji, takich jak lokale gastronomiczne i hotele, domy czasowe czy kluby sportowe, por. np. *Lublinianka* (hotel z restauracją i kawiarnią, obecnie pod nazwą *IBB Grand Hotel Lublinianka*), też: *Lublinianka-Tour* (biuro turystyczne). Ten typ strukturalny nasuwa jednak pewne uwagi ze względu na zbieżność w przebiegach translokacyjnych i w nazwotwórstwie. Zwrócił na to uwagę Edward Breza, opisujący nazwy obiektów gastronomicznych w województwie gdańskim w latach 80. XX w., stwierdzając nieprzydatność podziału na nazwy przeniesione i neologizmy nazewnicze, por. cytat: „W podanym tu materiale neologizmami nazewniczymi mogłyby być struktury typu *Żukowianka*, *Pomorzanka*, *Kociewianka* [...], ale *Żukowianka*, *Pomorzanka*, *Kociewianka* znane są jako nazwy mieszkańek *Żukowa*, *Pomorza* i *Kociewia*”. Dalej jednak autor wskazuje na możliwość morfologicznej motywacji: „Takim neologizmem byłaby *Kaszubianka*, etnonim brzmi bowiem *Kaszubka* [...]” [Breza 1988: 123]. Gdyby tego typu motywacja, wprowadzająca zmianę formalną w porównaniu do motywantu, została rozszerzona również na podane wcześniej przykłady, dałoby to asumpt do wydzielenia odrębnego typu nazwotwórczego w odniesieniu do kategorii obiektów użyteczności publicznej: handlowych, usługowych itp., instytucji. Nie brak jednak przesłanek przeciw takiemu postawieniu sprawy. Np. wśród nazw kin pomorskich, odnotowanych przez Stanisława Bąbę [Bąba 1967] są: *Pomorzanin*, *Mazur*, *Kaszub* i *Warmianka*. Skoro jest kino *Pomorzanin* od nazwy mieszkańca Pomorza, to również cytowana wcześniej *Pomorzanka* stanowi może tylko translokację nazwy mieszkanki tego regionu. Odstępstwem od tak ustalonej zasady jest niewątpliwie *Warmianka*, dla której podstawę stanowi toponim *Warmia*, a nie etnonim, który ma formę żeńską *Warmiaczka* [por. US IV: 350].

Elementy toponimiczne w strukturze nazw firm pojawiają się też na zasadzie *pars pro toto* odnośnego toponimu, co dzieje się w przypadku form skrótowo-złożonych. W tym wypadku jest to tylko kwestia wyboru takiego właśnie materiału językowego, chodzi o tworzywo, a nie strukturę toponimiczną. Np. cytowane już wcześniej nazwy *Lublin* i *Polska* mają odpowiedniki w postaci członu *Lub-*, por. *Lub-Chem*, *Lub-Hand*, *LubNET*, *Lub-Trans* itp. oraz *Pol-* lub *-Pol*: *Pol-Bud*, *Pol-Farb*, *Pol-Tech*, *Dom-Pol*, *Hispano-Pol*, *Nar-Pol* (sprzedaż narzędzi). Jednak wydaje się, że bezpośredni związek motywacyjny łączy podane przykłady raczej z przymiotnikami toponimicznymi niż z rzeczownikowymi nazwami. Podobnie jest w przypadku nazw firm z członem *Euro*, por. *Euro Auto*, *Euro Meble*, *Euro-Pak*, *Euro-Tech* itd., w których *Euro* można wywodzić od *Europa* i *europejski*, ale też od *Unia Europejska*, tu w znaczeniu ‘związany z Unią Europejską’ [por. Waszakowa 2005: 143 i n.], np. w zakresie pozyskiwania środków finansowych: *Euro-Agro Consulting*. Różnice między cytowanymi strukturami nazewniczymi polegają na tym, że element toponimiczny w jednych z nich pojawia się z konieczności [por. na ten temat: Kopertowska 2001a: 162], np. *Lub-Trans* (usługi

transportowe na terenie Lublina i województwa lubelskiego), *LubNET* (operator telekomunikacyjny działający w Lublinie), *Hispano-Pol* (handel międzynarodowy), *Euro-Tech* (nowe technologie, materiały budowlane, import i eksport na rynek europejski), a kiedy indziej wynika z potrzeb reklamy (człony *Pol* i *Euro*), działania nazewniczych konwencji i przypadkowego wyboru.

