

Z PROBLEMÓW METODOLOGII BADAŃ ONOMASTYCZNYCH

Małgorzata Rutkiewicz-Hanczewska
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3685-0352>
e-mail: rutkiewi@amu.edu.pl

Formacje potencjalne a późnonowoczesna rodzimość nazewnicza, czyli o produktywności onimiczno-apelatywnej

Potential formations and late modern naming locality
– on the onymic-appellative productivity

Abstrakt

Artykuł jest poświęcony jednemu z najnowszych modeli nazewniczych, wpisujących się w płaszczyźnie apelatywnej w kategorię słowotwórczą nazw miejsc, a utworzonych drogą sufiksacji, za pomocą znanych wykładników słowotwórczych *-arnia*, *-nia*, *-ownia*, lub derywacji paradygmatycznej. W systemie nazewniczym tego typu nazwy mają charakter deproprialny lub odapelatywny. Oznacza to, że tworzy się je od podstaw onimicznych (nazw ulic, placów, budynków) lub apelatywów, które w funkcji nazw miejsc nigdy dotąd nie występowały w systemie apelatywnym (*Bezownia*, *Bucikarnia*, *Zupiarnia*). Powstaje dzięki temu nowa możliwość przyszłego zasilania leksykonu nazw pospolitych jednostkami proprialnymi. Będą to jednak swoiste apelatywizmy wykreowane w planie onimicznym (por. *fryzjer* → *Fryzjernia* → *fryzjernia*; *zupa* → *Zupiarnia* → *zupiarnia*).

Słowa kluczowe: formacje potencjalne, nazwy odapelatywne, nazwy deproprialne, nazwy przeniesione, apelatywizacja, onimizacja, nomina loci

Abstract

The article is devoted to one of the most recent naming models which, on the appellative plane and from the point of view of word formation, belongs to the category of place names, created by suffixation with the use of the well-known suffixes *-arnia*, *-nia*, *-ownia*, or by paradigmatic derivation. In the naming system, such names are of proprial or appellative origin. This means that they are created on the basis of onyms (names of streets, squares or buildings) or appellatives which have never before appeared in the appellative system in the function of names (cf. *Bezownia*, *Bucikarnia*, *Zupiarnia*). This creates a new future possibility of enriching the lexicon of common names with proprial units. However, these

will be specific appellativisms of onymic origin (cf. *fryzjer* ‘hairdresser’ → *Fryzjernia* → *fryzjernia*; *zupa* ‘soup’ → *Zupiarnia* → *zupiarnia*).

Key words: potential formations, appellative origin names, depropriation names, transferred names, appellativisation, onymisation, nomina loci

Wprowadzenie

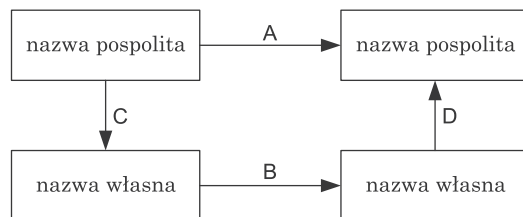
Nazwy własne od zawsze powstawały od apelatywów i innych nazw własnych. Podobnie nazwy pospolite były zasilane w formie derywatów innymi apelatywami oraz nazwami własnymi na skutek procesów zwanych apelatywizacją, czy szerzej – deonimizacją (Rutkowski 2007). Mariaż pomiędzy tymi dwiema grupami leksemów istnieje zatem nie od dziś, chociaż o samym zjawisku wzbogacania leksykonu apelatywnego formacjami odproprionalnymi badacze piszą od stosunkowo niedawna¹. Ta wzajemna pochodność może odbywać się bez zmiany formalnej nowo utworzonej nazwy oraz za pośrednictwem dodatkowych wykładników słowotwórczych. Poniżej interesować nas będzie ten drugi sposób pomnażania areału leksykalnego.

Relacje motywacyjne między apelatywami i propriami

System językowy, a dokładnie leksykalny, pozwala na wyodrębnienie kilku typów pochodności (zob. Rys. 1). Do oczywistych należą relacje jednorodne pod względem materiału językowego, tj. relacje: *nazwa pospolita* → *nazwa pospolita* (relacja A na Rys. 1) oraz *nazwa własna* → *nazwa własna* (relacja B na Rys. 1). W pierwszej grupie mieszczą się tzw. formacje słowotwórcze, tj. wyrazy derywowane od innych wyrazów pospolitych typu: *prać* → *pralnia*, *pralka*, *praczka*. Drugą grupę reprezentują tzw. wtórne (zwane też intertekstualnymi) nazwy własne stanowiące określenia denotatów niekoniecznie należące do różnych grup onimicznych. Wśród nich mamy dla przykładu zdrobnienia imion (*Irek* ← *Ireneusz*), nazwy miejscowe powstałe od innych nazw miejscowych (*Bolewicko* ← *Bolewice*), nazwy wodne od innych nazw wodnych czy miejscowych (*Pokrzywka* ← *Pokrzywno*, *Skierniewka* ← *Skierniewice*), przezwiska, nazwiska, nazwy miejscowe powstałe od imion itd. (zob. Malec 2001: 8, 99–105; Rutkiewicz-Hanczewska 2013: 141–190).

¹ Zob. publikację pod znaczącym tytułem *Onimizacja i apelatywizacja*. Red. Z. Abramowiczówna i E. Bogdanowicz z 2001 roku i wcześniejszy *Słownik eponimów czyli wyrazów odimionych* W. Kopalińskiego.

Istnieją również związki niejednorodne genetycznie. Do najpowszechniejszych należy relacja *nazwa pospolita* → *nazwa własna* (relacja C na Rys. 1). Jak bowiem podkreśla M. Malec (2001: 14), „słownictwo apelatywne jest podstawowym tworzywem nazw własnych w każdym języku”. Tę grupę reprezentują zatem tzw. odapelatywne nazwy własne (por. *Kisiska* ← *kis*; *Trzcianka* ← *trzciany*). Mniej oczywistą, chociaż nie mniej atrakcyjną językowo, jest relacja odwrotna typu *nazwa własna* → *nazwa pospolita* (relacja D na Rys. 1) (Rutkiewicz-Hanczewska 2013: 201–202). W wyniku jej oddziaływania powstają nowe nazwy pospolite. Najliczniej reprezentowane są jednostki, które przeszły z klasy *proprium* do klasy *apellativum* bez zmiany formalnej, lecz w kontekście prowadzonych tu rozważań mamy na myśli struktury derywowane typu: *falandyzacja* (← *Falandysz*), *małyszówka* (← *Małysz*), *kaczyzm* (← *Kaczyński*).

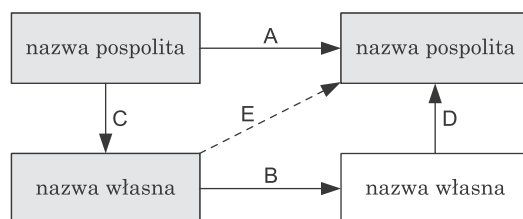


Rys. 1. Schemat relacji motywacyjnych zachodzących w grupie nazw własnych i pospolitych: A (nazwa pospolita → nazwa pospolita), B (nazwa własna → nazwa własna), C (nazwa pospolita → nazwa własna), D (nazwa własna → nazwa pospolita). Opracowanie własne.

