

Halina Stelmach

Названия польских водок

Annales Neophilologiarum nr 8, 171-185

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, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*HALINA STELMACH**

Akademickie Centrum Kształcenia Językowego
Uniwersytet Szczeciński

НАЗВАНИЯ ПОЛЬСКИХ ВОДОК

Слово „wódka” в значении спиртного напитка в Польше впервые появилось в 1405 году в судебных актах Сандомирского воеводства. Первоначально водка употреблялась прежде всего для лечения различных болезней и производилась в аптеках. В XVI веке Стефан Фалимиж, автор одного из первых на землях восточных славян лечебников *O травах и их свойствах. O дистилляции водок из трав (O ziołach i mocy ich)* приводит 72 рецепта дистилляции водок с применением трав, которые можно было использовать для дезинфекции, как болеутоляющее средство и для лечения разных недугов, например расстройства желудка. В XVI веке на польских столах появились и чистые водки, которые употреблялись, чтобы поднять настроение. Водка стала популярной среди шляхты, и даже при небольших имениях открывались винокурни, тем более, что согласно указу короля Яна Ольбрахта одной из привилегий шляхты стали производство и торговля алкоголем. По мере экономического роста и увеличения производства хлеба увеличивалось и потребление водки, она стала обязательным элементом встреч, а злоупотребление ею считалось хорошим тоном и поводом для гордости.

И сегодня водка является одним из важнейших факторов общественной жизни, частью народного культурного наследия, и считается национальным напитком. Она имеет также свое место в фольклоре. Это и застольные песни, и тосты, и пословицы.

* Halina Stelmach – lektor języka rosyjskiego w Akademickim Centrum Kształcenia Językowego Uniwersytetu Szczecińskiego.

Водке как культурному явлению посвящен *Словарь польского пьяницы (Polski słownik pijacki)* Юлиана Тувима, изданный в 30-ые годы XX века. Здесь находим и фразеологизмы со значением *выпить* и *напиться*, и слова и обороты, характеризующие пьяного, и шуточные, фольклорные и эвфемистические названия опьяняющих напитков, и забавные истории. Это своеобразный справочник польского пьянства, актуальный, к сожалению, для любителей хмельных напитков и сегодня.

Здесь мне хочется описать названия польских водок с целью показать, с одной стороны, насколько отразился в них культурный аспект потребления водки в Польше, с другой же – какие названия в связи с рекламированием алкогольной продукции используют производители для продвижения водки на алкогольном рынке, а также какие стереотипы и фреймы нашли отражение в названиях. Целью настоящей работы является обзор номинативных тенденций. Материал для исследований (около 150 названий) был взят из веб-страниц online-магазинов спиртных напитков, производителей водки и реклам, размещенных в интернете.

1. Название и национальная символика в стратегии эффекта страны происхождения и этноцентризма

Названия польских водок можно подразделить на несколько групп. Довольно обширную группу составляют названия, которые должны убедить покупателя, что это польский продукт. Информация о стране происхождения служит стимулом, на основании которого потребители делают заключения относительно общей оценки качества товара, принимают решения о покупках. Многие товары в сознании потребителей однозначно связаны с названиями мест их производства. Названия многих территорий давно стали брендами и помогают покупателям при принятии решений¹. Стереотипы, связанные с восприятием региона и определяющие отношение к потребительским брендам, созданным в регионе, – это *эффект страны происхождения*². За происхождение торговой марки потребитель готов

¹ *Основы маркетинга территории*, stgau.ru/company/personal/.../лекция%20маркетинг%20территории.rtf.

² Н.Н. Чиняков, *Брендинг территории...*, www.ekonom22.ru/municipal/monitoring/19_brand.pdf.

