

Izabela Domaciuk-Czarny

Chrematonimy na polskich stronach internetowych wirtualnych państw i społeczeństw

Prace Językoznawcze 13, 73-86

2011

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.

Izabela Domaciuk-Czarny
Lublin

Chrematonimy na polskich stronach internetowych wirtualnych państw i społeczeństw

Chrematonyms on the Polish Websites of Micronations

The article discusses forms and functions of chrematonyms, proper names, found on Polish websites of micronations. The author tries to prove that chrematonyms bear a similarity to customary proper names and that their structures depend on the interests of micronations' founders.

Słowa kluczowe: chrematonimia, zabawa słowem

Key words: chrematonym, micronation, wordplay

Powstanie polskich państw wirtualnych przypada na wiek XX, pierwsze z nich pojawiły się w drugiej połowie lat 90., jednak dopiero od kilku lat intensywnie wpisują się one w internetową komunikację językową i w zmediatyzowaną rzeczywistość¹.

Wirtualne państwa, nazywane także mikronacjami, to inaczej społeczności internetowe zajmujące się symulacją państwa w warunkach wirtualnych². Społeczności te skupiają się na tworzeniu różnych obszarów ludzkiej działalności w ramach egzystencji danego narodu: czasami kładą nacisk na sferę gospodarczą w rozwoju państwa, polityczną, ustawodawczą (wtedy na stronie takiego państwa w sieci znajdujemy głównie konstytucje, odezwy, dekrety, ustawy itp.), innym razem najważniejszą sprawą dla obywateli mikronacji staje się np. szeroko pojęta kultura. Od tych zainteresowań netizenów³ uzależnione są onymi na stronach państw w sieci.

¹ O nazwach w zmediatyzowanej rzeczywistości zob.: K. Skowronek, M. Rutkowski: *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*. Kraków 2004, s. 17–28.

² Zob. hasło *Wirtualne państwo* w wirtualnej encyklopedii: <http://pl.wikipedia.org/wiki/Wirtualne_państwo>.

³ *Netizen* to termin anglojęzyczny, oznacza 'obywatela sieci, czyli Internetu' (*net* 'sieć' + *citizen* 'obywatel').

Mówiąc o nazwach własnych wpisanych w ten wirtualny świat, należy wziąć pod uwagę odrębność jego przestrzeni wobec świata realnego. Badając internetowe społeczności, tzn. grupy obywateli danego państwa, którzy zazwyczaj czynnie włączają się w jego rozwój, możemy określić ich kondycję jako kondycję techno-społeczną w przestrzeni generowanej komputerowo⁴. Proces powstawania nazwy uzależniony jest od wielu czynników, m.in. od samego internauty oraz przestrzeni terminalnej, w której działa. W owej przestrzeni następuje przeformułowanie wyznaczników tożsamości podmiotu, powstaje nowa koncepcja podmiotu, zawierająca w sobie to, co ludzkie, i to, co technologiczne. Tożsamość podmiotu określana przez pryzmat miejsca i przynależności nie jest tu tak istotna, jak w przypadku przynależności do realnie istniejącego państwa i społeczeństwa. Obywatel-internauta pod różnymi nazwami (nickami) może przecież uczestniczyć w tworzeniu różnych wirtualnych państw, może przebywać w kilku przestrzeniach równocześnie, a w pełni nie należeć do żadnego miejsca, gdyż miejsce nie stanowi tutaj fundamentu samookreślenia dla podmiotu⁵. Przykładem niech będzie tekst na stronie Królestwa Samundy, w którym czytamy: „Nie wymagamy od uczestników zabawy wyłączności w ramach v-świata. Nie przeszkadza nam, że będąc obywatelem/ką Królestwa chcesz aktywnie działać gdzieś indziej, pod tym samym lub innym imieniem. Nie postrzegamy innych wirtualnych państw jako zagrożenia lub konkurencji, gdyż zbyt wiele nas różni”⁶.

Na kondycję podmiotu wpływa również poziom zaangażowania w tworzenie poszczególnych stron wirtualnej krainy: podmiot w przestrzeni terminalnej może stać się obywatelem, z mieszkańca przeradza się w uczestnika, który wpływa na funkcjonowanie danej grupy społecznej, a jeśli do formy uczestnictwa dołączymy jakąś ważną funkcję społeczną, wówczas taki obywatel jest twórcą pewnej gałęzi życia wirtualnego kraju – jego historii, gospodarki, systemu edukacyjnego itp., jest też twórcą nazw własnych pojawiających się na stronach z takimi informacjami. Może także wystąpić redukcja obecności podmiotu do percepcji, jedynie do odbioru treści z Internetu, bez jego współdziałania. Jednak nawet tacy internauci mają pewien wpływ na teksty i obrazy wpisane w strony v-państwa, ponieważ ta specyficzna mapowana, postulowana i realnie nieistniejąca przestrzeń, składająca się z katalogu różnych tekstów, jest przestrzenią uczestnictwa (interakcji).

⁴ Opis przestrzeni terminalnej znajduje się w pracy Marcina Mazurka, który za Scottem Bukatmanem określa tę przestrzeń jako „miejsce symbolicznego sprzężenia tego, co ludzkie, z tym, co elektroniczne” (określenie „terminalny” odsyła tu więc do sformułowania „terminal komputerowy”, a nie do słów „końcowy”, „przedśmiertelny”). Zob. M. Mazurek: *Cyberpolis. Podmiot w przestrzeni terminalnej*. [W:] *Dylematy wielokulturowości*. Pod red. W. Kalagi. Kraków 2004, s. 295–296.

⁵ Ibidem, s. 305.

⁶ Zob. <http://www.samunda.only.pl/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1>.

Nazwy geograficzne i osobowe to dwie największe grupy onimów występujące na interesujących nas stronach WWW. Chrematonimy stanowią niewielki procent onomastyki danego państwa, dlatego z korzyścią dla przeprowadzanych tu analiz należało wziąć pod uwagę szeroką definicję chrematonimów, uwzględniającą m.in. efekty pracy umysłowej człowieka, tytuły hymnów (ideonimy), nazwy grup, organizacji, stowarzyszeń (chrematonimia społecznościowa w ujęciu Artura Gałkowskiego⁷), nazwy wyznań i kościołów, świąt, nagród, wyróżnień, firmonimy, itp.

