

*Bogdan Walczak*

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa

im. Jakuba z Paradyża w Gorzowie Wielkopolskim

## CHREMATONIMIA – NAJBARDZIEJ DZIŚ DYNAMICZNA KATEGORIA NAZEWNICZA

Choć chrematonimy (nazwy własne wytworów człowieka) sięgają swymi początkami odległej przeszłości (na przykład starożytności sięgają nazwy statków czy mieczów, średniowiecza – nazwy pucharów czy dzwonów itd.), dopiero obecnie stanowią one najbardziej produktywną klasę nazw własnych [Kosyl, 2001, s. 448]. Zakres terminu „chrematonim” jest do dzisiaj sporny. Rodzą się tu wątpliwości dwojakiego rodzaju. Pierwsze dotyczą przynależności do chrematonimów niematerialnych wytworów myśli ludzkiej (tzw. ideonimów czy socjonimów) lub usytuowania w obrębie propriów – nazw kin, teatrów, will, domów wczasowych, lokali gastronomicznych i handlowych, zakładów przemysłowych itd. – chrematonimów czy urbanonimów [Kosyl, 2001], drugie – statusu (propria czy appellativa) takich chrematonimów jak nazwy firmowe, czyli firmonimy [zob. na ich temat Lewandowski, 1992]. O ile bowiem dawne chrematonimy (jak nazwy dzwonów – *Zygmunt*, dział – *Bazyliśzek* czy statków – *Panna Wodna*) istotnie oznaczały pojedyncze, mające jednostkowe, indywidualne właściwości, wytwory ręki ludzkiej, o tyle współczesne chrematonimy

[...] odnoszą się [...] zwykle do całej serii identycznych z założenia przedmiotów (mnożość jednorodna), a jednocześnie do poszczególnych okazów tej serii. Ze względu na ten szczególnie zakres użycia nazwy te zbliżają się do wyrazów pospolitych (istnienie wielu desygnatów sprzyja wytwarzaniu się sfery pojęciowej) i mogą być traktowane jako kategoria przejściowa między nazwami własnymi a pospolitymi. Znajduje to odbicie w przepisach ortograficznych. Zalecają one stosowanie dużej litery w takich wypadkach, gdy chodzi wyraźnie o nazwę firmową, markę, serię, typ wyrobu przemysłowego, np. *fabryka produkuje samochód marki Warszawa; nadszedł transport papierosów Giewont*. Małej litery używa się wówczas, gdy chodzi o nazwy poszczególnych, jednostkowych przedmiotów: *jechać warszawą, palić giewonta* [Kosyl, 2001, s. 448].

Sam swego czasu włączyłem się do dyskusji na temat statusu firmonimów [Walczak, 2000]. Nie wchodząc w tym miejscu w szczegóły, ogólnie można stwierdzić, że zasadne wydaje się traktowanie przynajmniej niektórych rodzajów chrematonimów jako swego rodzaju obszaru przejściowego między nazwami własnymi a wyrazami pospolitymi.

Niezależnie od tych teoretycznych sporów i wątpliwości, chrematonimy stanowią dziś, jak już stwierdziliśmy wyżej, najbardziej produktywną klasę nazw własnych. Jak słusznie konstatuje Artur Gałkowski, „[...] chrematonimy, jako stosunkowo nowy, ale dynamicznie poszerzający się zbiór onimiczny, są kategorią nazw własnych, spełniających istotne role językowe, które można rozpatrywać z punktu widzenia użytkowego i kulturowego” [Gałkowski, 2008, s. 11]. Jest to dzisiaj:

[...] najbogatszy dział onimii w ogóle, do tego bardzo żywotny, pozornie nieokiełznany i czerpiący inspiracje formalne zarówno z systemu apelatywów, jak i istniejącego już systemu propriów. Wykorzystywane w nim techniki nazewnicze budują specjalną retorykę nazw na użytek jednostek i społeczeństw. Nazewnictwo kulturowo-użytkowe to najbardziej czynny zasób onimiczny z komunikacyjnego i tekstowego punktu widzenia [...]. Chrematonimy wchodzą w skład wielu typów dyskursów: na plan pierwszy wysuwa się przestrzeń informacji, identyfikowania otaczających nas przedmiotów, uczestniczenia w takich specjalnych odmianach komunikacji społecznej, jak język marketingu, język reklamy, terminologie specjalistyczne, język urzędowy, język religijny, język artystyczny, język techniczny, „netjęzyk” itd. [Gałkowski, 2008, s. 56; o odkrywczości, walorach i nowatorstwie książki Gałkowskiego zob. Walczak, 2010].

