

Nazwy lokali serwujących kawę w małych polskich i czeskich miastach

Keywords: chrematonimy, proper names, names of cafés, Czech language, Polish language

Słowa kluczowe: chrematonimia, nazwy własne, nazwy kawiarni, język czeski, język polski

Abstract

The article is an attempt to compare the names of Czech and Polish cafés and confectioneries located in towns with between 10,000 and 20,000 people. In the first place, the Polish lexems *kawiarnia* and *cukiernia* as well as the Czech *kavárna* and *cukrárna* in terms of their semantic capacity are compared. The main part of the analysis includes 180 Czech and Polish urbochrematonims studied in terms of their structure, onomastic motivation and values promoted in names, inter alia using previous publications written by Patrik Mitter, Zuzana Hlubinková, Adam Siwiec and Artur Gałkowski. The analysis shows inter alia numerous similarities in the naming of Czech and Polish places serving coffee, as well as the impact of urbochrematonims present in large cities on smaller urban centers.

Artykuł stanowi próbę porównania nazw czeskich i polskich kawiarni oraz cukierni znajdujących się w miastach liczących od 10 000 do 20 000 mieszkańców. W pierwszej kolejności zestawione zostają polskie określenia *kawiarnia* i *cukiernia* oraz czeskie *kavárna* i *cukrárna* pod kątem ich pojemności semantycznej. Główna część analizy obejmuje 180 czeskich i polskich urbochrematonimów badanych pod względem ich struktury, motywacji onomastycznej oraz promowanych w nazwach wartości, m.in. z wykorzystaniem wcześniejszych publikacji autorstwa Patrika Mittera, Zuzany Hlubinkovej, Adama Siwca czy Artura Gałkowskiego. Analiza wykazuje m.in. liczne podobieństwa w nazewnictwie czeskich i polskich lokali serwujących kawę, a także wpływ urbochrematonimów obecnych w dużych miastach na mniejsze ośrodki miejskie.

Tematyka nazewnictwa szeroko pojętych lokali gastronomicznych była w ostatnich latach poruszana często, zwłaszcza w gronie polskich językoznawców. Zwykle przedmiotem badań polonistycznych były różnego typu obiekty restauracyjne znajdujące się w dużych miastach: Szczecinie (Afeltowicz 2000), Rzeszowie (Gajewska 2010), Krakowie (Palinciuc 2007, 2010), Wrocławiu (Dombrowski 2015) czy Białymstoku (Paszko 2020). Istnieje również kilka opracowań dotyczących tego typu nazw występujących w większej liczbie miejscowości na danym obszarze, np. w dawnym województwie gdańskim (Breza 1988), w powiecie krakowskim (Przybylska 2002), województwie warmińsko-mazurskim (Biolik 2011), na obszarze Górnego Śląska (Łuc 2020), a także w sześciu dużych polskich miastach: Lublinie, Poznaniu, Krakowie, Warszawie, Toruniu i Bydgoszczy (Siwiec 2012). Powyższe pozycje obejmują zazwyczaj nazewnictwo dotyczące różnego rodzaju lokali, w których podawane są różnorodne dania oraz napoje. Wyjątkiem jest tutaj publikacja autorstwa Izabeli Łuc, koncentrująca się ściśle na kawiarniach, co w największej mierze odpowiada zakresowi analizowanego w niniejszym artykule materiału.

Znacznie mniejsze zainteresowanie wzbudza natomiast niniejsza tematyka wśród czeskich badaczy, co niejednokrotnie powoduje konieczność sięgnięcia po prace magisterskie, a nawet licencjackie. Przykładem pracy dyplomowej stanowiącej wyczerpujący opis brneńskich urbochrematonimów¹ gastronomicznych jest opracowanie Lenki Rokytovej (2014), luźno nawiązujące między innymi do artykułu Zuzany Hlubinkovej (2007) o podobnej tematyce. Z pozostałych pozycji wymienić należy klasyczny już artykuł autorstwa Patrika Mittera (2003) poświęcony nazwom lokali w powiecie Ústí nad Labem oraz liczące już przeszło 50 lat opracowanie dotyczące *hospod* autorstwa Ivana Vávry (1968). Co ciekawe, najbardziej szczegółowo

¹ W artykule prezentowany jest nowszy pogląd, głoszący że w przypadku nazw lokali gastronomicznych chodzi o wytwory działalności człowieka – „(urbo)chrematonimy”, nie zaś toponimy z przypisanym na stałe konkretnym umiejscowieniem w przestrzeni (por. Tomasik 2016, s. 126; Siwiec 2012).

wych informacji na temat nazw praskich restauracji dostarcza praca licencjacka (Sirová 2015). Na koniec warto wspomnieć o dwóch artykułach dotyczących tego typu nazewnictwa na terenie czeskiego Śląska, a dokładniej wschodniej części Śląska Cieszyńskiego (Téma 1988) oraz miasta Opawa, autorstwa badaczki z Polski (Tomasik 2016).