Osoby będące autorami stron z wirtualnymi państwami dbają o ich wysoką jakość: tworzą odpowiednią nazwę kraju oraz prowincji w jego obrębie, godło państwa, hymn (oprócz tytułu hymnu czasem podane są słowa pieśni), podają też opis miast, krain, przedstawiają historię państwa, jego gospodarkę, kulturę i politykę zagraniczną, związki z innymi państwami, rozejmy, sojusze, unie, a niejednokrotnie polityczne konflikty. Chrematonimy związane są więc z różnymi dziedzinami życia internetowej społeczności. Wśród tej grupy nazw przeważają formy w języku polskim, zdarza się jednak zamiłowanie twórcy nazw do języków obcych, przede wszystkim angielskiego (np. tytuł hymnu Triumwiratu Erboki to *Imagine*)⁸. Tytuły hymnów przeważnie są ideonimami znaczącymi w tym sensie, że odpowiadają duchowi społeczności określonej mikronacji, nazwie państwa, jego idei, celom i przesłaniom: *Symfonia Cesarstwa* (hymn Cesarstwa Leblandii), *Wielka Sarmacja* (Księstwo Sarmacji), *Oda do Polonii* (Republika Wielkiej Polonii), *Hymn Wszechsławiański* (hymn Zjednoczonej Federacji Mikroślawii), *Do brugijskiego narodu wołanie* (Zjednoczone Królestwo Brugii), *Rządy Cesarza Niech Trwają Lat Tysiące* (hymn Cesarstwa Tokugawa), *Sora* (prawdopodobnie w jęz. suahili; Zjednoczone Królestwo Samundy), *Charanguito*⁹ (Cesarstwo Aztec). Tylko sporadycznie zdarza się, by na stronie państwa podane były słowa pieśni będącej hymnem państwowym (jak w przypadku hymnu Republiki Winktown *Zakłęci w pustyni*), najczęściej jest to utwór muzyczny bez słów lub posiadający słowa, ale niezapisane¹⁰. Tytuły hymnów państw istniejących w realnej rzeczywistości analizowane były ze względu na charakterystyczne dla nich pola stylistyczno-semantyczne, aksjologię podkreślaną odpowiednimi leksemami i odpowiadającymi im pojęciami wartości,

⁷ Zob. A. Gałkowski: *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*. Łódź 2008, s. 129–134.

⁸ W Erboce wpływ języka angielskiego zaznaczył się ponadto w treści hasła imprezy kulturalnej *Dni Temidy*: „Shining in glory for all men to see”.

⁹ *Charanguito* to rodzaj muzyki wykonywanej za pomocą instrumentu południowoamerykańskiego, zwanego *charango*.

¹⁰ Brak zapisanych słów może być wynikiem trudności językowych, np. hymnem Samundy „Sora” jest piosenka wykonywana prawdopodobnie przez artystę pochodzącego z Afryki w którymś z języków tego kontynentu.

a także funkcje, np. identyfikującą, socjalizującą i emocjonalną¹¹. Funkcje te widoczne są też w powyższych tytułach, słowa w nich zawarte wyrażają treści ważne dla określonej społeczności mikronacji, należy zwłaszcza podkreślić poczucie wspólnoty i więzi wirtualnego narodu. Nowością są tu natomiast obcojęzyczne leksemy w tytułach tworzonych przez polskich internautów (nie chodzi już tylko o powszechny w Internecie język angielski, ale o inne bliżej nieznanne Europejczykom języki), co ma wskazywać na związek z drugim obok polskiego, urzędowym językiem danego państwa (np. suahili w Samundzie czy nahuatl w Cesarstwie Aztec). W autentycznych tytułach hymnów pojawiają się zwroty do ojczyzny („Przebudź się, Rumunio” czy „Kochana Ojczyzno”¹² – hymn Bułgarii), tu również mamy taki przykład: *Wielka Sarmacja*, natomiast nie zdarza się, by w autentycznym tytule wystąpiły określenia odmiennych wobec hymnu gatunków typu „oda” czy „symfonia”, co ukazane jest w powyższych przykładach ze stron internetowych.

O cechach denotatu w sposób przejrzysty informują nazwy czasopism. Tytuły te pełnią takie funkcje, jakie wyodrębnili W. Pisarek i S. Gajda, a więc przede wszystkim funkcję oznaczania, deskryptywną i pragmatyczną, oddziałującą na odbiorcę¹³. Ideonimy te charakteryzują oznaczany obiekt, przekazują o nim podstawowe informacje, np.: *Kurier Cesarski*, *Gargian* (miesięcznik o modzie, muzyce i filmie; nazwa nawiązuje do Gargii, prowincji Leblandii), *Games Land* (ang. ‘kraina/świat gier’, miesięcznik na temat gier komputerowych), *Gazeta Polondzka* (w Wielkiej Polondii), *Gazeta Furlandzka* (w Księstwie Furlandii), *Gazeta Codzienna* (w Brugii), *Na beczce prochu, przy butelce rumu* (gazeta wydawana w Tortudze, Ojczyźnie Piratów), a także tytuły prasy sarmackiej: liberalny *Tygodnik Grodziski*, konserwatywne *Czasy*, *Goniec Czarnoleski*, *Kulisy Grodziska* i *Nieregularnik Wolnościowy Radykalne Nowiny* (Czarnolas i Grodzisk to nazwy geograficzne obiektów usytuowanych w Sarmacji). Nazwy te, przypominające deskrypcje jednostkowe, zawierają elementy tradycyjnej prasowej praktyki nazewniczej, ale wnoszą też do niej pewne nowe aspekty. Leksemy *kurier*, *gazeta* czy *goniec* w postaci członu utożsamiającego w tytule powtarzały się już w prasie okresu przedwojennego¹⁴. Tytuł również lokalizuje denotat w przestrzeni, pismo związane jest więc ze stroną państwa o nazwie *Polondia* czy *Furlandia*. Inną cechą powyższych tytułów jest brak określeń leksykalnych

¹¹ Zob. R. Łobodzińska, M. Peisert: *Aksjologia w tytułach hymnów państwowych*. [W:] *Nowe nazwy własne – nowe tendencje badawcze*. Pod red. A. Cieślukowej, B. Czopek-Kopciuch i K. Skowronek. Kraków 2007, s. 573–586.

