

Halina Stelmach

Nazwy rosyjskich wódek z komponentem liczby i miary

Acta Universitatis Lodzianis. Folia Linguistica Rossica 9, 99-106

2013

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

Uniwersytet Szczeciński, Akademickie Centrum Kształcenia Językowego (Polska)

NAZWY ROSYJSKICH WÓDEK Z KOMPONENTEM LICZBY I MIARY

1. WSTĘP

Specjaliści od namingu, wybierając nazwę dla jakiegoś produktu, muszą uwzględnić szereg warunków. Nazwa powinna budzić ciekawość i zachęcać do kupna, powinna dobrze brzmieć, nie wprowadzać w błąd. Nie powinna wywoływać niepożądanych skojarzeń. Wskazane jest, by była oryginalna. To ważne, ponieważ w wyniku rozwoju przemysłowego i zmian z tym związanych szybko zwiększa się liczba wytworów ludzkiej ręki i umysłu (chrematonimów), dla których niezbędna jest nazwa, która będzie się wyróżniać (Družbica), zwłaszcza w przypadkach, gdy obserwuje się silną konkurencję.

W ostatnich latach coraz częściej pojawiają się nazwy, w których wykorzystano cyfry. Możliwość zestawiania cyfr ze sobą, ze słowami lub literami stwarza możliwości tworzenia nazw wyróżniających się spośród innych, łatwych do zapamiętania, powtórzenia i zapisania (Astner 2012).

Przedmiotem moich zainteresowań są nazwy rosyjskich wódek z komponentem liczby i miary. Materiał wyekscerpowany został ze stron internetowych producentów wódek, reklam zamieszczonych w Internecie, firm brandingowych. Na stronach tych firm uwagę zwróciłam przede wszystkim na interpretację nazw oraz tworzone do niej historie. W nich bowiem często można odnaleźć uzasadnienie nazwy. Przede wszystkim zaś historia przedstawia korzyści, które powinny przelać ostrożność konsumenta oraz odwołuje się do jego uczuć i emocji, aby w ten sposób zainteresować go kupnem produktu.

Zebrano około 100 nazw zawierających liczby zapisane słownie lub cyfrą. W nazwach tych najczęściej wykorzystano następujące liczby: 3, 5, 7, 40. Odnaleziono też po jednej nazwie z liczbą „два” i cyframi 25, 33, dwie z cyfrą 12, po jednej nazwie z następującymi kombinacjami cyfr: 3,62; 4,12; 999,9; 40/0,5; 40/60, trzy nazwy ze słowami „семерка”, „стоletняя” i jedną ze słowem „тысячелетие”, kilka nazw, które można skojarzyć z liczbą („Тысяцкая”, „Тройка”) lub zawierających słowo oznaczające nazwę miary („Сотка”, „Стопарик”, „Демидедовский

штоф к столу”, „Чарка”, „Царская чарка”, „Хмельная чарка”, „Чарка Беспохмельная”, „По грамммулке”) oraz jedną nazwę w języku angielskim: „Forty Degrees”.

2. KULTUROWE ASPEKTY NAZW WÓDEK Z KOMPONENTEM LICZBY

2.1. Nazwy z motywami bajek i legend

Najczęściej wykorzystywane są liczby 3, 5 i 7. Liczby te kojarzą się pozytywnie i często można je spotkać w rosyjskich bajkach ludowych, legendach oraz idiomach. Najwięcej nazw znaleziono z liczbą „три”. Przykłady: „Три Поваренка”, „Три реки”, „Три капли”, „Три старика”. W bajkach rosyjskich często występowały albo trzy siostry, albo trzech braci, zwycięstwo było poprzedzone trzema próbami, a złota rybka spełniła trzy życzenia itd. (Чайков, Чайкова) Ta konwencja została zachowana również w bajkach pisanych przez pisarzy. Puszkina w bajce o „Царе Салтане” pisze o trzech siostrach, o carewiczcu Gwidonie, który trzy razy przemieniał się w komara, trzy razy opowieści kupców musiały zadziwić cara Sałtana, aby wreszcie zdecydował się odbyć podróż do syna. W bajce „Конек Горбунок” Jerszowa ojciec miał trzech synów, Iwan dostał trzy konie, musiał wykonać trzy zadania cara i wykąpać się w trzech kotłach po kolei.