W tym krótkim szkicu pragnąłbym zwrócić uwagę na jedną właściwość współczesnej szeroko rozumianej chrematonimii. Uważna lektura książki A. Gałkowskiego pozwala przypuszczać, że jej autor sobie tę właściwość uświadamiał, jednak *expressis verbis* tej swojej świadomości nie wyartykułował. Chodzi o to, że spośród wszystkich rodzajów nazw własnych (jak geonimy, antroponimy, teonimy, kosmonimy itd., ze wszystkimi ich bardziej szczegółowymi odmianami) chrematonimy w relatywnie największym stopniu wykazują paralelizm rozwojowy w odniesieniu do leksyki apelatywnej (co notabene mogłoby dodatkowo świadczyć o ich przejściowym, pośrednim charakterze, na co jednak – w tym kontekście – o ile mi wiadomo, nikt dotąd nie zwrócił uwagi).

Zasób leksykalny współczesnego języka polskiego ulega nasilającemu się oddziaływaniu innych języków [Walczak, 1994, 2003], wśród których na pierwsze miejsce wysuwa się angielski jako dzisiejszy język międzynarodowy [Mańczak-Wohlfeld, 1994]. Wpływy angielskie wykraczają już dziś nawet poza obszar słownictwa i frazeologii, sięgając do jądra systemu gramatycznego polszczyzny [Walczak, 1995]. W dyskursie społeczno-kulturowym pojawiają się nawet

(choć formułowane raczej przez niespecjalistów) opinie o tym, że w nieodległej przyszłości fala angielszczyzny może nas zalać, kładąc kres naszej tożsamości językowej i kulturowej [Walczak, 2008]. Nie wygasają też (choć znacznie słabsze niż w przeszłości) wpływy języka francuskiego, który jest w tym względzie aktywny zwłaszcza jako źródło nowych zapożyczeń z zakresu mody, szczególnie damskiej, i kuchni [Walczak, 1992, 1994], a galicyzmem kulinarnym towarzyszą narastające liczebnie w tym polu semantycznym zapożyczenia włoskie [Walczak, 1994, 2003]. Współ z innymi zjawiskami, nasilające się oddziaływanie wielkich języków o randze ponadlokalnej skłania do rozpatrywania i interpretowania współczesnych zmian w polszczyźnie w kontekście procesu globalizacji, rozumianej jako proces unifikacji instytucji, narodów, państw itd., poddanych działaniu zjawisk gospodarczych o światowym zasięgu i korzystających z najnowszych zdobyczy cywilizacji naukowo-technicznej [Walczak, 2011, 2013].

Wszystkie te zjawiska i procesy ujawniają się przynajmniej równie silnie i wyraziście (jeśli nie silniej i wyraziściej) jak w obszarze leksyki apelatywnej – na gruncie chrematonimii. A. Gałkowski, jako autor najważniejszej polskiej monografii chrematonomastycznej, potwierdza zasadność powszechnego przekonania o supremacji angielszczyzny w obszarze chrematonimii marketingowej:

Wnioski, powtarzające się w wielu analizach chrematonimów marketingowych pod kątem udziału w ich budulcu elementów obcojęzycznych, zgodnie potwierdzają, że największą popularnością cieszy się w tym dziale nazewniczym język angielski. Jest to język, który utwierdza swoją pozycję języka międzynarodowego w różnych dziedzinach życia wszystkich krajów europejskich. Wzmacnia ten trend postępujący proces amerykańizacji kultur, czyli kształtowania elementów kultury globalnej na wzór modeli zza oceanu [Gałkowski, 2008, s. 318].