¹² Tytuły hymnów krajów europejskich podane są w wersji polskiej w artykule R. Łobodzińskiej i M. Peisert: *Aksjologia w tytułach hymnów państwowych*, s. 583–585.

¹³ W. Pisarek: *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*. Kraków 1967, s. 25; S. Gajda: *Spoleczne determinacje nazw własnych tekstów (tytułów)*. „Socjolingwistyka” 1987, 6, s. 84.

¹⁴ Zob. K. Skowronek, M. Rutkowski: *Media i nazwy...*, s. 49–50.

wskazujących na umiejscowienie pism w Internecie (brak takich słów, jak „online”, „internetowy”), jednak fakt ten daje się wyjaśnić naturą państw wirtualnych, które funkcjonują w tej samej przestrzeni, co ich wytwory, nie ma więc potrzeby wskazywania na jakiś dodatkowy kanał przepływu informacji, w którym te pisma miałyby egzystować. Wyróżnikiem pism internetowych niezwiązanych z mikronacjami są takie cechy, jak znoszenie oficjalności, humor, zmniejszanie dystansu czy moda na „młodzieżowość”¹⁵. Niektóre z nich występują również w obrębie interesujących nas ideonimów. Istotną nowością potwierdzającą powszechność tendencji globalizacyjnych w komunikacji internetowej jest zamiłowanie do tego, co obce, zwłaszcza „zachodnie”, stąd pojawiają się tytuły z leksykalnymi elementami przejętymi z języka angielskiego, ale również z innych języków, np. francuskiego (por. *Le Quotidien* – periodyk wydawany w Królestwie Dreamlandu). Powstawanie takich onimów powiązane jest więc z przejmowaniem różnych elementów kultury masowej, w tym właśnie słów i nazw obcojęzycznych, „które funkcjonują w odbiorze społecznym jako nośniki idei otwarcia na świat, nadszycia za modą i światowymi trendami”¹⁶.

Nazwy organizacji, ruchów, klubów, stowarzyszeń, partii, organów państwowych oraz ministerstw najczęściej tworzone są na wzór nazw autentycznych, np.: *Sułtańskie Centrum Badań Kosmicznych*, *Sułtańskie Siły Zbrojne* (Sułtanat Al-Rajn), *Leblandzka Agencja Mody*, *Leblandzka Agencja Informacyjna*, *Towarzystwo Geograficzne Cesarstwa Leblandii*, *Instytut Zasłużonych dla Kultury i Sztuki Leblandii*, *Ministerstwo Propagandy* (Cesarstwo Leblandii), *Stowarzyszenie Miłośników Parowej Maszyny Drukarskiej*, *Nocny Instytut Historyczny* (Triumwirat Erboki), *Grodziskie Towarzystwo Naukowe*, *Ruch Sanacja Sarmacji*, *Partia Liberalistów Rzeczypospolitej*, *Sarmacki Klub Miłośników Komunikacji Miejskiej*, *Związek Miłośników Tabaki* (Księstwo Sarmacji), *Związek Strzelecki* (Okoczia). W internetowym Królestwie Prus nazwy ministerstw to także onimy realistyczne, czytelne, niektóre przejęte z zasobu nazw autentycznych: *Ministerstwo Finansów*, *Ministerstwo Obrony Kraju*, *Ministerstwo Nauki, Sportu i Dziedzictwa Narodowego*, *Ministerstwo Spraw Zewnętrznych i Wewnętrznych*.

Nazwy w świecie internetowym są zatem tym elementem, który wskazuje na wtórność tego świata wobec rzeczywistości realnej, niejednokrotnie na jej odwzorowanie czy też powielenie. Ukazane jest to również w tych nazwach, które ze względu na utrudnioną obcojęzyczną formę przekazu wymagają komentarza wyjaśniającego ich znaczenie. W Zjednoczonym Królestwie Samundy, które reprezentuje wirtualny Czarny Łąd, nazwy organów rządowych brzmią zupełnie

¹⁵ Ibidem, s. 105.

¹⁶ A. Siwiec: *Przestrzeń miejska jako przestrzeń onimiczna (uwarunkowania lingwistyczno-kulturowe)*. [W:] *Przestrzeń zróżnicowana językowo, kulturowo i społecznie. Miasto*. Pod red. M. Święcickiej. Bydgoszcz 2006, s. 117.

obco dla odbiorcy polskiego, ponieważ mają przypominać języki afrykańskie, jednak kontakt z tym odbiorcą nie jest zakłócony, gdyż każda z uduziwnionych nazw otrzymuje w wyjaśnieniu swój polski odpowiednik nazwy ministerstwa, np.: *Okotokuwano* – „urząd podobny do Ministerstwa Spraw Zagranicznych”, *Debeni* – „urząd podobny do Ministerstwa Spraw Wewnętrznych”, *Asokwafo* – „urząd podobny do Ministerstwa Obrony Narodowej”, *Perehafo* – „urząd podobny do Ministerstwa Nauki, Kultury i Sportu”. Możemy tu mówić o pewnego rodzaju projekcji świata realnego za pomocą nazw.

Niektóre nazwy tworzą skrótowce: *Sarmacki Ośrodek Badania Opinii Społecznej* = *SOBOP*, *Sarmacki Ośrodek Niezależnych Diagnoz i Analiz* = *SONDA*, w Niepodległym Królestwie Podlasia odnotowujemy istnienie *Podlaskiej Komunikacji Samochodowej* = *PKS* oraz *Państwowych Kolei Podlaskich* = *PKP*. Są też formacje o funkcji ekspresywnej: *Sarmacki Ruch Unitarny* = *SRU*, *Zajebista Unia Sarmacji* = *ZUS*. Podstawą efektu komicznego skrótowców jest tu ośmieszenie szablonowego słownictwa oficjalnego i urzędowego¹⁷ dzięki specyficznym efektom fonicznym z ekspresją dźwiękową (*SRU*) lub zamierzonej zbieżności formy słowotwórczej ze skrótem nazwy instytucji powszechnie znanej w Polsce (*ZUS*).