платить дополнительные деньги, повышается также его лояльность. Польша ассоциируется с хорошей водкой. Это настоящий национальный бренд, своеобразный флагман нашей страны среди потребительских товаров, и присваиваемые названия содержат информацию о водке как национальном напитке, традиционном для Польши – у нас ведь 600-летняя история винокурения, и из этого факта вытекает, что именно в Польше культивируются старейшие европейские традиции в области спиртной промышленности³. Названия, ассоциирующиеся с Польшей, присваиваются не только водке, производимой для иностранного потребителя, но и для местного рынка, в том числе и для марок экономического класса. В этом случае производители возлагают надежды на убежденность потребителя в том, что приобретенный польский продукт лучше зарубежного, что связано со старейшими в Европе традициями его производства, значит производители рассчитывают на так называемый этноцентризм потребителя. В названиях и оформлении этикетки и бутылки применяется национальная символика (наименование страны или прилагательное, образованное от наименования страны, цвета национального флага – белый и красный, карта Польши, орел как символ Польши). Иногда это названия на иностранном языке. Примеры: *Polska Wódka*, *Poland Vodka*, *Polonaise Polish Wódka*, *Vodka.Pl*, *Polska Mapa Vodka*, *White&Red*, *Adler Vodka*, *Orla Wódka Czysta*, *Wódka Orzeł*.

Применяется также неформальная символика, не утвержденная официально, но укоренившаяся в общественном сознании и вызывающая ассоциации с Польшей – польский деревенский пейзаж на этикетке (*Ojczysta*), характерные объекты – их название или изображение, например дворец Бельведер, резиденция польских королей и президентов (*Belvedere*) или один из наиболее известных памятников Варшавы – Колонна короля Сигизмунда III Вазы (*Kolumna Zygmunta*). К числу неформальных символов относятся и исторические личности, сыгравшие существенную роль в истории и культуре. Это водки, в названиях которых появились лица, связанные со становлением польской государственности (*Piast*, *Chrobry*), сыгравшие существенную роль в истории Польши (*Vodka Poniatowski*, *Sobieski*, *Batory*, *Bona*), знаменитые и всемирно известные представители польской науки и культуры (*Copernicus*, *Hevelius*, *Chopin*, *Paderewski*). Кроме названия, ассо-

³ Однако следует иметь в виду, что современная водка и напиток, производимый до появления ректификационной колонны (I половина XIX века), не имеют ничего общего.

цирующегося с Польшей, на этикетке водки *Chrobry* представлена важная польская символика – Корона Болеслава Храброго (*Corona Privilegiata*) – самый важный атрибут коронации польских королей, символ суверенитета⁴. К числу неформальных символов Польши можем отнести также зубра и коня. Отсюда водки с названиями *Żubrówka*, *Żubr*, *Wisent*, *Turówka*, *Tur*. Изображение коня появилось на этикетке водок *Duble White* и *Krakus*.

Некоторые водки добавочно маркируются надписью *Polish Vodka*. Эта маркировка является гарантией, что водка была произведена исключительно на территории Польши из картофеля или традиционных злаков: пшеницы, ячменя, овса или тритикале, происходящих из польского урожая. Размещенное на бутылках географическое обозначение *Polish Vodka* должно помочь в пропаганде водки в стране и за границей⁵. Оно должно также помочь покупателю отличить оригинальный продукт от подделки, так как иногда производители через название внушают совершенно другую страну производства, чем в действительности. Примером использования иностранными производителями польской символики с целью вызвать у потенциального покупателя впечатление, что он покупает оригинальный марочный напиток из Польши, может быть маркетинговая стратегия фирмы *Drinks and Food*, которая одну из немецких водок продает в Великобритании как напиток из польских Мазур. Водка называется *Tarpan*, а на этикетке появилось изображение скачущего коня. Производитель сознательно и явным образом использует позитивные ассоциации с Польшей⁶. В Чехии в приграничных магазинах в свое время продавалась пользовавшаяся большой популярностью и считавшаяся оригинальным сувениром водка с названием *Małyszówka*. На этикетке помещалось изображение прыгуна с трамплина. Название ассоциировалось с известным польским спортсменом Адамом Малышем⁷. И в этом случае ассоциации с Польшей гарантировали мошенникам успех.

Производители охотно используют названия, указывающие на связь с регионом производства. Примеры: *Beskidzka*, *Łącka*, *Starogardzka*,

⁴ Перед изменением визуального оформления на этикетке кроме Короны Болеслава Храброго находился легендарный меч Щербец, употреблявшийся во время коронации польских королей (единственная из сохранившихся регалий Пястов).

⁵ <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/rusza-akcja-promujaca-definicje-polskiej-wodki/8e54h>.