Łódzki onomasta wykazał też – co już nie należy do opinii powszechnych – paralelny do sytuacji w słownictwie apelatywnym duży udział elementów francuskich i włoskich w polskim nazewnictwie marketingowym:

Zaskakująca ilość odnalezionych nazw, będących bezpośrednim lub pośrednim nawiązaniem do języka włoskiego oraz francuskiego [...] przekonuje, że języki te oraz kraje, które one reprezentują, nie przestają wywoływać pozytywnych skojarzeń wśród Polaków. Podobają się z powodu ich formalnej struktury i kultur, do których należą. Charakter foniczny i graficzny obu języków jest powszechnie rozpoznawany [...]. W świadomości społecznej wytworzyły się pewne obrazy oraz stereotypy pozwalające uważać aspekty języka włoskiego i francuskiego za cenne elementy kultury ludzkiej w ogóle. Mówi się np. o finezji, elegancji, wdzięku, uprzejmości, dobrej kuchni, modzie, subtelności *à la française* oraz radości, żywiołowości, szczerości, otwartości, muzykalności, estetyce, ciepłe, urodzie, egzotyce *à l'italienne* [Gałkowski, 2008, s. 320].

Dostarczył również A. Gałkowski niepodważalnych świadectw procesów globalizacyjnych na gruncie chrematonimii. Niezależnie od przytoczonej wyżej opinii o postępującej amerykańskiej kulturze, łódzki onomasta trafnie zinterpretował fundamentalny w tym kontekście proces internacjonalizacji (a więc i globalizacji) firmonimów:

W dzisiejszych czasach nazwy marek, szczególnie tych najpopularniejszych, stały się podstawowym elementem nowej *lingua franca*. To, co spotykamy, zapamiętujemy i nazywamy zgodnie z nadanym identyfikatorem słownym w jednym kraju, odnajdziemy również w innym. Przy czym nie można wykluczyć, że dziś nieznanne jeszcze, jako internacjonalizmy, marki typowo narodowe nie staną się lada moment elementem innego języka. Decyduje o tym sukces ekonomiczny firmy, zapotrzebowanie na jej produkt, zabiegi marketingowe (kampanie promocyjne, medialne, reklama, współpraca gospodarcza). Można śmiało stwierdzić, że w zakresie nazewnictwa marketingowego we współczesnym świecie zacierają się różnice językowe i tworzy się chrematonomastykon firm, wspólny wielu krajom i językom [Gałkowski, 2008, s. 96].

Żadna inna kategoria onimiczna nie wykazuje takich paralel rozwojowych w odniesieniu do ewolucji apelatywnego pionu języka. Nazwy miejscowe i terenowe, hydronimy, oronimy itd., a także – z zakresu antroponomii – nazwiska w zasadzie w ogóle nie podlegają współczesnym wpływom obcym i tendencji do internacjonalizacji czy globalizacji [zob. Walczak, 2004]. Imiona chrzestne, jako kategoria w zasadzie leksykalnie zamknięta, ulegają tym tendencjom i procesom w stopniu minimalnym (jest tak mimo niewątpliwego nacisku społecznego: nowe modne imiona w obcym kształcie językowym z trudem zyskują sobie prawo obywatelstwa na skutek oddziałującego w tym względzie hamująco czynnika normatywno-kodyfikacyjnego). Jedynie przezwiska zachowują się w znacznym stopniu porównywalnie do chrematonimów. Jak wynika z badań Kazimierza Długosza, rośnie odsetek przezwisk, które są wynikiem oddziaływania innych języków na polszczyznę. Szczeciński antroponomasta serię artykułów, obrazujących oddziaływanie na przezwiska młodzieżowe różnych języków europejskich, zwieńczył pracami syntetycznymi [Długosz, 1998 i 2003; o tej drugiej, obszernej monografii książkowej, Ewa Kołodziejek napisała: „Książka ta jest owocem wieloletnich zainteresowań autora przezwiskami młodzieżowymi, pokazuje także intensywność oddziaływania języków obcych na współczesną polszczyznę mówioną” – 2006, s. 8]. Nie ulega wątpliwości, że paralele między chrematonimami a przezwiskami wynikają z tego, że także przezwiska (ze względu na zachowaną w dużej mierze motywację, to znaczy na zachowaną zdolność charakteryzowania – w sposób bezpośredni lub pośredni – nosicieli) stanowią kategorię onimiczną przejściową,

pośrednią między nazwami własnymi a wyrazami pospolitymi [Skulina, 1974; Kosyl, 2001].