Ekspresja wpisana jest także w nazwy niektórych grup artystycznych, np. sarmacki *Śnięty Leszcz* – grupa założona przez Henryka hrabiego von Thorn-Leszczyńskiego (*Leszcz* nawiązuje tu do gatunku ryby i prawdopodobnie do nazwiska *Leszczyński*), związana z Klubem Awangardowym *Dupek Żołędny*¹⁸; nazwy partii, np.: *Gellońska Partia Sukcesu*, *Dreamlandzka Partia Uzasadnionego Optymizmu*; nazwy kościołów i wyznań: *Mroczny Zakon*, *Różowy Kościół Bravogirla* (por. „Bravo Girl” – popularne pismo dla nastolatek), *Świątynia Chwały Medialnej* (utworzona, by uczcić potęgę Cesarstwa Leblandii w realnych mediach); nazwy odznaczeń: ordery *Wiśni* i *Muchomora* ustanowione przez prefekta Gargii, prowincji Leblandii. Rzeczowniki występujące w nazwie tych orderów mają swe konotacje pozytywne (*wiśnia*) lub negatywne (*muchomor*), które odczytujemy z tekstu wyjaśniającego, za co te odznaczenia są nadawane: *Order Muchomora* jest przeznaczony dla tych, którzy mówią źle o Cesarstwie i Cesarzu Leblandii, zaś *Order Małej Wiśni* i *Średniej Wiśni* nadawany jest za pochwały kierowane publicznie pod adresem Cesarza i Cesarstwa. Informację tę, zniechęcającą przecież do idei wolności słowa, należy traktować z przymrużeniem oka, zwłaszcza że przeważnie nadawane są Ordery Wiśni, a nie Muchomora.

¹⁷ Por. D. Butler: *Polski dowcip językowy*. Warszawa 2001, s. 81.

¹⁸ Od lat 70. XX w. wyrażenie „duppek żołędny” funkcjonuje jako obelga w znaczeniu ‘niekołżeński, szkodzący kolegom w różny sposób, wykorzystujący innych’. Zob. L. Kaczmarek, T. Skubalanka, S. Grabias: *Słownik gwary studenckiej*. Lublin 1994, s. 75. Wcześniej „duppek żołędny” oznaczał ‘walet treflowy’, a więc mało znacząca karta.

Typowymi nazwami, wyzyskującymi realistyczne sposoby kreacji onimicznej, są nazwy restauracji. Znaczenie leksykalne nazwy nie zawsze jednak pokrywa się z występującym obok niej wyjaśnieniem, np. w leblandzkiej restauracji *Tropicana* powinno się podawać – jak się wydaje – głównie dania pochodzące z krajów tropikalnych, zaś w tekście reklamującym restaurację obok tych dań występują w zasadzie wszystkie inne kuchnie świata: „Poznaj smak tropikalnej kuchni Prowincji Gargia. Poznaj smak kuchni innych Prowincji Cesarstwa! Poznaj smak kuchni całego świata, goszcząc w najślawniejszej naszej Restauracji!”. Nazwa restauracji przyciąga jednak uwagę odbiorcy, gdyż jest ciekawa, egzotyczna i konotuje pozytywne wartości związane z wypoczynkiem, ciepłymi krajami, podróżami, miłym spędzaniem czasu itp., ponadto zaś jest to popularna autentyczna nazwa różnych obiektów w Polsce¹⁹. Można powiedzieć, że nazwy restauracji i barów to ta branża, która odwołuje się „do kultury czasu wolnego”²⁰. Po krainach Sarmacji rozsiane są restauracje: *Restauracja pod Gigantami*, *Restauracja „Karczma Wiewiórczewska”* (jest to też nazwa korporacji), *Restauracja „Sarmajadło”*, *Restauracja Sarmacka*, *Restauracja Teutońska* (mieści się w Królestwie Teutonii) oraz *Stółówka Koszerna „Bar Micwa”*²¹, spełniająca wszelkie standardy koszerności, a więc np. dania mleczne i mięsne serwuje się tu w oddzielnych pomieszczeniach, zaś posiłków nie produkuje się w szabaty i święta²². Nazwa ta, oprócz swej podstawowej funkcji wskazywania denotatu, pełni też funkcję socjologiczną. Nazwy restauracji mogą lokalizować obiekt, wskazywać właściciela, odwoływać się do słownictwa poetyckiego, staropolskiego, czasem są to nazwy metaforyczne, niewskazujące na lokalizację obiektu, choć swą strukturą przypominające nazwy terenowe²³, np. *Restauracja pod Gigantami*, bar *Pod Różowym Kundlem* czy gospoda *Pod Kogutem*.

Wśród zebranych nazw najmniej liczną grupą onimów są nazwy firm: w Królestwie Monderii rejestrujemy wytwórnię muzyczną *Mondery Records* (czyli ‘studio nagrań’) oraz firmę budowlano-komputerową *Tracer & Budmex*. Firmo-nimy te nawiązują do słów języka angielskiego: w pierwszym forma działalności poświadczona jest leksemem *record* (‘płyta’ i ‘nagrywać na płycie’), w drugim

¹⁹ Taką nazwę mają m.in.: biuro podróży, pensjonat w Łebie, festiwal tańca w Mikołajkach, centrum kultury latynoskiej, firmy handlujące owocami i warzywami, restauracja w Śremie w województwie wielkopolskim.

²⁰ A. Siwiec: *Nazwy sklepów i firm handlowych jako przedmiot badań onomastycznych*. [W:] *Przeszłość, terażniejszość i przyszłość polskiej onomastyki*. Pod red. R. Łobodzińskiej. Wrocław 2003, s. 265.

