

# Ewa Rogowska-Cybulska

---

## Kaszubskojęzyczne teksty i gatunki o funkcji komercyjnej

---

Acta Cassubiana 16, 157-179

---

2014

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

**Ewa Rogowska-Cybulska**  
Gdańsk

## **Kaszubskojęzyczne teksty i gatunki o funkcji komercyjnej**

1. W artykule pt. *Poliwalencja kaszubszczyzny a kultura masowa (Przyczynek do roli gatunku tekstów jako argumentu w dyskusji nad statusem językowym kaszubszczyzny)*<sup>1</sup> analizowałam przed kilku laty wpływ zjawisk i działań inspirowanych przez kulturę masową na status językowy kaszubszczyzny. Pojęcie kultury masowej odniosłam wówczas – za Anną Kłoskowską – „do zjawisk sztuki i rozrywki realizowanych przez rozpowszechnianie identycznych przekazów za pomocą technicznych środków umożliwiających ich odbiór w bardzo szerokim zakresie przez zróżnicowaną publiczność pośrednią”<sup>2</sup>, rozpatrując „zjawiska intelektualnej, estetycznej i ludyczno-rekreacyjnej (czyli zabawowo-rozrywkowej) działalności ludzi, związane w szczególności z oddziaływaniem tzw. środków masowego oddziaływania, a więc treści rozpowszechniane za pomocą tych środków”<sup>3</sup>. Na użytek tamtego artykułu przyjąłam też, że do zjawisk kultury masowej należą teksty kultury kierowane do nieelitarnego odbiorcy za pośrednictwem takich mediów, jak: książka drukowana, prasa, radio, kino, telewizja i Internet. Pomięłam natomiast w tej analizie te gatunki tekstów pozostających w zakresie oddziaływania kultury masowej, które odzwierciedlają przede wszystkim inne niż masowość właściwości współczesnej kultury, np. jej biurokratyzację (gatunki urzędowe), globalizację i informatyzację (np. gatunki szaty informacyjnej

---

<sup>1</sup> E. Rogowska-Cybulska, *Poliwalencja kaszubszczyzny a kultura masowa (Przyczynek do roli gatunku tekstów jako argumentu w dyskusji nad statusem językowym kaszubszczyzny)*, [w:] *Kaszubszczyzna w przeszłości i dziś. Kaszëbizna dôwni ë dzys*, pod red. J. Tredera, Warszawa 2006, s. 73–93.

<sup>2</sup> A. Kłoskowska, *Przedmowa do drugiego wydania*, [w:] *też*, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 2005, s. 3.

<sup>3</sup> A. Kłoskowska, *Kultura masowa...*, s. 96. O kaszubszczyźnie w środkach masowego przekazu por. też J. Treder, E. Breza, *Sytuacja socjolingwistyczna kaszubszczyzny*, [w:] *Kultura – Język – Edukacja*, t. 3, red. R. Mrózek, Katowice 2000, s. 153–154.

miasta<sup>4</sup>), demokratyzację komunikacji (np. napisy pamiątkowe i nagrobne), a także komercjalizację<sup>5</sup>.

W niniejszym artykule chciałabym ukazać właśnie ostatni z pominiętych wówczas aspektów – w zakresie, w jakim oddziaływanie tekstów reprezentujących gatunki komercyjne dokonuje się w inny sposób niż za pomocą wymienionych wyżej mediów masowych, czyli książki drukowanej, prasy, radia, kina, telewizji i Internetu. Interesują mnie gatunki odmiany pisanej i mówionej, w których kaszubszczyzna zostaje „wystawiona na sprzedaż”<sup>6</sup> bezpośrednio, jako jeden z produktów współczesnej komercyjnej działalności handlowo-usługowej. Ze względu na rodzaj działalności komercyjnej, której towarzyszą, należy przy tym wyróżnić kaszubskojęzyczne teksty, które stanowią element marketingu handlowego, oraz teksty będące składnikiem „catering u dziedzictwa kulturowego na rzecz masowego odbiorcy” w ramach rozwoju usług turystycznych i kreowania przestrzeni turystycznej<sup>7</sup>. Język kaszubski stał się bowiem jednym z motywów kultury kaszubskiej szeroko wykorzystywanych do turystycznej promocji regionu, podobnie jak tabaka, wzory kaszubskiego haftu, kaszubskie nuty (*kaszëbsczé nótë*), strój regionalny, tańce, instrumenty ludowe (np. burczybas, diabelskie skrzypce) i folklor muzyczny, kuchnia kaszubska, ceramika Neclów i inne rękodzieło, obrzędy i zwyczaje, Gryf i flaga<sup>8</sup>. Nawet w opinii samych Kaszubów kaszubszczyzna stała się przydatna w roli atrakcji turystycznej, np.:

*Bo jeśli będę miał zagrodę kaszubską, będę mówił po kaszubsku, będę zażywał tabakę i robił jeszcze inne rzeczy, to do mnie więcej turystów przyjedzie po prostu*<sup>9</sup>.

Rozwój handlu i usług turystycznych zainicjował w ostatnim czasie – w sposób mniej lub bardziej bezpośredni – powstanie co najmniej kilkunastu kaszub-

<sup>4</sup> Por. A. Wallis, *Szata informacyjna miasta*, [w:] tegoż, *Miasto i przestrzeń*, Warszawa 1977, s. 274–284; tegoż, *Krajobraz i szata informacyjna*, [w:] tegoż, *Informacja i gwar. O miejskim centrum*, Warszawa 1979, s. 101–110. Kaszubskojęzycznej szacie informacyjnej poświęciłam artykuł: *Kaszubszczyzna w szacie informacyjnej miasta*, [w:] *Przestrzeń zróżnicowana językowo, kulturowo i społecznie. Miasto 2*, pod red. M. Świącieckiej, Bydgoszcz 2008, s. 133–146.

<sup>5</sup> Jeden z aspektów tej problematyki omówiłam później w artykule: *Wokół jedzenia. O kaszubskiej szacie informacyjnej związanej z wytwarzaniem i konsumpcją artykułów żywnościowych*, „Biuletyn Rady Języka Kaszubskiego”, Gdańsk 2009, s. 138, 140, 142, 144, 146, 148; *Kòle jedzeniò. Ó kaszëbsczim jinfòmacyjim òbstroju zrzeszonym z wëròbianim i kòsumpcją jòdnëch wërobów*, „Biuletyn Radzëznë Kaszëbsczégò Jazëka”, Gduńsk 2009, s. 139, 141, 143, 145, 147, 149.

<sup>6</sup> Por. J. Bralczyk, *Język na sprzedaż*, Gdańsk 2004.

<sup>7</sup> A.M. Kluczyk, *Kultura kaszubska jako nowy produkt turystyczny*, [w:] *Catering dziedzictwa kulturowego? Kaszubi i Kaszuby w oczach etnologów*, pod red. P. Kalinowskiego, Gdynia 2006, s. 113–147.

<sup>8</sup> Tamże, s. 123–125.

<sup>9</sup> Tamże, s. 126.

skojęzycznych lub częściowo kaszubskojęzycznych gatunków tekstów mówionych i pisanych<sup>10</sup>.

2. Gatunki mówione kaszubszczyzny komercyjnej to przede wszystkim różnego rodzaju „próbki kaszubszczyzny” przygotowywane na użytek turystów, swoisty użytkowy – i ustny, nie pisany – odpowiednik wyboru tekstów gwarowych funkcjonujących w naukowej odmianie polszczyzny.