Jak wynika z przedstawionego powyżej krótkiego wykazu, właściwie brak czesko-polskich opracowań porównawczych na ten temat, poza tym główna uwaga poświęcana była dotychczas obiektom w dużych, ewentualnie średnich, miastach, mniejsze zaś schodziły na dalszy plan. Niniejszy artykuł stara się wypełnić tę lukę, skupiając się na urbochretonimach występujących w małych czeskich i polskich miastach, przy czym liczba mieszkańców takiego miasta została dokładnie określona w przedziale od 10 000 do 20 000, zgodnie z oficjalną polską nomenklaturą (Paszowski 2015). Początkowo bardzo różnorodny przedmiot badań został tutaj znacząco zawężony, aby umożliwić porównanie sytuacji w obu językach i ostatecznie dotyczy obiektów, w których podawana jest kawa „na miejscu”. Chodzi tu przede wszystkim o różnego rodzaju kawiarnie (czes. *kavárna*), ale także o niektóre cukiernie (czes. *cukrárna*), które oferują zbliżone usługi. Pominięte zostały obiekty, takie jak restauracje czy puby, których główną ofertę stanowią ciepłe posiłki, lub bogaty asortyment alkoholi. Podstawowym źródłem analizowanego materiału – ze względu na brak aktualnych czeskich² i polskich baz danych – stał się serwis internetowy *Google Maps*. Ekskserpcja materiału oddaje stan z pierwszej połowy listopada 2021 roku – pod uwagę wzięto jedynie funkcjonujące wtedy lokale³. Ostatecznie analizie poddano 113 nazw obiektów z 26 czeskich miast: Kyjov, Veselí nad Moravou, Prachatice, Mi-

² W przypadku nazw czeskich skorzystano też początkowo z portalu *restu.cz*, jednak weryfikacja danych w oparciu o *Google Maps* pokazała, że jest to źródło niepełne i nieaktualne.

³ Trzeba podkreślić, że w dynamicznym okresie pandemii istniała duża rotacja: wiele obiektów było zamykanych, inne zaś były otwierane, stąd prezentowany w artykule materiał może odbiegać od obecnego stanu.

levsko, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Vrchlábí, Jaroměř, Pelhřimov, Velké Meziříčí, Chodov, Ostrov nad Ohří, Turnov, Nový Bor, Hranice, Uničov, Rokycany, Tachov, Benešov, Beroun, Bruntál, Hlučín, Uherský Brod, Holešov, Louny, Roudnice nad Labem oraz 67 nazw z 32 polskich miast: Strzegom, Ząbkowice Śląskie, Rypin, Nakło nad Notecią, Łęczna, Krasnystaw, Lubsko, Sulechów, Głowno, Rawa Mazowiecka, Trzebinia, Kęty, Pionki, Gostynin, Ropczyce, Nisko, Strzelce Opolskie, Krapkowice, Sokółka, Łapy, Miastko, Bytów, Bieruń, Pszów, Końskie, Jędrzejów, Pisz, Nidzica, Gryfice, Złocieniec, Mosina, Oborniki (czyli po dwa miasta z każdego województwa/kraju)⁴. Już powyższe dane liczbowe pokazują, że w czeskich miasteczkach kawiarnie/cukiernie oferujące spożycie kawy w lokalu są zjawiskiem znacznie popularniejszym i o dłuższej tradycji, niż w polskich ośrodkach.