²¹ *Bar Micwa* to uroczystość żydowska, podczas której chłopiec żydowski staje się pełnoletni wobec prawa. Wątek żydowski w nazwach lokali na krakowskim Kazimierzu opracowany został w artykule E. Palinciuc: *Nazwy własne restauracji, kawiarni i klubów na krakowskim Kazimierzu w interpretacji historycznokulturowej*. „Onomastica” 2007. T. LII, s. 285–302.

²² Zob. <<http://www.sarmacja.org/katalog/restauracja/>>.

²³ Por. E. Palinciuc: *Nazwy własne restauracji...*, s. 292.

– słowem *tracer* ('kreślacz', 'autor rysunku, planu'). Hybrydalna nazwa *Tracer & Budmex* zawiera w sobie nieoczekiwane zestawienie dwóch form działalności (budowlaną i komputerową), a jej drugi element, *Budmex*, nawiązuje do słowa 'budować' i ma charakterystyczny dla niektórych polskich firmonimów sufix *-ex*. Dodajmy, że w Polsce *Budimex* to popularna nazwa wielu firm z branży budowlanej. Formy z zakończeniem *-ex* (jest to skrót internacjonalizmu *export*) można uznać za nazwy modelowe kształtujące się „zgodnie z prawem serii w ramach pewnych branż w handlu”²⁴. Wymieńmy ponadto dwie firmy zapewniające komunikację w Winktown w formie kolejki linowej – niemieckie nazwy tych przedsiębiorstw nawiązują do rodzaju działalności: *Seilbahn RST* i podległa jej firma *Seilbahn WT* (zapewne skrót od *Winktown*).

Na uwagę zasługują chrematonimy o funkcji semantycznej i ekspresywnej. Wpływają one na zainteresowanie stroną danego państwa, przyciągają zmysły obserwatora, który w procesie odbioru może przerodzić się w uczestnika zabawy w państwo i tworzyć jego struktury lub przynajmniej „kupić działkę” w interesującym go królestwie czy księstwie, takim zaś rodzajem interakcji spełnia cel założyciela wirtualnego państwa – staje się jego pełnoprawnym obywatelem. Ciekawym przykładem jest grupa nazw na stronie internetowej niedawno powstałego państwa o oficjalnej nazwie *Wolna Republika Winktown* (z dopiskiem: „A post nuclear crazy republic”) lub potocznej: *Winktown* (por. *wino*, *winko* i ang. *town* 'miasto'). Tak też brzmi nazwa stolicy założonej na ruinach osiedla robotniczego *Winkowyje*. Przytoczone tu onimy nie są chrematonimami, lecz wchodząc z nimi w różnorodne relacje, tworzą interesujący wizerunek v-państwa, nawiązując – dzięki funkcji intertekstualnej nazw – do takich filmów, jak „Ranczo”²⁵, w których są *Wilkowyje*, czy też „Młode wilki”²⁶ – por. nazwę święta państwowego w Winktown: *Powstanie Młodych Winków*. Początki państwa przypadają wszak na czas powstania w lipcu 2006 r. *Stowarzyszenia Forumowych Pijaków „Młode Winki”*, „lubujących się w picciu wirtualnego alkoholu”²⁷. Najważniejszym miejscem w Winktown jest bar *Pod Różowym Kundlem* – prawdopodobnie na wzór filmowych *Wilkowyj*, w których życie towarzyskie kwitnie na ławeczce pod sklepem z winem „Mamrot” lub w barze „Country Club”. Obok *Różowego Kundla*, gdzie Winkowie piją głównie piwo lub samogon, powstało wiele innych budynków, m.in. hotel o nazwie *Rudera*, której komizm spotęgowany jest dosłownym odczytaniem znaczenia leksemu, bowiem w tym hotelu „w niektórych pokojach brakuje czasem ścian i mebli”²⁸. Z barem

²⁴ A. Siwiec: *Nazwy sklepów i firm handlowych jako przedmiot badań onomastycznych*, s. 262.

²⁵ Polski serial komediowy w reżyserii Wojciecha Adameczyka, emitowany w Telewizji Polskiej od marca 2006 r.

²⁶ Polski film sensacyjny w reżyserii Jarosława Żamojdy z 1995 r.

²⁷ Zob. <<http://www.mw.propl.eu/>>.

²⁸ Zob. <<http://www.mw.propl.eu/forum.php>>.

Pod Różowym Kundlem związany jest *Kult Wielkiego Ogórka* (i świątynia *Wielkiego Ogórka*), który rozpowszechnił się po uzdrowieniu pewnego pijanego Winka dzięki skonsumowaniu przez niego kiszzonego ogórka. Drugą oficjalną religią Wolnej Republiki Winktown jest *Kościół Wielkiej Radiacji*, szczególnie popularny wśród wszelkich ras mutantów, którzy są przekonani, że siły promieniotwórcze mają moc stwórczą, zaś na szyjach noszą napromieniowane krzyżyki *Ankh* (por. autentyczny egipski krzyż *Ankh*). Państwo Winktown notuje w swej historii istnienie komunistycznej z pochodzenia *Słomagromskiej Republiki Ludowo-Demokratycznej* z firmą *Słomagromska Technologia* (w skrócie zwana *Słoma-Tech*), która pracowała nad prototypem bomby atomowej oraz nad *Wirusem Wymuszonej Ewolucji* (W.W.E.), będącego przyczyną wielu mutacji w Winktown. Często pojawiająca się w historycznym przekazie państwa Winktown nazwa *Słoma-Tech* jest tu skrótem, który uległ leksykalizacji.

