

Małgorzata PASZKO

Uniwersytet w Białymstoku

m.paszko@tomasconsulting.com

<http://orcid.org/0000-0003-0738-0520>

ANALIZA SEMANTYCZNA NAZW BIAŁOSTOCKICH LOKALI GASTRONOMICZNYCH

WPROWADZENIE

Przedmiotem artykułu jest analiza semantyczna nazw białostockich lokali gastronomicznych. Stanowi on próbę pokazania współczesnych tendencji onimicznych, które można obserwować w szybko zmieniającej się rzeczywistości. Ważna staje się odpowiedź na pytanie o motywację nazewniczą tej grupy urbochrematonimów, szczególnie ze względu na ich rolę we wzmacnianiu tożsamości lokalnej i wizerunku miejsc, które na stałe wpisały się w przestrzeń onimiczną Białegostoku. Na potrzebę badawczą w zakresie chrematonimii Białegostoku zwróciła uwagę w swoim artykule Leonarda Dacewicz (Dacewicz 2018: 98):

Ważnym zadaniem badawczym w zakresie onomastyki na Podlasiu powinny być prace regionalne dotyczące nazw istniejących w tym regionie obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją, czyli chrematonimów.

1. URBOCHREMATONIMIA – UŚCIŚLENIE TERMINU

Chrematonim to nazwa własna obiektu wytworzonego jako efekt kulturowej działalności człowieka, np. nazwa firmy, produktu, wydarzenia (Ostaszewska, Sławkowa 1999: 150). Z kolei urbochrematonimy stanowią dużą grupę nazewnictwa miejskiego i są związane z przestrzenią oni-

miczną (*Słowniańska onomastyka* 2003: 371). Wpisały się one na stałe w krajobraz miasta, są rozpoznawalnym, integralnym elementem przestrzeni (Siwiec 2003: 543). Bywają również określane ergonimami komercyjnymi, gdyż należą do kręgu nazw o cechach ekonomicznych, dotyczących działań biznesowych. W związku z tym nazwy lokali gastronomicznych będą uznawane w niniejszym artykule za urbochrematonimy.

Urbochrematonimy będą traktowane jako wpisane na stałe w przestrzeń miejską, ważne punkty odniesienia dla mieszkańców Białegostoku oraz turystów. Nazwa jest istotnym elementem każdego produktu i marki oraz pozwala na pierwsze skojarzenia z profilem lokalu usługowego lub handlowego. Jednak urbochrematonimia nie jest częstym celem opracowań onomastycznych, a nawet według E. Brezy (1998: 343–361) chrematonimia pozostaje od lat dyskusyjnym działem onomastyki. Chrematonomastyka traktowana jest przez wielu językoznawców w ujęciu szerokim jako przedmiot badań wynikający z potrzeb współczesności (Gałkowski 2011: 181–193).

2. STAN BADAŃ

Zagadnieniu nazw lokali gastronomicznych poświęcili swoje prace m.in. Breza (1988), Afletowicz (2000), Przybylska (2002), Palinciuc (2007, 2010), Gajewska (2010), Biolik (2011), Duszyński (2011), Dombrowski (2015), Szkudlarek-Śmiechowicz (2016), Szczęk i Kałasznik (2016). M. Graf, badając nazwy budowli i miejsc wydzielonych w Poznaniu, uznała regionalny charakter jednego z komponentów nazwy za sposób motywowania właśnie ze względu na wzmocnienie wartości lokalnych (np. *Bamberka, Cafe Pyra, Cybinka*). Nazwy lokali gastronomicznych stanowią element reklamy ulicznej, są rozpatrywane jako ważny kontekst kulturowy, przy czym korzystają z kodów wizualnych, czyli znaków plastycznych oraz graficznych, a także werbalnych, działających wprost, za pomocą metafory i sloganu (Palinciuc 2007: 289; Siwiec 2006: 121).

Podobnie jak w przypadku innych polskich miast, które badali wyżej wymieniani autorzy, nazwy lokali gastronomicznych w Białymstoku są zróżnicowane ze względu na zakres i rodzaj serwowanych tam dań, alkoholi oraz kategorii, wystroju, jak też miejsca, w którym lokal się znajduje. Nazwa lokalu gastronomicznego jest podstawowym sposobem informowania przez właściciela o profilu miejsca, podejściu do klienta, gdyż może