Celem niniejszego artykułu jest analiza porównawcza polskich i czeskich chretonimów pod kątem ich budowy (wraz z wykładnikami nazewniczymi), motywacji onomastycznej (z uwzględnieniem wpływów obcych) oraz wartości, do których nawiązują nazwy lokali. Ponadto na podstawie wstępnego oglądu badanego materiału postawiono trzy hipotezy, które starano się sprawdzić w trakcie analizy:

- 1) badane nazwy mają charakter ponadregionalny (ogólnopolski/ogólnoczeski);
- 2) w obu grupach urbochretonimów dominuje motywacja intraonomastyczna, polegająca na przenoszeniu na nowy obiekt niektórych elementów onimu bazowego (Gałkowski 2014, s. 67–68);
- 3) nazwy czeskie cechuje większa różnorodność, jeśli chodzi o sposoby ich tworzenia.

⁴ W ogólnym założeniu chodziło o miasta rzadko odwiedzane przez turystów i lokale, których klientami są przede wszystkim mieszkańcy danej miejscowości. O ile wybór polskich miejscowości o tego typu charakterystyce nie nastęcał większych trudności, o tyle w przypadku miast czeskich pojawiły się pewne przeszkody związane z faktem, że w niemal każdym z nich znajduje się dobrze zachowany zabytkowy plac główny (rynek).

Jak już wcześniej wspomniano, przedmiotem badań były przede wszystkim nazwy kawiarni i cukierni. Ich definicje słownikowe w przypadku obu języków nieznacznie się różnią, są one również nieco odmiennie ujmowane w polskich źródłach bibliograficznych. Przykładem może być definicja *kawiarni*, którą *Wielki słownik języka polskiego* (WSJP) formułuje następująco (podkr. P.F.): „lokal, w którym pije się kawę, herbatę i je ciastka”, z kolei *Słownik języka polskiego PWN* (SJP) zwraca uwagę na nieco odmienny aspekt: „lokal, w którym p o d a j e s i ę kawę, herbatę, lody, ciastka, itp.” Czeska definicja jest wzbogacona o informację dotyczącą możliwości dłuższego pobytu w obiekcie, a także lektury miejscowej prasy: „hostinský podnik, kde se podává hlavně káva, čaj ap. a kde lze d é l e p o s e d ě t, č í s t n o v i n y a č a s o p i s y ap.” (SSJČ). W przypadku *cukierni* definicja zawarta we *WSJP* najbardziej odpowiada przedmiotowi niniejszych badań: „lokal, w którym można kupić na wynos lub zjeść na miejscu ciastka, lody i inne słodkie wyroby oraz napić się kawy, herbaty itp.”. Drugie z polskich źródeł opisuje *cukiernię* w sposób bardzo ogólny jako „lokal z wyrobami cukierniczymi” (SJP). Z kolei definicja czeska wydaje się odbiegać od stanu faktycznego, ograniczając *cukiernię* (*cukrárnu*) do sklepu z wyrobami cukierniczymi: „p r o d e j n a c u k r o v í a j e m n ě h o p e č í v a, o b c h o d s c u k r o v í m: c u k r á ř s t v í” (SSJČ).

Wspomniane powyżej dwa podstawowe leksemy zwykle pojawiają się w nazwach czeskich i polskich lokali serwujących kawę, stanowiąc tzw. *wykładniki nazewnicze* (por. Łuc 2020). Często jednak nazwy rodzime są zastępowane przez swoje odpowiedniki w językach obcych, i tak w przypadku materiału czeskiego, obok wykładnika *kavárna* i *cukrárna*, pojawiają się warianty obce: francuskie (hiszpańskie, niemieckie) *café*, włoskie *caffè*, angielskie *coffee*, *cafe* i *kafé*, a także francuskie *patisserie*. Podobne określenia występują w polskich chrematonimach, z tą różnicą, że częstsze są warianty bez długości: *cafe*, *caffè*, ponadto pojawia się specyficzne połączenie *piekarnia(&)cukiernia*. Przy tej okazji należy zauważyć, że w obu językach istnieją trudności z ustaleniem jednej oficjalnej nazwy

lokalu, ponieważ w zależności od źródła podawany może być odmienny wykładnik. W związku z powyższym, wzorując się na opracowaniach czeskich (np. Hlubinková 2007), w analizie pominięto wykładniki formalne z wyjątkiem sytuacji, kiedy stanowią one integralną część nazwy, np. *Muzejní kavárna*.