⁶ *Wódka, która tylko z nazwy jest polska*, www.elondon.co.uk/newsy/wpis,2581.

⁷ E. Poskier, *Skandal z „Małyszówką”*, www.nsik.com.pl/archiwum/95/a5.html.

Pomorska, Wratislavia, Masuria, Wódka Łańcut, Karpatia Polish Vodka, Kasprowy, Krakowska, Cracovia Super Vodka, Gdańska, Wódka Krzeska ziołowa, Żywiecka wódka czysta, Bielska, Warszawska.

Иногда, чтобы подчеркнуть место происхождения, в названии используются элементы характерные для данного региона, например *Biała Dama*, производимая Ланьцутской фабрикой водок *Polmos Łańcut*. Название относится к легенде о местном фантоме, который появляется в палатах XVIII-вечного ланьцутского замка, призраке Юлии Потоцкой, дочери Изабеллы Чарторыйской Потоцкой, давней владелицы замка. Местные жители называют Юлию Потоцкую *Белой дамой*. Варшавская фабрика водок *Koneser*, производитель водки *Metropolis* в оформлении этикетки использует изображение одного из самых известных памятников столицы, Колонны короля Сигизмунда III Вазы. Название водки *Dwór Artusa* связано с известной достопримечательностью Гданьска – Двором Артуса, местом, где в прошлом кипела деловая и общественная жизнь всего города. Здание Двора изображено также на этикетке. На этикетке водки *Starotoruńska* кроме панорамы Торуни видим портрет Коперника – символ города. Название водки *Macidula* из Живецчины связано с одним из персонажей Живецких дедов (новогодних ряженых), а его маска находится на этикетке. Интересным кажется название региональной бескидской водки *Kurnwica*. Как убеждает производитель, это слово в гуральском говоре обозначает сильный дождь с ветром⁸. Буква *N* в названии на этикетке представлена как молния, из-за чего можно его прочесть как *kurwica* – грубое слово, но подходящее для крепкого напитка, который пьют не только ради вкуса. Название во многих отношениях очень удачное: связывает продукт с регионом, подходит для крепкого напитка, легко запоминается – с большой вероятностью эту водку купят лица из целевой группы⁹. Стратегия этноцентризма реализуется также через присваивание названий традиционных в данном регионе напитков, например *Warzonka Zbójnicka, Warzonka Prezydencka, Miodonka Zbójnicka* из Тешинской Силезии. Как *warzonka*, так и *miodonka* это алкогольные напитки, традиция производства которых в этом регионе восходит

⁸ Лишь в словаре *Słownik gwary podhalańskiej*, www.kocwin.com/info/slownik_gwary_podhalanskej.php было найдено это слово и его объяснение: сильный дождь с ветром. В остальных словарях гуральского говора встречались похожие слова *kurniawica, hurniawica*, обозначающие метель.

⁹ <http://redemu.pl/stara-kurnwica/>.

к XIX веку. *Miodonka* – название связано с применением меда, а *warzonka* – обозначает варение, подогревание в кастрюле сахара до момента образования карамели, к которой добавляют спирт; водка первоначально подавалась горячей. Такие марки воспринимаются как исключительный продукт, существенно отличающийся от продуктов из супермаркетов. Потребитель относится к ним как к продукту натуральному, здоровому, качественному, за который стоит заплатить дороже.¹⁰ Покупая такой продукт, потребитель одновременно приобретает элементы своей самооценки – уважение к себе, уверенность в своей исключительности, выделяющей его из толпы.

Водка *Krakus* первоначально производилась Краковской фабрикой водок *Polmos Kraków* и название должно было ассоциироваться с Краковом. В разговорной речи *krakus* – это житель Кракова или Краковского воеводства. Но кракусами называли также солдат польской легкой кавалерии периода Варшавского герцогства и ноябрьского восстания. С 1999 года водку *Krakus* производит вроцлавский *Polmos*; таким образом потерялась связь названия с местом производства, но второе значение не потеряло своего смысла, а название и образ всадника на этикетке приобрели более широкое общепольское значение, тем более, что слово *krakusi* часто используется как название ансамблей и организаций, образованных польской эмиграцией. Через такое название те, кто попал в эмиграцию, как будто хотят сохранить то самое близкое и дорогое, что осталось в сердце каждого поляка после переселения в другую страну. Водка *Krakus* – не единственная марка, использующая слово *krakus* в названии. Его содержат и колбасные изделия, и соленья, и супы. Слово обладает рядом преимуществ: оно короткое, в нем нет никаких польских диакритических знаков, благодаря чему легко произносится, легко пишется, это слово с широкой сферой применения¹¹. Бутылку водки *Krakus Premium* украшает образ шляхтича на коне в галопе – производитель хочет донести до потребителя информацию, что он сохраняет традиции, а одновременно идет в ногу со временем.