Jeśli chodzi o nazwy własne motywowane apelatywami, to w drugiej połowie ubiegłego stulecia przetoczyła się wielka dyskusja dotycząca ich rzeczywistej pochodności, a którą w końcu lat sześćdziesiątych XX w. zapoczątkowała typologia Stanisława Rosponda (1957), dzieląca nazwy na prymarne, sekundarne i złożone (komponowane). Przynależność do jednej lub drugiej grupy uzależniona była od tego, czy proces derywacyjny zachodził w areale apelatywnym czy już na poziomie kreacji nazwy własnej. To zjawisko okazało się bardzo niejednoznaczne do oceny. Na jakiej bowiem podstawie zdecydować, czy *proprium* typu *Kaczy Dolek* (zob. Rutkiewicz 2002: 28–29) pochodzi bezpośrednio od apelatywu *kaczy dołek*, czy może kreacja dokonała się już w przestrzeni nazw własnych, dla których bazą była nazwa pospolita *kaczka*? Jak potraktować nazwy *Chmielnik* czy *Opalenica*? Czy uznać je za sekundarne, jeśli nie znajdujemy dla nich odpowiedników w leksykonie apelatywnym (**opalena* + *ica*), czy za prymarne, jeśli takie poświadczenie da się wskazać (← *chmielnik*)?

Zdaniem badaczy każda nazwa własna jest sekundarna w stosunku do pospolitej (Wróbel 1978: 22), a rozumienie nazw prymarnych za równe apelatywom wprowadza jedynie zamieszanie, ponieważ owa tożsamość często dotyczy formy mianownika danego leksemu. Ponadto nie dysponujemy pełnymi i wyczerpującymi zbiorami wszystkich leksemów, w tym gwarowych, które mogą znajdować się u podstaw wielu nazw własnych (Cieślikowa 1994: 198). W XXI w. badacze porzucili ten wątek analiz z kilku powodów. Jednym z nich było skupienie się na innych zagadnieniach, z pominięciem etymologii nazwownych i pochodności nazw własnych, a drugim – poszerzenie zainteresowań synchronicznych wykraczających poza izolowane onimy, zogniskowanie obserwacji na ich uwikłaniu w tekście rozumianym zarówno wąsko, jaki i szerzej, w znaczeniu tekstu kulturowego, tworzonego przez różne grupy o odmiennych społeczno-kulturowo-historycznych doświadczeniach.

Przytoczone wyżej rozważania o prymarności i sekundarności są istotne z punktu widzenia nazw tworzonych w planie proprialny, lecz z wykorzystaniem materii apelatywnej i odpowiednich mechanizmów strukturalnych. Mowa o jednostkach, na których istnienie już badacze wskazywali (Rutkiewicz-Hanczewska 2013: 100; 2014: 140) w kontekście nazw uznawanych za metatekstowe, a które Ewa Oronowicz-Kida (2018: 396) określiła formacjami potencjalnymi (por. Puzynina 1966: 329–337). Można o nich powiedzieć, że reprezentują najnowszą warstwę modnych onimów, a dokładnie jednej ich grupy – emporionimów (Rutkiewicz-Hanczewska 2014), czyli nazw określających miejsca i mieszczące się w nich firmy oraz oferowane przez nie usługi. Wpisują się one w model realizujący kategorię słowotwórczą *nomina loci* w rodzaju *Bezownia*, *Bucikarnia*, *Gugłownia*, *Językarnia*, *Kreownia*, *Pierozarnia*, *Prezentownia*, *Rajstopownia*, *Webownia*, *Zupiarnia*, a – co istotne – fundujących je leksemów nie sposób odnaleźć w słownikach języka polskiego. Część z nich zaczerpnięto z profesjolektu (*Beczownikia*), inne chociaż są powszechnie znane w przestrzeni apelatywnej (*Mleczarnia*), to bezpośrednio nazywają obiekty o odmiennej funkcji, niż na to wskazuje znaczenie realne nazwy pospolitej. W kontekście zatem wspomnianej dyskusji o nazwach prymarnych i sekundarnych należałoby je uznać za jednostki sekundarne, tj. derywowane na płaszczyźnie proprialne. Nie możemy zatem powiedzieć, że prymarnie pochodzą od rzeczowników *bezownia*, *bucikarnia*, *gugłownia*, *językarnia* itd. Mogą oczywiście zasilić areał apelatywów, co jednocześnie będzie dowodem na kolejny sposób przechodzenia nazw własnych do nazw pospolitych. Z uwagi na pojawiające się tego typu formacje w tekstach publikowanych w internecie, to prawdopodobieństwo przyjmuje znamiona aksjomatu.



Rys. 2. Schemat relacji typu *nazwa pospolita – nazwa własna – nazwa pospolita* (np. zupa → Zupiarnia → zupiarnia). Elementy relacji oznaczono kolorem szarym, linia przerywana E ilustruje zasilanie systemu apelatywnego jednostką utworzoną w planie proprialnym. Różni się ona od relacji typu D, ponieważ ta oznacza przejście nazwy własnej do systemu nazw pospolitych za pomocą derywacji słotwórczej. W przypadku relacji typu C derywacja zachodzi w przestrzeni proprialnej, a następnie – co obrazuje linia przerywana E – dokonuje się przeniesienie takiego tworu (derywowanego, lecz na poziomie *nomen proprium*) do sfery apelatywnej. Opracowanie własne.

O ile jeszcze kilka lat wstecz pojawienie się podobnych formacji nazewniczych rodziło dopiero myśli o ewentualnym upowszechnieniu się motywujących je wyrazów poza sferą proprialną, o tyle współcześnie widać pierwsze oznaki tych nieśmiałych zapowiedzi i hipotez (Rutkiewicz-Hanczewska 2014: 141). Na stronach facebookowych poświęconych sprzedaży ubrań pojawiają się następujące teksty: „Spodziarnia w Ciucholandii. Specjalnie dla Was Ciucholandia dołożyła jeden wielki wieszak spodni od 34 po 46 rozmiar! Większe obiecuję też są!! Ponadto **sukienkownia, bluzkownia...** Wszystko jutro od 10:00” (<https://www.facebook.com/ciucholandiaLublin/posts/1871473652922726/>). Po wspomniane leksemmy sięgają dziennikarze w tytułach swoich artykułów poświęconych branży gastronomicznej. Dla przykładu o powstaniu lokalu specjalizującego się w serwowaniu zup napisano: „to pierwsza w Trójmieście **zupiarnia**. W Chochli ma smakować »jak u mamy«” (<https://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/1,35612,20635289,to-pierwsza-w-trojmiescie-zupiarnia-w-chochli-ma-smakowac-jak.htm>). Z kolei w serwisie wrocławskim podaje się, że „pierwsza we Wrocławiu **zupiarnia** jest zlokalizowana na skrzyżowaniu ul. Szewskiej z Kotlarską” (<https://wroclaw.naszemiasto.pl/tag/zupiarnia-wroclaw>). Hasło *zupiarnia* jest notowane przez internetowy słownik języka polskiego (SJP.PL), którego redakcją zajmują się hobbyści. Nowe formy leksykalne, czasem jeszcze w cudzysłowie, zaczynają pojawiać się także w komentarzach klientów określonych lokali usługowych. W jednej z nich kawiarnia Jajownia jest określona jako „nowo powstała „**kanapkownia**” z kanapkami z pastą jajeczną” (<https://www.yelp.pl/biz/jajownia-krakow>).

W przywołanym wyżej słowniku (SJP.PL) odnotowuje się również istnienie następujących leksemów, które zapewne upowszechniły się najpierw w przestrzeni onimicznej: *burgerownia, kebabownia, kebabiarnia, plackarnia,*

paczkownia i *rowerownia*. Większość z nich dotyczy branży gastronomicznej, to ona bowiem przyczynia się do zwielokrotnienia użycia poszczególnych nazw własnych, a później do ewentualnego przejścia do klasy *nomina appellativa*.