stanowiąc element językowego obrazu świata (Grzelakowa 2010: 461). Ponadto zbiór onimów nie jest jednolity już na etapie wstępnym analizy, ponieważ wiele z lokali gastronomicznych stanowią małe restauracje, często okazjonalnie nazywane również w inny sposób, a nazwy formalne są zróżnicowane: jadłodajnia, pub, restobar, kawiarnia, bar, bistro, trattoria, pizzeria, cafe, cafe bar, klubokawiarnia, kluboksięgarnia, drive bar, zajazd, cukiernia, pijalnia, kafejka, tawerna czy wprost restauracja. W języku angielskim *restaurant* określa każdy lokal czy punkt, w którym podaje się coś do jedzenia na miejscu lub na wynos, a zamówienie składa przy ladzie. Są więc tzw. *self-service restaurants* (samoobsługowe) i dlatego używa się określenia *McDonald's restaurants*, które są jednak *fast foodem*. Są w Białymstoku, rzecz jasna, i tzw. *table-service restaurants*, czyli z obsługą kelnerską przy stolikach.

Z tego też powodu trudno analizować jedynie nazwy wykwinnych restauracji, gdyż byłby to niewielki krąg urbochrematonimów w przestrzeni Białegostoku. SJP PWN definiuje restaurację jako rodzaj lokalu gastronomicznego, który powinien charakteryzować się stosunkowo wysokim standardem. Jak podaje SJP PWN, restauracja to *lokal gastronomiczny z obsługą kelnerską, w którym spożywa się posiłki przy stolikach*. Dodajmy, że słowo *restauracja* w znaczeniu gastronomicznym jest wtórne i przenośne (sięga czasów średniowiecza). Nazwano tak wówczas miejsca, gdzie cesarzowie i monarchowie „odnawiali się” (łac. *restauratio* znaczy ‘odnowienie’) duchowo przez słuchanie poezji i oglądanie występów igrców, a przy tym rozkoszowali się wyszukаныmi potrawami i szlachetnymi trunkami.

3. MATERIAŁ BADAWCZY

Materiał badawczy został wyekscerpowany z portalu miejskiego Białystok online i ogólnopolskiego katalogu Panorama Firm, który nie daje pełnego obrazu urbochrematonimii, gdyż zawiera jedynie płatne informacje, a odkąd dostępne są informacje oraz katalogi internetowe, z tej bazy korzysta coraz mniej przedsiębiorców i potencjalnych klientów. Łącznie są to 262 rekordy w grupie *Lokale: restauracje*¹, znajdujące się w obrę-

¹ <http://www.bialystokonline.pl/restauracja,lokale,1,01,0,1.html>, dostęp: 05.12.2019.

bie administracyjnym Białegostoku. Dla zobrazowania problemu z ekscepcją materiału, który stanowiłby bazę do analizy wybranej grupy onimów, należy pokazać, że w CEIDG (Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej²) znajduje się jedynie 9 nazw posiadających wykładnik formalny *restauracja*, natomiast baza Panoramy Firm jest niepełna prawdopodobnie ze względów czysto ekonomicznych: właściciel musi opłacić w niej roczny abonament. Z kolei portal miejski Białystok online, jako najbardziej rozbudowany instrument informacyjny o życiu miasta zamieszcza wpisy płatne oraz bezpłatne dopiero po zgłoszeniu się danego przedsiębiorcy. W tej bazie, w zakładce *Lokale*, znalazły się 262 lokale gastronomiczne w podgrupach: restauracje, bary, kawiarnie, fast food, pizzeria, pub. Białostocki Szlak Kulinarny prowadzi jedynie przez ponad trzydzieści lokali w mieście, co nie daje pełnego obrazu zarówno kuchni lokalnej, jak też nie może prowadzić do wniosków istotnych z punktu widzenia nazw restauracji w przestrzeni onimicznej. Z dostępnej bazy wyekscerpowano 262 nazwy lokali gastronomicznych oraz wpisano dodatkowo nowe lokale gastronomiczne, które są ważne na mapie miasta, a nie znalazły się w bazie portalu Białystok online. Bez obserwacji własnych podczas spacerów po mieście baza materiałowa nie byłaby pełna.

4. TYPY SEMANTYCZNE NAZW BIAŁOSTOCKICH LOKALI GASTRONOMICZNYCH

Nazwy lokali gastronomicznych na mapie kulinarnej Białegostoku są zróżnicowane pod względem zastosowanych członów gatunkowych, ale znajdują się w polu semantycznym *lokal gastronomiczny*. Do ich kategoryzacji używa się różnych typów gatunkowych, jednak stosuje się je zamiennie, co wynika zapewne z potrzeb rynku.

