

Ewa Oronowicz-Kida
Uniwersytet Rzeszowski
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7646-2023>
e-mail: oronowicz@o2.pl

Intertekstualność w nazwach escape roomów*

Intertextuality in the names of escape rooms

Abstrakt

Tematem artykułu są nazwy escape roomów (ER) w aspekcie ich intertekstualności. Pierwsze ER pojawiły się w Polsce przed pięcioma laty i od razu zdobyły wielką popularność, o której świadczy to, że w bieżącym roku zainteresowani tą nową formą rozrywki mogli skorzystać już z ponad tysiąca pokoi zagadek znajdujących się w wielu miastach zróżnicowanych pod względem wielkości i położonych w różnych częściach kraju. Ze względu na, uznawane za ewenement na skalę światową, wielkie zainteresowanie Polaków ER, mogą się one stać inspiracją do ciekawych, wielostronnych badań naukowych, w tym także językoznawczych. Jako nazwy własne miana ER należą do chrematonimii marketingowej związanej z działalnością rozrywkową człowieka. Ich analiza pod kątem intertekstualności jest z pewnością jednym z bardziej interesujących kierunków badawczych. Przy założeniu, że każda nazwa własna jest specyficznym tekstem, intertekst w sensie onimicznym oznacza nazwę (hipotekst) w innej nazwie (hipertekst). Proprialne interteksty mogą mieć charakter transtekstualizacji, transformacji, imitacji oraz intekstualizacji.

W zgromadzonym materiale językowym (143 nazwy z trzech miast) dominują dwie grupy nazw. Pierwszą tworzą onimy powstałe w wyniku transtekstualizacji, czyli przeniesienia nazwy z jednego planu onimicznego do drugiego bez jakichkolwiek zmian formalnych, np. *Peron 9 i 3/4* – nazwa ER pochodząca z powieści o Harrym Potterze. W drugiej zaś znajdują się miana o charakterze intekstualizacji, tj. takie, w których strukturze nazwa pierwotna pojawia się pośrednio (np. wymaga odczytania aluzji) lub poprzez w różnym stopniu zaawansowane wykorzystanie jej postaci (w tym cytaty), np. *Bestie Peruna* – nazwa ER, którego scenariusz został osadzony w mitologii słowiańskiej, bo Perun to słowiańskie bóstwo gromowładne. Analizowane nazwy ER nie zaskakują swoją formą. Dla ich twórców ważniejsza od struktury nazwy jest jej semantyka, co jest zgodne z marketingową definicją idealnej nazwy, a jednym z najważniejszych zadań omawianych onimów jest udział w coraz trudniejszej na polskim rynku walce o klienta, próba zainteresowania, zaintrygowania

* Zastosowany w tytule artykułu zapożyczony z języka angielskiego rzeczownik *escape room* ma polski odpowiednik w postaci określenia *pokój zagadek*. Analiza tekstów, poświęconych nowej formie rozrywki związanej z tymi pokojami, zamieszczonych w mediach społecznościowych wskazuje, że Polacy szybko zaakceptowali obcojęzyczną nazwę i stosują ją dużo częściej niż równoważne określenie rodzime.

go oferowanym pokojem. Oprócz rywalizacji marketingowej intertekstualność nazw ER pośrednio wykorzystywana jest także do utrwalenia w społecznej pamięci nazw związanych z różnymi tekstami kultury.

Intertekstualne nazwy ER to dynamicznie rozwijająca się kategoria współczesnych nazw własnych, które wymagają od ich kreatorów i odbiorców twórczej oraz odtwórczej, osadzonej w ogólnej wiedzy i kulturze, aktywności umysłowej gwarantującej właściwe odczytanie nowych sensów ukrytych w tworzonych chrematonimach.

Słowa kluczowe: escape room, nazwa własna, chrematonim, intertekstualność onimiczna, transtekstualizacja, intekstualizacja