Польша – морская страна. В связи с этим можно выделить названия, отражающие морские реалии¹²: *Korsarska*, *Statek-Pirat*, *Komandorska*, *Kapitańska*, *Admirals Club*, *Baltic* (в настоящее время уже не производится).

¹⁰ http://www.wodkiregionalne.pl/?page_id=11.

¹¹ *Wódka Krakus – jeden z wielu krakusów na rynku*, www.anagram.pl/wodka-krakus/.

¹² <http://wodochka.narod.ru/polsk.html>.

2. Названия с родословной

В наименованиях водок часто появляется обращение к традиции и ссылки на факт, что этот напиток производился в деревнях, трактирах или монастырях, дворянских усадьбах и имениях, и уже в XVII веке применялись собственные технологии его производства. Благодаря этому у потребителя возникает убеждение, что алкоголь, который он покупает, пили его предки, что это напиток благородный и высококачественный¹³. Поэтому широко представлены названия, связанные с монархией и дворянством. Кроме названных выше, содержащих имена князей, королей, к этой группе можно отнести напитки с названиями *Królewska Wódka*, *Regnum*, *Książęca Wódka Polska*, *Dwór Polski Exsellent Polis Vodka*, *Ordynat*, *Szambelan*, *Kontuszowa*, *Kasztelańska*, *Sarmata*. В оформлении используются элементы, ассоциирующиеся с традицией, например бутылку водки *Kontuszowa* „подпоясывает” серебряный пояс – *kontusz* – символ польского шляхетства и состоятельности. Сюда можно причислить наименования с именами литературных героев, отождествляемых со шляхетской традицией, старопольскими обычаями и образом жизни: *Zagłoba*, *Bohun*, *Soplica*, *Pan Tadeusz*¹⁴. В названиях упомянутых выше водок, а также в дизайне, нашло отражение польское гостеприимство, уважение к гостю; они внушают, что напиток удовлетворит ожидания наиболее требовательных потребителей. Создателем водки *Soplica* был Болеслав Каспрович, который в 1888 году основал фабрику водок и ликеров в Гнезно. Названия водок, производимых этой фабрикой, неслучайны. Специально выбирались наименования славянские, чтобы таким образом заставить потребителя познакомиться не только с польской кухней, но и с польской культурой. Отсюда названия *Soplica*, *Zagłoba*, *Bohun*, *Żupan*, *Karpatówka*, *Horpyna*. В условиях германизации названия, ассоциирующиеся с важнейшими польскими литературными произведениями, оказались очень хорошим

¹³ K. Liczmańska, *Efekt kraju pochodzenia produktu a decyzje nabywczce konsumentów sektora alkoholi wysokoprocentowych*, <http://www.kpsw.edu.pl/menu/pobierz/RE3/14Liczmanska.pdf>.

¹⁴ Выход этой водки на рынок совпал с премьерой фильма Вайды *Pan Tadeusz*. Оригинальную бутылку украшает рисунок как будто из эпохи Мицкевича, а слова *шляхетская история* (*historia szlachecka*) были заменены надписью *водка чиста шляхетская*.

маркетинговым приемом¹⁵. Именно в литературе жила национальная память о былых польских победах, национальных героях и гордости. Производимая в настоящее время водка *Soplica* продолжает традиции фабрики Болеслава Каспровича. Преемственность традиции и указания на благородность алкоголя видны в рыцарской тематике и названиях, символизирующих рыцарские добродетели: *Zawisza Czarny*, *Wódka Husarska*. Нельзя сомневаться в хорошем качестве напитка с названием, которое содержит имя, являющееся синонимом высокой нравственности.