Przywołane wyżej cytaty mogą zatem wskazywać na to, że twory o charakterze onimicznym są w stanie uzupełniać system leksykalny współczesnej polszczyzny o kolejne jednostki z kategorii *nazwy miejsc* według schematu: *zupa* → *Zupiarnia* → *zupiarnia* (Rys. 2). Staje się to możliwe dzięki oddziaływaniu niewiarygodnie obszernej ilościowo grupy struktur (zob. Aneks), które w płaszczyźnie apelatywnej mogłyby prymarnie uchodzić za derywaty neologiczne. Upowszechnienie określonej formy wyrazowej odbywa się zwykle za pośrednictwem wielu powtórzeń jednego leksemu w różnych typach tekstu, bądź za pośrednictwem – z czym mamy do czynienia w przypadku formacji potencjalnych – licznej grupy onimów wykreowanych za pomocą powtarzalnych morfemów słotwórczych w odniesieniu do zbliżonych genetycznie denotatów, a mianowicie najróżniejszych zakładów usługowo-handlowych: barów, restauracji, sklepów (stacjonarnych i internetowych), aptek, butików, obiektów gastronomicznych, firm reklamowych, internetowych, edukacyjnych, a także muzeów, stowarzyszeń, fundacji, blogów, hoteli, galerii, serwisów internetowych. Innymi słowy, potencjalny użytkownik języka styka się z powtarzalną pod względem budowy słotwórczej nazwą, u podstawy której widzi *de facto* rzeczownik pospolity. Wobec tego zaczyna go stosować w pewnych sprzyjających po temu okolicznościach. Czy tego typu zachowania językowe nabiorą rozmachu, będziemy wiedzieć dopiero za parę lat.

Oczywiście nie można całkowicie odrzucić tezy, że wspomniane formacje powstały w planie apelatywnym na wzór zadomowionych już rzeczowników z grupy *nomina loci* (na Rys. 2 byłaby to relacja A). Dotyczy to zwłaszcza nazw z morfemem *-arnia* typu *piekarnia* czy *kawiarnia*. Podążając tą ścieżką, trzeba by było uznać, że oba procesy (odproprialny i analogiczny do istniejących struktur apelatywnych) współlistnieją, wspierają się. Wracamy zatem do dawnej myśli o prymarności i sekundarności nazw własnych, do pytania, na którym etapie odbyła się derywacja? Czy mamy do czynienia z istnieniem nowego apelatywu kreowanego na wzór innych derywowanych jednostek pospolitych (np. *zupa* – *zupiarnia* na wzór *kawiarnia* – *Zupiarnia*, na Rys. 2 byłaby to ścieżka A – E z odwrotnie zwróconą strzałką), czy raczej widzimy powstanie nowego apelatywu przez jego wyabstrahowanie z przestrzeni proprialnej, w której został powołany do życia (np. *zupa* – *Zupiarnia* – *zupiarnia*, na Rys. 2 ścieżka C – E)? I chociaż obecnie nie jesteśmy w stanie udzielić jednoznacznej odpowiedzi na te pytania, to wydaje się jednak, że niewątpliwa przewaga tworów proprialnych motywowanych rzeczownikami nazywającymi miejsca jest znacząca i należy ten proces monitorować.

Potwierdzeniem takiego toku myślenia może być również aktywność lingwistyczna współczesnych użytkowników języka, tworzących liczne derywaty odonimiczne, zwłaszcza czasowniki typu *skypować*, *chajzerować* na bazie nazw własnych, które szczególnie w ostatnim dziesięcioleciu dominują w dyskursie politycznym i medialnym (Galewska, w druku).

Początki modelu nazewniczego

Z uwagi na wyjątkową liczebność charakteryzowanego modelu nazw (ponad 150 jednostek zgromadzono w Aneksie, licząc tylko formy podstawowe w postaci nazw miejsc), warto w tym miejscu zadać pytanie o źródło ich popularności. Sądzę, że początek modelom odapelatywnym nawiązującym do kategorii *nomina loci*² dały inwestycje budowane na zrewitalizowanych terenach po dawnych fabrykach, a zatem pewien trend urbanistyczny do adaptowania dawnych zakładów produkcyjnych do nowych funkcji z oszczędzeniem nazwy samego obiektu, uznanej za wartościową, bo z jednej strony przejrzystą semantycznie, a z drugiej – pozbawioną bezpośredniego związku z funkcją nominowanego obiektu. W pewnym sensie przyjęcie takiej nazwy stawia twórcę w sytuacji, kiedy może on powiedzieć, że *wilk syty i owca cała*. Nazwa jest lokalna, historyczna, a zarazem oryginalna.

Zgodnie z zarysowanym trendem *Centrum Kultury Browar Beczkownia* powstało na terenie zrewitalizowanego browaru Bojańczyków we Włocławku, z kolei centrum handlowo-rozrywkowe w Jarosławiu o nazwie *Stara Ujeżdżalnia* wybudowano na obszarze, na którym dawniej znajdowały się ujeżdżalnie dla koni. Analogicznie w Szydłowcu na terenie dawnego browaru Stumpfów i Engelmanów (<www.lodownia.com.pl/o-nas>, dostęp: 28.12.2019) wzniesiono kompleks noclegowo-usługowy o nazwie *Lodownia*, a we Włocławku na terenie dawnej fabryki fajansu powstała *Wzorcownia*, centrum handlowo-rozrywkowe. W wymienionych fabrykach poszczególne pomieszczenia nosiły swoje nazwy, doskonale znane przez specjalistów, bo funkcjonujące w tzw. profesjolekcie. Dla przykładu w browarach istniały kolejno: lodownia, beczkownia, słodownia, fermentownia, suszarnia. Te same

² Oczywiście nie jest to całkowicie nowy model nazewniczy. Jego wyjątkowość wynika z niezwyklej popularności, lawiny podobnych struktur tworzonych w funkcji oznaczania firm handlowo-usługowych. Z przeszłości znamy podobne formacje, lecz są to odosobnione w określonych rejonach onimy. Dla przykładu w 1945 r. w Gdańsku nadano ulicy nazwę *Królikarnia* (www.opowiadaczehistorii.pl/krolikarnia/). Warszawski pałac z czasów saskich, na terenie którego wcześniej istniał zwierzyniec, w którym polowano na króliki, nazywa się *Królikarnią*. Dla porównania w nazewnictwie terenowym spotkać można wiele toponimów typu *Bażanciarńia*.

nazwy dziś znajdujemy u podstaw określeń różnych instytucji kulturalnych lub kulinarnych zlokalizowanych w podobnych miejscach typu: *Lodownia*, *Beczownia*, *Słodownia*, *Fermentownia*, *Suszarnia* na terenie browaru Bojańczyków we Włocławku (<https://ckbrowarb.pl/o-nas/mapa-ck-browar-b/>) czy *Słodownia* (pub)³ na terenie dawnego browaru Huggerów w Poznaniu w galerii o znamiennej nazwie *Stary Browar*.

Zapewne tego właśnie typu nazwy własne przyczyniły się do upowszechnienia modelu nazewniczego, który jest 1) przejrzysty, czytelny; 2) doskonale nadaje się do nazywania miejsc, obiektów usługowo-handlowych, a w dobie intensywnego rozwoju firm stacjonarnych i internetowych wiąże się to z ogromnym zapotrzebowaniem na nowe i atrakcyjne kreacje nazewnicze; 3) pozwala na łatwe wpisanie w nazwę obiektu profilu działalności danej firmy (por. nazwy: *Bukieciarnia*, *Gofrownia*, *Kiełbasiarnia*, *Owocarnia*, *Paczkownia*, *Rajstopenia*, *Serownia*, *Zabawkarnia*). Można powiedzieć, że jest silnie perswazyjny i informacyjny zarazem.