Abstract

The subject matter of the article are the names of escape rooms (ER), with focus on their intertextuality. First ER appeared in Poland 5 years ago and they immediately became enormously popular, which is confirmed by the fact that this year people interested in this new form of entertainment have been able to visit more than 1000 mystery rooms situated in many cities, which are diversified in terms of their size and located in different parts of the country. Because of the great interest of Polish people in ERs, which is considered to be exceptional worldwide, they can become an inspiration for interesting diverse studies, including linguistic research. As proper names, names of ERs belong to the field of marketing chrematonymy connected with human entertainment activities. Their analysis in terms of intertextuality is certainly one of the most interesting directions of research. Assuming that every proper name is a specific text, an intertext in the onymic sense relates to a name (hypotext) in another name (hypertext). Proper names-related intertexts may assume the form of a transtextualisation, transformation, imitation or intextualisation. In the collected linguistic material (143 names from 3 cities) there are two dominant groups of names. The first one consist of onyms resulting from transtextualisation, that is transfer of the name from one onymic plan to another without any formal changes, e.g. Platform 9 ¾ - a name of ER originating from a novel about Harry Potter. The second one, on the other hand, consists of names which are intextualisation in their nature, that is in the structure of which the original name occurs indirectly (e.g. it requires recognising a given allusion) or through its with a varying degree of advancement (e.g. quotations), for instance Perun's Beast – a name of ERs whose narrative is set in the Slavic mythology, and Perun is a Slavic god of thunder. The form of the analysed names of ER is not surprising. For their authors the semantics of the name is more important than its structure, which is consistent with the marketing definition of a perfect name. Thus one of the most important objectives of the discussed onyms is participation in competing for every customer, which is becoming increasingly difficult on the Polish market, and which is embodied in an attempt to make them interested and intrigued by the offered room. Apart from marketing competition, intertextuality of names of ERs is indirectly used for preserving the names connected with different cultural texts in the social memory.

Intertextual names of ERs are regarded as a dynamically developing category of contemporary proper names which require from their creators and recipients a creative and reproductive activity set in the general knowledge and culture as well as mental activity which guarantees an appropriate interpretation of new meanings hidden in the created chrematonyms.

Key words: escape room, proper name, chrematonym, onymic intertextuality, transtextualisation, intextualisation

1. Wprowadzenie

Escape roomy (ER) pojawiły się w Polsce w 2014 r. i od tego momentu na stałe zagościły w przestrzeni zarówno większych, jak i mniejszych miast. Sama idea pochodzi z USA, gdzie w 2006 r. informatycy z Doliny Krzemowej, zafascynowani grami RPG¹, opierając się na zagadkach znanych z książek Agathy Christie, stworzyli rozgrywkę Origin². Pomysłodawcami umieszczenia graczy w fizycznym pokoju są Japończycy. ER stały się nową, popularną formą spędzania wolnego czasu³. Każdy pokój to inna historia reprezentująca konkretną kategorię o zróżnicowanej tematyce, np. przygodowej, kryminalnej, fantastycznej. W ramach rozgrywki grupa ściśle współpracujących ze sobą uczestników, musi wydostać się w określonym czasie z zamkniętego pomieszczenia. Możliwe jest to tylko poprzez rozwiązanie sieci łamigłówek i zagadek, wpisanych w określoną fabułę.

Bardzo szybki wzrost zainteresowania tą nową rozrywką zaskoczył twórców polskiego rynku pokojów zagadek i uznawany jest za ewenement na skalę światową. W ubiegłym roku, jak podaje serwis Lockme.pl⁴, tę formę spędzenia wolnego czasu wybrało ok. 4 mln osób, które wydały na nią 200 mln złotych. Obecnie w całym kraju funkcjonuje ponad tysiąc takich pokoi. Najwięcej spośród polskich miast jest ich w Warszawie (ok. stu), o połowę mniej we Wrocławiu (ok. 50) i w porównywalnych liczbach (ok. 30) w Trójmieście, Poznaniu i Krakowie. Zwraca uwagę fakt stałego podnoszenia jakości oferowanych w tej branży usług, którego efektem, w ciągu tylko czterech lat, są aż trzy generacje coraz doskonalszych pokoi. Stopień ich skomplikowania ewoluował od poziomu kłódki i prostych zagadek, poprzez elektronikę, po pełne scenografie filmowe, dzięki czemu obecni klienci ER czują się jak aktorzy w filmie, odtwarzający swoje role zgodnie z określonym scenariuszem. Sukcesywnie poprawia się więc standard ER, zabawa organizowana jest na podstawie fabuł coraz bardziej zaawansowanych, a największą popularnością cieszą się pokoje przygodowe, fabularne, na bazie thrillerów i horrorów.

¹ RPG (właściwie cRPG) ang. *computer role-playing game* – komputerowa gra fabularna.

² Origin – to platforma internetowa, stworzona przez firmę Electronic Arts, która umożliwia kupowanie i pobieranie gier tego producenta, ale również testowanie wersji demonstracyjnych oraz granie w gry udostępnione bezpłatnie.

³ Na działalność ER w Polsce cieniem położyła się tragedia, do której doszło w 2019 r. w Koszalinie. W tragicznym pożarze w ER zginęło pięć nastolatka.

⁴ Zob. <<https://lockme.pl>>, dostęp: 23.09. 2019. Lockme jest największym zbiorem ER w Polsce. Jest to strona, na której można pokoje przeglądać, a także dokonywać ich rezerwacji.