Среди водок с родословной настоящей легендой является водка *J.A. Baczewski Wódka Monopolowa*. Марка появилась в XVII веке, на польский рынок возвратилась только в 2011 году. 200-летняя семейная традиция связана также с водкой *Potocki*.

Сотни лет польского искусства дистилляции спирта и достижений лучших мастеров в области самогонварения нашли отражение в названиях *Siwucha*, *Bimber Vodka*, *Chlopska Pędzona Bimber*. Словарное значение слова *siwucha* – самогон или низкокачественный крепкий алкогольный напиток. Казалось бы, присвоение такого названия – неудачный маркетинговый ход, но водка *Siwucha* это одна из старейших водок, производимых в Польше. Как марка она появилась в начале XX века. После Второй мировой войны ее производство было прекращено. Вновь стала производиться в 1996 году, а в 2002 на International Spirits Challenge завоевала первое место.

3. Высокое качество

Исторические коннотации, в которых отображается традиция, связанная с производством водки в Польше, содержатся в названиях *Wyborowa*, *Luksusowa*. Эти названия наполнены прагматической информацией с эмоциональными и оценочными оттенками и формируют позитивное отношение к напитку. Производство водки *Wyborowa* было начато в 1823 году Хартвигом Канторовичем, еврейским предпринимателем и основателем ликероводочного завода в Познани. В то же время газета *Izys Polska czyli Dziennik Umiejętności, Wynalazków i Rękodzieł* установила высокую награду

¹⁵ J. Galicka, *Z historii w tle – historyczne nazwy polskich wódek*, www.swiat-alkoholi.pl; W. Sokołowski, *Marka, która pisała historię Polski*, www.epr.pl/marka-ktora-pisala-historie-polski,soplica,1510,1.html.

для лучшего изготовителя водки в Польше. Главный судья конкурса назвал водку Канторовича *exquisite* (*wyborna, znakomita*, отличная). Канторович решил назвать свою водку *Wyborowa*. Слово *exquisite* стало частью названия *Wyborowa Exquisite Wódka*, водки класса *super premium*, которая появилась на рынке в 2006 году¹⁶. Название производимой с 1928 года водки *Luksusowa* тоже не случайное. В те времена водки делились на обыкновенные (определяемые словом *zwykle*), высшего сорта (*wyborowe*) и самого высокого качества (*luksusowe*) в зависимости от сорта спирта-ректификата, из которого производилась водка. Название *Luksusowa* несет информацию, что при изготовлении этой водки использовался спирт наилучшего качества.

Преимственность традиции в сознании потребителя ассоциируется с высоким качеством. Его можно ожидать также от напитка с названием *Klasyczna, Classic Vodka, Kompleet Vodka*. Такие названия гарантируют, что напиток удовлетворяет всем нормам, он совершенный, марочный, классический. К этой группе примыкают названия заимствованные из латинского языка, например премиальная водка *Wratistawia*. Латинское название, литография панорамы XV-вечного Вроцлава на этикетке ассоциируются со стабильностью и изысканностью, следовательно можем ожидать высокого качества, мягкости, но и крепости.

Высокое качество, совершенная чистота, достигнутые за счет использования натуральных ингредиентов, нашли отражение в названиях *Prima Black Vodka* (производитель гарантирует, что благодаря применению алмазной фильтрации нет в мире водки лучше этой), *Platynowa, Premium, Delikatesowa, Organic Vodka Z. Kozuba i Synowie*.

4. Влияние на организм и поведение

Отдельную группу составляют водки с названиями, связанными с влиянием алкоголя на поведение, эмоциональное и душевное состояние, когда человек становится возбужденным и бодрым, чувствует прилив энергии, ему хочется общения, он легче вступает в разговор, язык у него развязывается. Пример – *Mata Hari*. К этой группе можно причислить водку *Wódka Proximus*. *Proximus* – это

¹⁶ Есть основания предполагать, что история названия водки *Wyborowa* – это легенда, созданная для целей маркетинга.