Granica pomiędzy poszczególnymi grupami nazw lokali gastronomicznych jest nieostra, płynna, a typy formalne często bywają stosowane zamiennie, często równolegle np. restauracja/bar; bistro/kawiarnia; restobar/restauracja. Dlatego też niemożliwa jest analiza semantyczna wyłącznie urbochrematonimów mieszczących się w grupie restauracji. Po-

² <https://prod.ceidg.gov.pl/>, dostęp: 05.12.2019.

znanie motywacji nadania poszczególnych nazw odbyło się dzięki przekazom na stronach internetowych lub fanpejdżach lokali, jak też było wspomagane bezpośrednimi informacjami pochodzącymi od właścicieli firm lub osób zarządzających.

Zbiór urbochrematonimów występujących na obszarze Białegostoku można ogólnie podzielić na trzy kategorie, czyli nazwy powstałe w wyniku transonimizacji, to znaczy przejścia nazw własnych z jednej klasy do innej (np. *Grodno, Kaunas, Moskwa, Wielki Gatsby*), również z dopuszczalnym poszerzeniem jego zakresu, zakładanego przez Šramka (2003–2004: 31–32), nazwy powstałe w wyniku onimizacji, czyli przeniesienia wyrazów pospolitych (apelatywów) do kategorii *nomina propria* (np. *Pasma, Bury kot*) oraz neologizmy, czyli nazwy powstałe w wyniku kreacji słowotwórczej (np. *Gram off fon, Nienazarty, Makarun – Pierrożernia*).

Wśród nazw antroponimicznych, czyli pochodzących od imion, przezwisk i nazwisk, można wyróżnić te, które zawierają komponent polski lub obcy: *Dąbrówka* (*Historia „Dąbrówki” sięga końca lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku ale nazwa lokalu ma ponad tysiącletnią historię, a pochodzi od imienia żony pierwszego władcy Polski oraz matki pierwszego króla Polski czeskiej księżniczki Dobrawy, która przyczyniła się do chrystianizacji Polski. Nazwa Dąbrówka została trwale związana z osiedlem Piasta oraz nazwami ulic Mieszka I, Bolesława Chrobrego oraz Piastowską³; Restauracja Kawelin (Restauracja Kawelin przywołuje pamięcią barwną postać Mikołaja Kawelina – znanego białostoczanina – towarzysza hucznych zabaw, przyjaciela sportowców, prezesa i sponsora klubu Jagiellonia, a także hojnego dobroczyńcę⁴, Kartaczownia Pani Jadwiga (Tradycyjne przysmaki kuchni Podlasia. Pani Jadwiga – gotuje od 1977 r.), *Pruszyńska* (właściciel Pruszyński), *Karczma Maciejówka* (zamiennie nazywana restauracją, raczej dla odróżnienia od innej Maciejówki znajdującej się w okolicach Supraśla). Ciekawą nazwą jest *Gloger House* (pisownia oryginalna) – Browar i restauracja. Zygmunt Gloger był związany z Białymstokiem, zarówno w sferze spuścizny materialnej, jak też zasług dla kultury regionu. Z punktu widzenia poprawności językowej, nazwa może budzić wątpliwości, jednak wiąże się z tendencją do leksykalizowania zapożyczeń z języka angielskiego. W pobliżu Białegostoku znajdują się ruiny browaru Zygmunta Glogera w Jeżewie Starym*

³ <http://www.dabrowka.bialystok.pl/>, dostęp: 05.12.2019.

⁴ <http://kawelin.pl/o-nas/>, dostęp: 05.12.2019.

koło Tykocina. Browar ruszył w roku 1880, w majątku rodziny Glogerów. Po II wojnie światowej, pod pretekstem złej jakości wody, browar zamknięto, zaś sprzęt przewieziono do zakładu w Dojlidach.

W Białymstoku znajdują się również nazwy lokali zaczerpnięte z wyrażnych wzorców obcych, takie jak *Pub Wielki Gastby*, *Pub Jack Sparrow* (fikcyjny bohater *Piratów z Karaibów*) lub *Restauracja & Pub The Sherlock Holmes*. Wśród nazw lokali gastronomicznych wiele zawiera imiona, nazwiska, przezwiska np. właściciela, właścicielki, członka rodziny: *Artgaj Wyglodzony* (właściciel Artur Gajda), *Joanna* (lodziarnia założona w Parku Branickich przez państwa Siemionow w 1968 r. została nazwana od imienia ich córki), *Bar Kalinka Natalia Shastakova*, *Bar u Czesia*, *Karczma u Rumcajsja*, *Duży kebab u Małej*, *U Greka*, *Bar & Grill Miły*, *Kuchnia familijna Ilona*.

