

Aneta MAJKOWSKA

Grzegorz MAJKOWSKI

WSPÓŁCZESNE NAZWY FIRM WYSTĘPUJĄCE NA TERENIE CZĘSTOCHOWY

Przemiany życia gospodarczego zainicjowane w Polsce po roku 1989 znalazły swój wyraz również na terenie Częstochowy. Wraz z demonopolizacją różnych dziedzin ekonomii masowo zaczęły w mieście powstawać prywatne przedsiębiorstwa handlowe i usługowe, hurtownie, sklepy itp. Chęć podkreślenia, że dana firma jest własnością prywatną a nie państwową, potrzeba identyfikowania się z własną, indywidualną działalnością, wywołała konieczność nadawania nazw nowo powstającym czy przekształcającym się przedsiębiorstwom. Przejawem nowej rzeczywistości ekonomicznej stało się powstanie firm, prowadzących działalność wcześniej nie znaną na krajowym rynku, jak np. biura handlu nieruchomościami, hurtownie, salony sprzedaży samochodów, szkoły modelek, agencje reklamowe itp. Również te przedsiębiorstwa potrzebowały własnych, indywidualnych nazw wzbogacających i nadających kolorytu słownictwu onomastycznemu.

Przedmiotem niniejszego artykułu są współcześnie tworzone nazwy instytucji zajmujących się działalnością usługową, handlową czy przemysłową, nazwy sklepów, agencji, kancelarii, biur doradczych itp., działających na terenie Częstochowy. Bazę materiałową stanowi 750 nazw. Źródłem, z którego korzystano przy zbieraniu materiału były szyldy z ulic miasta, ogłoszenia prasowe, ogłoszenia częstochowskich stacji radiowych oraz gazety reklamowe. Celem artykułu jest scharakteryzowanie tendencji, jakie współcześnie panują w Częstochowie w nazewnictwie firm i ukazanie tych mechanizmów nazwotwórczych, które są najpopularniejsze na terenie miasta.

Nazwy firm składają się z oficjalnej pełnej nazwy i nazwy krótkiej. Dla nazwy **Agencja Handlu Nieruchomościami Eva**, oficjalną pełną nazwą jest nazwa składająca się z rzeczownika agencja i jego określeń. Natomiast nazwą krótką będącą symbolem firmy jest nazwa **Eva**. Współcześnie coraz częściej obligatoryj-

ną staje się nie tyle pełna nazwa, ale nazwa krótka, symbol firmy prawnie zastrzeżony, występujący na szyldach i reklamach, który dla mieszkańców miasta jest elementem o wiele bardziej znaczącym. Właściciele firm dążą do tego, aby nazwy krótkie ich przedsiębiorstw były jak najatrakcyjniejsze, niekonwencjonalne, przyciągające swoją oryginalnością potencjalnych klientów. Zjawisko to stanowi z kolei ciekawy materiał dla badań językoznawczych.

Nazwy firm tworzą charakterystyczną i niepowtarzalną kategorię imion własnych. Stanowią innowację językową. Często powstają na zasadzie derywacji semantycznej, polegającej na przypisywaniu istniejącym już w języku polskim czy obcym jednostkom leksykalnym nowych znaczeń. Nazwy powstałe na tej zasadzie są neologizmami semantycznymi, czyli neosemantyzmami, np. **Sukces, Profit, Perspektywa, Renoma, Hermes**. Inne nazwy przedsiębiorstw powstają na zasadzie derywacji morfologicznej polegającej na tworzeniu nowego wyrazu przy pomocy rozmaitych afiksów i na zasadzie derywacji abrewiacyjnej, która skraca określony wyraz występujący w roli nazwy firmy. Te dwa rodzaje derywacji przyczyniają się do powstawania neologizmów słowotwórczych, np. **Cezarex, Józex, Piotrex, Szybex, Zygpól, Alekspól, Raj** (nazwisko właściciela Rajczyk), **Kos** (nazwisko właściciela Kosta).

Wśród nazw przedsiębiorstw działających na terenie Częstochowy bardzo liczną grupę stanowią neosemantyzmy. Wyrazy te zaczerpnięte są zarówno ze słownictwa języka polskiego, jak i języków obcych.

Szczególnie często do nadawania nazwy firmie wykorzystywane jest słownictwo onomastyczne. Niektóre nazwy przedsiębiorstw mają charakter odmiejskowy i co jest charakterystyczne są z reguły przeniesieniem nazw miejscowych niepolskich, np. **Palermo, Praga, Manhattan**.

I. Nazwy antroponimiczne

Powszechnie w roli nazw hurtowni, sklepów, firm występują nazwy pochodzące od antroponimów. Na przebadanych 750 nazw, aż 224 stanowią imiona, a 163 to nazwiska. Nazwy osobowe w nazwach przedsiębiorstw są wyodrębnione cudzysłowem lub są zapisane wersalikami i występują zwykle jako krótkie nazwy właściwe w postpozycji względem oficjalnej, pełnej nazwy, np. **Artystyczny Salon Ślubny Wanda, Spółka Cywilna JARMIR, Kancelaria Prawnicza Będkowski i Kobic**.

Wśród antroponimów wchodzących w skład nazw występują popularne, współczesne imiona, imiona historyczne, imiona mitologiczne oraz nazwiska właścicieli i nazwiska historyczne.