Na początek warto przyjrzeć się strukturze nazw kawiarni/cukierni. Już na tym etapie analiza została zawężona do określeń rodzimych⁵ ze względu na ich przejrzystość, zarówno formalną, jak i semantyczną. Co ciekawe, nieco więcej nazw zapożyczonych występuje w języku czeskim, gdzie stanowią 27% całego zebranego korpusu – w przypadku nazw polskich to 19%. Pozostałe chrematonimy, czyli nazwy rodzime i zaadaptowane, tworzone są w podobny sposób w obu językach. Zarówno Czesi, jak i szczególnie Polacy najczęściej wykorzystują w tym celu struktury jednowyrazowe (czes. 51%, pol. 64% całości nazw rodzimych) – w polskich nazwach jednowyrazowych pojawiają się wyłącznie rzeczowniki, np: *Jagódka*, *Przystań*, *Kulturka*; w czeskim oprócz nich (np. *Nebe*, *Josefov*, *Termoska*), także inne części mowy: *99*, *NAPROTI*, *Smé*. Konstrukcje dwuwyrazowe mają również wysoką frekwencję i nieco częściej obecne są w czeskich chrematonimach (czes. 35% pol. 27%). Na szczególną uwagę zasługują tutaj wyrażenia przyimkowe, bardzo popularne w nazewnictwie czeskich restauracji i *hospod*, np.: *V Podloubí*, *U Brány*, *Na kolibce*, *U Zvonu*, *U Radnice*. Ten schemat występuje sporadycznie w polskim korpusie – udało się odnotować jedynie trzy takie nazwy: *Pod Krzywą*, *U Żoka*, *U Lecha*. W czeskim korpusie można również odnaleźć wiele połączeń przymiotnika z rzeczownikiem, zarówno z obligatoryjnym wykładkiem nazewniczym, np.: *Andělská kavárna*, *Slezská cukrárna*, jak i bez niego: *Sladké Zastavení*, *Mlsná kočka*. Polską chrematonimię reprezentują rzadkie tego typu konstrukcje, np.: *Kawiarnia Ciekawa* i *Czekoladowa Lokomotywa*. Poza wymienionymi powyżej dwoma najpopularniejszymi schematami tworzenia nazw

⁵ Nazwy obce (nieprzyswojone) zostaną scharakteryzowane osobno, pod koniec artykułu.

dwuwyrzowych przytoczyć można konstrukcje tworzone w inny sposób, np. czeskie: *mam kafe, Šálek štěstí* oraz polskie (bardziej zróżnicowane), np.: *Siedem życzeń, Warsztat smaków, Pół szeptem czy Gadka Szmatka*. Określeń wielowyrzowych, składających się z więcej niż dwóch członów jest w obu korpusach niewiele, np. czeskie: *čas na kávu, KOFÍK plný dobrot* oraz polskie: *ŚWIAT Słodkich inspiracji, Niebo w Mieście*.

Szczególnie istotnym aspektem analizy porównawczej czeskich i polskich chrematonimów jest motywacja onomastyczna, czyli w jaki sposób ukształtowały się nazwy konkretnych lokali w obu językach. W celu zbadania tego problemu wykorzystano kilka stworzonych wcześniej przez polskich i czeskich językoznawców typologii. Punktem wyjścia była klasyfikacja zaprezentowana w pracy Adama Siwca (2012), którą wykorzystyła w swoim opisie kawiarni I. Łuc (2020). Na podstawie powyższych opracowań można stwierdzić, że nazwy lokali usługowych powstają w wyniku:

- 1) procesu proprializacji,
- 2) transonimizacji (np. z geonimów, antroponimów, etnonimów),
- 3) kreacji formalnojęzykowej (por. Łuc 2020, s. 151).

Do bardziej szczegółowej analizy semantycznej przydatna okazała się teoria dotycząca stosunku osoby tworzącej (lub używającej) danej nazwy do samego obiektu, któremu została ona przypisana. Stosunek ten można wyrazić zaimkami: *kde; kdo, co; jaký, jaká, jaké, jaci; či*. Twórcą teorii określanej jako *vztahové modely (modelová teorie)* był Rudolf Šrámek, a Pavel Mitter zastosował ją w odniesieniu do nazw restauracji (Mitter 2003). Przegląd różnego rodzaju motywacji onomastycznych zawierają również opracowania dotyczące nazw brneńskich restauracji (Hlubinková 2007, Rokytová 2014), wśród nich znalazły się m.in.: położenie/lokalizacja (*poloha*); konkretny oferowany produkt (*sortiment*); typ lokalu i klientela; imię (nazwisko) znanej osoby (np. właściciela, założyciela, postaci literackiej); nazwa zwierzęcia itp.