Na niektórych etykietkach wódek widnieją postacie z obrazu Wiktora Wasniecowa „Mocarze” („Богатыри”). Obraz powstał w wyniku fascynacji malarza rosyjskim folklorem, legendami i literaturą staroruską. Przedstawia trzech bohaterów staroruskich legend. Są oni symbolem najlepszych cech narodu rosyjskiego: męstwa i siły ducha. Stąd bardzo trafnymi wydają się zarówno etykiety z ich wizerunkiem, jak i nazwy „Три богатыря”, „33 богатыря” dla produktu uważanego za narodowy i przeznaczonego głównie dla mężczyzn (Дроздов) U podstaw marki „Пять Озер” leży legenda o tym, że jezioro Daniłowo i cztery inne, znajdujące się w odległości na tyle bliskiej, że tworzą system, powstały po upadku na Ziemię pięciu odłamków tego samego meteorytu, a ich woda ma właściwości lecznicze. Istnieje przekonanie, że jeżeli ktoś kolejno wykąpie się we wszystkich jeziorach, zyska zdrowie i bogactwo. Podobny motyw znajdujemy w bajce o koniku Garbusku, autor której pochodził z tego samego regionu. Zresztą etykietyka szatą graficzną nawiązuje do klasycznej szaty graficznej bajek rosyjskich (zwłaszcza literackich).

Do legendy nawiązuje też nazwa „40 островов”. Zgodnie z legendą jest gdzieś na Włodzie miejsce, nazywane przez rdzenną ludność „40 wysp”, w którym do tej pory zachowała się nieskażona cywilizacją przyroda. I to właśnie to miejsce było inspiracją do stworzenia linii wódek przepelnionych ciepłem letniego słońca i miętowym orzeźwieniem, w których wyczuwa się smak żyta i lekkość chmielu, aromat dzikiej róży i wierzb, które napelniają spokojem (<http://voxdesign.md/info.php?id=154>).

2.2. Nazwy z idiomami

Niektóre nazwy z cyfrą są idiomami. Za czasów Nikity Chruszczowa, z inicjatywy którego w 1958 roku wprowadzono zakaz sprzedaży wódki na kieliszki w stołówkach, barach i tanich placówkach masowego żywienia, pojawił się idiom „*на троих*”. Butelka wódki razem z zakąską kosztowała trzy ruble. Żeby kupić pół litra wódki z zakąską, trzy osoby zrzucały się po rublu. Rubla żona codziennie dawała na obiad (Мирошниченко 1998). Idiom ten jest nazwą wódki „*На троих*”. Nazwy „*Удалая троица*”, „*Три по сто пятьдесят*”, „*Трое в лодке*” również nawiązują do tego idiomu. Idiomem jest też nazwa „*Опять 25*”. Wyrażenie to użyte zostało w znaczeniu „powtórzenia tej samej już niejednokrotnie wykonywanej czynności”. Można je odczytać jako zachętę do wypicia kolejnego toastu.

2.3. Nazwy z „dobrymi” liczbami

Niektóre z liczb charakteryzują się szczególną magią. Takie liczby, jak 3, 5, 7, 12, w różnych kulturach mają szczególny pozytywny status. Oznaczają dążenie do osiągnięcia i zachowania harmonii, równowagi i doskonałości, symbolizują człowieka i mikrokosmos, życie na łonie natury, szczęście. Takie liczby w nazwach budzą zaufanie i dla wielu konsumentów są zapowiedzią dobrego zakupu (Чайков, Чайкова). Oprócz liczby „*три*” w nazwach wódek rosyjskich pojawiają się również „*пять*” i „*сидем*”. Przykłady: „*По пять капель*”, „*Пять капель*”, „*Довгань Дамская нр 5*”, „*7 самураев*”, linia wódek pod wspólną nazwą „*Великая семерка*”. Cyfra 5 w nazwie „*Довгань Дамская нр 5*” powinna kojarzyć się z perfumami Channel nr 5. Zastosowanie takiego skojarzenia było celowe, ponieważ adresatem tej wódki są kobiety, co zostało dodatkowo podkreślone słowem „*дамская*”. Pełz gorzkiej ironii jest w nazwach „*По пять капель*”, „*Пять капель*”, „*Три капели*”. To z powodu faktu, że w obyczajowości rosyjskiej skłonność do nadużywania mocnych trunków jest powodem do dumy, a człowieka często ocenia się w zależności od tego, ile może wypić (Тимофеев) Producent białoruskiej wódki „*На семи холмах*” podaje siedem powodów, dla których warto zainteresować się tą wódką. Są to: wysoka jakość, nowoczesny design, dostępność, rozsądna cena oraz zakorzenienie w tradycji, szczególnie w czasach Katarzyny Wielkiej, kiedy to wódka była cennym podarunkiem. Ponadto już w starożytności cyfrę siedem obdarzano dużym poważaniem, była bowiem symbolem anioła, szczęścia i sukcesu. Nazwa „*На семи холмах*” nawiązuje do faktu, że Mińsk, stolica Białorusi, położony jest na siedmiu wzgórzach, podobnie jak na przykład Rzym (www.brestvodka.com/about/news/2012/2). Odwołuje się więc do patriotyzmu lokalnego konsumenta.