Spośród imion tworzących nazwy firm wyróżniamy takie, jak: polskie imiona żeńskie, np. **Krystyna, Joanna, Renata, Urszula, Łucja, Magdalena, Monika**,

polskie imiona męskie: **Wacław, Łukasz**; imiona żeńskie obce, np. **Colette, Angelika**; imiona męskie obce, np. **Dexter, Georg, Stanley, Thomas, Jean, Karl**.

Dla nazw przedsiębiorstw stosuje się nie tylko współczesne, modne imiona, ale także imiona historyczne, np. **Jeremi, Mieszko**. Przy tworzeniu nazw wykorzystywane jest również słownictwo mitologiczne, związane z kulturą śródziemnomorską, antyczną, np. **Kassandra, Ariadna, Charon, Hermes, Neptun, Saturn, Zeus, Jupiter**. Niektóre imiona własne zaczerpnięte ze słownictwa mitologicznego i historycznego, niosą ze sobą pewne treści znaczeniowe: **Hermes** - imię mitologicznego boga olimpijskiego, opiekuna handlu i kupców, **Hermes** - nazwa przedsiębiorstwa produkcyjno-handlowego; **Saturn** - imię boga będącego opiekunem rolnictwa, **Saturn** - nazwa przedsiębiorstwa zajmującego się usługami i produkcją rolną; **Charon** - imię przewoźnika dusz, **Charon** - nazwa zakładu pogrzebowego; **Hades** - imię boga świata podziemnego, **Hades** - nazwa zakładu pogrzebowego; **Cicero** - krasomówca rzymski posługujący się przystępnym i jasnym językiem, **Cycero** - nazwa drukarni.

Charakterystyczne jest to, że imiona stanowiące nazwę właściwą przedsiębiorstwa występują nie tylko w formie podstawowej, ale jako: deminutywy, np. **Jola, Ola, Wojtek, Kajtek**; hipokorystyki, np. **Oleńka, Jaś, Zbyś and Krzyś**; augmentatywy, np. **Baśka**. Imiona wykorzystywane w nazewnictwie przedsiębiorstw działających na terenie Częstochowy są zjawiskiem dość rozpowszechnionym. Przy tworzeniu nazw stosowane są zarówno imiona popularne w Polsce, jak i za granicą. Często inspiracją są imiona bohaterów filmów i książek. Stąd takie nazwy, jak: **Alexis, Crystal, Dexter** (bohaterowie serialu „Dynastia”) czy **Jurand** (bohater powieści „Krzyżacy”). Zafascynowanie cywilizacją zachodnią przyczynia się do pojawiania nazw będących współczesnymi imionami angielskimi, francuskimi, niemieckimi: **Claudia, Victoria, Stanley, Georg, Jean, Colette, Thomas**. Są jednak i takie firmy, które nie uległy aktualnej modzie, wpływom zachodnim, a wręcz przeciwnie sięgają do polskiej tradycji historycznej i kulturowej. Przykładem tego są nazwy, takie jak: **Jeremi, Mieszko, Jarmir, Wanda**.

W roli nazw przedsiębiorstw występują nie tylko imiona, ale także nazwiska oraz ich modyfikacje. Nazwisko może występować samodzielnie, jako nazwa firmy, np. **Jałowiec, Rurarz, Butkiewicz**. Może być wzbogacone o wyrazy typu spółka (s-ka), bracia, np. **Futerski i S-ka, Gil i S-ka, Ociepa Bogusław i Bracia**. Nazwa przedsiębiorstwa, zakładu usługowego może składać się również z pełnego nazwiska i imienia, np. **Krzysztof Korczak**. Niektóre nazwy powstają w wyniku skrócenia samego nazwiska bez podania w symbolu firmy imienia, np. **Kos** (nazwisko Kosta), **Raj** (nazwisko Rajczyk), **Berg** (nazwisko Bergiel), **Nowak** (nazwisko Nowacki). W pierwszych trzech przypadkach skrócenie nazwiska, a tym samym stylizacja nazwy właściwej wywołuje u odbiorcy pewne skojarzenia luźno związane z działalnością firmy. W nazwach przedsiębiorstw wykorzystywane są nie tylko nazwiska właścicieli, ale również nazwiska znanych ludzi ze świata

nauki, kultury, podróżników czy bohaterów znanych pozycji książkowych: **Marconi** - była częstochowska rozgłośnia radiowa, (Marconi - włoski fizyk, prekursor radiotechniki), **Marco Polo** - sklep z wyrobami rękodzieła chińskiego i indyjskiego, (Marco Polo - średniowieczny podróżnik, który dotarł do Chin), **Faust, Szweyk**. Za oryginalną, ciekawą i niosącą określone skojarzenia można by uznać nazwę **Ptak**, podczas gdy nazwisko właściciela brzmi Skowronek.