Przestrzeń wewnątrzmiejska jest obecna w nazwach przyjmujących formę wyrażen przyimkowych, w których przyimek łączy się z elementem toponimicznym, to jest nazwą jakiegoś obiektu miejskiego, pozostającego w relacji styczności przestrzennej do nazywanego za pomocą tej nazwy obiektu: sklepu, placówki usługowej, firmy itp. Bardzo często jest to wyrażenie przyimkowe zestawione z nazwą ulicy w funkcji lokalizującej dany obiekt, por. w Lublinie: *Na Czeremchowej* (salon fryzjerski), *Na Kole* (sklep spożywczy), *Na Lwowskiej* (księgarnia), *Na Zana* i *Na Dożynkowej* (apteki). Można przyjąć, że mamy w tego typu formach do czynienia z nazwotwórstwem wprowadzającym konstrukcje składniowe, powstałe w wyniku derywacji fleksyjnej, lub z kompozycją nazwotwórczą, ze specyficznymi nazwami komponowanymi [por. klasyfikację tego typu struktur w: Rospond 1957]. Toponim, a dokładniej mikrotoponim miejski, jest tu elementem komponowanej nazwy, ale należy też zwrócić uwagę na to, że toponimiczną genezę ma sam schemat strukturalny nominacji, opartej na topograficznej motywacji lokalizującej, która jest charakterystyczna dla nazewnictwa terenowego, ponieważ „nazwy przyimkowe są formacją *sensu stricto* terenową” [Sochacka 1970: 80]. Podane wyżej nazwy w formie wyrażen przyimkowych można opisywać tak jak mikrotoponimy jako formy, które są przydawkami okolicznościowymi odpowiadającymi na pytanie: *który?* sklep, księgarnia, apteka itd., lub okolicznikami miejsca w związku z pytaniem: *gdzie?* znajduje się dany obiekt. Dodać należy, że wyrazy łączące się z przyimkiem w nazwach tego typu nie muszą być toponimami, mogą to być osobowe nazwy własne, przede wszystkim zaś informacje topograficzną mogą w nich przekazywać wyrazy pospolite, które występują jako terminy relacji przestrzennych i oznaczają wyróżniające się punkty orientacyjne, np. pewne elementy otoczenia naturalnego, różne urządzenia miejskie, por. *Przy Rondzie* (sklep spożywczy). W kolejnych realizacjach zmieniają się też przyimki określające typ ustosunkowania przedmiotowego w przestrzeni.

Przechodzę teraz do przykładów, które nie mieszczą się w zakresie środków derywacyjnych i kompozycyjnych używanych w celu nazwotwórczym. Chodzi o bardzo specyficzne cytaty struktur toponimicznych, które można uznać za szczególny rodzaj aluzji do występujących w toponimii i dla niej charakterystycznych kategorii i typów nazwotwórczych, służących bezpośrednio do tworzenia nazw własnych. Taki typ, który można zdefiniować jako klasę nazwową o tej samej funkcji kategorialnej i tym samym wykładniku nazwotwórczym [Borek 1983a: 229], reprezentują w toponimii nazwy miejscowe o pierwotnym znaczeniu dzierżawczym wprowadzanym odpowiednimi przyrostkami, np. *-ów*, *-owa* i *-owo*. W poczuciu dzisiejszych użytkowników języka polskiego nazwy te są po prostu

nazwami miejscowości, które łatwo odróżnić od innych nazw ze względu na dokonaną w języku strukturalizację typu nazwotwórczego czy wręcz określonych sufiksów używanych przede wszystkim do nazw tej kategorii nazwotwórczej. Tym większą innowacyjnością odznaczają się wychodzące poza tak ustalony uzus cytaty czy też translokacje struktur tego typu z toponimii do chrematonimii, dające w efekcie nazwy odczuwane jako twory indywidualne i nieuzualne, np. *Biesiadowo* od podstawy *biesiada* ‘wystawne przyjęcie, uczta, bankiet’ [US I: 259], chodzi więc w tym przykładzie o miejsce, gdzie można dobrze zjeść (pizzerie w Warszawie, Kielcach, Lublinie, Łodzi i innych ośrodkach miejskich), por. też pozostałe, mające za punkt wyjścia nomenklaturę asortymentu handlowego: *Bucikowo.pl* od *bucik* (sklep internetowy z obuwem), *Pierogowo* od *pierogi* (sieć lokali gastronomicznych we Wrocławiu), *Rowerkowo* od *rowerek* (sklep w Tychach), *Skarpetkowo* od *skarpetki* (sklep z artykułami pończoszniczo-bielizniarskimi w Koninie), *Zwierzątkowo* od *zwierzątka* (sklep zoologiczny w Krakowie), tu też przykład, który może być odczytywany w kategoriach żartu językowego: *Golonkowo Piwne*, por. *golonka* i *piwo* (sezonowy punkt gastronomiczny w Pobierowie, woj. zachodniopomorskie). Innowacyjność formalną podanych nazw tłumaczą potrzeby reklamy, w której to, co nowe, co może zaskakiwać, ponieważ nie mieści się w ustalonych dla danej klasy nazw torach strukturalizacji językowej, stanowi element przyciągający odbiorców oferty handlowej. Osobnym, dość specyficznym przykładem, dającym się porównać z już wymienionymi, jest *Lumumbowo* (pub w Łodzi), który można łączyć z nazwiskiem kongijskiego działacza niepodległościowego P. Lumumby (1925–1961, por. biogram w *Encyklopedii popularnej PWN*). W tym wypadku wskazany chrematonim nie jest jednak efektem derywacji nazwotwórczej, jedynie powtarza już istniejącą i używaną nieoficjalnie nazwę osiedla akademickiego przy ul. Lumumby. Jest to też sygnał, że docelową grupą klientów, do których kierowana jest oferta tak nazwanego pubu, są studenci.