Magiczna cyfra „*сидем*” znalazła się również w nazwie „*Семь ветров*”. Nazwa oraz design: szybujący na wietrze ptak, uginające się od poddmuchu wiatru kłosa pszenic, kojarzą się nie tylko z wolnością, ale też z naturalnością

i czystą przyrodą. Nieprzypadkowa jest nazwa linii wódek „12 Имен”. Obejmuje ona dwanaście wódek nazwanych najbardziej popularnymi imionami męskimi „Александр”, „Владимир”, „Николай”, „Сергей”, „Юрий”, „Виктор”, „Дмитрий”, „Иван”, „Андрей”, „Игорь”, „Алексей”, „Михаил”. Znaleziono również linię wódek o nazwie „12 Месяцев”, składającą się z czterech wódek – każda z wizerunkiem innej pory roku na etykietce.

2.4. Тройка

Symbolem narodowym, uosobieniem dziarskiej duszy rosyjskiej i bezkresnych rosyjskich przestrzeni jest rosyjska trojka – tradycyjny zaprzęg z trzech koni w jednym rzędzie ciągnących powóz, sanie itp. Wizerunek trojki bardzo często był wykorzystywany na etykietkach. Najczęściej przedstawiano na nich jazdę zimą, być może jako kontrast do rozgrzewających własności mocnego trunku. Oprócz tego biały czysty śnieg na etykietkach powinien być sugerować wysoką czystość zawartości butelki (Дроздов). Takie właśnie treści i skojarzenia niosą nazwy wódek „Сибирская тройка”, „Русская тройка”, „Тройка”.

3. HISTORYCZNE ASPEKTY NAZW WÓDEK Z KOMPONENTEM CYFR

Wymienione wyżej nazwy zawierają aspekt kulturowy. Aspekt historyczno-kulturowy kryje się w nazwach „Три рюмки”, „40/0,5 водка сорок ноль пять”. „Три рюмки” to nazwa jednego ze statków Piotra I. Statek ten uczestniczył w bojach o dostęp do Morza Azowskiego i Bałtyckiego, a dewizą załogi było utrzymanie ducha bojowego na najwyższym poziomie, aby dać świadectwo siły floty rosyjskiej oraz zachowanie zasady umiaru w spożywaniu mocnych napojów. Cyfra 40 w nazwie „40/0,5 водка сорок ноль пять” przywołuje pamięć o D. Mendelejewie, którego uważa się za twórcę 40-procentowej wódki rosyjskiej. „0” należy odczytać jako zero wątpliwości, że wódka ma 40%. A wątpliwości co do mocy mogłyby się pojawić, ponieważ 150 lat temu szklane opakowania były w Rosji rzadkością. Do butelek wódkę rozlewano dopiero w oberży. Transportowana w beczkach, na skutek parowania spirytusu, traciła moc. Aby temu zapobiec minister finansów zgłosił do Dumy Państwowej propozycję, aby podnieść moc wódki z 38 do 40%. Wniosek ten został zatwierdzony przez Aleksandra II 6.12.1866 roku. Od tej pory mówimy o rosyjskiej wódce. Cyfra 5 informuje o 5 etapach procesu produkcyjnego. Poza tym ta niezwykła nazwa informuje nie tylko o mocy trunku – 40%, ale i pojemności butelki – 0,5 l (<http://prtrend.ru/2011/11/23/оригинальный-бренд-«водка-4005»-собирает/>).