W nazwach firm, które wykorzystują antroponimy, nasuwa się problem jednodesygnatowości i wielodesygnatowości imion własnych. Imiona własne dzielimy na jednodesygnatowe, np. **Marco Polo** i wielodesygnatowe, np. **Jan**. Imię własne jednodesygnatowe Marco Polo występując w funkcji nazwy przedsiębiorstwa ewokuje określone asocjacje i dla dekodującego staje się imieniem własnym wielodesygnatowym. Desygnatem imienia własnego Marco Polo jest wówczas znany podróżnik i określona instytucja handlowo-usługowa. W tym sensie imię własne jednodesygnatowe Marco Polo staje się wielodesygnatowe. Natomiast imię męskie Jan, będące z racji swej powszechności i popularności imieniem własnym wielodesygnatowym, jako nazwa firmy przybiera postać jednodesygnatową. Nazwa osobowa Jan staje się wówczas nazwą właściwą, symbolem zarezerwowanym wyłącznie dla jednej firmy działającej w Częstochowie w danej branży, znakiem prawnie strzeżonym i tylko z tym kojarzy się odbiorcom.

II. Nazwy odapelatywne

W funkcji nazw firm występują nie tylko imiona własne, ale również rzeczowniki pospolite. Jako nazwy firm nabierają one szczególnego charakteru. Przechodzą z kategorii imion pospolitych do kategorii imion własnych w przeciwieństwie do toponimów czy nazw osobowych, które niezależnie, czy są nazwami przedsiębiorstw czy też nie, zawsze należą do kategorii imion własnych. Rzeczowniki pospolite pełniące rolę nazw, stają się neosemantyzmami. Apelatywy te mają zdolność do ewokowania określonych znaczeń i skojarzeń dotyczących działalności firmy. Asocjacje luźno związane z działalnością przedsiębiorstwa nasuwają odbiorcy takie nazwy, jak: **Fart, Fortuna, Perspektywa, Profit, Atut, Renoma, Okazja, Perfect, Precyzja, Kres, Fraszka**. Wywołują one w potencjalnym kliencie przeświadczenie, że wybór firmy, przedsiębiorstwa, hurtowni czy sklepu jakiego dokonał dla określonych celów zapewni mu „sukces”, da „perspektywę” na przyszłość, stworzy „okazję” do polepszenia bytu, „perfekcyjnie” i „precyzyjnie” rozwiąże jego problem, da „atut”, czyli możliwość osiągnięcia powodzenia lub, że z danej inwestycji osiągnie satysfakcjonujące go „profity”. Nazwy tego typu mogą być wymiennie zastąpione innymi wyrazami nie zakłócającymi skojarzeń związanych z działalnością firmy. Nazwa właściwa **Profit** odnosząca się do biura konsultingowego może zostać zastąpiona słowami: sukces, atut, precyzja,

perspektywa, perfect itp. Nazwy typu: **Arka, Sezam, Uroda, Mors, Wodnik, Hades, Katolik, Panorama, Detektor**, jako nazwy przedsiębiorstw wywołują skojarzenia nie tyle luźno, co już w dużym stopniu związane z produkcją i usługami, np. **Zakład Instalacji Sieci Sanitarnej Wodnik, Chłodnia Mors, Zakład Pogrzebowy Hades, Salon Fryzjersko-Kosmetyczny Uroda, Biuro Turystyczne Katolik**. Nazwa występująca w postpozycji nasuwa odbiorcy skojarzenia związane z nazwą występującą w prepozycji, np. nazwa **Uroda** sugeruje zakład kosmetyczny, nazwa **Wodnik** z kolei nasuwa skojarzenia dotyczące działalności odnoszącej się do „branży wodnej”.

Są również i takie nazwy, jak: **Bruk, Stiuk, Igła, Guziczek**, które wywołują asocjacje bardzo silnie związane z działalnością przedsiębiorstwa na przykład: **Pracownia Sztukatorska Stiuk** (stiuk - szlachetny tynk z zaprawy wapiennej; sztukateria - ornamenty, ozdoby ze stiuku).¹ Nazwa firmy bezpośrednio nasuwa odbiorcy skojarzenie związane z jej działalnością i w tym sensie staje się obligatoryjna. Podobnie jest z nazwami przedsiębiorstw, hurtowni typu: **Zakład Produkcji Kostki Brukowej Bruk, Hurtownia Igła** (hurtownia dodatków krawieckich), **Hurtownia Guziczek** (hurtownia pasmanteryjno-galanteryjna).

Apelatywy występujące w funkcji nazw firm tworzą określone grupy znaczeniowe, wśród których wyróżniamy nazwy ludzi, zwierząt, roślin, minerałów oraz liter alfabetu greckiego. Ciekawy krąg znaczeniowy tworzą imiona pospolite będące nazwami ludzi i mające najczęściej charakter ekspresywny: **Łasuch, Czyścioch, Pucus, Pasibrzuch, Kopciuszek, Książątko, Elegant, Domator, Pirat** oraz te, które nie mają nacechowania ekspresywnego: **Kolarz, Kupiec**. Bardzo liczną grupę wśród nazw częstochowskich firm tworzą rzeczowniki odnoszące się do fauny i flory. Gdy chodzi o nazwy zwierząt występujące w funkcji nazw przedsiębiorstw, to wyróżnić można: nazwy drapieżników - **Gepard, Ku-guar, Kuna, Lew, Ryś**; nazwy ssaków łagodnych - **Panda, Koala, Łoś**; nazwy węży - **Kobra, Python**; nazwy ryb i ssaków wodnych - **Pstrąg, Łosoś, Orka, Pirania, Delfin, Foka, Mors**; nazwy ptaków - **Kormoran, Pelikan, Paw, Kruk**. Wśród nazw z zakresu flory występujących w funkcji nazw firm są takie, które należą do: nazw kwiatów - **Krokus, Konwalia, Lotos, Irys, Magnolia**; nazw drzew - **Heban, Jawor, Klon**; nazw owoców - **Cytrynka, Mandarynka, Cytrus**. Inny krąg znaczeniowy wśród rzeczowników występujących w funkcji nazw przedsiębiorstw tworzą: nazwy minerałów - **Agat, Diament, Granit, Jantar, Malachit, Rubin, Opal**; a także nazwy liter alfabetu greckiego - **Alfa** (Agencja Turystyczna), **Beta** (Zakład Wielobranżowy), **Pol - Gamma, Sigma** (Zakład Produkcji Rynkowej), **Omega** (Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe).