Jak pokazała analiza, motywacja onomastyczna w przypadku nazw czeskich i polskich kawiarni jest nieco odmienna. Badane chrematonimy czeskie powstają częściej w wyniku nadania nazwie pospolitej cech nazwy własnej (czes. 44% > pol. 30%), z kolei procesem popularniejszym w materiale polskim jest różnego rodzaju transonimizacja (pol. 43% > zes. 35%). Oba zjawiska różnicują się dalej ze względu na to, do czego nowo powstałe chrematonimy nawiązują. W przypadku nazw czeskich nowe określenie powstaje najczęściej poprzez wykorzystanie aluzji do miejsca, gdzie lokal się znajduje; chodzi tu zarówno o zjawisko proprializacji, np.: *U Rybníka, U Brány, U Radnice, V Podloubí, Muzejní kavárna, Biograf café, Rozcestí*, jak i transonimizacji, gdzie podstawą są m.in. toponimy określające dzielnicę: *Světce*, plac: *Na Staráku*, twierdzą: *Josefov*, kościół: *U Svatého Jakuba*, ulicę: *Ehrenhaft*, a nawet kamienicę: *Na Kolíbce*. W polskim materiale taka motywacja jest znacznie rzadsza, od nazw pospolitych powstały: *Stara Szkoła, Przystań, KINO, Szwalnia*, od urbanonimów: *Na Warszawskiej, Pod Krzywą, C@fe Kultura* (od ośrodka kultury)⁶.

Jeśli chodzi o chrematonimy utworzone od nazw pospolitych, czeskie nazwy często nawiązują do typu lokalu, wystroju czy klienteli, np.: *Andělská kavárna, Styl, Nebe, Kavárna Nebeská, Žákova studovna*⁷. Polskie nazewnictwo częściej odnosi się do produktów podawanych do kawy: *Babeczka, Cukier Puder, Bieruńskie Babeczki, Lukrecja*, choć i tutaj można przytoczyć przykłady czeskie: *Eklér, Termoska, Dortletka*⁸. W przypadku transonimizacji w polskim kor-

⁶ Jeśli chodzi o stosunek użytkownika do obiektu wypowiedzi, najczęstszym modelem w przypadku nazw miejsc jest *kde*, np.: *U Rybníka, U Brány, U Radnice, U Svatého Jakuba; Na Warszawskiej*. Może być to jednak również model *jaký, jaká, jaké...*, np.: *Videň*, a nawet *kdo, co: Biograf; Stara Szkoła, Przystań* (por. Hlubinková 2007, s. 143–144).

⁷ Tutaj pojawia się przede wszystkim model *jaký, jaká, jaké: Andělská kavárna, Kavárna Nebeská, Cukrárna s tradicí; Styl, Natura*, ale także *kdo, co*, np.: *Nebe; Bajka, Kwadrans*, oraz rzadkie *či: Žákova studovna* (por. Hlubinková 2007, s. 143–144).

⁸ Chodzi o model *kdo, co*, np.: *Eklér, Dortletka; Babeczka, Lukrecja* (por. Hlubinková 2007, s. 143–144).

pusie zdecydowanie dominują nazwy utworzone od antroponimów, zazwyczaj prostych imion: *Joanna, Aneczka, Hanusia, Krzyś*, zwykle związanych z osobą właściciela, jak również nazwisk: *Chabierski, Machela, Kołaczek, Wasiakowie*, także byłych właścicieli, np. *U Žoka*. Ten sposób transonimizacji nie jest też obcy czeskim chrematonimom: *Lesanka, Iveta, Karolina, Vendula; Králičkova cukrárna, U Maarů, Šlunečkovi, Mikula*. Ponadto jako podstawa dla nazw czeskich lokali występują słynne postaci z czeskiej (*U Ámose*), jak i światowej (*Mozart*) historii⁹.

Ostatnia duża grupa chrematonimów – częstsza w materiale polskim (30% całości, bez zapożyczeń) niż w czeskim (22%) – to bardzo różnorodne formacje oparte w głównej mierze na grze językowej, oryginalnych zestawieniach, odległych asocjacjach, w tym przekształceniach semantycznych. Taki typ nazewnictwa jest z pewnością charakterystyczny dla lokali w dużych miastach, o czym świadczyć mogą m.in. wrocławskie chrematonimy zebrane w artykule Adama Dombrowskiego (2015). Jak pokazują jednak przykłady z analizowanych korpusów, również w małych miasteczkach istnieje bogata twórczość na tym polu, która ma na celu przyciągnięcie uwagi głównie miejscowych klientów.