Ciekawą grupę stanowią nazwy toponimiczne i lokalizujące: *Z drugiej strony Rynku* (lokal znajdujący się po tzw. drugiej stronie Rynku Kościuszki, w centrum miasta), *Browar Stary Rynek* (mieści się na rynku głównym naszego miasta), *Bistro na Wiejskiej* (ul. Wiejska), *Hotel Leśny* (hotel mieszczący się w pobliżu lasu, na obrzeżach Białegostoku), *Restauracja Lipcowy Ogród* (restauracja mieści się przy dawnej ulicy 27 Lipca, zmienionej w wyniku dekomunizacji na ul. 42 Pułku, co potwierdza potrzebę ciągłości historycznej), *Świętojańska 21 Pizza Rest Cafe* (lokal mieści się przy ul. Świętojańskiej 21).

W Białymstoku występują również urbochrematonimy związane z obiektami miejskimi: *Cechowa* (przy ul. Warszawskiej, gdzie mieści się Cech Rzemiosł Różnych i Przedsiębiorczości) – „To legendarna białostocka restauracja istniejąca nieprzerwanie od lat 70-tych. Postanowiliśmy tchnąć w to miejsce nową energię i przywrócić jej miano „lokalu kategorii pierwszej”!⁵; *Nowa Restauracja Arsenal* (restauracja Arsenal mieści się w kompleksie najlepiej zachowanej rezydencji magnackiej epoki saskiej Pałacu Branickich określanym mianem „Wersalu Podlasia”. Sąsiaduje również z Galerią Arsenal, która od wielu lat prezentuje i promuje sztukę⁶. Ta miejska instytucja mieści się w dawnym arsenale hetmana Branickiego przy ul. Mickiewicza. Arsenal z oficyną to obiekty wybudowane w roku 1755, znajdują się w kompleksie Pałacu Branickich); *Restauracja Regiment 1884* – Sztab Pułku mieścił się właśnie tutaj w budynku przy ulicy Traugutta 3, a nazywany był Domem Strzelca; *Restaura-*

⁵ <http://cechowa.com.pl/>, dostęp: 05.12.2019.

⁶ <http://www.arsenalrestauracja.pl/info>, dostęp: 05.12.2019.

cja Savoy (nawiązuje do znanej z pocz. wieku XX wykwintnej restauracji o tej nazwie: *Szef Kuchni SAVOY, korzysta z bogactwa Podlasia i zmian pór roku, oprawiając je w nowoczesne ramy, inspirowane kuchnią molekularną oraz twórczością mistrzów*⁷; *Bistro Stara Pasma* – lokal znajduje się na terenie dawnej fabryki wyrobów pasmanteryjnych *Pasmanta, Parkowa – Kawiarnia na Plantach, Pub Ratuszowy, Kawiarnia Lalek* (mieści się w Białostockim Teatrze Lalek).

Notujemy również przykłady nazw kulturowych takich jak: *Esperanto* (restauracja znajdująca się w Ratuszu miejskim), *Esperanto* (restauracja hotelowa o tej samej nazwie, mieszcząca się w innym miejscu Białegostoku), *Polonez, Poema Cafe, Pożegnanie z Afryką* – pijalnia kawy i herbaty, *Wielki Gatsby*. W tej kategorii semantycznej umieszczony został również *Camelot*, gdyż posiada wystrój nawiązujący do legendarnego zamku Camelot, pomimo tego, że restauracja proponuje gościom kuchnię kresową i polską oraz śródziemnomorską. Konotacje kulturowe w przypadku analizy nazw restauracji, a szerzej również urbochrematonimów, pozwalają na wyjaśnienie motywacji semantycznych, jak też poznanie kolorytu lokalnego, zdarzeń, osób i miejsc ważnych dla mieszkańców Białegostoku, ale również odnoszą się do czytelnych znaków kultury.

Dość interesującą grupą są nazwy tworzone poprzez użycie liczebników: *66 – Sixty six – pizza & grill; 33 Krany Craftb33r Pub; 6-ŚCIAN – ROCK&ROLL PUB; 3 TRIO, 500 stopni Pizza Neapolitana, 7Metod*.

Na mapie semantycznej lokali gastronomicznych spotykamy również nazwy zwierząt, szczególnie o znaczeniu metaforycznym: *Bury Kot*, (Trattoria) *Czarna Owca*, (Trattoria) *Gallo Nero, Głodny Wilk* (gastropub, restauracja, pub).