крупнейший в Бельгии оператор связи. По латыни *proximus* значит *ближайший, близкий*. Одно из значений слова *близкий* это *связанный с тесным личным общением*. В связи с тем, что водка облегчает установление контактов, название кажется очень удачным. Алкоголь не только изменяет наше поведение, он также обнаруживает самые скрытые пожелания и страсти. Возможно поэтому один из производителей присвоил своей водке название *Faust*. Она предназначена для вечных искателей, готовых продать свою душу ради мирских удовольствий. К сожалению, даже в состоянии легкого опьянения повышенная возбужденность может перейти в агрессивность и человек часто начинает враждебно воспринимать окружающих, становится для них угрозой. Вероятно с этим связано название *Ares*. Арес это один из 12 самых важных греческих богов, который пользовался плохой репутацией – его отождествляли с войной, жесточенностью, разрушением, он предпочитал войну ради самой войны. С другой стороны, возможно, что выбирая это название, производитель имел в виду совершенно другое. Бог Арес представляется художниками как красивый, сложенный на славу мужчина. Можно полагать, что в этом названии и изображении Ареса на этикетке зафиксирована информация, кому адресован напиток – он для настоящих мужчин.

Интересное название и дизайн, в которых отображается влияние водки на организм человека, имеются у водки *Wódka Trącona*. Слово *trącona* можно объяснить как *легко толкнутая и не могущая удержать равновесия*, что могло бы ассоциироваться с состоянием после употребления алкоголя. Водка производится в нескольких вкусовых вариантах и к слову *trącona* добавляется еще слово, определяющее вкус, например *Wódka Trącona Bukowicą*, *Wódka Trącona Miodem*. Из этого следовало бы, что слово *trącona* имеет также значение *со вкусом*. Зато дизайн этикетки без сомнений иллюстрирует воздействие водки. На этикетке изображены три пункта, из которых первый выделяется резко, а последний – размытый¹⁷.

5. Для разных событий

В названиях нашел отражение также факт, что алкоголь сопровождает разные события. Итак, по традиции после рождения ребенка папа вме-

¹⁷ <http://dizajnopakowan.wordpress.com/2013/03/29/procenty-polskie-czyli-jazda-w-polskim-stylu/>.

сте с друзьями должен отпраздновать этот факт. Мужчины выпивают море водки, а счастливый папа от радости с одной стороны и стресса с другой обычно напивается до потери сознания. Этот обычай называется *pepówka*, и самой подходящей для него водкой будет *Pepówka Xiążęca*. С рождением ребенка связаны также названия *Starkus*, *Starka*, которые происходят от древнелитовского *starkus* – аист. Традиция производства *аистовой* водки связана с древним обычаем, по которому, когда родился ребенок, отец должен был зарыть в землю бочку с самогонном. Бочка открывалась только в день брака любимого чада. К названиям, ассоциирующимся с обычаями, отмечая которые люди пьют водку, относятся следующие – *Młoda Para*, *Wódka Weselna*, *Starosta Wódka*. Последнее название связано с функцией, выполняемой одним из гостей во время свадьбы. Этот человек отвечает за ход торжества, веселит гостей, провозглашает тосты в честь молодоженов, поет шуточные свадебные песенки и, конечно, заботится о полных рюмках гостей. В настоящее время все реже появляется на свадьбах такое лицо, о хорошем настроении гостей заботится обычно какой-нибудь музыкальный ансамбль, который поет веселые песенки и уговаривает гостей выпить время от времени рюмку водки.

Водка появляется также по случаю встреч с близкими и друзьями, она сервируется к вкусным блюдам – создает неповторимую атмосферу, позволяющую снять стресс. Отсюда названия, ассоциирующиеся с приятным отдыхом в кругу близких людей – *Wódka świąteczna*, *Biesiadna*, *Brydżowa*, *Barowa*, *Jazz Vodka*, *Wódka Wędkarska*, *Piłkarski Poker*.

6. Ингредиенты

Имеются также названия, информирующие, из какого спирта была изготовлена водка, или какие добавки она содержит. Названия *Żytnia*, *Pszeniczna*, *Złoty Kłos*, *Kłosówka*, *Orkisz* информируют, что для производства применили зерновой спирт-ректификат.

Название *Młody ziemniak* указывает, что сырьем для производства водки был спирт, изготовленный из картофеля, собранного в июне (обычно водка производится из картофеля, собранного в конце года).