Zjawisko nowej funkcji kaszubszczyzny mówionej<sup>11</sup> potwierdzają wypowiedzi kaszubskich właścicieli gospodarstw agroturystycznych, np.:

*Ale i język kaszubski zaczął się pojawiać na tych spotkaniach na przykład z turystami, gdzie tam gospodarze zawsze lubią se pogadać, po kaszubsku coś tam powiedzieć, coś tam zagadnąć<sup>12</sup>.*

O uczeniu się podstaw kaszubszczyzny specjalnie w tym celu informuje m.in. notatka prasowa na temat kursów języka kaszubskiego, pt. *Thumy chętnych w Gdańsku zgłaszają się na kursy nauki języka kaszubskiego*, por.:

*Na kurs zgłosili się też przewodnicy turystyczni, bo coraz częściej uczestnicy wycieczek domagają się od oprowadzającego, aby potrafił powiedzieć kilka słów po kaszubsku<sup>13</sup>.*

Charakter takich tekstów-próbek języka kaszubskiego oddaje krótki opis odbywającego się w gospodarstwie agroturystycznym Wichrowe Wzgórze w Chmielnie „kulturowego spektaklu, podczas którego goście mogą zobaczyć kulturę żywą... czy raczej ożywioną”<sup>14</sup>, por.:

*Z głośników dobiega kaszubska muzyka. Kelnerki w kaszubskich strojach podają specjalny kaszubskiej kuchni. Gospodarze również chodzą w strojach, ale tylko*

<sup>10</sup> Por. E. Rogowska-Cybulska, *Rola turystyki w rozwoju poliwalencji gatunkowej kaszubszczyzny*, „Zeszyty Łużyckie”, w druku.

<sup>11</sup> Por. w związku z tym następujące uwagi o charakterze etnologicznym: „[...] z dwóch pozornie identycznych zjawisk jedno może być »naturalne«, a drugie nie, np. pan Andrzej mówiący po kaszubsku do swego teścia podczas spotkania w rodzinnym gronie (kaszubszczyzna »naturalna«) i pan Andrzej mówiący po kaszubsku do gości na Wichrowym Wzgórzu (kaszubszczyzna »na pokaz«). Zauważmy, że w ostatnim wypadku tylko jeden z trzech warunków nie został spełniony (pan Andrzej jest rodowitym Kaszubą, język kaszubski wyniósł z domu, ale odbiorcy nie są Kaszubami). Nienaturalny jest także cel – komunikacja ustępuje miejsca prezentacji języka samego w sobie” (A. Marjańska, *op. cit.*, s. 46).

<sup>12</sup> A.M. Kluczyk, *op. cit.*, s. 124.

<sup>13</sup> D. Karaś, *Thumy chętnych zgłaszają się na kursy nauki języka kaszubskiego*, „Gazeta Wyborcza Trójmiasto”, 8 XI 2006.

<sup>14</sup> A. Marjańska, *Rodzina jako forum kulturowego dialogu pokoleń*, [w:] *Catering dziedzictwa kulturowego?...*, s. 29.

wówczas, gdy rozmyślnie wcielają się w swoje role, tzn. kiedy świadomie czynią z samych siebie turystyczną atrakcję. Ma to miejsce np. podczas przejazdów wozem lub bryczką wokół pobliskich jezior, kiedy gospodarz opowiada chmielniejskie legendy, intonuje przyspiewki, „gôda po kaszëbsku”. Natomiast gospodynię strój obowiązuje przy podawaniu do stołu, pokazach tradycyjnego wyrobu masła itp.

Punktem kulminacyjnym „spektaklu” jest interaktywne przedstawienie (przynajmniej raz w tygodniu), obejmujące trzy kaszubskie tańce (czwarty w przygotowaniu), grę na diabelskich skrzypcach i na burczybasie, śpiewanie „Kaszëbskich nôt” i popularnych kaszubskich piosenek (każdy z gości dostaje śpiewnik), a wszystko opatrzone komentarzem po kaszubsku<sup>15</sup>.

Turyści bywają również odbiorcami przygotowywanych specjalnie dla nich widowisk folklorystycznych, takich jak wesele kaszubskie, organizowane podczas letnich wakacji co dwa tygodnie w Ośrodku Kultury w Chmielnie<sup>16</sup>. Do potrzeb turystów „zimowych” dostosowywane są natomiast odwiedziny kołędniaków, tzw. gwizdże, por.:

*I ten, który prowadzi gwiazdki [...], to ma zapisane, do którego pensjonatu, do której kwatery przyjść, do którego gospodarza, żeby właśnie dla tych gości pokazać właśnie tą tradycję kaszubską*<sup>17</sup>.

Innym gatunkiem „kaszubszczyzny turystycznej” jest interaktywne wydarzenie komunikacyjne w postaci uczenia turystów krótkich tekstów kaszubskich, od formuł grzecznościowych czy nazw potraw, po kaszubskie piosenki ludowe. O świadomym kreowaniu takich sytuacji mówi jeden z informatorów autorki artykułu pt. *Kultura kaszubska jako nowy produkt turystyczny*, por.:

*Ważne jest, żeby na początku zachęcić turystę, żeby mu coś utkwilo w pamięci, jakiś obraz, melodia, język, jakiś zwrot w języku, na przykład nauczy się mówić „do ùdzrze-niô” albo „slédze z pùlkami”*<sup>18</sup>.

Szczególną rolę wśród tekstów nauczanych podczas owych minilekcji kaszubszczyzny na potrzeby turystów odgrywają „Kaszëbsczé nôtë” (fot. 1), por.:

*Śpiewanie „Kaszëbskich nôt” jest obowiązkowym elementem „spotkań z folklorem”, między innymi imprez plenerowych, przedstawień (które odbywają się na Kaszubach lub podczas wyjazdów zespołów ludowych), spotkań integracyjnych dla gości gospodarstw agroturystycznych. Nawet podczas zwiedzania ekspozycji Muzeum Kaszubskiego w Kartuzach usłyszymy je w wykonaniu tamtejszego przewodnika*<sup>19</sup>.

<sup>15</sup> Tamże.

<sup>16</sup> A.M. Kluczyk, *op. cit.*, s. 134.

<sup>17</sup> Tamże, s. 135.

<sup>18</sup> Tamże, s. 123.

<sup>19</sup> Tamże, s. 129.



Fot. 1. Lekcja „Kaszëbszczich nôt” w Centrum Promocji i Edukacji Regionu w Szymbarku

Pozytywny odbiór przez turystów wzbogacania kaszubskiej oferty turystycznej takim „sprzedawaniem próbek języka” potwierdza m.in. sprawozdanie ze szkolnej wycieczki na Kaszuby uczennic klasy I Gimnazjum im. Jana Pawła II w Gdańsku, por.:

*W Kartuzach udaliśmy się do Muzeum Kaszubskiego, gdzie powitał nas w języku kaszubskim Stanisław Szlicht. Przewodnik w sposób barwny, ciekawy i wesoły przybliżył nam kulturę i zwyczaje Kaszubów. [...] Na koniec wizyty przewodnik nauczył nas kaszubskiego abecadła. [...] Wycieczka była udana. Mogliśmy poznać krajobraz Kaszub, tradycje i zwyczaje ich mieszkańców oraz opanować „podstawy” języka kaszubskiego<sup>20</sup>.*

**3.1. Gatunki pisane kaszubszczyzny komercyjnej<sup>21</sup>** układają się w większe grupy, które w nawiązaniu do terminu „rodzaje literackie” można by nazwać „rodzajami tekstów handlowo-turystycznych”. Należą do nich:

<sup>20</sup> G. Grelewicz, M. Żelazna, *Wycieczka na Kaszuby*, „Pomerania”, 2007, nr 5, s. 3.

<sup>21</sup> Wiele informacji na ten temat znajduje się na zdjęciach zamieszczonych w dziale „Kaszubi w marketingu i życiu publicznym” na portalu „Nasze Kaszuby” (<http://www.naszekaszuby.pl/modules/myalbum/viewcat.php?cid=8>).