Grupę tych humorystycznych nazw można wciąż poszerzać: *Generator Ekosystemu Cudownej Krainy* (miał odbudować krainę słomagromską), eksperyment *Hercules* (którego celem było stworzenie super żołnierzy *SRLD Wermachtu*), *Kompania Handlowa Winktown*, *Inkwizycja ds. Zieleni*, *Gildia Bobrów* (organizacja zrzeszająca Bobry). Zajęciem sprawiającym wielką przyjemność obywatelom tego państwa jest picie różnego rodzaju alkoholi, dlatego w jego przemyśle ogromne znaczenie ma *Bimbrownia Makaveli'ego*²⁹ z „Laboratorium destylacji” oraz firma *Browary „Uranowe C.O.”* – producent alkoholu, w którym znajdują się niewielkie ilości uranu. W ofercie *Bimbrowni* jest m.in. *Wódka 120%*, *Wódka Winkwasser* i *Bobrówka* (alkohol produkowany z bobrów), *Browary* zaś proponują konsumentom piwa: *Paradoxal*, *Uranowe Classic*, *Uranowe Light*, *Uranowe Mocne*, *Uranowe Bezalkoholowe* i *Uranowe Bezuranowe*, wina: *Owocowe Wino Uranowe Porzeczkowe*, *Truskawkowe*, *Wiśniowe*, *Jabłkowe* i *Winogronowe* oraz miody: *Uranowy Miód Pitny*, *Uranowy Miód Pitny Extra Strong*. Obraz tego państwa, krótko przedstawiony za pomocą zebranych wyżej nazw, dopełnia informacja z jego internetowej strony: jest to „jedyna polska mikronacja w klimatach postapokaliptycznych z dużą dawką czarnego, często absurdalnego humoru”³⁰. Nie dziwi więc, że Wojciech Chyła takie pozaterytorialne, sieciowe środowisko określa jako tożsamości „niezaspokojonego pragnienia”, „zabawowe” i „ludyczne”. Celem jednostki owego nieterytorialnego społeczeństwa ma być przyjemność, a nie zysk, zaś wartością – bycie dla innych użytkowników³¹.

²⁹ Nie wiadomo dokładnie, jaka jest motywacja nazwy, znane są natomiast przynajmniej dwie autentyczne nazwy Makaveli: 1) był to pseudonim amerykańskiego rapera, poety i aktora Tupaca Amaru Shakura, 2) to marka w branży odzieżowej.

³⁰ Zob. <<http://www.mw.propi.eu/>>.

³¹ Zob. W. Chyła: *Tożsamość medialna, tożsamość wirtualna, tożsamość merkantylizująca po-pędy*. [W:] *Dylematy wielokulturowości*. Pod red. W. Kalagi. Kraków 2004, s. 310–311.

Onomastyka określonej mikronacji jest najczęściej efektem zainteresowań jej założyciela. Z fascynacji Huberta Dudkiewicza dawnym imperium Azteków narodziło się państwo o nazwie *Cesarstwo Aztec* z przeważającą ilością onimów przypominających leksemy ze słownika nahuatl, który znajduje się w Internecie³². Obok wielu trudnych do wymówienia nazw własnych wymieńmy przynajmniej *Stadion Tlaloc* (w internetowym Cesarstwie to nazwa dawnej stolicy, w rzeczywistości był to aztecki bóg deszczu) oraz nazwę święta *Xocotl-Huetei* (*xocotl* – ‘śliwka’). Współczesne i historyczne realia francuskie odzwierciedlone są w wirtualnej Republice Francuskiej, w której siedzibą Prezydenta RF jest *Pałac Elizejski* (z francuskim odpowiednikiem nazwy *Palais de l’Elysee*), ponadto państwo to posiada swoją *Francuską Agencję Prasową*, *Niepubliczny Zespół Szkół im. Bohaterów Rewolucji* oraz wystawę pt. *Galeria Rewolucyjna*. Zainteresowania Czarnym Łądem przejawia z kolei twórca Zjednoczonego Królestwa Samundy, w którym – oprócz wcześniej wymienionych nazw ministerstw – odnotowujemy m.in. *Dom Gier „Casino Bonga”*, hotel *Sarabi*, należący do plemienia Chicubongo, oraz *Samundyjskie Centrum Kultury i Sztuki – Taaluma*, z wyjaśnieniem, że wyraz ten w języku suahili oznacza ‘kultura, edukacja’. Są to ciekawe przykłady kreacji nazewniczych pojawiające się w fabularyzowanych tekstach na stronach internetowych, ale jednocześnie są to onomastyczne wyzwania dla założycieli wirtualnych państw, ponieważ w owej kreacyjności wymagana jest językowa konsekwencja.

Powyższe grupy nazw zaczerpnięte ze stron internetowych budujących wirtualne państwa są – ogólnie mówiąc – realistycznymi onimami, powstałymi dzięki różnym modelom nazewniczym. Formy te odwołują się do struktur już istniejących i dobrze zdomowionych w rzeczywistości realnej oraz podlegają określonym konwencjom nazewniczym (np. struktura tytułu hymnu, nazwy prasowej, nazwy restauracji itp.). Należy jednak wziąć pod uwagę kilka aspektów interpretacji nazw, które nie pochodzą z onomastyki literackiej czy uzualnej (z rzeczywistości realnej), lecz właśnie ze stron internetowych będących nowym obszarem badań. W zasadzie żadna ze znanych typologii onomastycznych nie uwzględnia tego typu zjawisk hipertekstualnych³³. Powstaje wiele prac na temat komunikacji w Internecie, grach językowych w Internecie, społeczeństw siecio-

³² Na stronie <http://en.wiktionary.org/wiki/Transwiki:Nahuatl_dictionary>.

³³ Romana Łobodzińska i Maria Peisert pisały o nazwach własnych w komunikacji internetowej, ale odmiana języka nazywana przez badaczki „elektroniczną rozmową pisaną” nie pokrywa się z tym rodzajem komunikacji, którą zajmują się w niniejszym artykule. Autorki w owej elektronicznej rozmowie pisanej zajęły się głównie nickami (ang. *nick name*), tzw. nazwami pokoi oraz nazwami osobowymi w adresach e-mailowych i grach Multi User Dungeon. Zob. R. Łobodzińska, M. Peisert: *Nazwy własne w różnych typach komunikacji internetowej*. [W:] *Z najnowszych tendencji w polskim nazewnictwie*. Pod red. R. Łobodzińskiej. Łask 2005, s. 163–174.

wych, przestrzeni terminalnej, cybernetycznych miast³⁴, jednak nie rozwiązują one problemu nazw własnych w świecie wirtualnym i nie odpowiadają na pytanie, czy takie nazewnictwo to zwykłe przedłużenie onomastyki w tradycyjnym ujęciu, czy jest to zjawisko zupełnie odrębne. Można oczywiście badać etymologię niektórych nazw, ich proveniencję lub też funkcje takie, które są już dokładnie omówione na gruncie nazewnictwa literackiego. W przypadku stron internetowych nie wyczerpuje to jednak zagadnienia, gdyż w obszar analiz włączone powinny być informacje na temat przestrzeni państwa wirtualnego jako przestrzeni pragmatycznej, używanej, na temat specyficznego komunikatu internetowego, relacji nadawca-odbiorca, interakcji i gier językowych.