Postępujący rozwój branży ER, uzależniony od ludzkiej kreatywności i rosnących nakładów finansowych, zapewnia dalszy wzrost liczby coraz bardziej zróżnicowanych, zaawansowanych technologicznie i scenograficznie ER. Gwarancją szybkiego rozwoju rynku pokoi zagadek w Polsce jest również to, że stały się one nie tylko konkurencją dla kin i teatrów, ale ich potencjał dostrzegły także duże korporacje i marki, które wykorzystują je do promocji swoich towarów i usług oraz w rekrutacji pracowników. Gra pozwala bowiem sprawdzić umiejętności interpersonalne i gotowość do pracy w grupie potencjalnych pracowników, uzewnętrznia ich zdolności przywódcze, co często należy do cech poszukiwanych przez pracodawców.

Potwierdzeniem faktu, że Polska wyrasta na „escaperoomową stolicę” Europy, jest fakt organizacji we Wrocławiu już dwukrotnie, w 2017 i 2018 r., Międzynarodowych Mistrzostw Polski „PolandEscape”. Trzecie mistrzostwa odbyły się w Warszawie w 2019 r. W każdym z tych wydarzeń uczestniczyło kilkaset drużyn.

W Polsce musiało brakować inteligentnych zabaw dla dorosłych, skoro tak szybko powstało tutaj tak wiele ER, które mogą stać się inspiracją do wieloaspektowych badań specjalistów z różnych dziedzin nauki, np. socjologów, psychologów, ale także językoznawców⁵.

2. Nazwy ER nową kategorią nazw własnych

Wśród zmian językowych najbardziej charakterystycznych dla polszczyzny XXI w. znajdują się przeobrażenia ilościowe i jakościowe słownictwa. Dotyczą one zarówno systemu apelatywnego, jak i proprialnego (np. Dunaj, 2000: 33; Smólkowa, 2000: 51; Ożóg, 2001). Wśród nazw własnych za najbardziej dynamicznie rozwijającą się kategorię, związaną ze zmianami poziomu i stylu życia Polaków po 1989 r., uznaje się chrematonimy, do których, przy ich szerokim rozumieniu, należą także miana ER. Chrematonimy określane są bowiem na gruncie polskiego językoznawstwa zgodnie z definicją wąską (jest to ujęcie Czesława Kosyła, uznającego za chrematonimy wyłącznie nazwy własne materialnych wytworów ludzkiej ręki, które nie są na trwałe związane z określonym terenem; Kosyl 1993: 439) lub szeroką (jest to maksymalistyczne ujęcie chrematonimii według Edwarda Brezy, który włącza do niej także efekty pracy umysłowej człowieka; Breza 1998: 343). Natomiast w nowym

⁵ Nazwy ER nie były dotychczas przedmiotem większego zainteresowania językoznawców. Do publikacji omawiających tę kategorię nazw własnych należy artykuł poświęcony nazwom polskich pokoi zagadek w grach językowych wykorzystywanych w tekstach reklamowych (Drażek, 2018: 24–31).

ujęciu metodologicznym, eksponującym ich kulturowo-użytkową funkcję, Artur Gałkowski wprowadził szerokie pojęcie chrematonimii użytkowej⁶, obejmującej nazwy przedmiotów jednostkowych i seryjnych, nazwy wytworów kultury materialnej i niematerialnej, nazwy działań i wydarzeń społecznych, nazwy związane z ludzką aktywnością w znaczeniu ekonomicznym i pozaekonomicznym. Wskazał także jej trzy podkategorie, tj. chrematonimie marketingową (nazwy firm i produktów – towarów i usług), chrematonimie społecznościową (nazwy zrzeszeń i organizacji) i chrematonimie ideacyjną (nazwy przedsięwzięć kulturowych) (Gałkowski 2011: 52). W tym ujęciu nazwy ER sytuują się w ramach chrematonimii marketingowej związanej z działalnością rozrywkową człowieka. Ponieważ jednak możliwe są również strefy przejściowe pomiędzy różnymi klasami chrematonimii użytkowej (tamże, s. 53), w przypadku analizowanych onimów, przynajmniej w zakresie sposobu ich kształtowania, można dodatkowo mówić o ich przynależności do chrematonimii ideacyjnej.

3. Intertekstualność onimiczna⁷

Analiza nazw własnych pod kątem intertekstualności należy z pewnością do bardziej interesujących aspektów ich badań. Zwłaszcza wtedy, gdy nazwa jest elementem działalności marketingowej podporządkowanej walce o klienta i ukierunkowanej na osiągnięcie rynkowego sukcesu.

Samo pojęcie intertekstualności, związane przede wszystkim z badaniami literatury⁸, jest niejednoznaczne i nie powinno być łączone wyłącznie z literaturą piękną. Dotyczy bowiem zarówno języka w odmianie pisanej, jak i mówionej, a idąc dalej, przy założeniu, że nazwa własna jest specyficznym tekstem, związane jest w takim samym stopniu z systemem apelatywnym, jak i proprialnym. W sensie onimicznym intertekst oznacza nazwę w innej

⁶ Tworzące ten zbiór jednostki onimiczne interpretowane są przez językoznawców w różnych aspektach (por. np. Rutkowski 2003; Skowronek, Rutkowski 2004).