3. Uwagi końcowe

Podsumowując, można stwierdzić, że w przedstawionych tu rozważaniach znalazły się dwa wątki. Pierwszy, o charakterze teoretycznym, dotyczy procesów i zabiegów językowych, które dają w wyniku nazwę własną (nominacja onimizna). Stoję na stanowisku, że takimi procesami są translokacja oraz nazwotwórstwo. Ta pierwsza przebiega na zasadzie onimizacji i transonimizacji. Przyjmuje za różnymi opracowaniami onomastycznymi, że są to przebiegi językowe niezwiązane z derywacją, reprezentujące „czyste” przejście słowa z jednej klasy nazw do innej [por. np. Superanskaja, Staltmane *et al.* 1986: 48]. Warto w tym miejscu dopowiedzieć, że istnieje też inne ujęcie tego zagadnienia, rozszerzone o formalne wykładniki opisywanych procesów, np. Aleksandra Cieślíkowa pisze

o „onimizacji dzięki derywacji słowotwórczej” [Cieślíkova 2006: 49], w ten sam sposób można też podchodzić do transonimizacji, wprowadzając różne odmiany nominacji transonimicznej. Trzeba jednak pamiętać, że np. derywacja jest związana z systemową organizacją nazw wewnątrz klas; nie jest to zmiana typu translokacyjnego, połączona z przeniesieniem onimu do innego szeregu onimicznego i zmianą funkcji obiektowej. Przypomnę jednak dla porządku, że Rudolf Šrámek pisze o dwóch rodzajach transonimizacji: czystej i rozszerzonej, ze zmianą formy [por. Šrámek 2003–2004], a referującą jego koncepcję Jana Marie Tušková dodatkowo wyróżnia transonimizację rozszerzoną na zasadzie morfologicznej (strukturalnej) i na zasadzie leksykalnej [Tušková 2011: 486–487]. Na ogół jednak odróżnia się transonimizację od przypadków zmian językowych oznaczonych formalnie. Mária Imrichová, która ostatnio zajęła się transonimizacją w odniesieniu do nazw obiektów i instytucji handlowych, jest zdania, że jest to przejście (transfer) nazwy z jednej onimicznej klasy do innej i to nie tylko w ramach onimicznych podsystemów (np. z toponimicznego do chrematonimicznego), ale też w ramach podklas tych podsystemów, bez formalnych zmian. Zaproponowany przez nią podział transonimizacji ze względu na dopasowanie transonimu do obiektu, w tym wypadku do rodzaju działalności i profilu firmy, wnosi do opisu nowe interesujące szczegóły, nie zmienia jednak w istotny sposób obrazu tego zjawiska [Imrichová 2012: 36–38].

Kolejny ważny proces to nazwotwórstwo, traktowane jako odpowiednik apetywnego słowotwórstwa. Najważniejszy problem, który się tu nasuwa i wychodzi poza zakres opisywanego materiału, odnosi się do tego, czy środki formalne służące tworzeniu nowych nazw mają być opisywane bez względu na stopień onimicznego nacechowania, czy też, do czego bym się przychylił, ma to być opis dyferencjalny, eksponujący specjalne typy i kategorie nazwotwórcze.