W alternatywne cyfrowe światy przenoszone są nazwy z rzeczywistości realnej, która jednak w świecie wirtualnym niejednokrotnie podlega zabiegowi dekonstrukcji. Odbiorca powinien odczytać i zrozumieć fabularyzowaną opowieść o danym państwie internetowym, powinien też odebrać superstrukturę zewnętrzną nazw własnych, które w tej fabule występują. Małgorzata Rutkiewicz-Hanczewska, pisząc o spójności różnych warstw nazwy i wynikającym z niej komunikacie, który spełnia swoją funkcję, gdyż jest adekwatny do zamierzeń twórcy znaku – ma na uwadze odbiorcę onomastycznie wyrobionego, z dużymi możliwościami percepcyjnymi, ze znajomością asocjacji, jakie budzi nazwa, potrafiącego odszyfrowywać znaki językowe w tekście³⁵. Zakładamy, iż taki odbiorca wie, dlaczego *Leblandzkie Wydawnictwo Cesarskie* nazywa się *Emperor*, że nazwa *Śnięty Leszcz* nawiązuje do nazwiska *Leszczyński*, ale też do wyrazu *leszcz* i wyrażenia *śnięta ryba* – co w połączeniu z cechą aktywności tej grupy artystycznej daje efekt humorystyczny, powinien też wiedzieć, dlaczego w Republice Francuskiej w niektórych nazwach występuje wyraz *rewolucja*, z jakiej bajki arabskiej pochodzi nazwa klubu w Leblandii: *Agrabah*³⁶ i jakie skojarzenia budzi *Różowy Kościół Bravogirl* („Bravo Girl” to pismo dla dziewcząt, stąd skojarzenie z kolorem różowym; na łamach pisma przekazywane są porady, jak żyć, postępować, jak się ubierać, wykonywać make-up, czesać, jak zostać najpiękniejszą, boginią – w swoim kościele tego różowego świata). Taki odbiorca powinien też połączyć z polskimi realiami echa komunizmu i cechę pijaństwa ukryte w nazwach na stronach państwa Winktown.

W internetowej komunikacji mamy zatem do czynienia z gramami językowymi, dla których zaistnienia „konieczne jest założenie wspólnoty wiedzy (językowej

³⁴ Zob. *Dylematy wielokulturowości*. Pod red. W. Kalagi. Kraków 2004; K. Pietrowicz: *Siła tożsamości w społeczeństwie sieciowym. Wokół teorii Manuela Castellsa*. [W:] *Tropy tożsamości. Inny, Obcy, Trzeci*. Pod red. W. Kalagi. Katowice 2004, s. 121–131.

³⁵ Zob. M. Rutkiewicz-Hanczewska: *Nazwa własna jako tekst*. „Polonica” 2006. T. XXVI–XXVII, s. 305–307.

³⁶ *Agrabah* to nazwa królestwa (zob. *Baśnie z tysiąca i jednej nocy*), w którym żyli m.in. Aladyn i Dżafar; jest to również nazwa restauracji w paryskim Disneylandzie.

i pozajęzykowej) nadawcy i odbiorcy³⁷. Cechą gier jest celowość: „nadawca nie po to ukrywa swoje intencje, by odbiorca ich nie zauważył, ale żeby ich szukał. Zostawia więc ślady, które ma odnaleźć adresat”³⁸. W komunikacji internetowej odbiorca ma możliwość czynnej reakcji na grę językową.

Z wielu rodzajów gier onimicznych, które zestawiła i opisała M. Rutkiewicz-Hanczewska³⁹, warto wspomnieć przynajmniej o trzech wyraźnie realizowanych w omawianym tu komunikacie: są to gry perswazyjne, ludyczne i intertekstualne. Gry perswazyjne i ludyczne wyodrębniane są m.in. na podstawie kryterium celu. Celem gry językowej o wymiarze ludycznym jest satysfakcja odbiorcy rozpoznającego reguły gry i rozszyfrowującego określoną nazwę (por. *Tropicana*, *Winktown*). Gry perswazyjne mają na celu oddziaływanie na odbiorcę – już sama nazwa państwa powinna być atrakcyjna, ciekawa, powinna zainteresować odbiorcę i nakłonić go do otworzenia danej strony, wszystkie inne nazwy również muszą przyciągać uwagę czytelników i gości strony poprzez swą interesującą, polską lub obcojęzyczną, szokującą lub humorystyczną formę.

Między twórcami wirtualnych państw trwa walka o odbiorcę, co jest równoznaczne z walką o przetrwanie mikronacji w sieci (niektóre państwa przestają istnieć, inne się reaktywują po latach, jak np. Cesarstwo Aztec). Efektem tych zmagani są coraz lepiej wykonywane strony cybernetycznych imperiów i coraz większa ich liczba. Nowych obywateli można werbować dzięki różnym elementom wizualno-tekstualnym: ciekawym onomastykonem, znakom językowym lub ikonycznym (rysunkami herbów, godeł, zdjęciami itp.) oraz dzięki bezpośrednim komunikatom: „Zatrudnię Premiera od zaraz”, „Kup działkę”, „Zostań obywatelem”, „Zamieszkać i żyj!”, „Zaloguj się lub zarejestruj, aby zacząć z nami pić!”. Wartością stylu takiej strony jest bowiem mariaż tekstu i obrazu, w tym dynamiczna szata czcionki, jej krój (rozmiar, linia, barwa), a nawet dźwięk i ruch. Wciąż rozrastająca się Organizacja Polskich Mikronacji jest wyrazem zainteresowania internautów swoistymi „kulturowymi wspólnotami”, projekcją instytucji realnych w ich najlepszym wydaniu, wyrazem tęsknoty do monarchii, szczerbli władzy, zdrowego społeczeństwa i rozwijającej się kultury⁴⁰.