Interesującą grupę urbochrematonimów stanowią neologizmy: *Gram off fon, Nienazarty, Makarun – Spaghetteria, Pierrożernia*. Jest też bardzo twórcza onomastycznie grupa nazw inspirowanych tureckim kebabem: *Abrekadabra, Duży kebab u Małej, Kebabami, Kebabbar, Kebson, Super Kebab, Turrecki Kebab Can – Kaan, Doner Kebab ZEFE, Kebaba Good Food*. Właściciele lokali często korzystają ze sposobu stylizacji na nazwy obco brzmiące lub włączają obcy komponent do nazwy lokalu, tworząc neologizmy: *Savoy, Da Augustino, Ristorante Mandarino, Trattoria Gallo Nero, Trattoria Czarna Owca, Soprano, Da Grasso, Toni Pepperoni Zdrowa pizza*. Pod względem formalnym nazwy lokali mogą być jednoczłonowe, jak też dwu-

⁷ <https://www.aristohotel.pl/restauracja>, dostęp: 06.12.2019.

i wieloczlónowe. Występują wśród nich mające postać wyrażenia przyimkowego, lub z przyimkiem lokatywnym (*w, pod, nad, na, u*), jednak nie zdarzają się w Białymstoku zbyt często: *Pod Herbem, U Czesia, Karczma u Rumcajsa, U Greka, Z drugiej strony Rynku*. Standardowe nazwy mają natomiast restauracje hotelowe: *Oranżeria, Zielona Restauracja*, nawiązujące do koloru i wystroju wnętrza.

Nośne znaczeniowo na mapie onimicznej Białegostoku są nazwy z zakresu kulinarnego, szczególnie nazwy lokali serwujących dania z określonych stron świata:

1. chińska: *Szybki Wok – Restauracja chińska (kuchnia Hunan), Piwo Kaczka Sushi – Sushi Bar & Chinese Food*;
2. grecka: *Tawerna grecka Panteon*;
3. gruzińska: *Chinkali* (gruzińskie pierożki z mięsem), *Smaki Kaukazu*;
4. indyjska: *Taste of India, Azja Express, Orientalna*;
5. japońska (głównie sushi): *Tanoshii, Koku Sushi, Doho Sushi, Piwo Kaczka Sushi – Sushi Bar & Chinese Food, SushiToGo, Maho Sushi*;
6. kuchnia arabska: *Restauracja Faraon* (restauracja hotelowa przeniesiona z głównej ulicy Białegostoku, czyli ulicy Lipowej);
7. kuchnia kresowa: *BaBka*;
8. orientalna: *Bangkok – Smaki Orientu, Orient bistro*;
9. polska: *Sagan Kuchnia Polska, Polskie Smaki – Bar restauracyjny*;
10. turecka: *Dobry Kebab, Wuj-Cio Kebab, Alli Baba Food Pizza & Kebab, Doner Kebab Istanbul*;
11. ukraińska: *Port Odessa*;
12. węgierska: *Tokaj* (nazwa pochodzi od znanego wina tokajskiego, charakterystycznego dla kuchni węgierskiej);
13. wietnamska: *Bar Saigon*;
14. włoska: *!Fuks Pizzeria, Chilli Pizza, Da Augustino Piu' Di Pizza, 500 stopni Pizza Napoletana, La Bella Pizzeria, Paradiso, Trattoria Gallo Nero* (jest typową włoską restauracją prowadzoną przez właścicieli zakochanych we włoskich smakach⁸, przy czym 'gallo nero' to czarny kogut, zgryźliwy, czarny ptak, który został wybrany na logo win z Chianti Classico), *Makarun Spaghetteria, Pizza Pelati, Sioło Pizza, Pizza Italia, Restauracja Mandarino, Świętojańska 21 Pizza Rest Cafe, Paradiso, Pizzeria Fuks – prawie jak włoska, Bella Vita*;

⁸ <http://gallonero.com.pl/bialystok/>, dostęp: 06.12.2019.

15. żydowska: *Mazel Tov!* (czyli *Na zdrowie!*) – kuchnia żydowska – nawiązuje do wielokulturowości i historii miasta, gdzie podaje się żydowską penicylinę (bulion gotowany przez całą dobę) oraz białostocką buzę (popularny napój znany w Białymstoku od czasów I wojny światowej, który wytwarzany jest z kaszy jaglanej i został wpisany na Listę Produktów Tradycyjnych w 2018 roku).

Jak pokazują powyższe przykłady urbochrematonimów, lokale gastronomiczne mają sprostać gustom i upodobaniom oraz potrzebom społecznym klientów, czego najbardziej wyrazistym przykładem są miejsca gromadzące określony target: *Akcent – kawiarnia i księgarnia, Pub Jagielonia, Motopub, Na jagody bistro & bawialnia, Moja Barcelona, Pub Sportowy SILLOS, Games United eSports Pub, Antypub, Restauracja Bankier*. Z tego też powodu ważne dla niniejszej analizy stało się wyjaśnienie motywacji semantycznej nazwy danego lokalu gastronomicznego, uzasadnienie odwołania się do tradycji lub do innych czynników kulturowych, społecznych oraz zewnętrznych.