Jednym ze sposobów realizacji funkcji reklamowej w chrematonimach jest wykorzystanie specyficznej grafii, co widać w przykładach z obu języków. W nazwach czeskich i polskich lokali można dostrzec fragmenty lub całe nazwy zapisywane wersalikami, np.: czes. *KOFÍK plný dobrot, DOBROta*; pol. *PAUZA, ŚWIAT Słodkich Inspiracji*. W materiale czeskim pojawia się jeszcze inny sposób przykuca uwagi nieprzezroczystą grafia, a mianowicie – być może nawiązujące do geminaty w angielskiej nazwie kawy – podwójne <f>, np. *Láffka Coffee, Caffičko*. Ta sama motywacja przyświeca zapewne polskim

⁹ W przypadku nazw tworzonych od antroponimów, zdecydowanie dominuje model wyrażony zaimkiem *kdo, co*, np.: *Lesanka, Iveta, Karolina, Vendula, Mozart; Joanna, Aneczka, Chabierski, Machela*, ale również pojawia się *kde*: *U Maarů, U Ámose; U Lecha, U Žoka*, a nawet *čí*: *Králičkova cukrárna* (por. Hlubinková 2007, s. 143–144).

chrematonimom *Frayda i Ferayna*, gdzie litera <y> zastępuje <j>. W polskim materiale – obok zakorzenionego już w języku wieloznacznego określenia *Kulturka* (tutaj chodzi o siedzibę kawiarni, czyli miejski dom kultury) – pojawia się oryginalna formacja *Łakociarnia*, zbudowana z rodzimego tematu i sufiksu, będąca aluzją do słowa *kawiarnia*. Można ją uznać – podobnie jak nazwę *Cukieterja* – za rodzaj kontaminacji. Częstym zabiegiem, stosowanym zarówno w materiale czeskim, jak i polskim są oryginalne kolokacje, w czeskich chrematonimach zwykle zawierające wyraz *káva*, np.: *Čas na kávu, Cafě na slovičko, mam kafe* (bez diakrytyki), lecz również *šálek: Šálek štěstí*. Wśród nazw polskich można z kolei napotkać utarte połączenia: *Siedem życzeń, To i tamto*, ale także potoczne wyrażenie *Gadka Szmatka* o dużym ładunku ekspresji.

Dotychczasowa analiza dotyczyła zasadniczo chrematonimów o podstawie rodzimej, przy czym wśród badanych nazw istnieje spora grupa określeń kawiarni i cukierni składających się z elementów zapożyczonych. Co ciekawe, taki schemat dotyczy w większej mierze form czeskich (27%) aniżeli polskich (16%). W obu przypadkach zdecydowanie dominują wpływy języka angielskiego, np. czes.: *Miriam's Cafe, Coffee Obsession, Orange Cafe, Time Cafě, Cafě Black and Wine* oraz pol. *Fit Cake, Ice Spot, The Coffee Place, Cafe Family*. Jak pokazują powyższe przykłady – oraz kolejne o odmiennej proweniencji – w nazwach zapożyczonych pojawia się zwykle określenie ‘kawa’. Następną grupą są nazwy włoskiego pochodzenia, których jest szczególnie dużo w czeskich miastach, np.: *Caffě Bellagio, Fragoloso, Accademia Dell Caffè, Piazza, Alfredo*; por. pol. *Rossa, Adriano*. Ponadto w materiale czeskim można odnaleźć nazwy francuskie: *Croissant Cafě, Cafě Bistro* i hiszpańskie: *KAFETA, Carlos Cafě*, w polskim zaś hiszpańskie: *Malaga, Rosario* i jedną łacińską: *Alter Ego*. W obu korpusach znajduje się też kilka nazw, w których elementy obce mieszają się z rodzimymi, np. czeskie *Cukrkandl* i polskie *Kaffeja*. Wymienione powyżej chrematonimy, podobnie jak formy rodzime, bywają najczęściej przekształconymi antroponimami (*Miriam's Cafe, Alfredo, Cafě Madona, Carlos Cafě, Cafě Duras*;

Adriano, Tori Cafe) i toponimami (*Caffè Bellagio, Verona; Malaga, Rosario*).