³⁷ D. Kepra-Figura: *Gry językowe w mediach tradycyjnych i Internecie*. [W:] *Beiträge der Europäischen Slavistischen Linguistik (Polyslav)*. T. 10. Red. B. Brehmer, V. Zdanowa i R. Zimny. München 2007, s. 68.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Zob. M. Rutkiewicz-Hanczewska: *Nazewnictwo uzualne a teoria gier – próba typologizacji gier onimicznych*. „*Onomastica*” 2007. T. LII, s. 14, 19.

⁴⁰ Zob. W. Chyła: *Tożsamość medialna, tożsamość wirtualna...*, s. 308–309.

Adresy stron internetowych wirtualnych państw

<<http://mw.propl.eu/>>
 <<http://www.dreamland.net.pl/>>
 <<http://www.samunda.ayz.pl/main.php>>
 <<http://www.prusy.siedmiogrod.info/>>
 <<http://www.erboka.org/>>
 <<http://leblandia.republika.pl/>>
 <<http://www.wielka-polondia.vot.pl/news.php>>
 <<http://www.monderia.bnx.pl/news.php>>
 <<http://www.sarmacja.org/>>
 <<http://www.okoczia.yoyo.pl/>>
 <<http://www.brugia.org/>>
 <<http://rfrance.eu/news.php>>
 <<http://www.morbhan.org/index.php>>
 <<http://www.mikroslawia.mikronacje.info/>>
 <<http://tortuga.tnb.pl/news.php>>

Literatura

- Breza E. (1998): *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonimy)*. [W:] *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*. Pod red. E. Rzetelskiej-Feleszko. Warszawa–Kraków, s. 343–361.
- Buttler D. (2001): *Polski dowcip językowy*. Warszawa.
- Chyłą W. (2004): *Tożsamość medialna, tożsamość wirtualna, tożsamość merkantylizująca popędy*. [W:] *Dylematy wielokulturowości*. Pod red. W. Kalagi. Kraków, s. 307–327.
- Gajda S. (1987): *Społeczne determinacje nazw własnych tekstów (tytułów)*. „Socjolingwistyka” 6, s. 79–89.
- Gałkowski A. (2008): *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*. Łódź.
- Kaczmarek L., Skubalanka T., Grabias S. (1994): *Słownik gwary studenckiej*. Lublin.
- Kępa-Figura D. (2007): *Gry językowe w mediach tradycyjnych i Internecie*. [W:] *Beiträge der Europäischen Slavistischen Linguistik (Polyslav)*. T. 10. Red. B. Brehmer, V. Ždanowa i R. Zimny. München, s. 65–70.
- Łobodzińska R., Peisert M. (2007): *Aksjologia w tytułach hymnów państwowych*. [W:] *Nowe nazwy własne – nowe tendencje badawcze*. Pod red. A. Cieślukowej, B. Czopek-Kopciuch i K. Skowronek. Kraków, s. 573–586.
- Łobodzińska R., Peisert M. (2005): *Nazwy własne w różnych typach komunikacji internetowej*. [W:] *Z najnowszych tendencji w polskim nazewnictwie*. Pod red. R. Łobodzińskiej. Łask, s. 163–174.
- Mazurek M. (2004): *Cyberpolis. Podmiot w przestrzeni terminalnej*. [W:] *Dylematy wielokulturowości*. Pod red. W. Kalagi. Kraków, s. 295–306.
- Palinciuc E. (2007): *Nazwy własne restauracji, kawiarni i klubów na krakowskim Kazimierzu w interpretacji historycznokulturowej*. „Onomastica” LII, s. 285–302.
- Pietrowicz K. (2004): *Siła tożsamości w społeczeństwie sieciowym. Wokół teorii Manuela Castellsa*. [W:] *Tropy tożsamości: Inny, Obcy, Trzeci*. Pod red. W. Kalagi. Katowice, s. 121–131.
- Pisarek W. (1967): *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświeceniu lingwistycznym*. Kraków.

- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2007): *Nazewnictwo uzualne a teoria gier – próba typologizacji gier onimicznych*. „Onomastica” LII, s. 5–24.
- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2006): *Nazwa własna jako tekst*. „Polonica” XXVI–XXVII, s. 299–317.
- Siwiec A. (2003): *Nazwy sklepów i firm handlowych jako przedmiot badań onomastycznych*. [W:] *Przeszłość, terażniejszość i przyszłość polskiej onomastyki*. Pod red. R. Łobodzińskiej. Wrocław, s. 261–270.
- Siwiec A. (2006): *Przestrzeń miejska jako przestrzeń onimiczna (uwarunkowania lingwistyczno-kulturowe)*. [W:] *Przestrzeń zróżnicowana językowo, kulturowo i społecznie. Miasto*. Pod red. M. Świącickiej. Bydgoszcz, s. 115–128.
- Skowronek K., Rutkowski M. (2004): *Media i nazwy. Z zagadnień onomastyki medialnej*. Kraków.

Summary

The article discusses chrematonyms, a category of proper names, found on the Polish websites of micronations. It employs the so-called broad definition of chrematonym, therefore it focuses, among others, on: titles of national anthems (for example “Wielka Sarmacja” / “The Great Sarmatia”), magazines (for example Kurier Cesarski / Imperial Daily), names of organizations and associations, names of artistic groups (for example Śnięty Leszcz / Dead Bream), denominations, parties, ministries, companies, restaurants (for example Sarmajadło / Sarmafood), and liquors (for example Paradoxal). The founders of micronations aim at attracting the largest number of netizens who can actively participate in building the Internet community. The names the visitors find most interesting are grotesque (for example Różowy Kościół Bravogirla / The Pink BravoGirl Church), humorous (Order Muchomora / The Order of the Toadstool), and foreign ones (Taaluma, Bongo’s Casino). They also like word-plays in which they can identify onyms and define their intertextual functions (see chrematonyms on the Free Republic of Winktown’s website).