5. WŁAŚCIWOŚCI KONOTACYJNE URBOCHREMATONIMÓW

Temat wartościowania jest godny uwagi i wymaga głębszej analizy, głównie ze względu na możliwość budowania marki regionalnej oraz tożsamości mieszkańców Białegostoku poprzez konotacje związane z miejscami w przestrzeni wspólnej, które nadają koloryt lokalny. W artykule zostały poddane analizie nazwy lokali gastronomicznych, które zrosły się z krajobrazem Białegostoku i mówią o ważnej roli urbochrematonimów w mieście. Białystok był zamieszkiwany przez Żydów, Litwinów, Rosjan, Białorusinów, Ukraińców, Tatarów i Romów. Jest to widoczne w historii miasta, ale co podkreślają twórcy Białostockiego Szlaku Kulinarnego, właśnie w sferze kulinarnej stało się najbardziej symptomatyczne. Inicjatywa ma z założenia zachęcać do poznawania smaków inspirowanych różnorodną kuchnią z całego świata. Wieloetniczny i zróżnicowany pod względem narodowościowym charakter Białegostoku wpłynął na współczesną kuchnię, szczególnie że Podlasie słynie z bardzo dobrej gastronomii. Warto odpowiedzieć na pytanie, czy ta tendencja jest widoczna w nazwach białostockich restauracji.

Urbochrematonimy, wśród których nazwy lokali gastronomicznych pełnią funkcję szczególną, stanowią zbiór onimów, bowiem nazwa to

ważny element każdego produktu czy marki, a także pierwsza wizytówka miejsca w przestrzeni. Klient dowiaduje się wiele już z samej nazwy lokalu, zanim wybierze danie, zamówi i skosztuje. Nazwa często świadczy o kreatywności właścicieli, chociaż nie zawsze dobra nazwa oznacza dobre jedzenie, jak też pokazuje spójność onimu z założeniem marketingowym. Oscylują one między oryginalnością, niepowtarzalnością a funkcją informacyjną.

W celu wyostrzenia granic wartościowania nazw lokali gastronomicznych podzielono je pod kątem aksjologicznym:

- Luksus – *Ambrozja, Belweder, Bon Ton Cristal, Faraon, La Bella, Paradiso, Santorini, Titanic, Venessa, Forma Restaurant & Café, Savoy.*
- Luz – *Szybki Wok, Kaczka Piwo Sushi, DUET domowo i zdrowo, Bar Mleczak, Bistro Dobra Zmiana.*
- Tradycja – *Dąbrówka, Taverna Grecka Panteon, Gloger House.*
- Smak – *Galeria Smaków, Paleta Smaków, Pieprz i Wanilia, Restauracja Oliwa.*
- Lokalny i swojski charakter – *BaBka, Gospoda Podlaska, Sioło Pizza, Bistro Lokalna, Kuchnia sołtysowej, Stary Rynek.*
- Wielokulturowość – *Esperanto, Mazel Tov!, Tygiel.*

W tej ogólnej analizie przyjęto założenie, które wykracza poza wartościowanie konotujące w przypadku nazw lokali gastronomicznych we współczesnym Białymstoku. Warto zauważyć, że wielu mieszkańców stosuje natomiast określenie *knajpa* tylko w języku potocznym, gdyż krąg znaczeniowy zostaje wówczas rozszerzony, a samo określenie posiada konotacje związane ze swojskim klimatem, miejscem znajomym, często też kojarzącym się z lokalem serwującym alkohol.

WNIOSKI KOŃCOWE

Analiza nazw współczesnych obiektów gastronomicznych funkcjonujących w Białymstoku pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

1. Odwołanie się do historycznych nazw restauracji, posiadających rodowód lokalny jest coraz powszechniej stosowaną praktyką nominacyjną.
2. Konotacje pozytywne wzmacniane są poprzez budowanie tożsamości lokalnej na poziomie onimicznym.

3. Urbochrematonimy sentymentalne mają za zadanie przywoływać i utrzymywać dobre wspomnienia.
4. Onimy mają szczególną moc marketingową, pozwalają na umieszczenie nazwy w określonej rzeczywistości społecznej oraz lokalnej.
5. Nazwy restauracji należą do kategorii urbochrematonimów, czyli na stałe wpisały się w krajobraz miejski, stanowiąc jego integralną część.
6. Urbochrematonimy to klasa wyrazów o wysokim stopniu rotacji, niektóre są efemerydami, podlegającymi szybkim zmianom; wiele nazw pojawia się i znika z krajobrazu onimicznego miasta (Siwiec 2012: 174). Warto dodać, że na etapie ekscerpacji materiału 6 lokali znikło z Białegostoku, a 3 kolejne zmieniły nazwy.