Na koniec warto przyjrzeć się, jaki językowy obraz świata kreują nazwy czeskich i polskich kawiarni oraz cukierni, a dokładniej, które wartości wykorzystywane są do przyciągnięcia czeskich i polskich klientów pochodzących z małych miast. Jak wynika z analizy, funkcja marketingowa nazw lokali, szczególnie w języku czeskim, realizowana jest poprzez odwołanie się do szczęścia/przyjemności jako doznań płynących ze spożywania kawy oraz ciastek, np.: czes. *Šálek štěstí, Krásná chvíle, KOFÍK plný dobrot, Cukrárna DOBROta, Sladký svět*; pol. *Siedem Życzeń, Frayda, Łakociarnia*. Bardziej zaskakujące, biorąc pod uwagę charakter małych miast, może być nagromadzenie w materiale czeskim chrematonimów sygnalizujących pewien rodzaj elitarności, np.: *Styl, Ateliér, Mozart, Accademia Dell Caffè, Vídeň*, por. pol.: *Warsztat smaków, C@fe Kultura, Kulturka*. Rzadziej w analizowanych nazwach czeskich i polskich pojawia się odwołanie do tradycji, np. czes. *U Piaristů, Cukrárna s tradicí, U Ámose*; pol. *Stara Szkoła, U Żoka, Szwalnia*. W przypadku chrematonimów czeskich na uwagę zasługuje nazwiązanie do sfery pozaaziemskiej/niebiańskiej, np.: *Andělská kavárna, Nebe, Kavárna Nebeská* – pol. *Niebo w Mieście*¹⁰. Podobną popularnością w obu korpusach cieszy się motyw nieskrępowanego luzu (niezobowiązującej rozmowy): czes. *Café na slovičko, Čas na kávu* – pol. *Ferayna Cafe, Gadka Szmatka*.

Analiza porównawcza czeskich i polskich nazw lokali oferujących kawę wykazała więcej podobieństw niż różnic. Choć wydaje się, że charakter obiektów gastronomicznych – również kawiarni czy cukierni – po obu stronach granicy znacząco się od siebie różni, sposoby ich nazywania są zaskakująco zbieżne, szczególnie że chodzi o małe miasta, gdzie najnowsze trendy pojawiają się z pewnym opóźnieniem. Niewielkie różnice w strukturze badanych chrematonimów – w tym

¹⁰ Trudno dociec, na ile nazwy te mogły być inspirowane nie istniejącą już międzynarodową siecią kawiarni *Coffeeheaven*.

częstsze nazwy dwuwyzrazowe w języku czeskim – wynikają raczej z ogólnych mechanizmów tworzenia tego typu nazw w obu językach. Podobnie jest w przypadku motywacji dla nowych nazw własnych, gdzie Czesi nieco częściej stosują metodę prioprializacji, z kolei Polacy chętniej sięgają po transonimizację. Co prawda, w analizowanym materiale czeskie chrematonimy częściej utkane są z elementów obcojęzycznych, to już hierarchia wartości obecna w nazwach lokali w obu krajach jest właściwie taka sama.

W rezultacie przeprowadzonych badań udało się potwierdzić przyjętą we wstępie hipotezę o ponadregionalnym charakterze nazw analizowanych lokali. Z kolei druga z hipotez jest tylko po części prawdziwa: motywacja intraonomastyczna dominuje jedynie w materiale polskim. Ostatnia hipoteza okazała się całkowicie nietrafiona: wprawdzie w czeskich miasteczkach można odnaleźć więcej lokali serwujących kawę, to jednak ich nazwy cechują się podobną różnorodnością co nazwy polskie. Naturalnie, wymienione powyżej wnioski nie są ostateczne, stąd potrzeba dalszych analiz: poszerzenia materiału o kolejne lokale znajdujące się we wszystkich miastach o ustalonej wcześniej liczbie mieszkańców, a także sięgnięcia po inne źródła zawierające czeskie i polskie urbochrematonimy.