A) gatunki zewnętrznej szaty informacyjnej miast i wsi:

a) bezpośrednio związane z rozwojem handlu i usług, w tym zwłaszcza usług turystycznych, m.in.:

- szyldy sklepów, lokali gastronomicznych, hoteli, pensjonatów i punktów usług turystycznych lub wybrane elementy tych szyldów, szczególnie nazwy własne firm (fot. 2), np. kaszubskojęzyczna tabliczka adresowa gospodarstwa agroturystycznego Haliny Norek w Wąglikowicach: *KASZĚBĚ // WĄGLIKÓWICE // 50.B*<sup>22</sup>; szyldy *GÒSCYŃC* „Pod Wióldzim Dělã” i *KASZĚBSZCI NÓRTK* nad restauracjami w Szymbarku; kaszubskojęzyczne szyldy zawierające tylko nazwy własne, takie jak szyld pensjonatu w Szemudzie: *Chęc̣z KaszĚbskô na Lesôkach*, sklepiku z pamiątkami w oliwskim zoo: *GBÛRSCZI MÔL*; szyldy polskojęzyczne z kaszubskimi nazwami własnymi, np. szyldy sklepu spożywczo-przemysłowego w Bojanie: *SKLEP SPOŻYWCZO-PRZEMYSŁOWY KRÓM*<sup>23</sup>, lombardu w Kartuzach: *WJM // KASZĚB // LOMBARD*<sup>24</sup>, wypożyczalni rowerów w Helu: *ZELINT – Wypożyczalnia rowerów przy fokarium Stacji Morskiej IOUG*; lokalu gastronomicznego w Szymbarku: *ZIEMIANKA / SAMODZIELNE PIECZENIE KIEŁBASEK / chleb ze smalcem / piwo... /ZAPRASZAMY! // „KaszĚbskô dolnica”*; szyldy częściowo kaszubskojęzyczne,



częściowo polskojęzyczne, jak napis *KaszĚbskô // GalĚrĚjô // Krùm – Sklep // Pamiątki, BÛDZYSZÓWA MASZOPĚRĚJA* obok *SMAŻALNIA RYB U BUDZISZA* (Puck), *KASZUBSKI PĄCZEK // P.J. KRUK // CEPLĚ PÛRCLE / SZNĚCZI / DOMÔCĚ KUCHE // CIEPLĚ PĄCZKI / DROŹDŹÓWKI / CIASTA DOMOWE* (Wejherowo);



Fot. 2. Kaszubskojęzyczne szyldy sklepów, restauracji i cukierni

<sup>22</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/880.jpg>.

<sup>23</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/31.jpg>.

<sup>24</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/884.jpg>.

- dodatkowe wywieszki informacyjno-reklamowe na zewnątrz sklepów i firm świadczących usługi, umieszczane nad drzwiami, na drzwiach i w witrynach zajmowanych przez nie lokali (fot. 3), np. napisy *Serdecznie witamy // Serdeczno witómë* i *Zapraszamy ponownie // Zaprószómë jesz rôz*<sup>25</sup> oraz *Witome // Witamy* oraz *Do uzdrzeni // Do widzenia* w gdańskim hipermarkecie Leroy Merlin<sup>26</sup>, napis *ZAMÓDLÓMĚ // PONIEDZIAŁEK – NIEDZIELA // 8.00 – 20.00* na drzwiach cukierni w Wejherowie, napisy *Òtemklé* oraz *Witómë na Kaszëbach* na gotowych wywieszkach na drzwi sklepików i punktów usług turystycznych, napis *TU SO GÓDÓ PÒ KASZËBSKÙ*, m.in. na tablicy pod szyldem firmy PZU Życie SA w Pucku<sup>27</sup>;



Fot. 3. Kaszubskojęzyczne napisy informujące o godzinach otwarcia lokali oraz budujące atmosferę grzeczności i gościnności

<sup>25</sup> P. Bréza, *Kaszëbizna w hiperkrómach*, „Kaszëbskô Ódroda”, 2005, nr 4, s. 3.

<sup>26</sup> Por. fragment artykułu Bartosza Gondka pt. *Kaszubski w hipermarkecie* w „Gazecie Wyborczej” z 2 stycznia 2006 r.: „W gdańskim hipermarkecie Leroy Merlin klientów witają i żegnają napisy w dwóch językach – polskim i kaszubskim. – Nie może być inaczej, skoro Kaszubi to ponad 50 proc. kupujących – mówi dyrektor hipermarketu. // Przyzwyczajamy się powoli do dwujęzycznych nazw miejscowości i powiatów, na jakie natrafiamy, podróżując po Kaszubah. Ale »Witome!« obok »Witamy!« i »Do uzdrzeni!« przy »Do widzenia!« w hipermarkecie budowlanym to zupełna nowość. // Na pomysł wprowadzenia napisów w języku kaszubskim wpadł dyrektor gdańskiego Leroy Merlin Krzysztof Nasiadka. – Ponad połowę naszych klientów to ludność z okolicznych wiosek i miasteczek. Wielu Kaszubów należy też do personelu sklepu. Dlatego takie ich uhonorowanie wydaje mi się zupełnie naturalne – tłumaczy. // Kaszubskie powitania to w Leroy Merlin nie wszystko. W tym języku redagowane są także gazetki reklamowe i ogłoszenia zamieszczane w lokalnej prasie. Kaszubi pojawiają się też na billboardach” ([http://dom.trojmiasto.pl/news.phtml?id\\_news=18222](http://dom.trojmiasto.pl/news.phtml?id_news=18222)).

<sup>27</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/854.jpg>.



- tablice kierujące do lokali gastronomicznych i hoteli oraz reklamujące ich usługi, np. *Rôczimé na rêbë*, *Kûrzôné rêbë* przed restauracją rybną w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku; kaszubskojęzyczny fragment jałdospisu na tablicy reklamowej w pobliżu karczmy Wygoda we Wdzydzych: *Kapusta szmuròwònó*<sup>28</sup>; drogowskaz-zaproszenie do sklepu spożywczo-przemysłowego w Bojanie<sup>29</sup>, o treści: *SKLEP SPOŻYWCZO-PRZEMYSŁOWY KRÓM ZAPRASZA // P // →*;



Fot. 4. Kaszubskojęzyczne napisy kierujące do lokali usługowych i gastronomicznych oraz reklamujące ich działalność

- hasła promocyjne i motta komentujące przeznaczenie obiektu, np. napis w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku: *DOM TRAPERKA KASZUBY // Nigdzie na świecie nie nalézesz kątkã, żebë pò nas Kaszëbach nie bëła pamiątkã / H.J. Derdowski // Kanada – Polska, Ontario – Pomorze. Wiedno Kaszëbë!* (fot. 5);



Fot. 5. Kaszubskojęzyczne motto komentujące pochodzenie Domu Traperka Kaszuby w Szymbarku

<sup>28</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/2921.jpg>.

<sup>29</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/31.jpg>.

- b) pośrednio związane z rozwojem usług turystycznych (fot. 6), m.in.:
- „witacze” umieszczane przy wjeździe do miejscowości, np. *Lěńskô gmina wita*<sup>30</sup>; *Gmina Żukowo / Kolebka Kaszubskiego Haftu / WITÓMĚ*;
  - tablice drogowe<sup>31</sup> informujące o granicach administracyjnych miast, gmin i powiatów;
  - drogowskazy, np. dwujęzyczny drogowskaz do Płocic w Lipuszu, namalowany na przydrożnym kamiennym słupku: *Płoczëce* // ← // *Płocice*<sup>32</sup>;
  - tablice z nazwami ulic, np. *ul. Szkolna* // *Szkòłowô* w Mirachowie<sup>33</sup>; *ul. Szkolna* // *Szkòłowô* i *ul. Południowa* // *Zidowô* w Jastarni<sup>34</sup>;



Fot. 6. Kaszubskojęzyczne tablice drogowe, „witacze” i tabliczki z nazwami ulic

- B) gatunki wewnętrznej szaty informacyjnej sklepów, lokali gastronomicznych, hoteli i obiektów turystycznych (fot. 7), m.in.:

<sup>30</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/modules/myalbum/photo.php?lid=881>.