¹ W. Kopaliński, Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych, Warszawa 1989. s. 499.

III. Nazwy obcego pochodzenia

Bardzo dużą grupę wśród nazw firm działających na terenie Częstochowy stanowią te, które są wyrazami bezpośrednio przejętymi z języka angielskiego a także francuskiego, włoskiego, łacińskiego i greckiego. Pewną grupę stanowią wśród nich wyrazy należące do słownictwa onomastycznego, np. nazwy osobowe, imiona męskie: **Georg, Stanley, Jean**; imiona żeńskie: **Victoria, Colette, Angelika, Crystal, Dolores**; nazwy geograficzne: **Atlantic, Hollywood, Paris, Manhattan**. Bardzo liczną grupą nazw przedsiębiorstw i zakładów usługowych są rzeczowniki pospolite będące cytataми, np. **Body** (ciało), **Basket** (koszyk), **Gold** (złoto), **Help** (pomoc), **Manager** (dyrektor, zarządzający), **Prestige** (prestż), **Profit** (zysk), **Button** (guzik), **T - shirt** (koszula męska), **Boot** (but), **Bloom** (kwiat), **Concept** (koncept), **Icon** (ikona), **Chatte** (kotka), **Duo** (duet). W funkcji nazw firm występują również wyrazy, które nie są rzeczownikami w języku angielskim, np. **Best** (najlepszy), **Long** (długi), **Modern** (nowoczesny, współczesny), **Artful** (zręczny), **Full** (pełny), **Green** (zielony), **O.K** (w porządku), **Off** (opodal), **Seven** (siedem). W związku z pojawieniem się we współczesnym języku słów oddających charakter nowoczesnej gospodarki, a przejętych z języka angielskiego, takich jak: *manager, business, marketing, invest, enterprise*, wyrazy te zaczęły występować w funkcji nazw firm lub stawać się komponentami tych nazw, np. **Network Marketing, Big International, Best Corporation, Business Publishing, Invest Land, Kazmar Enterprise, Manager, Consorcium**. Wśród cytatów użytych w roli nazw firm dużą grupę stanowią obok wyrazów zaczerpniętych ze słownictwa języka angielskiego i francuskiego, także wyrazy przeniesione z języka łacińskiego i greckiego. Często są to słowa, które stały się podstawą dla wyrazów funkcjonujących w różnych językach w jednakowej lub podobnej postaci, dla internacjonalizmów, np. **Concordia** (zgoda), **Decretum** (rozstrzygnięcie), **Forum** (życie handlowe, interesy, ruch handlowy), **Fructus** (owoc), **Leo** (lew), **Consortium** (spółka), **Cognitor** (znawca), **Glossa** (stary, wyraz wymagający objaśnienia), **Lex** (prawna formuła, prawo, uchwała, warunek), **Alfa, Beta, Gamma, Omega** (nazwy liter alfabetu greckiego).

IV. Nazwy skrócone

Nazwami firm są nie tylko neosemantyzmy i cytaty, ale również skrótownice niestylizowane, inaczej zwane skrótownicami mechanicznymi.² Wśród nich występują literowce i głoskowce. Są one tworzone przede wszystkim od deskrypcji

² Termin przejęty z artykułu: B. Kreja, Z zagadnień struktury polskich skrótownic, „Polonica” nr 4, 1978, s. 166.