Struktura modelu nazewniczego

Takie formacje nazewnicze tworzy się za pomocą najbardziej charakterystycznego dla kategorii *nomina loci* morfemu *-nia* (por. Grzegorzczkowska i in. 1998: 413) oraz innych jego rozszerzeń: *-ownia*, *arnia*, *-alnia*. Dwa pierwsze mają bardzo porównywalną reprezentację ilościową (zob. Aneks). Sporadycznie wykorzystywane są sufiksy pochodzenia obcego: *-oria* (*Tostoria*), *-eria* (*Bufeteria*, *Makaroneria*). Wspomnieć należy też o rzadszych formach deproprialnych formowanych za pomocą cząstek: *-um*, *-a*, *-ovia* (*Ludwisarium* ← Ludwisarska, *Hevelia* ← Heweliusza, *Limanovia* ← Limanowa, *Turkovia* ← Turek)⁴. Mniejszą część określeń stanowią nazwy pochodne od apelatywów (jedna trzecia nazw zgromadzonych w Aneksie).

Wymienione nazwy oznaczają miejsca najczęściej ze względu na przedmiot czynności: *Babeczownia* (cukiernia), *Językownia* (szkoła języków obcych), *Kluczownia* (firma zajmująca się dorabianiem kluczy), *Mydlarnia* (sklep z mydlami), *Piernikarnia* (wytwórnia pierników i kawiarnia), *Samochodownia* (warsztat samochodowy), *Pożyczownia* (blog poświęcony kredytom), *Zabawkarnia* (sklep, w którym można kupić zabawki). Popularne są także struktury oznaczające podmiot działania: *Fryzjernia* (salon fryzjerski),

³ Obiekt zmienił lokalizację, od kwietnia 2019 r. mieści się przy ul. Piekary 17 w Poznaniu pod szyldem *Słodownia 2.0* (www.slodownia.com, dostęp 02-02-2020).

⁴ Mają one najpewniej obce pochodzenie. Większość z nich powstała na wzór łacińskich nazw miejscowości typu *Varsovia* (Warszawa), *Posnania* (Poznań), *Cracovia* (Kraków).

Degustatornia Piwa (piwiarnia), *Krawcownia* (sklep z odzieżą damską), *Kucharnia* (blog o jedzeniu), *Kucharnia* (restauracja). Do rzadszych należą emporionimy, w których podstawy wpisane są wytwory czynności: *Stylownia* (sklep z taną odzieżą), *Efektownia* (sklep z odzieżą markową; gabinet kosmetyczny), *Zdrowotnia* (miejsce odnowy biologicznej). Jednostkowe reprezentacje mają nazwy wskazujące na czynność, jaka jest wykonywana w danej firmie: (*Bawialnia* ‘sala zabaw’; *Gralnia* ‘sklep z grammi’, *Zajadalnia* ‘restauracja’) oraz na sposób (*Szklankarnia* ‘hurtownia win, gdzie można było dawniej zakupić wino na szklanki’ (<www.wirtualne.starachowice.pl>, dostęp: 25.12.2019) i miejsce jej wykonywania: *Hevelia* (apartamenty przy ul. Heweliusza), *Lubelnia* (restauracja w Lublinie), *Stołownia* (blog kulinarny), *Turkovia* (hotel w Turku).

Większość powstałych nazw własnych nawiązuje do specyfiki działalności firmy w sposób bezpośredni. Poza nimi są także propria, jakie wykreowano mniej lub bardziej niebezpośrednio. Dla przykładu nazwa *Motylarnia* powstała w ramach projektu „Motylarnia – Rozwiń Skrzydła”, z kolei *Publiczne Przedszkole Motylarnia* odwołuje się do hasła „Nie przydepuj małych skrzydeł” Katarzyny Wnęk-Joniec, a *Fundacji Światłownia*, zrzeszającej niewidomych, przyświeca hasło *Kultura bez barier*.

Mniejszy stopień niebezpośredniości znajdujemy w nazwach, w których podstawy bezpośrednio wiążą się z wykonywaną czynnością w danej firmie, lecz to jedynie pewien jej element: *Kredownia* (centrum rozwoju dla dzieci), *Guglownia* (firma reklamowa), *Sowiarnia*⁵ (pracownia rękodziela artystycznego). Inne z kolei nawiązują do leksemów o charakterze abstrakcyjnym: *Modownia* (pracownia krawiecka), *Szykownia* (sklep odzieżowy), *Stylownia* (sklep z taną odzieżą).

Sporadycznie powstają nazwy typu JagoDOWNia (strona internetowa dziewczynki z zespołem Downa). Określenie ma charakter hybrydy i formalnie reprezentuje leksem z kategorii nazwa miejsca, lecz utworzono go z połączenia imienia *Jagoda*, w które wpisano element nazwy *zespół Downa*.

Ponieważ opisywane nazwy powstają w planie onimicznym, ich twórcy prześcigają się w potencjale kreacji, dzięki czemu powołują do życia dublety⁶ nazewnictwa motywowane identycznym apelatywem, lecz z odmiennym wykładnikiem słowotwórczym: *Bezarnia* i *Bezownia* (cukiernie), *Fabrykarnia* (pub)

⁵ „Nazwa »Sowiarnia« powstała dość spontanicznie – bardzo lubimy te piękne ptaki i często wplatamy sobie motywy do naszych prac. Po cichu marzymy również o własnym pierzastym stworzonku...” (<blog.sowiarnia.pl/o-nas>, dostęp: 27.12.2019).

⁶ O dubletach, tj. nazwach obocznych, można mówić także w odniesieniu do systemu apelatywów. Dotyczą one oboczności morfemów *-arnia* i *-ahnia*: *mieszalnia* // *mieszarnia*, *suszalnia* // *suszarnia* (zob. Grzegorzyczkowa i in. 1998: 414).

i *Fabrykownia* (firma szkoleniowa), *Filmiarnia* (dyskusyjny klub filmowy) i *Filmownia* (blog o tematyce filmowej), *Językarnia* i *Językownia* (szkoły języków obcych), *Klockarnia* i *Klockownia* (m.in. place zabaw), *Motkarnia* (sklepy z produktami z włóczek) i *Motkownia* (sklep z włóczkami), *Rajstopiarnia* i *Rajstopownia* (sklepy o podobnym asortymencie rajstopowym), *Sukienkarnia* (wypożyczalnia sukienek) i *Sukienkownia* (sklep i hurtownia sukienek, blog odzieżowy), *Zabawkarnia* i *Zabawkownia* (sklepy z zabawkami). Stosuje się także podstawy oboczne: *Pierogarnia* i *Pierozarnia* (lokale produkujące i sprzedające pierogi). Źródłem pomnożenia formacji nazwownych od tych samych podstaw apelatywnych może być wykorzystanie ich formy deminutywnej i hipokorystycznej bądź podstawowej i deminutywnej, ewentualnie podstawowej i augmentatywnej: *Babkarnia* i *Babeczkaownia* (cukiernie), *Torcikownia* (sklep z ozdobami kulinarnymi) i *Tortownia* (firma prowadząca szkolenia z zakresu dekoracji wyrobów cukierniczych), *Walizkarnia* i *Walizownia* (sklepy z walizkami).