<sup>31</sup> Por. fragment tekstu informacyjnego pt. „Krajobrazy kulturowe” na stronie Agencji Rozwoju Pomorza S.A.: „Dzisiaj pojawiające się coraz liczniej dwujęzyczne polsko-kaszubskie napisy na tablicach drogowych stają się dodatkową atrakcją turystyczną” (<http://arp.gda.pl/pl/dokumenty/turystyka05>).

<sup>32</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/1680.jpg>.

<sup>33</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/934.jpg>.

<sup>34</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/816.jpg>.



Fot. 7. Różnofunkcyjne kaszubskojęzyczne napisy w puckiej restauracji rybnej „U Budzisa”

- a) tablice z nazwami typów produktów wieszane nad półkami w sklepach samoobsługowych, np. *Garmaż // Gõtowô jôda* i *Oliwa, Oliwki, Sosy // Jôdny òlój, // Ôliwcz, Zôsë* w „Delikatesach 34” w Wejherowie<sup>35</sup>; elementy menu na wywieszkach i tablicach ściennych w restauracjach, np. *Kaszëbskô kùchnia, Chlëb, Wórzta, KASZËBSCZI CHLËB, KASZËBSKI WÓRZTA* w restauracjach w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku (fot. 8); *Rëbë kùrzônë – wędzone – // Rëbë wãrzônë – gotowane – // Piëkli – smażone – rëbë z panëwki* w puckiej restauracji rybnej „U Budzisa”;



Fot. 8. Kaszubskojęzyczne tablice z nazwami oferowanych produktów



<sup>35</sup> Por. (Pop), *Wejherowo. Pierwszy kaszubski market. Paluszczki na półkach*, „Dziennik Bałtycki”, 1 VIII 2005, s. 5.

- b) elementy wystroju sklepów i lokali gastronomicznych o funkcjach reklamowych (fot. 9), np. *Rôczimë na sjezi ribczi, pomuchlë, bantczi, sledze; Zôroczimë Na piékli rëbë bantci pômuchle slëdzë; Jëdz rëbë, bdzësz wiôldzi w smaźalni ryb „U Budzisz”<sup>36</sup>; Bez rëbë niczim bëlëbë Kaszëbë, Smaczne bô kaszëbsczë, Wôda czëszczy żôłqdk a piwò czeszeñ, Zawdë jëmë smaczno i zdrowò w restauracjach w Szymbarku;*



Fot. 9. Kaszubskojęzyczne napisy o funkcji reklamowej w lokalach gastronomicznych

- c) tablice informacyjno-porządkowe umieszczane we wnętrzach lokali (fot. 10), np. *Czerënk zwiedzaniégò, Bez pozwoleniãstwa wstãp je zakôzóny, Tù sã nie kùrzi le tobaczi, Młodzëznie niżi 18 lat alkôhòlu nie dôwômë w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku;*



Fot. 10. Kaszubskojęzyczne tablice informacyjno-porządkowe w lokalach gastronomicznych

- d) elementy wystroju obiektów turystycznych o funkcjach edukacyjno-ludycznych, np. plansze z *Kaszëbszczimi nótami* do nauki turystów elementów języka kaszubskiego (m.in. w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku); plansza z polskojęzycznym tekstem przemówienia papieża Jana Pawła II wygłoszonego do Kaszubów w 1987 r. w Gdyni z kaszubskim nagłówkiem *Ojc Swiãti / Jan Paweł Drëdźi* w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku;

<sup>36</sup> J. Treder, E. Breza, *Sytuacja socjolingwistyczna kaszubszczyzny...*, s. 154.

- C) gatunki szaty informacyjnej sprzedawanych produktów, m.in.:
- a) teksty etykiet produktów handlowych, zwłaszcza spożywczych, i napisy na opakowaniach, w których te produkty są sprzedawane (fot. 11), np. etykieta ogórków kaszubskich produkowanych przez firmę Provitus z Radzymina, ostrej musztardy kaszubskiej produkowanej przez firmę Dagoma Sp. z o.o. z Pucka, piwa wyprodukowanego przez Browar Ciechanów dla firmy „Kaszubska F.H.B.B.”, etykieta wina *Sklónkowe wino od Brillowszcich // Jabolowe wino zwęcizajno pòchnący*; nazwy produkowanych w Szymbarku piw marki KASZĘBSKÒ KORUNA, tj. *SZIMBARSCZI SMÒK, PÙCCZI RĚBÒK, KARTĚSCZI MNICH, KARTĚSCZI MIÓD PIWNY, STĄŻECKÒ MALĚNA*; nazwy wódki *KASZĚBSCZI GBÙR, KASZĚBSCZI GRYF*;



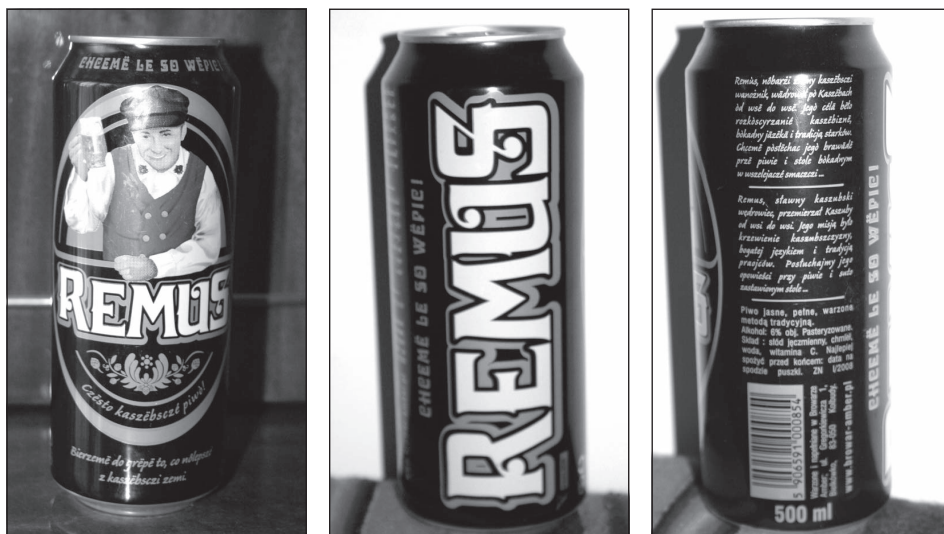
Fot. 11. Kaszubskojęzyczne napisy na etykietach i opakowaniach produktów spożywczych

- b) etykiety zastępcze, towarzyszące produktom sprzedawanym zazwyczaj bez etykiet, np. tekst na kartoniku włożonym do torebki razem z monetą sprzedawaną jako pamiątka turystyczna: *5 DĚTK // Kaszëbsczi dětk szczescò // Dětk do dětka cygnie // W miészk dětuszka włożě // Żebě sã rozmnożě!*;
- c) teksty na okładkach płyt CD z kaszubskojęzycznymi piosenkami i na opakowaniach audiobooków, w pełni kaszubskojęzyczne, np. *CHĚCZ // DO MŁODĚCH, Le žěcé biegò // Pròwda // „Kaszëbsczě Spiěwě”*, lub tylko z kaszubskojęzycznymi tytułami, np. *MÒRZE // KASZUBSKIE PIEŚNI O MORZU // ALEKSANDRA KUCHARSKA-SZEFLER // ALICJA RUMIAŃKOWSKA // RYSZARD MINKIEWICZ // CEZARY PACIOREK // WITOSŁAWA FRANKOWSKA*<sup>37</sup>; *Maciej Bolewski // Gòdě na Kaszëbach // kaszubskie*