Aspektu historycznego można doszukać się też w nazwach ze słowem „столетняя”. Sugeruje ono, że wódka została wyprodukowana w oparciu

o recepturę sprzed ponad stu lat. Znalezione kilka takich nazw: „Уфимская столетняя”, „Уржумская столетняя”, „Столетняя Чебоксарская”, „Шуйская столетняя”, „Водка столетняя чистопольская”. Wódka „Новгородская столетняя” – to wódka jubileuszowa, wyprodukowana z okazji 100-lecia producenta. Jubileuszową jest również nazwa „Тысячелетие Казани. Золотой век”.

Do pewnych faktów z historii średniowiecznej Rusi odnosi się nazwa „Тысяцкая”, która pochodzi od tytułu „тысяцкий” (od słowa „тысяча” oznaczającego pododdział składający się z 1000 osób i dzielący się na setnie). Tytuł ten na Rusi Kijowskiej, Nowgorodzkiej i Moskiewskiej nosiła osoba stojąca na czele pospolitego ruszenia, wybierana spośród bojarów, będąca jednocześnie sędzią w sprawach handlowych i zajmująca się pobieraniem podatków.

Nuta nostalgii za czasami Związku Radzieckiego kryje się w takich nazwach wódek, jak „3.62” i „4.12”. W czasach rozwiniętego socjalizmu 3 ruble 62 kopiejki kosztowało pół litra wódki „Московская”, 4.12 – to cena wódki „Столичная”. Czyż Rosjanin mógłby zapomnieć te cyfry? (<http://labelworld.ru/article.aspx?id=19557&iid=904>)

Przełom wieków znalazł swoje odbicie w dość banalnej, zastosowanej przez kilku producentów nazwie „XXI век”. Niezależnie od producenta znaczenie nazwy jest podobne w każdym przypadku. Chodzi o kontynuację tradycji (stare receptury) i zastosowanie nowych technologii, o wpisanie się na karty nowego tysiąclecia. Wódka „XXI век” – to wódka czasów obecnych i przyszłych, ale z tradycjami.

Nawet marka *Smirnoff* wykorzystała cyfry w nazwie „Смирновъ nr 21”. Nazwa ta nawiązuje do początków historii brandu, do czasów, gdy wódkę tę określano potocznie mianem „смирновка”, a receptura jej była zarejestrowana pod numerem 21 jako „вино столовое” (<http://winestyle.ru/pro-ducts/Smirnov-21.html>).

4. INNE ASPEKTY NAZW WÓDEK Z KOMPONENTEM CYFR

4.1. Cyfry odwołujące się do patriotyzmu

Producenci, chcąc zainteresować konsumenta swoją produkcją, często odwołują się do jego lokalnego patriotyzmu i wykorzystują w tym celu w nazwach nie tylko motywy legend, elementy charakterystyczne dla danego regionu czy fakty historyczne związane z tym regionem. Obecnie na rynku rosyjskim istnieje sporo wódek z cyfrowym kodem regionów Rosyjskiej Federacji, stosowanym jako państwowe znaki rejestracyjne środków transportu, na przykład „Регион 27”, „Поморье 29 RUS”, „Регион 55”, „Регион 1959 HH-6” itp. Numer oznacza region, z którego wódka pochodzi. Odnaleziono również nazwę, w której podana została szerokość geograficzną miejscowości – siedziby producenta: „Аквадив 54 параллель”. Celem producenta, nadającego taką właśnie nazwę, była chęć zainteresowania lokalnego konsumenta kupnem rodzimej wódki.

4.2. Męska tematyka

Wódka pozycjonuje się przede wszystkim jako trunk „męski”, adresowany głównie do mężczyzn. Ukierunkowanie na konkretnego konsumenta znalazło swoje odbicie w „męskich” nazwach, należących do „męskiej” tematyki związanej z wydarzeniami wojennymi, bronią oraz z motywami rycerskimi czy kozackimi (Тимофеев). Przykłady: „AK-47” – to nazwa i wódki, i popularnego automatu; numer 47 oznacza typ broni: ta wódka jest tak samo niezawodna i wysokiej jakości, jak broń. Tematyka rycerska jest realizowana w wymienionych wcześniej nazwach „Три богатыря”, „33 богатыря”, „7 самураев” oraz w nazwie „Два казака”.