jednostkowych będących nazwami dużych instytucji i fabryk. Deskrypcje jednostkowe opisują oznaczany obiekt. Zawierają nazwy pospolite, które wnoszą do nazwy element opisowy, motywacyjny. Przykładami nazw firm, w których wykorzystano skrótowce mechaniczne są: **Wojewódzkie Przedsiębiorstwo Robót Inżynieryjnych WPRI**, **Bank Inicjatyw Gospodarczych BIG**, **Bank Informacji Gospodarczej BIG**, **Częstochowskie Przedsiębiorstwo Budowlane CPB**, **Przedsiębiorstwo Budowy Kopalń Rud PBKR**, **Zakłady Jedwabniczo-Dekoracyjne ZJD**, **Wojewódzka Dyrekcja Dróg Miejskich WDDM**, **Centrum Informacyjno-Techniczne CIT**. Komponentami tych skrótowców są elementy wszystkich wyrazów podstawy. Gdy chodzi o płaszczyznę graficzną skrótowce te są złożone z jednego typu elementów inicjalnych, a mianowicie z komponentów monografemowych. Gdy chodzi o płaszczyznę foniczną skrótowce te są odczytywane w dwojaki sposób: literowy i głoskowy. Sposób literowy polega na odczytywaniu liter, np. **WPRI** (wu - pe - er - i), **CPB** (ce - pe - be), **ZJD** (zet - jot - de). Skrótowce te określane są jako literowce. Natomiast sposób głoskowy polega na nadaniu literom ich fonicznej wartości zgodnej z systemem języka, np. **BIG**, **CIT**. Są to tzw. głoskowce. Charakterystyczne są dwa skrótowce monografemowe: **BIG**, tworzony od podstawy: **Bank Inicjatyw Gospodarczych** i **BIG** powstały od wyrażenia podstawowego: **Bank Informacji Gospodarczej**. Są one przykładem skrótowców, które realizowane są graficznie i fonicznie w ten sam sposób, ale mają różne znaczenia. Są więc homonimami. Nazwy firm, które działają na terenie Częstochowy przybierają często postać skrótowców stylizowanych³ inaczej wyrazowców. Wśród nich występują takie, które mają za podstawę nazwę stanowiącą deskrypcję jednostkową i takie, które nie są motywowane podstawą. Do pierwszej grupy zaliczymy takie nazwy firm, jak: **Częstochowskie Przedsiębiorstwo Budowlane Przemysłu Lekkiego LEGBUD**, **Przedsiębiorstwo Budownictwa Ekologicznego EKBUD**, **Zakład Usług Budowlanych BUDUS**, **Biuro Remontowo-Montażowe RENMAR**, **Biuro Projektowo-Konstrukcyjne Transportu Ciągłego BIPROTRANS**, **Zakłady Artykułów Technicznych i Galanteryjnych POLGAL**, **Przedsiębiorstwo Budowlano-Handlowe BUDHAND**, **Przedsiębiorstwo Realizacji Kompletnych Obiektów Przemysłowych KOMOBEX**, **Przedsiębiorstwo Postępu Organizacyjno-Technicznego UNIPOT**.

Wyrazowce, które nie posiadają za podstawę nazwy stanowiącej deskrypcję jednostkową to takie, jak: **Przedsiębiorstwo Produkcyjne Handlowo-Usługowe Sangaz** (sieć gazowa, sieć sanitarno-kanalizacyjna), **Przedsiębiorstwo Produkcyjne Handlowo-Usługowe Wodgaz** (sieć gazowa, sieć wodociągowa),

³ Nazwa przejęta z artykułu: J. Młodyński, Klasyfikacja skrótowców polskich, „Poradnik Językowy”, 1975, z. 10, s. 550.

P.P.H.U. Urdom (urządzenia domowe), **P.P.H.U. Emolak** (emalie, lakiery), **Zakład Produkcyjno-Usługowy Plazmet** (metalizacja plazmowa szkła), **Zakład Usługowy Renskór** (renowacja wyrobów skórzanych).

Skrótowce tworzone są z komponentów, czyli określonych elementów wyrazów podstawy. Elementy inicjalne wyrazów wchodzących w skład wyrażenia podstawowego mogą mieć różną długość. Niektóre z nich zawierać mogą w sobie pojedyncze, pierwsze litery poszczególnych wyrazów podstawy i gdy chodzi o płaszczyznę graficzną są to tzw. komponenty monografemowe⁴, np. **Centrum Informacyjno-Techniczne CIT**. Inne skrótowce budowane są z dwu lub większej liczby liter wyrazów wchodzących w skład wyrażenia podstawowego i określane są mianem komponentów poligrafemowych⁵, np. **Przedsiębiorstwo Budownictwa Ekologicznego EKBUD**.

Skrótowce stylizowane występujące w nazwach częstochowskich przedsiębiorstw często złożone są z komponentów nie reprezentujących wszystkich wyrazów podstawy, np. **Biuro Projektowo-Konstrukcyjne Transportu Ciągłego BIPROTRANS**. Skrótowiec **BIPROTRANS** powstał z połączenia niektórych komponentów wyrazów podstawy, takich jak: **Biuro Projektowe, Transportu**. Komponenty budujące krótką nazwę firmy są w tym przypadku poligrafemowymi, o różnej ilości liter, od dwóch: **Bi**, do pięciu: **Trans**. Nie zostały w nazwie właściwej wykorzystane elementy inicjalne wyrazów: **Konstrukcyjne, Ciągłego**. Dość często komponenty wyrazów oficjalnego wyrażenia podstawowego mogą być ułożone w innej kolejności niż ta, która wynika z kolejności wyrazów podstawy, np. **Przedsiębiorstwo Budownictwa Ekologicznego EKBUD, Częstochowskie Przedsiębiorstwo Budowlane Przemysłu Lekkiego LEKBUD**. Zarówno w jednym jak i drugim przypadku komponenty poligrafemowe tworzące skrótowce stylizowane **EKBUD, LEKBUD** wzięte z dwu wyrazów podstawy mają przestawiony szyk. W nazwach firm mających charakter skrótowców stylizowanych nie tylko opuszczane są elementy niektórych wyrazów podstawy, zmieniana jest ich kolejność, ale także dodawane są części typu: uni, ex, pol. W tej grupie skrótowców charakterystyczna jest nazwa **Przedsiębiorstwo Postępu Organizacyjno-Technicznego UNIPOT** powstała z połączenia komponentu UNI (pochodzącego najprawdopodobniej z wyrazu uniwersalny) z komponentami monografemowymi POT wyrazów: **Postęp Organizacyjno-Techniczny**. Innym elementem spoza podstawy wykorzystanym przy tworzeniu skrótowców stylizowanych jest częśćka pol pochodząca od wyrazu **Polska** i wyrazu **poli** wiele. Występuje ona w przypadku nazwy: **Zakłady Artykułów Technicznych i Galanteryjnych POLGAL**, gdzie łączy się tylko z jednym komponentem wyrazu

⁴ Ibidem, s. 551.