⁷ Termin za Małgorzatą Rutkiewicz-Hanczewską (por. Rutkiewicz-Hanczewska 2012: 199; 2013: 129–190).

⁸ Intertekstualność jest to taki sposób ukształtowania dzieła literackiego, dzięki któremu wchodzi ono w różnorodne związki z innymi tekstami nie tylko literackimi, ale również z innymi tekstami kultury (malarstwem, filmem czy muzyką). Intertekstualność jest nie tylko właściwością literatury, ale również metodą jej analizy. W tym sensie zakłada ona zasadniczy udział czytelnika w procesie interpretacji. To odbiorca podejmuje bowiem grę z tekstem, a więc uczestniczy w procesie tworzenia jego sensu. Przejawem intertekstualności są wszelkiego rodzaju nawiązania do innych tekstów kultury. Teoria intertekstualności zakłada, że każde dzieło literackie ma charakter warstwowy, jednak niektóre utwory, zwłaszcza wpisujące się w poetykę postmodernizmu, zdradzają szczególne tendencje intertekstualne (zob. np. Zagórski 2004).

nazwie. Najczęściej chodzi tu o relacje między tekstami o charakterze werbalnym, ale mogą mieć one również charakter intersemiotyczny związany współcześnie z tzw. intermedialnością (Rutkiewicz-Hanczewska 2012: 69–70).

Kategoryzacja proprialnych intertekstów ze względu na sposób wykorzystania hipotekstu obejmuje transtekstualizację, tj. przeniesienie nazwy z jednego planu onimicznego do drugiego bez jakichkolwiek zmian formalnych; transformacje, czyli nazwy będące efektem różnych przekształceń tekstu pierwotnego; imitacje polegające na wykreowaniu nazwy niejako sztucznej, czyli utworzenie hipertekstu na wzór potencjalnego hipotekstu; intekstualizacje, w których nowy hipertekst wchłania określony hipotekst, a w strukturze nowego onimu nazwa pierwotna pojawia się pośrednio lub poprzez w różnym stopniu zaawansowane wykorzystanie jej postaci (Rutkiewicz-Hanczewska 2012: 200–207).

4. Charakterystyka badanego materiału

Podana wyżej kategoryzacja onimów, wynikająca z zastosowania do opisu nazw własnych analizy tekstologicznej, została wykorzystana także w opisie zgromadzonych nazw ER. Materiał nazewniczy, będący podstawą artykułu, obejmuje 143 miana pokoi zagadek. Wobec istnienia ponad tysiąca nazw ER w całej Polsce, na potrzeby niniejszego opracowania dokonano subiektywnego wyboru trzech miast, w których pokoje zagadek funkcjonują. Są to Warszawa (83) – z największą liczbą ER w całym kraju, Wrocław (53) – uznawany za polską stolicę ER, tutaj powstał pierwszy w Polsce pokój zagadek i zorganizowano pierwsze mistrzostwa kraju oraz Rzeszów (7) – to miasto, w którym liczba ER nie przekracza dziesięciu. Istniejące w nich ER reprezentują, w oparciu o realizowany typ fabuły, następujące kategorie: przygodowy, thriller, kryminalny, horror, historyczny, fabularny, abstrakcyjny, fantasy i dla dzieci.

5. Nazwy ER jako interteksty

Wśród zgromadzonych nazw ER pokazaną grupę stanowią miana intertekstualne o charakterze transtekstualizacji semantycznych lub intekstualizacji. Z pozycji autora nazwy tworzą one dychotomiczny zbiór onimów charakteryzujących się intertekstualnością zamierzoną lub niezamierzoną. Z punktu widzenia odbiorcy, czyli klienta ER, są to zaś nazwy o intertekstualności, odpowiednio, właściwej lub potencjalnej.

O intertekstualności zamierzonej można mówić wtedy, gdy pojawia się ona w wyniku świadomej działalności twórcy nazwy. To z kolei skutkuje

intertekstualnością właściwą, wynikającą z faktu, że hipertekst w jednoznaczny sposób nawiązuje do, niebudzącej najmniejszych wątpliwości co do swego statusu w systemie leksykalnym, nazwy własnej występującej w funkcji hipotekstu. Identyfikacja leksemu jako proprium w tej sytuacji wynika z ogólnej wiedzy, kompetencji kulturowych, erudycji, doświadczenia społecznego, życiowego czy wreszcie dostępu do internetu. Taki charakter ma np. nazwa wrocławskiego ER *Peron 9 i 3/4*, pochodząca z powieści o Harrym Potterze. O tym, że nazwa jest intertekstualna, a jej hipotekstem jest ideonim, mówi również opis ER zamieszczony na stronie internetowej⁹, w którym znajduje się następujący fragment:

Skąd nazwa *Peron 9 i 3/4*? Jako, że w pokoju znajdziecie motywy z całej serii książek i filmów o młodym czarodzieju chcieliśmy aby nazwa również łączyła w sobie całość. Z *Peronu 9 i 3/4* Harry rozpoczął swoją przygodę z magicznym światem i w tym samym miejscu zakończył naukę w murach Szkoły Magii i Czarodziejstwa. Co zatem znajdziecie w środku? Musicie sprawdzić sami!¹⁰

Przy tego typu intertekstualności hipotekst i hipertekst odnoszą się do różnych desygnatów, np. film i ER, powieść i ER, góra i ER, osoba i ER, połączonych jednak bardzo wieloma podobieństwami, do których zaliczyć można osoby i ich charakterystyczne cechy fizyczne i psychiczne, miejsca, czas, nastrój, lokalizację akcji itp.

Z kolei intertekstualność niezamierzona, przypadkowa, której twórca nazwy nie jest świadomy w momencie kreacji onimu, z pozycji odbiorcy jest intertekstualnością potencjalną. Sprowadza się ona do tego, że z jednej strony można wskazać domniemany hipotekst najczęściej w postaci ideonimu, głównie tytułu filmu, z drugiej jednak nie da się wykluczyć apelatywnej podstawy nazwy, np. *Piraci, Krypta, Fantazja, Prosektorium, Katakumby, Pasażer*. Wyodrębnić natomiast można łączący apelatyw, hipertekst i potencjalny hipotekst, pewien wspólny pierwiastek semantyczny. Taką sytuację obrazuje nazwa *Obłąd* należąca do pokoju finałowego Mistrzostw Polski „PolandEscape” 2017. Apelatyw *obłąd* definiowany jest w *Słowniku języka polskiego* jako „choroba psychiczna, szaleństwo, mania”¹¹. Natomiast ideonim *Obłąd* to tytuł horroru z 2005 r., w którym niesłusznie oskarżony o morderstwo weteran wojenny zostaje osadzony w zakładzie psychiatrycznym dla kryminalistów, gdzie jest poddawany eksperymentalnej terapii farmakologicznej. Pierwiastkiem semantycznym łączącym w tym konkretnym przykładzie obłąd jako nazwę pospolitą i *Obłąd* jako nazwę własną jest problem zaburzeń psychicznych.

⁹ <<https://lockme.pl/pl/polska/dolnoslaskie/wroclaw/escape-room/trap-jungle/2673-peron-9-i-3-4>>, dostęp: 09.10.2019.

¹⁰ W tekstach pochodzących ze stron internetowych zapis jest zgodny z oryginałem.

¹¹ <<https://sjp.pwn.pl>>, dostęp: 10.10.2019.

Zagadnienie choroby psychicznej, szaleństwa, zakładu psychiatrycznego to również główny motyw fabuły omawianego ER, w której nie znajdziemy jednak żadnych innych odwołań do identycznie zatytułowanego filmu. Z informacji o ER zamieszczonych na stronie internetowej¹² wynika bowiem, że

„Obłąd” to przygodowy thriller oparty fabularnie na prawdziwej historii. To dziewięćdziesiąt minut przepelnionej adrenaliną ekscytującej zabawy i niepowtarzalnej przygody! W latach siedemdziesiątych stojący na peryferiach Auntville szpital psychiatryczny został niespodziewanie zamknięty zaledwie w ciągu jednego dnia! Policja stanowa wyprowadziła cały personel oraz wszystkich pacjentów, po czym nakazano zamurowanie okien i zaryglowanie wejść. Podczas przeszukania budynku funkcjonariusze nie odnaleźli jednak ordynatora oraz jego dwudziestoletniej córki Emily Jones, od lat przebywającej i leczącej się na oddziale zamkniętym. W miasteczku nie było wówczas tajemnicą, że za murami szpitala bez śladu znikali chorzy, a terapia najbardziej skomplikowanych przypadków dalece wykraczała poza konwencjonalną medycynę. Od tamtej pory nikt nie przekroczył progu tego budynku. Okoliczni mieszkańcy uważają, że jego ordynator przebywa w opuszczonym szpitalu do dziś. Niektórzy twierdzą nawet, że czasami zza murów dochodzą tajemnicze odgłosy. Po przeszło czterdziestu latach jako pierwsi postanawiacie włamać się do starego szpitala psychiatrycznego z nadzieją na rozwiązanie największej zagadki Auntville.

Ponieważ intertekstualność jest tutaj bardzo dyskusyjna, ale nie wykluczona, zakładam, że ma ona wyłącznie charakter potencjalny i wyłączam tego typu nazwy z analizy pod kątem ich intertekstualności onimicznej.