Onomaści poświęcają dziś chrematonimii coraz więcej uwagi. Ze względu na jej szczególny status onimiczny i nie do końca przewidywalne właściwości wydaje się to ze wszech miar uzasadnione.

#### BIBLIOGRAFIA

- DŁUGOSZ Kazimierz, 1998, Elementy obce w strukturze współczesnego przezwi-  
ska polskiego, w: *Przezwiśka i przydomki w językach słowiańskich*, cz. 1,  
red. J. Warchoł, Lublin, s. 102–119.
- DŁUGOSZ Kazimierz, 2003, *Współczesne „europejskie” nazwy młodzieżowe*,  
Szczecin.
- GALKOWSKI Artur, 2008, *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onoma-  
styczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*,  
Łódź.
- KOŁODZIEJEK Ewa, 2006, Profesor Kazimierz Długosz, w: *W kręgu polszczyzny  
dawnej i współczesnej*, Szczecin, s. 7–10.
- KOSYL Czesław, 2001, Nazwy osobowe, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bart-  
miński, Lublin, s. 431–445.
- KOSYL Czesław, 2001, Chrematonimy, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bart-  
miński, Lublin, s. 447–452.
- LEWANDOWSKI Andrzej, 1992, *Współczesne polskie nazwy firmowe*, Zielona Góra.
- MAŃCZAK-WOHLFELD Elżbieta, 1994, *Angielskie elementy leksykalne w języku  
polskim*, Kraków.
- SKULINA Tadeusz, 1974, Funkcje przezwiśka w systemie antroponimicznym,  
*„Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej”*, 13, s. 213–234.
- WALCZAK Bogdan, 1992, Najnowsze (powojenne) zapożyczenia francuskie  
w języku polskim, w: *Z badań nad współczesną polszczyzną*, red. E. Homa,  
Szczecin, s. 97–109.
- WALCZAK Bogdan, 1994, Powojenne galicyzmy w języku polskim, „Sprawozdania  
Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk, Wydział Filologiczno-Filozof-  
iczny”, 107, 2, s. 165–169.
- WALCZAK Bogdan, 1994, Wpływy obce w powojennej polszczyźnie, w: *Przemiany  
współczesnej polszczyzny*, red. S. Gajda, Z. Adamiszyn, Opole, s. 223–228.
- WALCZAK Bogdan, 1995, Norma językowa wobec elementów obcego pochodze-  
nia, w: *Kultura języka dziś*, red. W. Pisarek, H. Zgółkowa, Poznań, s. 120–133.

- WALCZAK Bogdan, 2000, Nazwy firmowe: propria czy appellativa?, w: Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze, red. M. Czachorowska, Ł.M. Szewczyk, Bydgoszcz, s. 113–122.
- WALCZAK Bogdan, 2003, Nowe zapożyczenia w polszczyźnie drugiej połowy XX wieku, w: Ulotność i trwanie. Studia z tematologii i historii literatury, red. E. Wiegandt, A. Czyżak, Z. Kopec, Poznań, s. 265–275.
- WALCZAK Bogdan, 2004, Dzieje języka a nazwy własne, w: Nazwy własne w języku, kulturze i komunikacji społecznej, red. R. Mrózek, Katowice, s. 29–44.
- WALCZAK Bogdan, 2008, Czy językowi polskiemu coś zagraża?, w: Współczesna polszczyzna. Stan – Perspektywy – Zagrożenia, red. Z. Cygal-Krupa, Kraków – Tarnów, s. 15–24.
- WALCZAK Bogdan, 2010, [Rec.] Artur Gałkowski, Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim, „Poradnik Językowy”, 3, s. 111–113.
- WALCZAK Bogdan, 2011, Język wobec procesów globalizacji, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis”, 107, „Studia Linguistica” VI (Dialog z tradycją, cz. 1, red. S. Kozłara, E. Młynarczyk, B. Skowronek), s. 12–20.
- WALCZAK Bogdan, 2013, Komunikacja językowa w perspektywie globalizacji i sytuacji językowej współczesnego świata, w: Dyskursy trzeciego tysiąclecia II, red. E. Pajewska, Szczecin, s. 203–216.