Coraz powszechniejsza staje się tendencja do poznawania różnych smaków, co wpływa również na nazwy firm, w tym lokali gastronomicznych, w których stołuje się wielu ludzi. A. Tomecka-Mirek, analizując tendencje w tworzeniu nazw soków, nektarów i napojów, mówi wręcz o uwodzeniu nazwą (2010: 357–370). W Białymstoku można spotkać smaki kulinarne z całego świata, co często znajduje swoje odzwierciedlenie w samej nazwie, przy czym jest to bardzo czytelna wskazówka dla klientów. Dla porównania ze współczesnym materiałem urbochrematonicznym warto dodać, że pod koniec XVIII wieku w liczącym 4 tys. mieszkańców Białymstoku było 50 lokali gastronomicznych, z kolei w 120-tysięcznej Warszawie było ok. 1800 lokali; przy czym w 2015 r. w Warszawie było 5206 lokali gastronomicznych, w tym 1151 restauracji. W dobrach Branickich znajdowało się 5 karczem wjezdnych (Fiedoruk 2016: 311). Z kolei w Rzeszowie pod koniec XVIII wieku działało już 36 karczem i szynków (Myszka: 2016: 311). Jest to duża grupa nazw, która ulega stałym zmianom, zarówno semantycznym, jak też konotacyjnym.

Jak wykazała analiza semantyczna, wśród nazw białostockich lokali gastronomicznych przeważają nazwy stylizowane na włoskie, co zauważa również A. Gałkowski (2011: 320). Wynika to z zamiłowania Polaków do pizzy i kuchni śródziemnomorskiej, jak też wywołuje pozytywne skojarzenia. Jednak niewiele urbochrematonicznych nawiązuje do wielokulturowości Białegostoku.

Trendy związane z popularnością turystyki regionalnej wpływają również na zmiany w zakresie tworzenia nazw, zatem wzmacniają rolę urbochrematonicznych w budowaniu marki lokalnej Białegostoku, stolicy

Podlasia. Ponadto jak każda reklama korzystają z perswazyjności, która jest wyrażana poprzez pozytywne konotacje, jak też uzasadnienie semantyczne.

BIBLIOGRAFIA

- Bartmiński J., 1988, *Definicja kognitywna jako narzędzie opisu konotacji słowa*, w: *Konotacja*, red. J. Bartmiński, Lublin, s. 169–183.
- Bartmiński J., 2007, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin.
- Biolik M., 2011, *Modele strukturalne nazw własnych przedsiębiorstw i lokali branży gastronomicznej w województwie warmińsko-mazurskim*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn, s. 321–330.
- Breza E., 1988, *Nazwy lokali gastronomicznych w obecnym województwie gdańskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego. Prace Językoznawcze”, nr 14, s. 115–123.
- Breza E., 1998, *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonimy)*, w: *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, red. E. Rzetelska-Feleszko, Warszawa–Kraków, s. 343–361.
- Dacewicz L., 2018, *Podlasie w badaniach onomastycznych w przekroju historycznym – stan obecny, zadania i potrzeby*, „Studia Wschodniosłowiańskie”, t. 18, s. 98–108.
- Duszyński H., 2011, *Nazwy białoruskich kawiarni, restauracji i barów*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn, s. 169–178.
- Encyklopedia językoznawstwa ogólnego*, 2003, red. K. Polański, Wrocław – Warszawa – Kraków.
- Fiedoruk A., 2017, *W białostockich karczmach, zajazdach i restauracjach*, Dorzecze.
- Gajewska U., 2010, *Nazwy lokali gastronomicznych w Rzeszowie*, w: *Rzeszów i okolice: język, historia, kultura*, red. J. Lizak, E. Błachowicz, Rzeszów, s. 87–96.
- Gałkowski A., 2011, *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*, Łódź.
- Gałkowski A., 2011, *Chrematonomastyka jako autonomizująca się subdyscyplina nauk onomastycznych*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn, s. 181–193.
- Graf M., 2011, *Człowiek wobec onimicznej przestrzeni miasta – kilka uwag o współczesnej urbanonomii*, „Onomastica”, nr 55, s. 107–118.
- Grzelakowa E., 2010, *Nazwa jako element językowego obrazu świata*, w: *Miasto w perspektywie onomastyki i historii*, red. I. Sarnowska, M. Graf, Poznań, s. 461–472.
- Kopertowska D., 2000, *Struktura współczesnych chrematonimów na tle dawnego nazewnictwa tego zakresu*, w: *Język polski w rozwoju*, red. Ł. M. Szewczyk i M. Czachorowska, Bydgoszcz, s. 11–33.
- Majkowski G., 2010, *Lokalność w słowie zakłętą. O nieoficjalnej warstwie nazewnictwa miejskiego w Częstochowie*, „Prace Naukowe Akademii im. Jana Długosza