4.3. Cyfry jako charakterystyka produktu

Często producenci w nazwach chcą przekazać konsumentowi informacje o szczegółach procesu produkcji, przede wszystkim tych elementów technologii, które mają bezpośredni wpływ na jakość produktu. Najczęściej dotyczy to filtracji, podczas której zastosowano metale szlachetne: złoto i srebro. Stąd w wielu nazwach wódek występuje słowo „золотой” lub „серебряный”. Znalaziono również nazwę, w której dla przekazania informacji o zastosowaniu odpowiedniej filtracji wykorzystano cyfry. Jest to wódka „999,9”. Cyframi tymi oznaczają się złoto i srebro najwyższej próby, a więc i wódka jest najwyższej klasy. Znalaziono również nazwę „Дистар 40/60”, w której cyfry są informacją, w jakich proporcjach w procesie produkcji połączono spirytus z wodą. Cyfra 40 w nazwach „40 Капель”, „40 градусов” wskazuje na moc trunku. Znalaziono jedną nazwę w języku angielskim „Forty Degrees”. W tłumaczeniu oznacza ona „40 stopni”. Temperatura 40 stopni w skali Fahrenheita odpowiada trzem stopniom Celsjusza i jest to idealna temperatura serwowania wódki. „Энерджи 24” – zarówno nazwa, jak i napis na butelce – „24 часа энергии” – wskazują na pobudzające własności trunku.

4.4. Cyfry oznaczające serię

Zdarzają się też nazwy z zapisem cyfrowym, który nic pozornie nie reprezentuje. Przykłady: „Водка казенная нр 1”, „Водка казенная нр 2”, „Водка казенная нр 3”, „Водка Шустов 0,5”, „Водка Шустов нр 1”, „Водка Шустов нр 2”, „Водка Шустов нр 3”, „Водка Шустов нр 4”, „Водка Шустов нр 5”, „Водка Шустов нр 7”, „Водка Шустов нр 8”, „Полугар нр 1. Рожь и Пшеница”, „Полугар нр 2. Чеснок и Перец”. Nadanie kolejnego numeru w ramach danego gatunku tworzy serię. Jest to zabieg celowy ze względów marketingowych. Takie posunięcie budzi ciekawość konsumenta i przekłada się na konkretne zachowania nabywcze. Konsument, powodowany chęcią sprawdzenia walorów nowego produktu, porównania go z poprzednimi, kupi ten produkt. W ten sposób tworzy swoistą „kolekcję”.

5. NAZWY ZE SŁOWAMI ZE ZNACZENIEM MIARY

Udaną nazwą jest „*Стопарик*”. Można ją traktować jako bogate źródło informacji o produkcie, ale również jako nawiązanie do tradycji. Słowo *стопарик* oznacza nieduży kieliszek o pojemności 100 ml (w takim opakowaniu wódka ta jest sprzedawana). Nazwa pochodzi właśnie od słowa *sto* i związana jest w kulturze rosyjskiej z tradycyjną porcją wódki wypijaną jednorazowo. Jest to, jak mówią, *любимый размерчик*. Z takiej ilości wynikają dodatkowe korzyści: nie ma przymusu kupowania całej butelki, zatem cena jest przystępna, nie potrzeba korkociągu, idealnie nadaje się na pikniki, a na pamiątkę zostaje kieliszek. Kieliszek ten jest fasetowany (*граненый*), przewróciwszy się, nie staczał się ze stołu, a jego historia liczy sobie już ponad 300 lat.