Na koniec warto zwrócić uwagę na dwie istotne kwestie. Po pierwsze, w dobie globalizacji zaciera się specyfika lokali w poszczególnych krajach, a co za tym idzie, zanikają osobliwości w tworzeniu ich nazw – wydaje się, że jeszcze 20–30 lat temu różnice pomiędzy czeskimi i polskimi chrematonimami były znacznie bardziej odczuwalne. Po drugie, należy wyraźnie podkreślić funkcję marketingową badanych chrematonimów, która według A. Gałkowskiego powoduje, że obecnie taka nazwa „jest elementem sine qua non rozbudowanego przekazu relakmowego, ale i sama w sobie może być używana lub odbierana w kategoriach reklamowych” (Gałkowski 2014, s. 65).

Skróty

SJP *Słownik języka polskiego PWN*. Online: <https://sjp.pwn.pl> [dostęp: 20.11.2021].

- SSJČ *Slovník spisovného jazyka českého*. Online: <https://ssjc.ujc.cas.cz> [dostęp: 20.11.2021].
- WSJP *Wielki słownik języka polskiego*. Online: <https://wsjp.pl> [dostęp: 20.11.2021].

Literatura

- Afeltowicz B., 2000, *Nazwy lokali gastronomicznych w Szczecinie*, [w:] *Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze*, red. M. Czachorowska, Ł.M. Szewczyk, Bydgoszcz, s. 195–209.
- Biolik M., 2011, *Modele strukturalne nazw własnych przedsiębiorstw i lokali branży gastronomicznej w województwie warmińsko-mazurskim*, [w:] *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn, s. 59–78.
- Breza E., 1988, *Nazwy lokali gastronomicznych w obecnym województwie gdańskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego. Prace Językoznawcze” 14, s. 115–123.
- Dombrowski A., 2015, *Nazwy wrocławskich restauracji jako przykład urbochrematonimów – analiza semantyczna*, „Językoznawstwo”, nr 1 (9), s. 31–41.
- Gajewska U., 2010, *Nazwy lokali gastronomicznych w Rzeszowie*, [w:] *Rzeszów i okolice: język – historia – kultura*, red. J. Lizak, E. Błachowicz, Rzeszów, s. 87–96.
- Gałkowski A., 2014, *Motywacja w procesach chrematonimii marketingowej*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 27, s. 63–72.
- Hlubinková Z., 2007, *K některým typům názvů brněnských restaurací*, „Čeština doma a ve světě” XV, s. 140–145.
- Łuc I., 2020, *Nazwy górnośląskich kawiarni w orbicie kultury konsumpcyjnej*, „Onomastica” LXIV, s. 149–166.
- Mitter P., 2003, *Možnost aplikace vztahových modelů u názvů restaurací*, „Acta Onomastica” 44, s. 48–52.
- Palinciuc E., 2007, *Nazwy własne restauracji, kawiarni i klubów na krakowskim Kazimierzu w interpretacji historycznokulturowej*, „Onomastica” LII, s. 285–302.
- Palinciuc E., 2010, *W nazewniczym tyglu krakowskich restauracji, kawiarni, klubów*, [w:] *Miasto w perspektywie onomastyki i historii*, red. I. Sarnowska-Gieffing, M. Graf, Poznań, s. 391–401.
- Paszko M., 2020, *Analiza semantyczna nazw białostockich lokali gastronomicznych*, „Białostockie Archiwum Językowe” 20, s. 189–202.

- Paszkowski Z.W., 2015, *Mae miasta w Polsce i ich szansa rozwoju wobec wdrażania polityki spójności i rewitalizacji zintegrowanej*, „Przestrze i forma” 23/1, s. 31–52.
- Przybylska R., 2002, *Konwencje nazewnicze w obrębie nazw barów, kawiarni i restauracji*, [w:] *Rozmaitości językowe*, red. M. Skarżyński, M. Szpiczalkowska, Kraków, s. 247–255.
- Rokytová L., 2014, *Současná jména restaurací, hospod, kaváren a barů v Brně* [diplomová práce], Brno.
- Sirová B., 2015, *Názvy pražských restaurací z pohledu onomastiky* [bakalářská práce], České Budějovice.
- Siwiec A., 2012, *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin.
- Téma B., 1988, *Jména hospod na východním Těšinsku*, „Těšinsko” 31, č. 1, s. 27–28.
- Tomasiak S., 2016, *Nazwy lokali gastronomicznych w Opawie*, „Bohemistyka”, nr 2, s. 125–132.
- Vávra I., 1968, *Jména starých hospod*, „Onomastické práce” [Praha] 2, s. 231–236.