Названия, говорящие о применении каких-то добавок, – *Wódka Miodulna Prezydencka*, *Medos Wódka* (с добавлением меда), *Jarzębiak* (водка, настаив-

ваемая на рябине), *Wódka z jabłek*, *Wódka Cytrynowka*, *Wódka Porzeczkowa*, *Wódka Grejpfrutowa*, *Śliwa Polska*, *Wódka Orzech*. В этой группе особое место занимают водки на травах. Это *Herbowa Gorzka*, *Special Bitter*, *Wódka Dzięgielówka*. Интересным кажется название *Kniejówka*, которое приводит на ум густой лес, ассоциируется с местом для любителей охоты, значит полным зверей, с соответствующей растительностью, душистыми травянистыми растениями, например зубровкой. Среди рассматриваемых здесь водок наиболее прославленной и вызывающей восхищение является водка *Żołądkowa Gorzka*. Название связано с травами, применяемыми при ее изготовлении. Эти травы традиционно используются при расстройстве желудка. Водка с перцем это один из методов народного лечения расстройства желудка не только в регионе происхождения водки *Żołądkowa Gorzka*.

7. Напиток для мужчин

Водка это прежде всего напиток для мужчин. Отсюда и названия, которые символизируют храбрость, мужество, отвагу, власть и щедрость. Все эти черты выражены в конкретном образе сил природы, которую трудно приручить – *Żubrówka*, *Żubr*, *Wisent*, *Turówka*, *Tur*, *Bycza*. Не только животные могут быть символом силы. У славян дуб олицетворял силу, мощь и был посвящен Перуну, богу-громовержцу. Дуб называли Перуново дерево. Отсюда по всей вероятности название *Dębowa*.

„Мужские” названия ассоциируются также со словами *свобода*, *приключения*, *победитель*, *ответственность* и *справедливость*. Примеры – *Harnaś*, *Wódka Statek-Pirat*, *Kapitan*. „Мужская” тематика это также названия *Pepesza* (в бутылке, которая представляет собой копию советского пистолета-пулемета ПППШ-41, разработанного Георгием Шпагиним в начале 40-ых годов), *Mobile* (в оригинальной пластмассовой бутылке, напоминающей мобильный телефон), *Grandis* (по-латыни сильный, большой), *Barmańska*, *Koneser*.

Одна из номинативных тенденций опирается на факт, что водка ассоциируется со словами *белая*, *холодная*, *чистая*, *свежая*, а также с покрытой инеем бутылкой и сервировкой в охлажденном виде. Эти ассоциации отразились в названиях *Pole Star*, *Grenlandia*, *Arktica*, *Lodowa*, *Górska Kristal*, *Alpejska Wódka Czysta*, *Vodka Alaska*, *Eskimo czysta*, *Vodka Czysta de Best*,

Czysta, Diamond Standard Vodka, Duple White Premium. Дизайн этикетки перечисленных водок выдержан в белых, синих и серебряных тонах, на них можно увидеть покрытые снегом горные вершины, ледники, пингвинов или полярного медведя. Исключительный характер и кристальная чистота водки *Diamond Standard Vodka* подчеркивается особым дизайном. Каждая бутылка инкрустирована кристаллом Сваровски (25 мм в диаметре). И эти названия, и дизайн связаны с мужской тематикой – независимостью, свободой, приключениями, достижением цели и умением продержаться в любых условиях.

В названиях встречаются также фамилии производителей, например *Vodka Piasecki, Pawlina Vodka, Z. Kozuba i Synowie – Artisan Vodka – Czysta Zbożowa*.

8. Прикольные названия

Немало прикольных названий, например *Parkowa*. Когда видишь такое название, сразу появляется вопрос, для кого эта водка – не для любителей ли выпить на природе?

Abstynent – удивительное название для водки, тем более, что производитель предупреждает, что имеем дело с водкой для настоящих мужчин, уважающих крепкие напитки, и что она очень быстро приводит в состояние опьянения.

Gaśnica – водка в упаковке, напоминающей огнетушитель. Следует назвать также *Milion dolarów, OjCzysta, 40 czysta, Setka, z Czerwoną Kartką*. Некоторые из этих названий приводят на память атмосферу веселья 70-х годов.