<sup>37</sup> Zob. np. „Pomerania”, 2006, nr 11, s. 10–12.

kolędy // *Chór Kameralny Discantus / Sławomir Bronk // Orkiestra Kameralna Progress / Szymon Morus; ÓPÓWIÉDZ MIE BÔJKĀ // OPOWIEDZ MI BAJKĚ...* // Wybór tekstów: dr Dušan-Vladislav Paždjerski // Tłumaczenie: Danuta Pioch; Aleksander Majkowski // *Žěcé i przigòdě Remùsa // w interpretacji Tomasza Fopke; CĚDA ÓD PÒCĚDÓW SWIATA...* / czyli „Spadł kiedyś w lipcu śnieżek niebieski” // wiersze Juliana Tuwima dla dzieci po kaszubsku; napisy na pudełkach z grami planszowymi, np. *Gra planszowô / Spiącë wójskó*;

- d) napisy na odwrotnych stronach pocztówek; pionowe, niosące informacje o wydawcy, np. *Wëdówizna Region Gdiniô, st. Gòska 8 <http://sklep.jerk.pl>*; oraz poziome, zawierając informacje o treści pocztówki, autorze zdjęć lub rysunku, np. *GŁODNJICA // Kaszëbskô Spodlëcznô Szkoła // 84-222 Strzëpcz, Głodnjica // tel. (058) 76-84-17 // Kaszëbskô chëcz, // Dzecë z głodnjickji szkolë, // Szlachota sv. Wojcecha, // Zdj.: H.V. Bobrovskji, J. Ellvart; Malënk: Vjítòld Bobrovskji; czasem też o serii, np. Pòmòrskô tradicejô // Tradycja Pomorza // Kaszëbszczë òbleczenië // Kaszubskie stroje; Farwë Pòmòrskã // Barwy Pomorza // setczy redoscë, tësące wspòminków... // setki radości, tysiące wspomnień...; w wypadku pocztówek świątecznych niekiedy zamiast opisu treści pojawiają się w tym miejscu cytaty z kolęd lub wierszy bożonarodzeniowych, np. *Vjítôjże, Jezu, naj Panje // co sę dzis rodzisz na sanje... // (ks. Franc Grëcza)*;*
- e) hasło godła promocyjnego umieszczane na niektórych produktach, np. napis *kaszëbsczy wërôb* nad wizerunkiem Gryfa na niektórych widokówkach wydawnictwa Region;
- f) teksty reklamowe na opakowaniach produktów, np. trzy hasła reklamowe piwa „Remus”: *CHCEMĚ LE SO WĚPIC! // Czësto kaszëbszczë piwò! // Bierzemë do grëpë to, co nôlepsze z kaszëbsczy zemi* oraz tekst promocyjno-informacyjny objaśniający jego nazwę: *Remùs, nôbarzi znóny kaszëbsczy wanożnik, wãdrowòł pò Kaszëbach òd wsë do wsë. Jegò célã bëło rozkòscyrzanië kaszëbiznë, bòkadny jãzëkã i tradicjã starków. Chcemë pòslëchac jegò brawãdë przë piwie i stole bòkadnym w wszelejaczë smaczci...* (fot. 12); tekst reklamujący „skłonkowe wino od Brilowsczych”: *Jabolowe... / Rzòdkosc westrzód win. / Chëczowi wërobizna. / Rocznic 2008 /// Kwaskawi wino o szëkowny farbie. / Lekczy aroma, swięzi szmaka / Blòsk do wëżłopani zaròzku po / otemkniãcu. A po wëpicu zaspiëwac: / „Jak brëłë tl blòs u Brillowsczych!” // Brillowsczy so narakowëlë przë / tim wëròbku. Odcëgany w bùdle / w sklepie na ul. Majkowskiego 1 / w Kartuzach;*



Fot. 12. Szata informacyjna piwa „Remus”

- D) gatunki szaty informacyjnej oferowanych usług, m.in.:
- menu restauracyjne z dwujęzycznymi nazwami regionalnych potraw;
  - napisy na hotelowych mydełkach, buteleczkach z szamponami itp.;
  - napisy na środkach transportu, np. napis *ZELINT* na burcie motorówki cumującej w helskim porcie (fot. 13);
  - napisy na biletach komunikacji miejskiej, np. *Kasowac òd razu pò wéndze-nim do pòjazdu* na biletach sprzedawanych przez Komunikację Miejską Gdańsk;



Fot. 13. Kaszubski napis na burcie motorówki

- e) podpisy nad lub pod eksponatami w muzeach i innych obiektach turystycznych, np. napis nad serią zdjęć przedstawiających cięcie najdłuższej deski świata w Centrum Edukacji i Promocji Regionu w Szymbarku: *KASZĚBSCZI DÉL – 12 CZERWIŃCA 2002 – REKORD ŚWIATA*;
- E) gatunki tekstów umieszczanych na gadżetach reklamowych i promocyjnych, m.in.:
- a) hasła promocyjne eksponowane w wydawnictwach promocyjnych i na gadżetach promocyjnych, np. hasło gminy Żukowo *KÒLIBKA KASZĚBSCZĚGÒ WĚSZIWÛ* w reklamowym folderze, na pocztówkach, na reklamówce w żółto-czarnych barwach kaszubskich, na promocyjnej naklejce, na żółtym papierku promocyjnego cukierka; napis *kaszëbskô malëna* na magnesach z motywem truskawki;
- b) cytaty z kaszubskojęzycznych tekstów folklorystycznych lub ich fragmenty w ulotnych polskojęzycznych wydawnictwach promocyjnych, m.in. w folderach turystycznych, zestawach promocyjnych gmin i powiatów, w ulotkach reklamowych gospodarstw agroturystycznych, np. tekst piosenki „Kaszëbsczé nótë” wpisany pod pięciolinią z obrazkami lub tylko tytuł tego utworu zapisany nad pięciolinią z obrazkami<sup>38</sup>;
- c) napisy z kaszubskojęzyczną nazwą regionu lub miejscowości umieszczane na gadżetach reklamowych i promocyjnych, np. napis *KASZĚBĚ* na naklejkach, breloczkach, magnesach, otwieraczach do butelek, podkładkach pod mysz i proporczykach z kaszubskim Gryfem, na miniaturowych kaszubskich flagach, na teczkach na dokumenty zdobionych kaszubskimi emblematami, na etui do tabletu i zakładkach do książek z elementami kaszubskiego haftu;
- d) napisy z kaszubskojęzycznymi nazwami własnymi firm umieszczane na gadżetach reklamowych i promocyjnych lub stanowiących własność firmy obiektach pełniących dodatkowo funkcję promocyjną, np. napis *Restauracja „U CzôrlinŃczego” // Józef Zientara × 83-333 Chmielno × Tel. 78* na czarno-białej naklejce z wizerunkiem restauracji; napis *ÓDRODA // Pismiono Wolnëch Kaszëbów // Wëchòdò òd 1999 rokù* na firmowej koszulce<sup>39</sup>; napis *Radio KASZĚBĚ // 98,9-92,3 FM* na dziennikarskim mikrofonie;

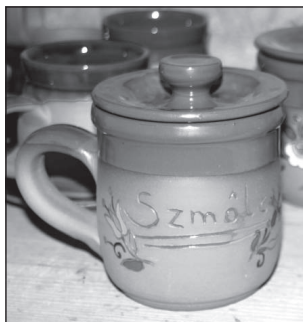
<sup>38</sup> Por. A.M. Kluczyk, *op. cit.*, s. 128–129.

<sup>39</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/365.jpg>.