W przypadku intertekstualności właściwej, potwierdzonej w 46 nazwach, co stanowi ok. 32% wszystkich analizowanych nazw, nazewnictwo interteksty identyfikujące ER, mają w 20 przypadkach, co stanowi ok. 45% wszystkich nazw intertekstualnych, charakter transtekstualizacji semantycznych. Ich specyfika sprowadza się do powtórnego wykorzystania, bez jakichkolwiek przekształceń strukturalnych, wybranego tekstu pierwotnego w funkcji hipertekstu. Tak się dzieje w przypadku np. onimów: *Rodzina Addamsów*, *Wehikuł czasu*, *Narnia*, *Kuba Rozpruwacz*, *Świat to za mało*, *Olimp*. Odbiorca w celu zorientowania się w ogólnej tematyce scenariusza ER powinien odkodować nazwę i wydobyć konotacje niesione przez hipotekst. Na przykład nazwę ER *Różowa Pantera*, którego scenariusz zakłada wcielenie się w złodziei największego brylantu na świecie, czyli Różowej Pantery, powinien odczytać przez odniesienie do serii filmów kryminalno-komediowych, których głównym bohaterem jest francuski detektyw inspektor Clouseau. Serię zapoczątkował film *Różowa Pantera* z 1963 r., w którym akcja toczy się wokół cennego diamentu o tej nazwie, nawiązującej do skazy znajdującej się na klejnocie, przypominającej wyglądem panterę. Z kolei ER *Powstanie Warszawskie*,

¹² <<https://lockme.pl/pl/polska/dolnoslaskie/wroclaw/escape-room/exit19-pl/1186-obled>>, dostęp: 09.10.2019.

poprzez pryzmat konotacji niesionych przez pierwotną nazwę, odsyła do tego czczonego przez kolejne pokolenia Polaków zbrojnego wystąpienia przeciwko okupującym Warszawę wojskom niemieckim.

W kreowaniu nazw ER chętnie wykorzystywane są także intertekstualizacje, kolejny typ intertekstualności, tutaj wyłącznie w postaci nośnych znaczeniowo cytatów zastosowanych do utworzenia 26 onimów, co stanowi ok. 55% wszystkich nazw intertekstualnych, np.: *Kłątwa skarbu Majów*, *Hrabia Dracula*, *Ekspedycja na Marsa*, *Misja Hollywood*. W ten sposób klient ER pośrednio otrzymuje informację o charakterze fabuły właściwej dla danego pokoju. Na przykład nazwa *Bestie Peruna* podpowiada graczowi, zakładając, że zna on historię i literaturę, iż scenariusz ER osadzony został w mitologii słowiańskiej, bo *Perun* to słowiańskie bóstwo gromowładne oraz jedno z czołowych w panteonie słowiańskim; *Zdrada w Breslau* sytuje akcję fabuły ER we Wrocławiu w czasie II wojny światowej, a *Lochy Króla Artura* z pewnością nawiązywać będą do legendarnego celtyckiego władcy Brytów z przełomu V i VI w., bohatera licznych legend, łącznie z tą o Rycerzach Okrągłego Stołu, dzieł literackich i filmów. Zwraca uwagę fakt, że w analizowanych intertekstualnych nazwach ER nie pojawiają się żadne inne poza cytatami sposoby intertekstualizacji. Nie wykorzystuje się więc w tworzeniu hipertekstów nawiązań do hipotekstów na zasadzie aluzji, antonimii czy parafraz.

Wszystkie analizowane nazewnicze interteksty reprezentują dwa typy: transtekstualizacje i intertekstualizacje. Wyjątkiem potwierdzającym regułę jest nazwa *Kraina Czarów* nawiązująca do książki *Alicja w Krainie Czarów* autorstwa Lewisa Carrolla lub jednej z wielu jej ekranizacji, czego dowodzi zapis na stronie internetowej¹³:

Wchodząc do pokoju przenosisz się w pełni do świata Alicji. Bardzo dopracowana sceneria pozwala wczuć się w klimat rozgrywki. Zagadki na miejscu nie są trudne, wymagają logicznego myślenia i odrobiny sprytu.

Nazwa pokoju jest transformacją powstałą w wyniku przekształcenia tekstu pierwotnego, które polega w tym konkretnym przypadku na dekompozycji hipotekstu.

W funkcji hipotekstów występują głównie ideonimy związane z branżą filmową, przede wszystkim tytuły filmów, co jest zrozumiałe w kontekście „filmowej” specyfiki funkcjonowania ER. Każdy pokój ma fabułę, wszystko dzieje się zgodnie z określonym scenariuszem, jego kategoria powieliła kategorie filmowe, np. horror, przygodowy, uczestnicy gry czują się jak aktorzy.