Nawiązując do tego właśnie kieliszka, należy wymienić w tym miejscu nazwę „*Наркомовская норма*”. Butelka wódki o tej nazwie wyróżnia się ciekawym designem. Dolna jej część – to wierna kopia fasetowanego kieliszka. Wódka sprzedawana jest w komplecie z takim kieliszkiem. Podobny design ma butelka białoruskiej wódki o nazwie „*Добрая шклянка*”. Dolna część butelki tej wódki również ma kształt fasetowanej szklanki. Sugestie co do ilości wypijanej jednorazowo wódki zawarte są w nazwach „*Сотка*” i „*По граммულке*”. Słowo *сотка* oznacza ilość (setka) oraz naczynie o tej pojemności 100 ml, *граммулька* pochodzi od słowa *gram* i oznacza bardzo małą ilość. Ileż więc jest przewrotności w nazwie „*По граммулке*”! Z drugiej, jednak, strony można by traktować wyrażenie *по граммулке* jako zaproszenie do rozpoczęcia zakrapianej imprezy. W języku polskim odpowiadałoby mu powiedzenie „po maluchu”.

W nazwie „*Демидедовский штоф к столу*” słowo *штоф* oznacza dawną jednostkę objętości stosowaną w Rosji przed rewolucją. *Штоф* stanowił 1/10 wiadra czyli 1,23 litra. W nazwie wykorzystano słowo *штоф*, chociaż butelka jest półlitrowa. A skoro jesteśmy przy dawnych jednostkach objętości, warto wspomnieć też o nazwach ze słowem *чарка*: „*Чарка*”, „*Царская чарка*”, „*Хмельная чарка*”, „*Чарка Беспохмельная*”. Czarka stanowiła 1/100 wiadra i równała się 0,123 litra. Słowo to użyte zostało w nazwach wymienionych wódek raczej dla podkreślenia związku z tradycją, ponieważ pojemność butelek, w których te wódki są sprzedawane, waha się od 0,25 do 1 litra.

6. PODSUMOWANIE

Podsumowując, można stwierdzić, że zebrane przykłady zaskakują niekiedy pomysłowością. Istnieją nazwy wskazujące na to, że odbiorcą jest mężczyzna, informujące o charakterystycznych cechach i właściwościach towaru, niektórych szczegółach technologii i sugerujących rodzaj opakowania. W większości nazw jednak cyfry odnoszą się do aspektów historycznych, kulturowych, kojarząc

produkt z regionem. Jest to działanie zamierzone, ponieważ poprzez zawartą w nazwie informację o miejscu pochodzenia produktu producenci chcą wpłynąć na decyzje nabywcze konsumentów. Zebrane przykłady są jednocześnie dowodem na to, że cyfry dają olbrzymie pole do popisu w namingu. Ostatnio obserwuje się coraz powszechniejsze wykorzystanie ich w nazewnictwie nie tylko alkoholi.

BIBLIOGRAFIA

- Družbica A., *Funkcjonowanie nazw handlowych*, www.knj.uni.opole.pl/artykuly.html
- Astner J. (2012), *Nazwy numeryczne. Innowacyjny naming*, http://marketing.nf.pl/Artykul/13497/Str_2/Nazwy-numeryczne-Innowacyjny-naming/budowanie-marki-naming-nazewnictwo-nazwy-numeryczne/
- Дроздов А., *Судьба «Богатырей»*, <http://labelworld.ru/article.aspx?id=17823&iid=824>
- Дроздов А., *Русская тройка на водочных этикетках*, <http://labelworld.ru/article.aspx?id=18277&iid=848>
- Мирошниченко Л. (1998), *Энциклопедия алкоголя*, <http://otvet.mail.ru/question/15504371>
- Тимофеев М., *«Водка мужского рода» национальные особенности гендерной семантики российской алконимии (1992–2003)*, www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Article/tim_vodka.php
- Чайков М. Ю., Чайкова О. М., *Использование «магии чисел» в маркетинге*, <http://www.dis.ru/library/market/archive/2006/4/4208.html>

Halina Stelmach

RUSSIAN VODKA NAMES WITH NUMBER AND MEASURE COMPONENTS

(Summary)

The article analyses the vodka names containing numbers written in words or digits. The numerical names have long been used by naming specialists as a successful marketing trick. Combining words or letters with digits results in creating interesting names that not only arouse curiosity but also are easily remembered or written down. This is particularly important nowadays, when we are given the fast growing number of chrematonyms. The names with number components are also a source of information about the product, describing its characteristics or even some technological details in a more interesting way than it is done in traditional names. What is more, thanks to such names, invoking cultural, historical or geographical aspects, the product can be associated with a particular region, thus influencing the consumer's decision.

The article also examines the names with the measure components.