- F) napisy na różnych przedmiotach produkowanych jako pamiątki turystyczne i/lub prezenty (prywatne i firmowe), m.in.:
- a) napisy na zewnętrznej stronie pocztówek:
- napisy na zewnętrznej stronie widokówek krajoznawczych, m.in. na serii 12 rysowanych kaszubskich widokówek wydawnictwa Region<sup>40</sup>, m.in. wyraz *Kaszëbškò* i nazwy 23 miast (*Gduńsk, Gdiniò, Slëpsk, Brusë, Bëtowò, Chònice* itp.) na pocztówce przedstawiającej kaszubskiego Gryfa i herby miast pomorskich; wyraz *Kaszëbë* i nazwy miast powiatowych (*WEJROWÒ, SOPÒTÈ, PRËSZCZ* itp.) i innych (np. *Wiòlgò Wies, Ùstka, Biòli Bór*) na pocztówce z mapą ukazującą podział województwa pomorskiego na powiaty; hasło *Kaszëbë // modró kròjna* oraz nazwy miast powiatowych na mapce (np. *LÁBÒRG, KÒSCÉRZNA*) i w podpisach nad zdjęciami (np. *Òlëwa, Bãdomin*) na pocztówce z mapką powiatów województwa pomorskiego i sześcioma zdjęciami atrakcji turystycznych regionu; hasło *Kaszëbsczé wësziwë // (Haft kaszubski)* i 9 nazw szkół haftu kaszubskiego jako podpisy pod rysunkami motywów hafciarskich (np. *òrt bòrowiacczi // (szkoła borowiacka), òrt chònicczzi // (szkoła chojnicka), òrt kòcewsczi // (szkoła kociewska)* itp.) na pocztówce z motywami haftu kaszubskiego; tytuł *Kaszëbsczé nòtë* i słowa piosenki na pocztówce przedstawiającej tzw. alfabet kaszubski; reprodukcja kaszubskiego tekstu modlitwy *Ojczë nasz* z jerozolimskiego kościoła Pater noster; życzenia *Gòsk z kaszëbsczégò sztrądu // pòzdrówiò lëdzy z lądu* i nazwy nadmorskich miejscowości wypoczynkowych (np. *Dābczi, JASTAR-NIÓ*) oraz rzek wpadających do Bałtyku (np. *Lùpawa*) na pocztówce przedstawiającej rodzajową scenkę plażową z naniesionym na nią schematem linii brzegowej od Gdańska do Ustki i cztery mniejsze fotografie morskiego brzegu; hasło *Witòmë na Kaszëbach* na pocztówce przedstawiającej parę w strojach kaszubskich;
  - napisy na zewnętrznej stronie pocztówek świątecznych (bożonarodzeniowych i wielkanocnych), zawierające teksty życzeń, np. *Naszé Żëczbë Godové!, Nòlepszégò na Gòdë!, Wiesolëch Gòdów!* na pocztówkach z motywami bożonarodzeniowymi; *Nòbëlniészé žëczbë na Jastrë!, Na Jastrë smacznégò jòjka i bëlnégò dëgùsa!, Żëczbë wszëtczégò nòlepszégò z leżnoscë Jastrów!* na pocztówkach z motywami wielkanocnymi, a także cytaty z kolęd, np. „*Wiesolą nowinā wszëscë spiëwają // Bracò Kaszëbi do żłóbka gnają*” na pocztówce przedstawiającej grupę kolędników;
- b) napisy na różnego rodzaju wyrobach artystycznych i rzemieślniczych, identyfikujące region (fot. 14):
- bezpośrednio, poprzez podanie jego nazwy, np. napis *KASZËBË* na kieliszkach do jajek i deskach do krojenia z kaszubskimi motywami plastycznymi,

<sup>40</sup> Zob. też [http://sklep.jerk.pl/product\\_info.php?cPath=11&products\\_id=104](http://sklep.jerk.pl/product_info.php?cPath=11&products_id=104).



Fot. 14. Kaszubskojęzyczne napisy na pamiątkach turystycznych

na świeczkach z kaszubskim Gryfem, na fartuszu na butelkę z kieszonką na serwetki pod kieliszki z kaszubskim haftem, na rewersie pamiątkowej monety; napisy *KASZĘBĚ* i *KASZĘBĚ INTERNATIONAL* na koszulkach z kaszubskim Gryfem lub wizerunkiem pieczęci Świętopelka (noszonych też dla podkreślenia grupowej tożsamości na zjazdach i innych uroczystościach kaszubskich, ale najlepiej sprzedających się w punktach informacji turystycznej<sup>41</sup>);

– pośrednio, w tym:

- poprzez wykorzystanie kaszubskich tekstów folklorystycznych lub ich fragmentów (zwłaszcza tytułów i incypitów piosenek), np. napis *Kaszëbscë nótë*<sup>42</sup> na kubkach, makatkach, „ludowych” obrazkach, deskach do krojenia, haftowanych poduszkach, podkładkach pod mysz, bombkach z wzorami kaszubskiego haftu itp.; fragmenty kołęd i kaszubskie przysłowia na bombkach Jadwigi Reglińskiej, por.:

*Na drugiej stronie bombki wpisuje artystka dedykacje, fragmenty kołęd, a ostatnio... przysłowia ludowe. Jedno, które zamieściła na stojącej obok bombce podoba jej się szczególnie.*

*„W swiat pò rozum do mëmczy pò sërce” – czyta. – Albo inne: „Kaszëba chòc bë chlëchòł, nie bądze zdëchòł”. Wpisuję je, aby ludzie o nich nie zapomnieli. Kupiłam sobie nawet książkę z przysłowiami. Moi dziadkowie wiele z nich znali, a ja teraz mam okazję sobie je przypomnieć<sup>43</sup>;*

<sup>41</sup> Por. np. I. Joć, *Moda w etnicznym klimacie*, „Pomerania”, 2007, nr 5, s. 7.

<sup>42</sup> Por. też A.M. Kluczyk, *op. cit.*, s. 128–129.

<sup>43</sup> I. Joć, *Bombki Jadwigi Reglińskiej*, 21.01.2006 (<http://www.naszekaszuby.pl/modules/artykuly/article.php?articleid=83>).



- poprzez wykorzystanie innych znanych tekstów kaszubskojęzycznych, np. reprodukcja kaszubskojęzycznego tekstu modlitwy *Ojcze nasz* z jerozolimskiego kościoła Pater noster na magnesie, przeznaczonym do umieszczenia m.in. na karoserii samochodu;
  - poprzez kaszubskojęzyczną szatę informacyjną produktu, np. napis *Szmólt* na ceramicznym kufelku; napis *5 // DĚTK* na awersie pamiątkowej monety;
  - poprzez kaszubskojęzyczne wskazanie odbiorcy w prezentach zamawianych indywidualnie, np. dedykacje na bombkach Jadwigi Reglińskiej;
- c) napisy na gadżetach prezentowych, np. napis *kòchóm Ce* na walentynkowych magnesach;
- G) gatunki szaty informacyjnej imprez okolicznościowych, których głównymi odbiorcami są turyści, m.in.:
- transparenty z kaszubskojęzycznymi nazwami imprez, np. nazwy *Kaszëbskò szłupa*, *Złotó pùrga*, *Pòmuchla*;
  - plansze edukacyjne do wspólnego śpiewania „Kaszëbszczich nót”<sup>44</sup>;
  - teksty na okolicznościowych stemplach, np. napis z okazji wizyty w sklepie przy oddziale ZK-P w Helu *ZRZESZENIE KASZUBSKO-POMORSKIE O/HEL // CHĚCZ KASZĚBSKÒ*.