Drugi wątek rozważań, siłą rzeczy nieco ograniczający zakres rzeczowy tego pierwszego, wiąże się z poszukiwaniem odpowiedzi na pytanie: ile toponimii jest w chrematonimii?, a dokładniej, jak uwidacznia się ona w nazwach handlowych, czyli emporionimach. Okazało się, że interesujące mnie onimy cechuje „ubóstwo toponimiczne”, przy czym są to przede wszystkim transonimy. Przekazywana przez nie informacja pozwala eksponować obiekty ze względu na ich lokalizację i właściwość oraz zasięg prowadzonej działalności; w wypadku nazw spoza polskiego obszaru geograficznego jest to informacja typu kulturowego czy też inna, niezwiązana z rodzajem i zawartością obiektu, ale podporządkowana reklamie. Sądzę, że różne branże otwierają różne pola skojarzeń, do których nie zawsze da się wprowadzić motywy toponimiczne. Pomijając kwestię styczności przestrzennej obiektów, można zapytać: jaki toponim, będący nazwą odległego kraju, miasta czy wyspy, będzie pasował do sklepu spożywczego lub branży budowlanej? Zupełnie inaczej będzie w gastronomii, w której nazwy są często przekaznikami informacji geograficznej i przede wszystkim etnokułturowej w związku z tematem kuchni różnych regionów świata.

Nazwotwórstwo z udziałem elementów toponimicznych to w opisywanym materiale na ogół mało wyróżniające się przykłady derywacji oraz formy komponowane i pokazujące tendencję do skrótu. Trzeba jednak pamiętać o tym, że tego rodzaju elementy, podobnie jak i inne onimiczne, odgrywają tu bardzo ważną rolę, ponieważ wzmacniają mało wyraziste cechy onimiczności rozpatrywanej tu grupy nazw i chrematonimów w ogóle, cechy, które „lokują chrematonimię bliżej apelatywno-proprialnej sfery pogranicznej niż wśród głównych systemów onimicznych” [Mrózek 2000: 126].

Interesująco jako czynnik innowacyjny przedstawiają się cytaty struktur toponimicznych, na które nakłada się przejrzysty komponent semantyczny, występujący przy onimicznej identyfikacji i umożliwiający niejako rozpoznanie obiektu w nazwie na zasadzie przypisanych mu cech specyfikacyjnych (branża, właściwość działalności). Jest to też przypadek form tworzonych z intencją ludyczną, dla żartu językowego i z fantazji.

Bibliografia

- Bąba Stanisław, 1967, *Imiona kin pomorskich*, „Pomorze” XV, 6, 12.
- Blanar Vincent, 1996, *Medzi apelativom a vlastným menom*, [w:] Milan Majtan, František Ruščák (red.), *12. slovenská onomastická konferencia a 6. Seminar “onomastika a škola”*, Prešov 25.–26. Oktobra 1995. Zborník referátov, Prešov, 13–21.
- Borek Henryk, 1983a, *Wokół pojęcia kategorii nazwotwórczej i typu nazwotwórczego*, „Acta Facultatis Paedagogicae Ostraviensis”, Series D-19, 227–230.
- Borek Henryk, 1983b, *Potrzeby i zadania nazwotwórstwa w toponimii słowiańskiej*, „Z polskich studiów slawistycznych”, seria 6. „Językoznawstwo”, Warszawa, 51–62.
- Borek Henryk, 1988, *Nazwy relacyjne w toponimii*, [w:] Karol Zierhoffer (red.), 43–51.
- Breza Edward, 1988, *Nazwy lokali gastronomicznych w województwie gdańskim*, „Zeszyty Naukowe Wydziału Humanistycznego UG. Prace Językoznawcze” nr 14, 115–123.
- Breza Edward, 1998, *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonimy)*, [w:] Ewa Rzetelska-Feleszko (red.), *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, Warszawa–Kraków, 343–361.
- Bubak Józef, 1965–1966, *Nazwy przeniesione w polskiej toponomastyce*, cz. 1, „Onomastica” X, 50–73; cz. 2, „Onomastica” XI, 43–61.
- Cieślukowa Aleksandra, 2006, *Onimizacja, apelatywizacja a derywacja*, [w:] Zofia Abramowicz, Elżbieta Bogdanowicz (red.), *Onimizacja i apelatywizacja*, Białystok, 47–56.
- Czachorowska Magdalena, Zimny Rafał, 2011, *Nazwy nowych obiektów przestrzeni miejskiej Bydgoszczy (studium onomastyczno-pragmatyngwistyczne)*, [w:] Małgorzata Świąciecka (red.), *Polszczyzna bydgoszczan. Historia i współczesność 5*, Bydgoszcz, 101–116.
- Encyklopedia popularna PWN*, Warszawa 1995.
- Imrichová Marie, 2012, *Podoby a dôsledky transonimizáčného procesu pri logonymách*, [w:] Martin Ološtiak (red.), *Jednotlivé a všeobecné v onomastike, 18. Slovenská onomastická konferencia, Prešov 12.–14. Septembra 2011*, br. m. wyd., 32–39; [online] www.pulib.sk/elpub2/FF/Olostiak3/index.htm (dostęp: 10.10.2012).
- Jakus-Borkowa Ewa, 1987, *Nazewnictwo polskie*, Opole.
- Kopertowska Danuta, 2001a, *Nazewnictwo przemysłowo-usługowe*, [w:] Kazimierz Michalewski (red.), *Współczesna leksyka*, cz. 1, Łódź, 157–167.