⁵ Ibidem, s. 552.

podstawy: **Galanteryjnych**. Przykładem skrótowca, do którego dodano element *ex* jest **KOMOBEX**. Jego podstawę stanowi oficjalna pełna nazwa: **Przedsiębiorstwo Realizacji Kompletnych Obiektów Przemysłowych**, z której wykorzystano komponenty poligrafemowe z wyrazów: **Kompletnych Obiektów**. Do elementów tych w skrótowcu dołączono część *ex* z wyrazu eksport.

Użycie w nazwie elementu *ex* jest przykładem stylizacji graficznej, podobnie jak zastosowanie części *lux* w skrótowcach typu: **Luxgal**, **Luxdom**. Rodzime połączenie *ks* zostało w komponentach: *ex*, *lux* zastąpione znakiem *x* mającym sugerować obcojęzyczne brzmienie i postać graficzną. Skrótowce stylizowane typu: **Plazmet**, **Renskór** nie mają za podstawę nazwy stanowiącej deskrypcję jednostkową. Podstawami tych skrótowców są oficjalne pełne nazwy: **Zakład Produkcyjno-Usługowy** odnośnie do **Plazmetu** i **Zakład Usługowy Renskór**. Komponentami krótkiej nazwy właściwej są elementy wyrazów pochodzących z informacji dotyczącej działalności tych przedsiębiorstw, np. nazwa **Plazmet** wynika z informacji: Usługi w zakresie metalizacji plazmowej szkła, natomiast nazwa **Renskór** wynika ze słów: Odświeżanie i renowacja wyrobów futrzarskich i skórzanych. Wśród skrótowców stylizowanych funkcjonujących jako nazwy częstochowskich firm wyróżniamy takie, które można określić jako wyrazowce odantroponimiczne (odimenne). Powstają one poprzez połączenie uciętych nagłosowych części imienia i nazwiska właściciela danego przedsiębiorstwa, np. **Darko** (Dariusz Kozłowski), **Bilkaz** (Biliński Kazimierz), **Bortom** (Borowik Tomasz).

Nazwa pełna i jej skrótowy odpowiednik będący skrótowcem mechanicznym nie mogą pozostawać ze sobą w linearnym związku składniowym. Na uwagę zasługuje również fakt, że skrótowiec mechaniczny istnieje tak długo jak jego wyrażenie podstawowe. Natomiast skrótowiec stylizowany funkcjonuje o wiele dłużej i bardziej samodzielnie niż jego podstawa. Linearny związek składniowy, a zwłaszcza samodzielność i oryginalność skrótowca stylizowanego sprawia, że jest on coraz powszechniej używany w nazwach częstochowskich firm.

Wzrost tempa życia, jaki zauważamy pod koniec XX w. ma doniosły wpływ na rozwój procesów komunikacyjnych. Stale powiększa się ilość przekazywanych informacji, co powoduje konieczność nadania im charakteru bardziej skondensowanego. Zwięzłość informacji związana jest z kolei z eliminacją tych elementów, które są niepotrzebne i których brak nie deformuje podawanej treści. Tendencji do ekonomii w języku podporządkowane są działania zmierzające do stosowania skrótowców w nazwach firm. Dlatego też często w nazwach przedsiębiorstw pojawiają się skrótowce, zwłaszcza stylizowane. Stają się one symbolami i znakami, z którymi klienci utożsamiają dane przedsiębiorstwo. Jest to sprawa szczególnie ważna w działalności reklamowej i marketingowej w czasie promocji przez firmę produktu czy usług. W nazwach przedsiębiorstw skrótowce w odpowiednio krótszy sposób zastępują nazwę pełną, spełniają więc funkcję kondensacyjną.

Obok niej pełnią również funkcję mnemotechniczną, umożliwiając bowiem zapamiętywanie długich nazw lub ich najistotniejszych dla dekodującego elementów. Skrótownice w nazwach firm, zwłaszcza stylizowane przekazują także informacje o działalności przedsiębiorstwa, które są informacjami mniej lub bardziej aluzyjnymi w zależności od możliwości percepcyjnych klientów i ich wiedzy o rzeczywistości, np. **Wodgaz** (sieć wodociągowa, sieć gazowa, przedsiębiorstwo zajmujące się instalacją tych sieci).