¹³ <<https://lockme.pl/pl/polska/dolnoslaskie/wroclaw/escape-room/letmeout/600-kraina-czarow>>, dostęp: 09.10.2019.

W funkcji pierwotnych tekstów występują także antroponimy np. *Tutenchamon*, toponimy np. *Wrocław*, kosmonimy (astronimy) *Mars*, oronimy np. *Olimp*, teonimy np. *Minotaur*, choronimy np. *Egipt*.

Wśród możliwych typów relacji hipotekst – hipertekst w przypadku nazewniczych transtekstów i intertekstów przypisywanych pokojom zagadek zaskakujące jest mało oryginalne i niezbyt odkrywcze wykorzystanie właściwie tylko prostych powtórzeń nazwy pierwotnej w nazwie wtórnej. Konsekwencją tego jest przede wszystkim wykreowanie nazw niezaskakujących pod względem formy. To nie są miana, które wywoływałyby zdziwienie, zaskoczenie, które byłyby wartością samą w sobie pod względem struktury. Twórcy stawiają więc na semantykę, a nie na strukturę. Treść onimu, a nie jego forma jest dla nich ważna w walce o klienta. W wielu opracowaniach z zakresu marketingu nazewniczego podkreśla się fakt, że idealna nazwa marketingowa powinna mieć znaczenie (np. Świtała-Cheda 2008: 384). W zaprezentowanych powyżej nazwach ER intertekstualność sprowadza się do relacji między tekstami o charakterze werbalnym, a dokładniej proprialnym. Na marginesie można dodać, że dużo ciekawsze, bardziej intrygujące dla odbiorcy pod względem formy, są nazwy ER, charakteryzujące się jako składniki świata najbardziej współczesnych onimów (przypomnijmy, że pierwsza tego typu nazwa pojawiła się w Polsce zaledwie pięć lat temu) nie intertekstualnością, lecz tzw. intermedialnością (Rutkiewicz-Hanczewska 2012: 200). Polega ona na umieszczeniu „materii nazewniczej między różnymi mediami, na wykorzystaniu struktury nazw mediów podczas tworzenia nowych jednostek”. W analizowanym materiale cecha ta sygnalizowana jest tylko w jednej, ale zdecydowanie najbardziej przykuwającej uwagę właśnie budową nazwie *P@ssWord*. Intermedialność polega tutaj na wykorzystaniu w strukturze nazwy elementu wskazującego na związek z wirtualnym światem. I tak jest rzeczywiście, bo jest to pierwszy w Polsce pokój wykorzystujący rozwiązania Microsoftu. Pokój, w którym wkracza się do abstrakcyjnego świata zbuntowanych kolorów, nic nie jest na swoim miejscu. Dookoła panuje chaos i rozgardiasz, a harmonię można przywrócić w tym miejscu, mając do dyspozycji wyłącznie najnowsze technologie. Oczywiście ma to na celu promowanie tej firmy w świadomości zwykłych użytkowników.

Nie sposób nie zauważyć, że intertekstualność onimiczna, chętnie wykorzystywana przez kreatorów nazw ER, czasem może wprowadzać potencjalnego klienta w błąd. Dzieje się tak wtedy, gdy hipotekst ma bardzo wyraźne, jednoznaczne, powszechnie rozpoznawalne znaczenie asocjacyjne, które nie znajduje jednak potwierdzenia w fabule pokoju zagadek. Na przykład ER *Poznaj Wolfganga* z pewnością wywołuje skojarzenia z chyba najbardziej znanym w historii Wolfgangiem Amadeuszem Mozartem. A jeśli tak,

to powinny pojawić się konotacje muzyczne dodatkowo zlokalizowane w czasie, czyli w XVIII w. Okazuje się jednak, że fabuła pokoju nie ma nic wspólnego ze światem muzyki i jednym z najbardziej znanych „klasyków wiedeńskich”. Ma natomiast charakter kryminalny i nawiązuje do tajemniczych zaginięć wielu osób, za które odpowiedzialny jest tajemniczy i niebezpieczny Wolfgang.