Można stwierdzić, że powszechność nazw nawiązujących strukturalnie do kategorii nazwy miejsc rodzi na nie olbrzymi popyt. Ich jednak podstawowa cecha, jaką jest wyróżnianie, indywidualizowanie, nie pozwala na powielanie w nieskończoność, z jakim mamy do czynienia w przestrzeni apelatywnej, generycznej. Z tego też powodu twórcy nowych nazw sięgają po dodatkowe wyróżniki, traktując niejako podstawę nazwy jak apelatyw, człon oznaczany. W funkcji członu wyróżniającego, oznaczającego pojawiają się wyrażenia przyimkowe (*Pierogarnia Pod Aniołami* w Bydgoszczy, *Pierogarnia Pod Blaszanym Kotem* w Toruniu, *U Hanki Zapiekarnia*), zestawienia (*Lodziarnia Smak Dzieciństwa*, *Pierogarnia Stary Toruń*, *Pierogarnia Stary Młyn*), rzeczowniki (*Bawialnia Bumerang*, *Imprezownia Zgierz*, *Lodziarnia Foka*), przymiotniki (*Lodziarnia Lodowa*, *Pierogarnia Leniwa*). Nie brak jednak nazw, o których mowa, w funkcji członu utożsamiającego (*Cafe Primo Lodziarnia*, *Kielbasiarnia Delikatesy*, *Owocarnia Sklep Ekologiczny*, *Zapiekarnia Bistro*). Źródłem nazw staje się też nawiązanie do wyrazów obcego pochodzenia. Tym sposobem obok *Fabrykarni* (sklep z wyposażeniem wnętrz i sklepów) i *Fabrykowni* (firma organizująca szkolenia z techniki Lego Robotów) mamy też *Faktorię* (sklep z meblami industrialnymi i loftowymi, por. ang. *factory*) i analogicznie w zgromadzonym materiale znajduje poświędzenie nazwa restauracji *Flavoria* (od ang. *flavor* ‘smak’) oraz *Smakownia* (sklep ze zdrową żywnością). Czasem tę odmienność wprowadza się tylko na poziomie graficznym, dlatego obok *Kreowni* (studio projektowe wnętrz, por. *kreować*) na rynku pojawia się *Creownia* (butik odzieżowy i pracownia).

Jeśli chodzi o pochodzenie materii służącej do utworzenia nazw własnych, to najliczniej reprezentowany jest zbiór nazw odapelatywnych, w tym

odrzeczownikowych, rzadszych odczasownikowych i odprzymiotnikowych. Oczywiście nie wszystkie zgromadzone jednostki powstały w wyniku kreacji formalnojęzykowej. Dla części z nich bowiem można odnaleźć poświadczenia w języku określonych grup zawodowych (*Beczkoźnia*, *Lodownia*, *Lodziarnia*) oraz wśród starszych zasobów leksykalnych (*Fryzjerna*, *Śpiewalnia*), a także tych powszechnie znanych współczesnemu użytkownikowi języka (*Meblarnia*, *Mleczarnia*). O ile te dwie pierwsze grupy łatwo uznać za oryginalne, bo nieznanne lub mało znane, to ten ostatni zbiór może zaskakiwać (Oronowicz-Kida 2018: 401). I zaskakuje, lecz jednocześnie okazuje się nietuzinkowy, ponieważ odnosi się do obiektów tylko pośrednio związanych z fundującymi je nazwami: w *Meblarni* zamiast produkowania mebli dokonuje się ich sprzedaży, z kolei w *Mleczarni* zamiast przetwarzania mleka serwuje się kawę zapewne z mlekiem. Mamy tu do czynienia ze znanym zjawiskiem dyfuzji semantycznej, tj. poszerzania zakresu znaczeniowego, jaki utrwalił się w leksykonie apelatywnym (Rutkiewicz-Hanczewska 2017: 415–416, por. Oronowicz-Kida 2018: 398). Dzięki temu zjawisku nazwy w rodzaju *Kociarnia* (kawiarnia, w której można się bawić z kotem, a nie je hodować), *Serownia* (sklep, w którym się sery sprzedaje, nie produkuje), *Warzelnia Piwa* (restauracja, w której się piwo serwuje, nie produkuje) spełniają funkcję perswazyjną.

Podkreślić należy, że wśród jednostek uznanych za powstałe w wyniku kreacji semantycznej (tzw. przeniesienia), bo mających poświadczenia słownikowe dla motywujących je apelatywów, z pewnością znajdują się struktury derywowane na wzór pozostałych form potencjalnych, a ich zbieżność z dawnymi (przestarzałymi) określeniami nazw miejsc może być przypadkowa. Sądzę, że w procesie nominacji silniejsza jest zasada analogii aniżeli poszukiwania słownikowe właścicieli firm, zwłaszcza sięgające XIX czy początków XX w. (por. apelatywy *fryzjerna* i proprium *Fryzjerna*).

Poza najliczniejszą grupą form odapelatywnych odnotować należy również grupę tworów deproprialnych. Jest ona nieporównanie słabiej reprezentowana. Nieliczne określenia mają formę jednostek wtórnych bądź przeniesionych z nazw innych obiektów, np. ulic lub dzielnic (*Szafarnia* ‘apartamentowiec w Gdańsku’), inne przybierają postać dyferencyjną z członem różnicującym w rodzaju *Nowa Królikarnia* (osiedle mieszkaniowe w Warszawie w pobliżu pałacu Królikarnia). Wśród określeń powstałych od innych nazw własnych częściej daje się spotkać nazwy utworzone od nazw miast (*Andreovia* ← hotel w Jędrzejowie, *Turkovia* ← hotel w Turku, *Limanovia* ← klub sportowy w Limanowej), dzielnic (*Ursynowia* ← osiedle w dzielnicy Ursynów), ulic (*Hevelia* ← poznańskie osiedle od nazwy ulicy Heweliusza) czy placów (*Andersia* ← biurowiec od nazwy placu Andersa). Tego typu nazwy własne

również wpisują się w trend tworzenia jednostek rodzimych w znaczeniu lokalnych, znanych wąskiej społeczności, nawiązujących do oznaczonych w określony sposób przestrzeni, bez zbędnego przywoływania struktur nowych, ponieważ – przynajmniej prymarnie – nieosadzonych w historii danej grupy społeczno-kulturowej.

Wnioski

Od kilku lat w polskim nazewnictwie firm handlowo-usługowych prym wiodą przejrzyste strukturalnie odapelatywne nazwy rodzime. Najpopularniejsze okazują się twory potencjalne w funkcji nazw miejsc, tworzone w przestrzeni propriальной, a w systemie apelatywnym uchodzące jeszcze za neologizmy (*bluzkownia, buciarnia, zupiarnia*). Atrakcyjnością przyciągają także twory znane z różnych profesjolektów (*heblarnia, serownia*). Ich dopełnieniem są onimy z nawiązaniem do dawnego systemu leksykalnego (*śpiewalnia*). Ten trend widać także w nazwach spoza apelatywnej kategorii *nomina loci*. Dla przykładu, u podstawy nazwy *Szarmant* określającej sklep z odzieżą męską znajduje się notowany w dawnych słownikach języka polskiego leksem *szarmant* w znaczeniu ‘młodzieniec uprzedzający, rycersko uprzejmy dla kobiet, młodzieniec nadskakujący, usłużny i ugrzecznony’ (ArctS). Dla współczesnego użytkownika jest to z pewnością nowa i oryginalna konstrukcja nazewnicza, która może doskonale spełniać swoją funkcję perswazyjną.

Warto dodać, że nazwy o charakterze konstrukcji potencjalnych wpisują się w nurt, jaki kontynuują również odapelatywne nazwy zestawione typu: *Ambasada Paznokcia, Ministerstwo Reklamy, Republika Czekolady, Fabryka Ruchu, Pracownia Formy*. Łączą one leksemy oznaczające miejsce, w którym odbywa się działalność (*ambasada, ministerstwo, republika, pracownia, fabryka, galeria* itd.), z wyrazem symbolizującym wytwory danej firmy (aromaty, herbata, kawa, mydło, piwo, płyty), usługi, jakie ona oferuje (sprzedaż alkoholu, butów, gadżetów, produkcja reklam, zapewnienie rozrywki) lub efekt, który obiecuje uzyskać, po skorzystaniu z jej propozycji (forma, piękno, smak, uroda, uśmiech, zdrowie) (Rutkiewicz-Hanczewska 2017: 426–427). Ich popularność jest porównywalna z nazwami potencjalnymi. Łączy je również typ oznaczanego denotatu, a tym samym kategoria nazw miejsc, jaką można z ich struktury wyabstrahować.