**3.2. Gatunki komercyjne kaszubszczyzny pisanej i reprezentujące je teksty** odznaczają się znaczną różnorodnością.

**3.2.1.** Jedną z różniących je cech wynikających ze specyfiki statusu językowego kaszubszczyzny jest udział w nich oprócz elementów kaszubskojęzycznych również składników innojęzycznych lub brak takiego udziału. Ze względu na to kryterium można dokonać podziału tekstów kaszubszczyzny komercyjnej na trzy grupy: teksty kaszubskojęzyczne, teksty wielojęzyczne (dwujęzyczne i uwzględniające więcej języków) oraz teksty w zasadzie polskojęzyczne inkrustowane pojedynczymi kaszubskimi słowami lub wyrażeniami.

Wszystkie te trzy sytuacje występują na przykład w grupie etykiet produktów spożywczych.

W pełni i wyłącznie kaszubskojęzyczna jest etykieta ogórków kaszubskich produkowanych przez firmę „Provitus” z Radzymina<sup>45</sup>, uwzględniająca nazwę producenta, slogan reklamowy, dodatkowe hasło reklamowe, nazwę produktu,

<sup>44</sup> A. Marjańska, *Rodzina jako forum kulturowego dialogu pokoleń*, [w:] *Catering dziedzictwa kulturowego?*..., s. 28.

<sup>45</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/756.jpg>.

informację o jego składzie, instrukcję dotyczącą warunków jego przechowywania, informację o wadze brutto i netto: *Provitus® // BÒGACTWÒ // PRZĚPRAWÓW // Wszëtkò co nõzdrowszi, // leno na Kaszëbach. // Jaczié stronë, taczié zbiorë. // KASZĚBSZCZIÉ // GÛRCZIÉ WEKÒWÁNÉ // gùrczié, wòda, lëct, // cëczer, sól, przëprawë // aromaticzno-smakòwë // Pò òdemkniacé trzëmac w temp. 4° C. // Całosc [...]jédò 840 g // Wòga pò odcedzeniu 290 g.*

Dwujęzycznymi, polsko-kaszubskimi napisami opatrzone etykietę ostrej musztardy kaszubskiej produkowanej przez firmę Dagoma Sp. z o.o. z Pucka<sup>46</sup>. Kaszubska, bardziej wyeksponowana część tej etykiety informuje o nazwie produktu: *Òstri Mòzdrech Kaszëbsczi* i o jego składzie: *skłòd: gòrczëca, sól, cëczer, spirtusowi òct, cytrinowi kwas, wòda, przëprawë*. Tekst polski, dodany z boku i pisany w poprzek drobnym drukiem, uzupełnia tę informację o miejsce, w którym należy szukać daty ważności, adres producenta, masę produktu i zalecenia co do sposobu jego przechowywania.

Komunikat zredagowany w czterech językach, w tym po kaszubsku (poza stałe języki to polski, rosyjski i niemiecki), zawiera etykieta słonych paluszków firmy „Borowa” z Tucholi. Jedyne nazwa produktu podana jest na niej wyłącznie po polsku, swe odpowiedniki kaszubskojęzyczne mają zaś informacje o składzie produktu: *Zestów: // pszenò mąka, roscënowi tlëst, pùlwer // do pieczeniò, regùlatora czislëné // E 524, młòdzò, sól, mak, sezóm, // cëczer*, o miejscu podania daty i serii produkcji: *Datum ë numer serie // pòdóné na spòjenim* oraz o zaleceniach dotyczących sposobu jego przechowywania: *Trzëmac w sëchim placu*<sup>47</sup> (dwa ostatnie fragmenty zostały na etykiecie powtórzone dwukrotnie).

Tylko częściowo kaszubskojęzyczny charakter ma natomiast etykieta piwa wyprodukowanego przez Browar Ciechanów dla firmy „Kaszubska F.H.B.B.” z Kiełpina koło Kartuz. Po kaszubsku zapisano na niej nazwę produktu i informację o jego gatunku *JASNÉ FÙL PIWÒ // KASZĚBSZCZI // SPECJAŁ*, ponadto informacja o gatunku piwa została przeniesiona na naklejkę nad etykietą: *KASZĚBSZCZI // SPECJAŁ*. Inne napisy (liczne, bo na etykiecie poinformowano też m.in., że „z każdej sprzedanej butelki 2 grosze dla piłkarzy z Kaszub”) zostały sporządzone po polsku<sup>48</sup>.

<sup>46</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/modules/myalbum/viewcat.php?cid=8>. Por. też fragment artykułu pt. *Musztarda z Dagomy – siła marki czy przyzwyczajenia* z „Dziennika Bałtyckiego” z 3 VIII 2005 r.: „Strategia firmy opiera się o region, stąd jej obecność na lokalnych imprezach i kaszubskie specjały w ofercie. Jest więc i musztarda Kaszëbsczi, i ogórki po kaszubsku, i sałatka kaszubska itp. Ale nie tylko. Dagoma chce nadażyć za upodobaniami konsumentów, którzy przedkładają coraz częściej potrawy z grilla nad domowego schabowego” (bytow.naszemiasto.pl/wydarzenia/503098.html?ses\_nm=16f114f62e6c198d76586abad18f2cd4).

<sup>47</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/213.jpg>.

<sup>48</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/3034.jpg>.

**3.2.2.** Pisane po kaszubsku teksty o funkcji komercyjnej różnią się między sobą również pod względem przyjętych rozwiązań ortograficznych.

O wyborze ich formy i pośrednio treści decydują dwie przeciwstawne tendencje. Jedna z nich polega na zwiększeniu czytelności dzięki wykorzystywaniu do zapisu kaszubskich wyrazów i wyrażeń wyłącznie liter alfabetu polskiego, druga – na zdobywaniu popularności dzięki pewnej odrębności kaszubskiego alfabetu, zwłaszcza poprzez posługiwanie się nieznanymi alfabetowi polskiemu grafemami *ě, ā, ô, ò, ù*. W obu typach tekstów można ponadto wydzielić dwie podgrupy różniące się stosunkiem do obowiązującej normy ortograficznej.

Pierwszą z czterech tak wyodrębnionych podgrup tworzą krótkie napisy, w których występują wyrazy kaszubskie nieznanne polszczyźnie, ale zapisywane zgodnie z kaszubskimi przepisami ortograficznymi wyłącznie przy użyciu liter „polskich”, np. napis *Bliza* na hotelowym neonie i na firmowym mydełku, napis *Duna* na szyldzie domu noclegowego w Jastarni, napis *Norda* na szyldzie restauracji w Helu.

Do drugiej podgrupy należą krótsze i dłuższe teksty powstałe z zastosowaniem tylko liter „polskich” wbrew normom ortografii kaszubskiej, np. napisy *Witome* (zamiast *Witómě*) oraz *Do uzdrzeni* (zamiast *Do ùzdrzeniô*) na drzwiach gdańskiego hipermarketu Leroy Merlin, napis *Kaszebe* na niektórych szyldach.

Podgrupę trzecią, coraz liczniejszą, stanowią teksty zapisane bezbłędnie w obowiązującej ortografii literackiej, np. zdanie z gotowej wywieszki przeznaczonej do umieszczenia w widocznych miejscach sklepów i innych firm: *TU SO GÓDÓ PÒ KASZĚBSKÛ*; napisy nad półkami w wejherowskich delikatesach, m.in. *Gòtowò jòda; Jòdny òlėj, // Òliwczì, Zòsë*; napisy na pocztówkach wydawnictwa Region, m.in. *Gòsk z kaszëbszczégò sztrađu // pòzdrówiò lédzy z lądu*. Dawniej zdarzały się też – poprawne – zapisy w innych konwencjach ortograficznych, np. napis *Pozdrówkj // z Głodnjicë* umieszczony na pocztówce z Głodnicy i reprodukowany tamże napis w otoku godła szkoły: *Kaszëbskò Spodlëcznò Szkoła na Głodnjicë*, sporządzony w ortografii zastosowanej w powieści Aleksandra Majkowskiego pt. *Žécé i przigodë Remùsa*, czy napis *Restauracja „U Czòrlińszcziégò”*, sporządzony w ortografii ZKP sprzed roku 1996.