V. Nazwy złożone

W funkcji nazw firm występują również często quasi-złożenia. Są to konstrukcje składające się z dwóch komponentów niesamodzielnych połączonych ze sobą w jedną całość. Jeden z tych komponentów jest zredukowany do tematu lub nawet do początkowych kilku liter wyrazu, z którego powstaje quasi-złożenie, a drugi jest członem reprezentowanym przez cząstki typu: -ex, -pol, -lux, -max, -bud, -comp. Cząstki te powstają przez ucięcie nagłosowej części określonego, pełnego wyrazu, np. Bud - budowa oraz od wyrazów obcych, internacjonalizmów, np. inter - international (międzynarodowy), comp - komputer, info (wariant inform) - information (informacja), ex - export. Wśród członów drugich niesamodzielnych, powtarzalnych, quasi-złożeń pełniących rolę nazw częstochowskich firm występują takie serie, jak:

- **ex** -: od internacjonalizmu export lub wyrazów ekskluzywny, ekstra - występuje bowiem również w nazwach firm spoza branży eksportowej. Na 197 nazw jest ich aż 32. Rzadko pojawia się w prepozycji, np. Exon. Przede wszystkim występuje w postpozycji, np. **Antenex, Farbex, Szybex, Luminex, Łatex, Rudex, Sumex, Lenarex, Witaminex, Jurimex, Barbarex, Beatex, Jolex, Józex, Bartex, Jurex, Darex, Jarex, Tomex.**
- **pol** -: od wyrazu Polska lub od wyrazu poli - wiele. Cząstka ta sugeruje klientowi rodzimość, ale przede wszystkim wielość, różnorodność posiadanych produktów lub wykonywanych przez firmę usług. Jest to drugi po członie -ex- najczęściej występujący komponent quasi-złożeń, np. **Alekspol, Jarkpol, Markpol, Tedpol, Winpol, Zygpól, Zempol, Textampol.**
- **tex** -: od wyrazu tekstylia, ale występuje w nazwach firm spoza branży tekstylnej, np. **Yanitex, Ulteltex, Łatex, Kostex, Justex, Wtórtext, Textampol.**
- **lux** -: od wyrazu luksus (łac. luxus - zbytek, przepych) albo od wyrazu łac. lux - światło. Występuje w prepozycji, np. **Luxgal.**

- **max -:** od wyrazu maximum, np. **Kamax, Maxbud**.
- **bud -:** od wyrazu budowa, budować, informuje o branży budowlanej. Występuje zarówno w prepozycji, np. **Budtem**, jak i w potpozycji, np. **Bilbud, Stelbud**.
- **comp -:** od wyrazu ang. computer (komputer), np. **Combit**.
- **inter -:** od wyrazu ang. international (międzynarodowy), np. **Interkow**.
- **on -:** np. **Exton, Boron, Daton, Sakson**.

Obok quasi-kompositów obligatoryjną dla przedsiębiorstwa jest również nazwa będąca złożeniem z interfiksem - o -, np. **Haftoplis**. Złożenia z interfiksem - o - motywowane są dwoma tematami słowotwórczymi polskimi lub obcymi, np. **Częstokrach, Haftoplis, Ruroplast, Wózkoland, Ciucholand**. Jako nazwy firm funkcjonują też złożenia bez interfiks - o -, np. **Videoland**.

Charakterystyczne dla częstochowskich przedsiębiorstw są także nazwy mające konstrukcję zestawień. Wśród nich wyróżniamy zestawienia wyrazowe i zestawienia głoskowe. Zestawienia wyrazowe w nazwach firm mają charakter frazeologiczny. Są połączeniami dwuwyrazowymi, których znaczenia wynikają z sumy znaczeń komponentów. Posiadają one postać utartych, ogólnie przyjętych, powtarzanych często powiedzeń, np. **Bez Atu, Siedmiomilowe Buty, Pomocna Dłoń, Dla Ciebie, Ja i Ty, To i Owo, Od A Do Z**. Obok zestawień wyrazowych o charakterze frazeologicznym nazwami firm są zestawienia wyrazowe zawierające wyróżnik lokalizacyjny, np. **Na Pętli, Na Osiedlu, Pod Schodami, Główna 112, Pod 6- tką**. Tego typu nazwy powodują u odbiorcy usprawnienie pamięci, ułatwiają zapamiętywanie miejsca danej hurtowni, sklepu czy zakładu produkcyjnego. W ten sposób pełnią funkcję mnemotechniczną, której odbiorca mimowolnie podlega. Zestawieniami wyrazowymi w nazwach przedsiębiorstw są również zestawienia wyrazów dźwiękonaśladowczych, np. **Hau - Miau**. Zestawienia wyrazowe pełniące funkcję nazw są konstrukcjami składającymi się z komponentów rodzimych i obcych. Wśród nich występują zestawienia wyrazowe dwóch komponentów polskich, np. **Pomocna Dłoń, Puszysta Pani**, zestawienia dwóch komponentów obcych, np. **Baby Shop** (sklep dziecięcy), **Law Office** (biuro prawnicze), **Car Shop** (sklep samochodowy), **Brass Art** (sztuka, artykuły z mosiądzu), które bezpośrednio informują o działalności i takie, które ewokują bardziej luźne skojarzenia co do rodzaju profesji: **Beauty and Grace** (piękno i wdzięk), **Fun Face** (zabawna twarz), **Fair Play** (uczciwa gra), **North and South** (północ i południe), **Number One** (numer jeden), **Network Marketing** (sieć rynkowa), **Yellow Box** (żółte pudełko), **Big International** (duży międzynarodowy), **Best Corporation** (najlepsza korporacja), **Genaration Ten** (pokolenie dziesiąte), **Golden Fish** (złociśtaryba), zestawienia komponentu odantroponimicznego polskiego i obcego, np. **Mrowiec Toys, Anna Shop, Kusiak Motosport**, zestawienia komponentu polskiego i komponentu abrewiacyjnego odantroponimicznego, np. **Mebel Ług** (nazwisko Ługowski), zestawienia internacjonalizmu i komponentu polskiego odan-