Ponieważ onimy tzw. potencjalne nie należą do odosobnionych, a wręcz przeciwnie tworzą serie nazewniczne, mogą w ten sposób przyczynić się do wzbogacania leksykonu apelatywnego o nowe jednostki. Ich istnienie

zaświadczają wpisy na stronach facebookowych, co prawda, poświęconych modzie, sprzedaży i konkretnym sklepom, jednak z pewnością w znaczeniu potocznym, generycznym i nie w odniesieniu do konkretnych nazw własnych.

Omawiane propria w dużej mierze charakteryzują współczesnego (późnonowoczesnego) użytkownika języka, który zdaje się być bardzo świadomy językowo, nie zachłystuje się nieprzejrzystymi semantycznie elementami obcojęzycznymi, zna swojego odbiorcę, zależy mu na promocji swej działalności już na poziomie symbolu swojej firmy, szyldu. A może te lawinowo powstające nazwy pokazują, że człowiek na nowo uwierzył w siłę słowa, w jego sprawczą moc, moc oddziaływania, komunikowania, a – co istotne – współczesna, silnie obrazkowa (okulocentryczna) przestrzeń znajduje miejsce na tworzone przez niego przejrzyste etykiety wszystko mówiące.

Wykaz źródeł

- ArctS – *Michała Arcta Słownik ilustrowany języka polskiego*. T. 1–3. Warszawa 1916 (<https://wikisource.org/wiki/M._Arcta_Słownik_ilustrowany_języka_polskiego>, dostęp: 27.12.2019).
- SJP – *Słownik języka polskiego PWN* (<<https://sjp.pwn.pl>>, dostęp: 27.12.2019).
- SJP.PL – *Słownik języka polskiego, ortograficzny, wyrazów obcych i słownik do gier w jednym* (<<https://sjp.pl>>, dostęp: 03.02.2020).
- SJPD – *Słownik języka polskiego*. Red. W. Doroszewski. T. I–XI. Warszawa 1958–1969 (<www.sjpd.pwn.pl>, dostęp: 02.03.2020).
- SW – *Słownik języka polskiego*. Red. J. Karłowicz, A. A. Kryński, W. Niedźwiedzki. T. I–VIII. Warszawa 1900–1927 (<<https://szukajwslownikach.uw.edu.pl/sownik-warszawski/>>, dostęp: 03.02.2020).
- WSJP – *Wielki słownik języka polskiego*. Red. P. Żmigrodzki. Kraków 2007– (<www.wsjp.pl>, dostęp: 03.02.2020).
- WSOF – *Wielki słownik ortograficzno-fleksyjny*. Red. J. Podracki. Warszawa 2001.

Literatura

- Abramowiczówna Z., Bogdanowicz E. (red.) (2001): *Onimizacja i apelatywizacja*. Białystok.
- Cieślakowa A. (1994): *O motywacji w onomastyce*. „Polonica” XVI, s. 193–199.
- Galewska K. (w druku): *Jak chajzerowanie weszło do polszczyzny? O werbalnych derywatach odantroponimicznych i najnowszych tendencjach w zakresie apelatywizacji nazw własnych*. „Język Polski”.
- Grzegorzycyowa R., Laskowski R., Wróbel H. (red.) (1998): *Gramatyka współczesnego języka polskiego. Morfologia*. T. 2. Warszawa.
- Kopaliński W. (1996): *Słownik eponimów czyli wyrazów odmiennych*. Warszawa.
- Malec M. (2001): *Imię w polskiej antroponimii i kulturze*. Kraków.
- Oronowicz-Kida E. (2018): *Buciarnia, Hamownia, Kosmetykarnia – formacje potencjalne we współczesnym polskim nazewnictwie*. [W:] *Onomastyka – neohumanistyka – nauki społeczne*. Red. U. Bijak, H. Górny, M. Magda-Czekaj. Kraków, s. 395–402.
- Puzynina J. (1966): *O pojęciu potencjalnych formacji słowotwórczych*. „Poradnik Językowy” z. 8, s. 329–337.

- Rospond S. (1957): *Klasyfikacja strukturalno-gramatyczna słowiańskich nazw geograficznych*. Wrocław.
- Rutkiewicz M. (2002): *Toponimia środkowozachodniej części województwa wielkopolskiego (gminy: Kuślin, Lwówek, Nowy Tomyśl, Opalenica)*. Poznań.
- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2013): *Genologia onimiczna. Nazwa własna w płaszczyźnie motywacyjno-komunikatywnej*. Poznań.
- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2014): *Moda w zakresie morfologii współczesnych emporionimów*. [W:] *Przestrzenie językoznawstwa. Prace dedykowane Profesor Irenie Sarnowskiej-Gieffing*. Red. M. Graf. „Poznańskie Spotkania Językoznawcze” 27, s. 135–144.
- Rutkiewicz-Hanczewska M. (2017): *Dyfuzja semantyczna w własnej przestrzeni marketingowej, czyli rodzime nazwy odapelatywne w modzie*. „Onomastica” LXI/2, s. 413–429.
- Rutkowski M. (2007): *Apelatywizacja a deonimizacja. Z rozważań nad zakresem terminów*. [W:] *Nowe nazwy własne – nowe tendencje badawcze*. Red. A. Cieślikowa, B. Czopek-Kopciuch i K. Skowronek. Kraków, s. 63–71.
- Wróbel H. (1978): *O synchronicznych relacjach słowotwórczych w onomastyce*. „Prace Językoznawcze” IV, s. 16–24.

Strony internetowe

- <<https://www.facebook.com/ciucholandiaLublin/posts/1871473652922726/>>, dostęp: 27.12.2019.
- <<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.120840551320269.20238.10000182975704&type=3>>, dostęp: 27.12.2019.
- <<https://ckbrowarb.pl/o-nas/>>, dostęp: 27.12.2019.
- <<https://ckbrowarb.pl/o-nas/mapa-ck-browar-b/>>, dostęp: 27.12.2019.
- <<https://trojmiasto.wyborcza.pl/trojmiasto/1,35612,20635289,to-pierwsza-w-trojmiescie-zupniarnia-w-chochli-ma-smakowac-jak.html>>, dostęp: 28.12.2019.
- <<https://wroclaw.naszemiasto.pl/tag/zupniarnia-wroclaw>>, dostęp: 28.12.2019.
- <<https://www.yelp.pl/biz/jajownia-krakow>>, dostęp: 28.12.2019.

ANEKS

Wykaz zgromadzonych formacji nazwicznych ma charakter otwarty. Podział na grupy przeniesione i derywowane nie jest arbitralny. Wiąże się ze słownikowymi poświadczeniami lub z ich brakiem, zwłaszcza jeśli chodzi o leksykę z zakresu różnych profesjolektów. Również obecność poświadczanego leksemu nie jest dowodem na proces przeniesienia (derywację semantyczną). Nazwy wykreowano w przestrzeni propriальной często bez wiedzy o istnieniu danej formy wyrazowej, por. *fryzjernia*. Bez względu na to w poniższym zbiorze odnotowano pierwsze poświadczenia słownikowe, jeśli takie udało się znaleźć.