- w Częstochowie. Seria: Językoznawstwo", z. VII, http://212.87.236.17:8080/Content/1070/filologia_polska_7.-143.pdf.
- Ostaszewska D., Sławkowa E., 1999, *Procesy nazwootwórcze a językowy obraz świata*, w: *Przeszłość w językowym obrazie świata*, red. E. Pajdzińska, P. Krzyżanowski, Lublin, s. 150–161.
- Palinciuc E., 2007, *Nazwy własne restauracji, kawiarni i klubów na krakowskim Kazimierzu w interpretacji historycznokulturowej*, „*Onomastica*”, LII, s. 285–302.
- Palinciuc E., 2010, *W nazewniczym tyglu krakowskich restauracji, kawiarni, klubów*, w: *Miasto w perspektywie onomastyki i historii*, red. J. Sarnowska-Gieffing, M. Graf, „*Prace Komisji Językoznawczej*”, t. 56, Poznań, s. 391–401.
- Przybylska R., 2002, *Konwencje nazewnicze w obrębie nazw barów, kawiarni i restauracji*, w: *Rozmaitości językowe*, red. M. Skarżyński, M. Szpiczakowska, Kraków, s. 247–255.
- Przybylska R., 2002, *Modne nazwy firm*, w: *Moda jako problem lingwistyczny*, red. K. Wojtczuk, Siedlce, s. 155–164.
- Rzetelska-Feleszko E., 2006, *Czy nazwy własne mają wartość?*, w: *Onimizacja i apetytywizacja*, red. Z. Abramowicz, E. Bogdanowicz, Białystok 2006, s. 591.
- Sawicka G., 1995, *Funkcje językowe i kulturowe reklamy ulicznej*, w: *Wielkie miasto. Czynniki integrujące i dezintegrujące*, t. II, red. D. Bieńkowska, Łódź, s. 107–117.
- Siwiec A., 2003, *Nazwy handlowe i ich uwarunkowania społeczno-komunikacyjne (od kultury zideologizowanej do kultury skomercjonalizowanej i reklamy)*, w: *Metodologia badań onomastycznych*, red. M. Biolik, Olsztyn, s. 543–555.
- Siwiec A., 2012, *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin.
- Siwiec, A., 2006, *W sprawie nazw obiektów handlowych: miejsce w klasyfikacji onomastycznej, ustalenia typologiczne, terminologia*, w: *Munuscula linguistica in honorem Alexandrae Cieślíkowa Oblata*, red. K. Rymut, Kraków, s. 423–436.
- Słowiańska onomastyka. Encyklopedia*, 2003, t. 2, red. E. Rzetelska-Feleszko, A. Cieślíkowa, J. Duma, Warszawa–Kraków.
- Szemberska A., 2011, *Wybrane nowe italianizmy we współczesnej polszczyźnie*, „*Kwartalnik Językoznawczy*”, 3 (7): http://kwartjez.amu.edu.pl/teksty/teksty2011_3_7/Szemberska.pdf.
- Šramek R., 2003, *Tematizace slovanské onomastické terminologie*, w: *Metodologia badań onomastycznych*, red. M. Biolik, Olsztyn, s. 31–42.
- Tomecka-Mirek A., 2010, *Leon i Elektryczna Pomarańcza, czyli o uwodzeniu nazwą. Tendencje w tworzeniu nazw soków, nektarów i napojów*, w: *Nazwy własne a społeczeństwo*, t. 2, red. R. Łobodzińska, Łask, s. 357–370.
- Tokarski R., 2008, *Konotacja a problemy kategoryzacji*, w: *Język a Kultura*, t. 20, red. A. Dąbrowska, Wrocław, s. 143–161.
- Zagórski Z., 2008, *Nazewnictwo geograficzne Poznania*, Poznań.

SEMANTIC ANALYSIS OF PROPER NAMES OF BIAŁYSTOK FOOD ESTABLISHMENTS

Abstract

The subject of this article is a semantic analysis of the names of food establishments in Białystok. What was found was that discussed urbo-chrematonims oscillate between an informative function and the need to express originality, uniqueness. They constitute important places on the onymic map of the city. As any advertisement, they rely on the persuasiveness expressed by positive connotations and semantic justification. Numerous names of food establishments appear and disappear on the urban landscape of proper names, thus it seems necessary to record the abundance of their meanings on an ongoing basis.

Key words: urbo-chrematonims, semantic analysis, proper names of food establishments