6. Podsumowanie

Pokoje zagadek są jedną z najnowszych propozycji rozrywki głównie dla dorosłych, w mniejszym zakresie dla dzieci, które pojawiły się w ostatnich latach w Polsce. Ich ogromna popularność, osiągnięta w bardzo krótkim czasie i obiecujące perspektywy dalszego rozwoju, zdobywania coraz większej liczby klientów wpisują się w nowy, zachodni model życia, który pod koniec XX w. zaczęli realizować Polacy. O ich przeobrażeniach mentalnościowych, kulturowych świadczą także np. zainteresowanie zdrowym trybem życia, aktywnym fizycznie lub intelektualnie spędzaniem wolnego czasu, a także diametralna zmiana stosunku do zwierząt, owocująca chociażby powstaniem hoteli, salonów piękności oraz kawiarni dla kotów i psów. To wszystko otwiera nowe możliwości prowadzenia różnych typów działalności handlowej i usługowej, która zawsze wiąże się z dążeniem do osiągnięcia zysku poprzez zdobycie jak największej liczby klientów. Jednym z czynników decydujących o sukcesie w tym względzie jest dobra nazwa wprowadzanego na rynek obiektu, towaru bądź usługi. Podobnie jest z pokojami zagadek. Gra o klienta ER i z klientem, próba zainteresowania, zaintrygowania go oferowanym pokojem, zaczyna się już na etapie nazwy. Odkodowanie, zinterpretowanie, wydobycie niesionych przez hipertekst konotacji może zarówno zachęcić, jak i skutecznie zniechęcić do skorzystania z konkretnego ER. Intertekstualna nazwa pokoju poprzez naśladowanie, kontynuowanie nazwy innego desygnatu ma więc przyciągnąć uwagę klienta do hipertekstu i jego desygnatu poprzez wykorzystanie skondensowanego znaczenia nazwy i jego wartości konotacyjnej.

Intertekstualność nazwy ER jest ważnym elementem nie tylko w rywalizacji rynkowej, marketingowej. Patrząc szerzej, nie sposób nie zauważyć innych funkcji pełnionych przez tę cechę onimu. Bez wątpienia wpływa ona na odświeżenie, a nawet na utrwalenie w społecznej pamięci wielu nazw związanych z różnymi tekstami kultury (najczęściej są to kultowe filmy, również powieści, obrazy, gry komputerowe), ale także odnoszącymi się do ważnych osób, wydarzeń historycznych itp. Nazewnicze interteksty pozwalają na określenie specyficznych lokalnych odrębności w preferowanych typach

fabuły, narracji kryminalnej, przygodowej lub fantastycznej. Z pewnością jest to dynamicznie rozwijająca się grupa nazw własnych, otwarta pod względem leksykalnym i morfologicznym, niosąca ciągle nowe możliwości analiz i wieloaspektowych językoznawczych i kulturowych interpretacji. Interteksty to nazwy dla ludzi myślących, inteligentnych, wymagające twórczej i odtwórczej aktywności umysłowej, eksponującej ogólną wiedzę, kulturę, które umożliwiają odczytanie nowych sensów tworzonych na linii hipotekst – hipertekst.

Analizowane miana ER są proprialnymi intertekstami prawie wyłącznie o charakterze transtekstualizacji lub intekstualizacji. Przy ich tworzeniu nie wykorzystuje się właściwie, decydujących głównie o atrakcyjności strukturalnej nazwy, transformacji ani imitacji. Ważniejsza od budowy nazwy jest jej semantyka, co jest zgodne z marketingową definicją idealnej nazwy.

Literatura

- 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.
- Drażek B. (2018): *Nazwy pokojów zagadek jako element gier językowych między nadawcą i odbiorcą tekstu reklamowego*. „Słowo. Studia Językoznawcze” 9. Rzeszów, s. 24–31.
- Dunaj B. (2000): *Nowe słownictwo w leksykografii*. [W:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*. Red. J. Mazur. Lublin, s. 33–38.
- Galkowski A. (2011): *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*. Łódź.
- Kosyl Cz. (1993): *Chrematonimy*. [W:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*. T. 2: *Współczesny język polski*. Red. J. Bartmiński. Wrocław, s. 339–444.
- Ozóg K. (2001): *Poliszczyna przełomu XX i XXI wieku. Wybrane zagadnienia*. Rzeszów.
- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2012): *Symbioza nazw, czyli o intertekstualności onimicznej*. „Slavia Occidentalis” 69, s. 199–211.
- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2013): *Genologia onimiczna. Nazwa własna w płaszczyźnie motywacyjno-komunikatywnej*. Poznań.
- Rutkowski M. (2003): *Nazwy na sprzedaż: o nazewnictwie na usługach marketingu*. „Onomastica” 48, s. 239–254.
- Skowronek K., Rutkowski M. (2004): *Media i nazwy*. Kraków.
- Smółkowa T. (2000): *Leksyka w początkowym okresie przemian ustrojowych. Rodzaje zmian*. [W:] *Słownictwo współczesnej polszczyzny w okresie przemian*. Red. J. Mazur. Lublin, s. 51–58.
- Świtała-Cheda M. (2008): *Nazwy kawiarenek internetowych w Polsce*. [W:] *Język w marketingu*. Red. K. Michalewski. Łódź, s. 383–373.
- Zagórski Z. (2004): *Kilka uwag o tzw. intertekstualności*. [W:] *Studia nad polszczyzną współczesną i historyczną. Prace dedykowane Profesorowi Stanisławowi Bąbie w 65-lecie urodzin*. Red. J. Liberek. Poznań, s. 323–327.