NAZWY DEPROPRIALNE

Wtórne

Nova Królikarnia (osiedle mieszkaniowe w Warszawie), *Szafarnia* (Gdańsk) apartamentowiec od nazwy ulicy lub dzielnicy

Derywowane

-ownia: *JagoDOWNia* (strona dziewczynki z zespołem Downa)

-um: *Ludwisarium* (apartamentowiec przy ulicy Ludwisarskiej)

-nia: *Restauracja Pizzeria Lubelnia* (restauracja w Lublinie)

-a: *Andreovia.pl* (hotel w Jędrzejowie; strona Archiwum Społecznego Historii Ziemi Jędrzejowskiej), *Hevelia* (apartamenty przy ul. Heweliusza w Poznaniu), *Limanovia* (Młodzieżowy Klub Sportowy w Limanowej), *Ursynovia* (osiedle w dzielnicy Ursynów), *Andersia* (biurowiec przy placu Andersa w Poznaniu)

-ovia: *Turkovia* (hotel w Turku)

NAZWY ODAPELATYWNE

Przeniesienia

Bawialnia Bumerang (sala zabaw), por. *bawialnia* 'pokój do przyjmowania gości; salon' SJPD; *Centrum Kultury Browar Beczkownia* (centrum kultury); *Bukieciarnia, Bukieciarnia Pod Gotąbką, Bukieciarnia Mokotowska, Bukieciarnia Renia, Bukieciarnia Pracownia florystyczna, Bukieciarnia stylowa, Bukieciarnia na Bulońskiej* i wiele innych (kwaciarnie w wielu miejscach w Polsce), por. *bukieciarnia* WSOF; *Burgerownia, Burgerownia Dębiecka, Burgerownia Ranczo, Burgerownia Sucholeska* (bar z hamburgerami), por. *burgerownia* 'punkt gastronomiczny, w którym sprzedaje się burgery' SJP.PL; *Cukierkownia* (firma zajmująca się konfekcjonowaniem artykułów spożywczych), por. *cukierkownia* 'pomieszczenie, w którym wyrabia się cukierki' SJPD; *Czekoladownia* (pijalnia kawy), *Czekoladziarnia* (kawiarnia), por. *czekoladziarnia, czekoladownia* 'dział fabryczny wytwarzający czekoladę' SJPD; *Faktoria* (sklep z meblami industrialnymi i loftowymi), por. *faktoria* 'placówka handlowa w odległej prowincji, kolonii albo w obcym kraju skupująca surowce..., kantor handlowy' SJPD; *Fryzjernia* (zakład fryzjerski w wielu miastach w Polsce), por. *fryzjernia* 'zakład fryzjerski' SJPD; *Gralnia* (sklep z gramami), por. *gralnia* 'potocznie (środ.): pomieszczenie przeznaczone do grania w gry komputerowe za pieniądze' SJP; *Galeria Przestrzeń Gruzownia* (mieści się w piwnicy Miejskiego Centrum Kultury w Nowym Mieście Lubawskim), por. *gruzownia* 'żwirowisko' SW; *Heblarnia* (firma wyrabiająca instrumenty muzyczne z drewna i inne gadzety drewniane), por. *heblarnia* 'dział zakładu przemysłowego, w którym się hebluje' SJPD; *Imprezownia Zgierz* (wypożyczalnia strojów), *Imprezownia* (firma organizująca imprezy), por. *imprezownia* 'potocznie: lokal przeznaczony do imprez' SJP; *Jajcarnia* (restauracja w Bydgoszczy), por. *jajcarnia* 'firma zajmująca się produkcją i sprzedażą jaj' WSJP; *Kartoflar-*

nia (w Bydgoszczy), por. *kartoflarnia* 'skład na kartofle lub pomieszczenie, gdzie się obiera kartofle' SJPD; *Kebabarnia*, *Kebabownia* (bary z kebabami), por. *kebabownia* 'punkt gastronomiczny, w którym sprzedaje się kebab, kebabarnia' SJP.PL; *Kocia Kawiarnia Kociarnia* (restauracja, w której klient może bawić się z kotami, kilka w Polsce), *kociarnia.pl* (sklep z ubraniami i gadżetami z motywem kota), por. *kociarnia* 'miejsce, gdzie się hoduje wiele kotów' SJPD; *Mleczarnia* (klubokawiarnia i hostel), por. *mleczarnia* 'punkt skupu mleka' SJPD; *Lodownia* (kompleks noclegowo-usługowy), por. *lodownia* 'chłodzone lodem pomieszczenie, w którym przechowuje się produkty żywnościowe; pomieszczenie do przechowywania lodu' SJPD; *Lodziarnia Foka*; *Lodziarnia Lodova* i *Lodziarnia Smak Dzieciństwa*, *Cafe Primo Lodziarnia* (wytwórnia lodów i sprzedaż lodów, kawiarnia z lodami), por. *lodziarnia* 'wytwórnia lodów' SJPD, 'miejsce, w którym się robi i sprzedaje lody' SJP; *Malownia* (usługi artystyczne), por. *malownia* 'daw. pracownia malarska, malarnia' SJPD; *meblarnia.com.pl* (sklep z meblami), *Stara meblarnia* (sklep z antykami), por. *meblarnia* 'fabryka, dział fabryczny, gdzie się wyrabia meble' SJPD; *Fundacja Motylarnia*, *Cafe Motylarnia*, *Publiczne Przedszkole Motylarnia*, por. *motylarnia* 'specjalnie przygotowane miejsce, w którym można oglądać motyle', *Mydlarnia* (sklep, w którym sprzedaje się mydła), por. *mydlarnia* 'sklep z artykułami mydlarskimi, kosmetycznymi i innymi... drogeria' SJPD; *Naleśnikarnia*, *The Moon Naleśnikarnia* (kawiarnia, w której można zjeść naleśniki), por. *naleśnikarnia* 'lokal gastronomiczny, w którym głównym daniem są naleśniki' WSJP; *Owocarnia Sklep Ekologiczny* (sklep z owocami), por. *owocarnia* 'sklep, w którym sprzedaje się owoce' SJPD; *Paczkownia* (usługi kurierskie), por. *paczkownia*, *paczkarnia* 'dział przedsiębiorstwa, w którym pakuje się towary, pomieszczenie, w którym magazynuje się paczki' SJP.PL; *Pączkarnia*, *Stara Pączkarnia*, *Pączkarnia Pączek w Maśle* (liczne sklepy z pączkami), por. *pączkarnia* 'sklep z pączkami, miejsce wypiekania pączków' SJP; *Piekarnia* (bar kanapkowy), por. *piekarnia* 'wytwórnia pieczywa lub wyrobów cukierniczych' SJPD; *Pierogarnia* (liczne bary w Polsce z pierogami: *Pierogarnia Stolnica Kujawska* oraz *Pierogarnia Pod Aniołami* w Bydgoszczy; *Pierogarnia Stary Toruń*; *Pierogarnia Leniwa*; *Pierogarnia Stary Młyn*; *Pierogarnia Pod Błaszany Kotem* w Toruniu), por. *pierogarnia* 'lokal gastronomiczny przyrządzający i serwujący pierogi (potrawę), które stanowią podstawę menu lub są w nim jedynym daniem' WSJP; *Plackarnia* (restauracje z głównym daniem w postaci placków, w wielu miejscach Polski), por. *plackarnia* 'rodzaj restauracji, w której główną specjalnością są placki, czasami także naleśniki i podobne potrawy ze smażonego ciasta' SJP.PL, 'bar, w którym sprzedaje się placki' SJP; *Pisalnia* (blog o pisaniu tekstów piosenek), por. *pisalnia* 'sala, pokój przeznaczony do pisania' SJPD; *Piwiarnia Bydgoszcz* (pub w Bydgoszczy), por. *piwiarnia* 'bar z wyszynkiem piwa' SJPD; *Pomarańczarnia* (apartamenty w Poznaniu: hasło: Smak wart Poznania), por. *pomarańczarnia* 'szklarnia, w której hoduje się pomarańcze, cytryny i inne rośliny egzotyczne, oranżeria' SJPD; *Rowerownia* (sklep z rowerami i akcesoriami dla rowerzystów), por. *rowerownia* 'pomieszczenie na rowery' SJP; *Rysownia Agaty Urbańskiej* (szkoła artystyczna), por. *rysownia* 'pracownia kreślarska, kreślarnia' SJPD; *Serownia* (sklep z serami), por. *serownia* 'zakład produkujący sery' SJPD; *Stołownia* (blog kulinarny), por. *stołownia* 'pokój jadalny, jadalnia' SJPD; *Szaszłykarnia* (miejsce sprzedaży szaszłyków), por. *szaszłykarnia* 'bar, dział baru, gdzie się piecze szaszłyki' SJPD; *Szynkownia* (sklep z szynkami), *BioSzynkownia* (sklep z wędlinami ekologicznymi) por. *szynkownia* 'dawne określenie podrzędnej restauracji SJP', *szynkownia* 'oddział zakładu mięsnego przystosowany do produkcji szynki i łopatek w puszkach' SJPD; *Śpiewalnia* (chór, Klub Kształcenia Głosu), por. *śpiewalnia* 'miejsce, gdzie się uczą śpiewać, szkoła śpiewu' ArctS; *Sowiarnia* (pracownia rękodzieła artystycznego też kulinarnego), por. *sowiarnia* 'specjalnie przygotowane miejsce, w którym można oglądać sowy', *Stara Ujeżdźalnia* (centrum handlowo-rozrywkowe), por. *ujeżdźalnia* 'teren lub zamknięte pomieszczenie do nauki jazdy konnej i ujeżdżania' SJPD; *Warzelnia Piwa* (restauracja), por. *warzelnia piwa* 'browar, wytwórnia piwa' SJPD; *Wzorcownia* (centrum handlowo-rozrywkowe), *Wzorcownia Store* (sklep z materiałami wykończeniowymi), *Wzorcownia sp. z o.o.* (firma budowlano-wykoń-