9. Заключение

Стоит также упомянуть о производимой Польмосом Бельско-Бяла водке *Pravda*, в названии которой содержится вся правда о польской водке – традициях, связанных с ее производством, заботой о правильном подборе ингредиентов и хорошем качестве, способом сервировки, с заслуженным признанием в мире и дизайном. Традиция и рецепт напитка восходят

к XVIII веку, когда на ликероводочном заводе семья Пензапольских совершенствовала искусство производства спирта и водки. Вышеупомянутая водка очень популярна в США. Пьют ее из бокалов Мартини не смешивая с другими добавками, встряхнув лишь в шейкере, наполненном колотым льдом.

Библиография

- Galicka J., *Z historią w tle – historyczne nazwy polskich wódek*, www.swiat-alkoholi.pl.
- Miczmańska K., *Efekt kraju pochodzenia produktu a decyzje nabywcze konsumentów sektora alkoholi wysokoprocentowych*, www.kpsw.edu.pl.
- Poskier E., *Skandal z „Małyszówką”*, www.nsik.com.pl/archiwum/95/a5.html.
- Procenty polskie, czyli jazda w polskim stylu*, <http://dizajnopakowan.wordpress.com/2013/03/29/procenty-polskie-czyli-jazda-w-polskim-stylu>.
- Ruszyła akcja promująca definicję polskiej wódki*, <http://wiadomosci.onet.pl/krakow/ruszyła-akcja-promująca-definicję-polskiej-wódki/8e54h>.
- Słownik gwary podhalańskiej*, www.kocwin.com/info/slownik_gwary_podhalanskiej.php.
- Sokołowski W., *Marka, która pisała historię Polski*, www.epr.pl/marka-ktora-pisala-historie-polski,soplica,1510,1.html.
- Stara Kurnwica*, <http://redemu.pl/stara-kurnwica/>.
- Wódka Krakus – jeden z wielu krakusów na rynku*, www.anagram.pl/wodka-krakus.
- Wódka, która tylko z nazwy jest polska*, www.elondon.co.uk/newsy,wpis,2581.
- Wódki regionalne. Oferta*, www.wodkiregionalne.pl/?page_id=11.
- Основы маркетинга территории*, stgau.ru/company/personal/.../лекция%20маркетинг%20территории.rtf.
- Чиняков Н.Н., *Брендинг территории...*, www.ekonom22.ru/municipal/monitoring/19.Brand.pdf.

NAZWY POLSKICH WÓDEK**Streszczenie**

Niniejszy artykuł poświęcony został nazwom współczesnych wódek polskich. Nie-wyczerpanym źródłem i inspiracją dla nich jest bogata historia polskiej wódki. Z tego źródła chętnie czerpią producenci, szukając sposobów wprowadzenia swojej marki na rynek i chcąc zachęcić konsumenta do nabycia trunku. Ponieważ na zachowania konsumentów duży wpływ ma informacja o kraju pochodzenia produktu, wiele nazw jednoznacznie kojarzy się z Polską, która w świecie ma opinię producenta wódki wysokiej jakości. Nie brakuje nazw odwołujących się do jakości. Nazwy te wykazują konotacje z tradycją, a zwłaszcza z czasami Rzeczypospolitej szlacheckiej. Można wyodrębnić także nazwy wskazujące na konsumenta trunku, mówiące, że z powodu własności wódka wpływa na ludzkie zachowania, ale również uprzyjemnia spotkania i uroczystości.

Słowa kluczowe: naming, nazwa, kulturologia, efekt kraju pochodzenia

BRAND NAMES OF POLISH VODKA**Summary**

This article is devoted to the brand names of contemporary Polish vodka. The rich history of Polish vodka provides the inexhaustible source of inspiration for them. The producers are eager to draw from the source while searching for the best ways of launching their brands on the market and trying to encourage the consumers to purchase them. Since consumer behaviour is to the large extent influenced by the information about the country of origin, many brand names are directly associated with Poland which has a reputation for being a high-quality vodka manufacturer. There are also names referring to quality. They have connotations of tradition, especially the Noble's Republic times. Some of the brand names indicate the consumer suggesting that, because of its characteristics, vodka affects people's behaviour but also adds pleasure to social occasions.

Keywords: naming, brand name, culturology, country-of-origin effect