troponimicznego, np. **Moto Staś, Barbara Micro System** (zestawienie trójkomponentowe), **Lange Video**. Wśród nazw częstochowskich przedsiębiorstw obligatoryjne są nie tylko zestawienia wyrazowe, ale także zestawienia literowe. Są to zestawienia pierwszych liter nazwisk lub imion właścicieli firm. Do zestawień literowych należą: **D & D** (Deptuła i Deptuła), **Ch - K** (Chuć, Kuban), **C and C** (Czerwiński i Cedro), **R + R** (Roman, Roman), **A - M** (Anna, Maria). Gdy chodzi o płaszczyznę brzmieniową, np. **Ch - K, R + R, A - M** oraz zestawienia literowe mające postać brzmieniową, którą sugeruje obcy znak lub spójnik łączący, np. **D & D, C and C, B and C** (Borowski i Czyżewski).

Reasumując, należy stwierdzić, że nazwy firm występujące na terenie Częstochowy tworzą bogatą grupę nazewniczą. W tworzeniu nazw wykorzystywane są różne techniki nazwotwórcze. Firmy, których nazwy posłużyły jako materiał badawczy, dotyczą różnych dziedzin życia gospodarczego i społecznego. Wyróżniamy wśród nich przedsiębiorstwa usługowo-handlowe, wielobranżowe, sklepy, hurtownie, zakłady usługowe, np. zakłady krawieckie, szewskie, salony kosmetyczne, samochodowe, gabinety lekarskie, kancelarie prawnicze, biura handlu nieruchomościami, biura konsultingowe itp. Z przebadanych 750 nazw firm wynika, że najliczniejszą grupę stanowią wśród nich neosemantyzmy. W ich obrębie nazwy osobowe polskie mają przewagę nad nazwami odapelatywnymi polskimi. Co jest charakterystyczne nazwy odapelatywne polskie przewyższają ilością nazwy pochodzące od rzeczowników pospolitych obcych. Może to sugerować powolne odchodzenie od tendencji z lat 1990 - 1992, gdzie nazwy obcojęzyczne zdecydowanie przewyższały nad nazewnictwem krajowym. Gdy chodzi o nazwy obce, to znacznie dominują wśród nich nazwy angielskie. Niewielką grupę stanowią internacjonalizmy, nazwy łacińskie, greckie, francuskie i włoskie. Brak natomiast prawie zupełnie nazw wywodzących się z języka niemieckiego. Mniej liczną grupę nazw pochodzących od wyrazów polskich czy angielskich stanowią nazwy będące quasi-złożeniami. Niewielką ich liczebność należy wiązać z tym, że są mało czytelne, trudne do wypowiedzenia, a przede wszystkim do zapamiętania. Nieliczną grupę wśród nazw przedsiębiorstw stanowią zestawienia, przy czym należy podkreślić, że charakteryzują się dużą różnorodnością form i budowy. Warto dodać, że przeanalizowany materiał odnosi się do nazw zgromadzonych w okresie od listopada 1993 roku do końca lutego 1994 roku. Jednak w związku z tendencją ciągłego powstawania nowych i upadania już istniejących firm zmienia się ich nazewnictwo. Dlatego też dane dotyczące liczebności nazw w wyżej wymienionym okresie, proporcje w ilości nazw polskich, obcojęzycznych, nazw osobowych, rzeczowników pospolitych, skrótowców mechanicznych i stylizowanych (wyrazowców), quasi-złożeń, złożzeń i zestawień mogą ulegać wahaniom.

BIBLIOGRAFIA

- Grodziński E., O istocie imion własnych, [w:] Nazwy własne a wyrazy pospolite w języku i tekście, Opole 1986.
- Klemensiewicz Z., Z Techebu do Pierzeksportu, czyli o nazwach przedsiębiorstw handlowych, przemysłowych itp, [w:] „Język Polski” XXII, 1937.
- Kreja B., Z zagadnień struktury polskich skrótowców, [w:] „Polonica” nr 4, 1978.
- Młodyński J., Klasyfikacja skrótowców polskich, [w:] „Poradnik Językowy”, 1975.

Aneta Majkowska
Grzegorz Majkowski

Contemporary Names of Firms in Częstochowa**S u m m a r y**

The aim of the article is characterizing contemporary trends in giving names to firms in Częstochowa and showing the most often used name-producing mechanisms. Among the firms operating in Częstochowa, the most popular names are neo-semanticisms, e.g. Charon, Kajtek, Oleńka, Łasuch.

Apart from neo-semanticisms there are, less frequently used, abbreviations, short forms and contractions, like WPRI/Wojewódzkie Przedsiębiorstwo Robót Inżynieryjnych (Regional Enterprise for Engineering Works)/ and BIG /Bank Inicjatyw Gospodarczych (Business Initiative Bank)/ and wordings, like for example EKBUD.

There are also quasi-compounds, e.g. Farbex, compounds containing the interfix -o-, e.g. Ciucholand, and compounds without the interfix, e.g. Videoland.