Niemalò jednak tekstów o funkcji komercyjnej należy do podgrupy czwartej, obejmującej błędne ortograficznie zapisy z zastosowaniem grafemów kaszubskich. Najczęściej błędy te dotyczą właśnie stosowania grafemów kaszubskich i polegają bądź na ich nadużywaniu, np. napis *Kaszëbskò // Galëřëjò // Kròm* (zamiast *Galerëjò // Króm*) obok smażalni ryb „U Budziszà” w Pucku, napis *Witómě na Kaszëbach* (zamiast *Witómě*), *W miészku dëtuszka włożë // Žebë sã rozmnożël!* (zamiast *rozmnożył*) na pamiątkowej monecie, bądź na ich niewłaściwej reparycji, np. napis *CHĚCZ KASZĚBSKÒ* (zamiast *KASZĚBSKÓ*) na stemple ZK-P w Helu, napis *KASZĚBĚ // WĄGLIKÒWICE // 50.B* (zamiast *WĄGLĚKÒWICE*<sup>49</sup>) na tabliczce adresowej gospodarstwa agroturystycznego, napis *Lëńskò gmina wita*

(zamiast *Lińskô* [...] *witô*<sup>50</sup>) na przydrożnym „witaczu”. Liczne błędy ortograficzne dotyczą też użycia liter znanych również alfabetowi polskiemu, np. napis *Zidowô* (zamiast *Zydowô*) na tabliczce z nazwą ulicy w Jastarni. Zdarzają się też zapisy z literami niewystępującymi w alfabecie kaszubskim, np. napis *sklep spożywczo-przemysłowy KRÖM* na szyldzie sklepu w Kniewie<sup>51</sup> z literą ö. Specyficzna ortografia polsko-kaszubska zastosowana w napisie *lëda do pici* i *lëda do myci pici*, wyrytym na drewnianej cembrowinie przed skansenem we Wdzydzach<sup>52</sup>, to zapewne celowa ortograficzna pseudostylizacja na gwarę kaszubską.

**3.2.3.** Jednym z kryteriów klasyfikacji kaszubskojęzycznych tekstów o funkcji komercyjnej może być wpisany w tekst odbiorca owego produktu językowego. Na pytanie, komu można sprzedać kaszubszczyznę, nasuwa się dychotomiczna odpowiedź: Kaszubom i nie-Kaszubom. Wydaje się jednak, że wśród gatunków komercyjnych – inaczej niż wśród gatunków literatury masowej czytanej dla przyjemności – nie ma kaszubskich tekstów kierowanych wyłącznie do Kaszubów, są natomiast teksty przeznaczone wyłącznie dla nie-Kaszubów (np. liczne gatunki związane z działalnością turystyczną) i dla obu grup odbiorców jednocześnie (np. etykiety na produktach spożywczych).

**4.** W wypadku elementów kaszubskiego folkloru sprowadzenie ich do roli produktu turystycznego i będąca tego konsekwencją ich dekontekstualizacja rodzą efekty nie zawsze i nie przez wszystkich oceniane pozytywnie<sup>53</sup>. O istocie problemu informuje m.in. pytanie stanowiące tytuł książki *Catering dziedzictwa kulturowego?*

Na wykorzystywanie języka kaszubskiego, zwłaszcza pisanego, w roli produktu marketingowego i turystycznego należy jednak patrzeć nieco inaczej, gdyż w tym wypadku nie występuje zjawisko dekontekstualizacji: gwary kaszubskie nie mają przecież odmiany pisanej. Można natomiast wskazać pewne pozytywne strony tego procesu.

<sup>49</sup> *Polsko-kaszubski słownik nazw miejscowych i fizjograficznych. Pòlskò-kaszëbsczi słowòrz miestnëch ë fizjografnëch miòn*, pod red. A. Chłudzińskiego, Gdańsk 2006, s. 95.

<sup>50</sup> Tamże, s. 54.

<sup>51</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/743.jpg>.

<sup>52</sup> Zob. <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/thumbs/2920.jpg>, <http://www.naszekaszuby.pl/uploads/photos/2919.jpg>.

<sup>53</sup> Por. np.: „Wielu Kaszubów w turystyce widzi szansę promocji Kaszub i kultury kaszubskiej w Polsce i na świecie. // Istnieje jednak groźba, że materialne korzyści płynące z rozwoju turystyki przesłonią rzeczywiste potrzeby kultury kaszubskiej. Nadmierne przywiązanie do elementów folkloru sprowadza ją do banału, a nieraz wręcz karykatury” (A.M. Kluczyk, *op. cit.*, s. 145).

Po pierwsze, przejawy funkcjonowania kaszubszczyzny w kulturze komercyjnej są na tyle liczne i różnorodne, że nie można im odmówić roli doprowadzania do wzrostu praktycznej użyteczności kaszubszczyzny, a właśnie praktyczna użyteczność języka jest uważana za jeden z podstawowych warunków jego przetrwania – obok instytucjonalizacji edukacyjnej i wzrostu jego przydatności w sferze publicznej<sup>54</sup>.

Po drugie, komercyjne wykorzystywanie kaszubszczyzny pozwala funkcjonalnie i formalnie godzić jej ludowe korzenie z aprobatą dla kierunku rozwoju cywilizacyjnego współczesnego świata, łączyć ideę regionalizacji z ideą i praktyką globalizacji.

Po trzecie, konsekwencje wykorzystywania kaszubszczyzny jako produktu handlowo-turystycznego wpisują się w stale zwiększający się krąg przedsięwzięć, które można odbierać jako przejaw dążenia Kaszubów (wszystkich, nie tylko ich opiniotwórczych elit) do społeczno-kulturowej nobilitacji kaszubszczyzny poprzez wykreowanie jej poliwalencji, „polegającej na zdolności języka do wypowiedania myśli na różnych społeczno-kulturowych poziomach komunikacji językowej i w różnych stylach funkcjonalnych”<sup>55</sup>. A właśnie pełna poliwalencja – nie standaryzacja i nie istnienie tekstów stylu wysokiego – jest ostatnio uważana za najważniejszą właściwość ogólnej odmiany języka. Rozwój kaszubskojęzycznych gatunków komercyjnych należy więc uznać za działania zmierzające do podniesienia statusu językowego kaszubszczyzny.

---

<sup>54</sup> B. Synak, *Współczesne funkcjonowanie kaszubszczyzny*, [w:] *Kaszubszczyzna. Kaszëbizna*, red. nauk. E. Breza, Opole 2001, s. 315.

<sup>55</sup> J. Zieniukowa, *O badaniach nowych, wprowadzonych pod koniec XX wieku, form komunikacji w języku kaszubskim*, [w:] *Badania kaszuboznawcze w XX wieku*, red. J. Borzyszkowski, Gdańsk 2001, s. 262.

Ewa Rogowska-Cybulska

**Kashubian Language Texts  
and Other Commercial Functions**

SUMMARY

This article discusses the advance of the Kashubian language as it functions in modern commercial trade and services. Contemporary spoken and written uses of the Kashubian language in commerce are considered as are various shortened Kashubian terms prepared for the use of tourists. Written examples include:

- 1) information at the approach to towns and villages (e.g. signs announcing village names, advertising, welcome signs, street signs and directions);
- 2) information about shopping and services (e.g. restaurants, hotels and tourist attractions);
- 3) information on labels regarding the products for sale (e.g. care instructions, words on CD disk jackets, words on postcards);
- 4) information about available services (e.g. restaurant menus, information on tickets);
- 5) advertising texts on promotional flyers and small items;
- 6) items produced as tourist souvenirs and gifts;
- 7) information mostly addressed to tourists regarding events.