- Kopertowska Danuta, 2001b, *Struktura współczesnych chrematonimów na tle dawnego nazewnictwa tego zakresu*, [w:] Łucja Maria Szewczyk, Magdalena Czachorowska (red.), *Język polski w rozwoju*, Bydgoszcz, 11–33.
- Kosyl Czesław, 1983, *Forma i funkcja nazw własnych*, Lublin.
- Kowalik-Kaleta Zofia, 1983, *Strukturalistyczna i strukturalna klasyfikacja nazwisk*, „Polonica” IX, 231–254.
- Mrózek Robert, 2000, *Composita w głównych subsystemach onimicznych*, „Rozprawy Sławistyczne” 17: *Słowiańskie composita onomastyczne (Toponimia. Varia)*, red. S. Warchoń, Lublin, 121–126.
- Rospond Stanisław, 1957, *Klasyfikacja strukturalno-gramatyczna słowiańskich nazw geograficznych*, Wrocław.
- Rzetelska-Feleszko Ewa, 1988, *Znaczenie nazw własnych w procesie komunikacji językowej*, [w:] Karol Zierhoffer (red.), 109–117.
- Rzetelska-Feleszko Ewa, 2000, *Podstawy leksykalne obecnych nazw sklepów i firm*, [w:] Jan Mazur (red.), *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*, Lublin, 141–148.
- Siwiec Adam, 2012, *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin.
- Sochacka Stanisława, 1970, *Wyrażenia przyimkowe jako struktura nazewnicza*, „Zeszyty Naukowe WSP w Opolu. Językoznawstwo” IV: *Studia z języka i onomastyki*, 77–128.
- Superanskaja Anna V., 1973, *Obščaja teoria imeni sobstvennogo*, Moskwa.
- Superanskaja Anna V., Staltmane Velta E. et al., 1986, *Teorija i metodika onomastičeskich issledovanij*, Moskwa.
- Šrámek Rudolf, 2003–2004, *Transonymizace v propriální nominaci*, „Folia onomastica Croatica”, zv. 12–13, Zagreb, 499–508.
- Tušková Jana Marie, 2011, *Transonymizace a chrématonyma*, [w:] Maria Biolik, Jerzy Duma (red.), *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, Olsztyn, 485–491.
- US – Dubisz Stanisław (red.), 2003, *Uniwersalny słownik języka polskiego*, t. I–IV, Warszawa.
- Waszakowa Krystyna, 2005, *Przejawy internacjonalizacji w słowotwórstwie współczesnej polszczyzny*, Warszawa.
- Zierhoffer Karol (red.), *V Ogólnopolska Konferencja Onomastyczna, Poznań 3–5 września 1985. Księga referatów*, Poznań

Adam Siwiec

Major processes in proper name nomination (with a view to the relationship between toponyms and chrematonyms)

(Summary)

The presentation contains two lines of reasoning and research. The first one is theoretical and concerns the linguistic processes that result in the emergence of proper names (onimic nomination). It is claimed that these processes are translocation and nomination. Translocation is guided by the principles of onimization and transonimization: these are unconnected with derivation and represent “pure” transition of a word from one class of names to another. In this way links between toponyms and chrematonyms are described, the latter being represented here by the names of wholesale/retail businesses and services. The order of the description is correlated with the distinction between transnomination and formally marked cases of language change, i.e. nomination. The search for an answer to the question of how much toponymy there is in chrematonymy leads one to conclude that

theonyms under investigation here are “toponymically poor”. These are above all names transferred from one onimic class to another (transnomization); the information that they convey underscores objects with regard to their location, properties and the extent of the activity with which they are associated; the information may also be independent of those factors but subject to the considerations of advertising. Nomination with the use of toponimic elements usually includes rather inconspicuous examples of derivation, as well as composed and abbreviated forms. An innovative aspect is found in citations of toponymic structures, with ludic forms, created for linguistic playfulness.

Słowa kluczowe: nominacja onimiczna, translokacja, transnominizacja, nazwotwórstwo, toponim, chrematonim.

Key words: onimic nomination, translocation, transnominization, nomination, toponym, chrematonym.