czeniuowa), *Wzorcownia Home & Fashion* (sieć sklepów z ubraniami, butami, akcesoriami i dodatkami dla domu znanych marek), *Wzorcownia Ratusz* (sklep odzieżowy), por. *wzorcownia* ‘pracownia, w której opracowuje się wzory, modele, prototypy do produkcji masowej’ SJP.D; *Zupiarnia* (lokal gastronomiczny serwujące różne rodzaje zup, w kilku miastach w Polsce), por. *zupiarnia* ‘punkt gastronomiczny, w którym podaje się zupy’ SJP.PL

Derywowane

Złożone

-*nia*: *Papudajnia* (sieć barów mlecznych)

Odczasownikowe

-*alnia*: *Malowalnia* (warsztaty z malowania dla dzieci), *Projektownia* (firmy zajmujące się projektowaniem wnętrz), *Zajadalnia* (restauracja w Luboniu)

-*arnia*: *Stodziarnia* (kawiarnia)

Odrzeczownikowe

-*arnia*: *Babkarnia* (cukiernia), *Centrum Terapii i Edukacji Bajarnia* (centrum kynoterapii i bajkoterapii), *Stara Bezarnia* (Instagram Szczecińskiej Bezy, kawiarni z wypiekami z bezy), *Bileciarnia.pl* (portal oferujący sprzedaż biletów komunikacji autokarowej), *Bombkarnia* (sklep z polskimi, ręcznie malowanymi szklanymi bombkami), *Bucikarnia* (sklep z obuwem), *Buciarnia* (sklep z butami), *Fabrykarnia* (sklep z wyposażeniem wnętrz i sklepów), *DKF Filmiarnia* (Dyskusyjny Klub Filmowy), *Firankarnia* (sklep z firankami), *Gołąbkarnia Take Away* (w Bydgoszczy), *Językarnia* (centrum językowe), *Kosmetykarnia* (blog poświęcony kosmetykom), *Gorąca Kielbasiarnia*, *Kielbasiarnia Delikatesty* (restauracja z daniem głównym w postaci kielbasy, po rewolucjach M. Gessler), *Kotłeciarnia*, *Kotłeciarnia Czerwony Kapturek*, *Kotłeciarnia u Gosi*, *Kotłeciarnia Lwowska* (restauracje), *Klockarnia* (plac zabaw dla dzieci, wypożyczalnia klocków LEGO), *Kucharnia* (blog o jedzeniu), *Motkarnia* (sklep z produktami z włóczki), *Zakład Wulkanizacyjny Oponiarnia*, *Pantoflarnia* (firma zajmująca się sprzedażą odzieży, obuwia i galanterii skórzanej dla pań), *Papierkarnia* (butik z bibelotami z papieru), *Piernikarnia*, *Toruńska Piernikarnia Mistrza Bogumila*, *Piernikarnia Wroclawska* (wytwórnie pierników i kawiarnie), *Pierozarnia* (lokal produkujący i sprzedający pierogi), *Pościelarnia* (sklep z pościelą), *Rajstopiarnia* (sklep z rajstopami, skarpetkami i pończochami), *ręcznikarnia.pl* (sklep z tekstyliami), *Rurkarnia* (firma produkująca wyroby cukiernicze), *Rybiarnia* (sklep rybny), *Samochodziarnia* (serwis informacyjny o samochodach), *Stanikarnia* (blog o stanikach, sklep ze stanikami), *stolikarnia.pl* (serwis internetowy automatycznej rezerwacji usług restauracyjnych), *Sukienkarnia* (wypożyczalnia sukienek), *Szalikarnia* (sklep z wyrobami z włóczki), *Szklankarnia* (hurtownia win), *Telefoniarnia* (blog o telefonach i innych urządzeniach elektronicznych), *Tequilarnia* (restauracja w Poznaniu), *Walizkarnia* (sklep z walizkami), *Warzywiarnia* (lokal gastronomiczny ze zdrowymi burgerami), *Włóczkarnia* (sklep z wyrobami z włóczki), *Zabawkarnia* (sklep z zabawkami), *Zapiekarnia*, *U Hanki Zapiekarnia*, *Zapiekarnia Bistro* (bary z zapiekankami), *Zdjęciarnia* (oferuje usługi fotograficzne)

-*ownia*: *Babeczownia* (cukiernia z tortami i babeczkami), *Bajkownia.org Fabryka Bajek* (serwis z bajkami dla dzieci i wierszykami do czytania i słuchania online), *Bajkownia.pl* (sklep z zabawkami dla dzieci), *Bezownia* (cukiernia z wyrobami zawierającymi bezy), *Brzozownia* (nazwa fotografii z brzozą na pierwszym planie), *Chlebownia* (sklep z naturalnymi chlebami na zakwasie), *Craftownia*⁷ – *Krakowski Wielokran* (bar z różnymi gatunkami piwa), *Creownia* (butik i pracownia), *Efektownia* ‘sklep z odzieżą markową; gabinet kosmetyczny’, *Deserownia* (kawiarnia, cukiernia), *Fabrykownia* (firma organizująca szkolenia z

⁷ Piwa kraftowe to inaczej piwa rzemieślnicze, tj. wytwarzane w małych i niezależnych od korporacji browarach (od ang. *craft* ‘rzemiosło’).

techniki Lego Robotów), *Filmownia* (blog o tematyce filmowej), *GOFRownia* (bar gofrowy w Trójmieście), *Gofrownia* w Mrzeżynie, *Gofrownia 21* (bar gofrowy przy ul. Kramarskiej 21 w Poznaniu), *Guglownia* (firma reklamowa), *Hummusownia* (lokal gastronomiczny serwujący dania z hummusu), *Jajownia* (kawiarnia z kanapkami z jajkiem), *Jeansownia* (blog o produktach z jeansu), *Językownia* (szkoła języków obcych), *Klockownia* (centrum edukacji), *Kluczownia* (firma zajmująca się dorabianiem kluczy), *Komputerownia* (serwis komputerowy), *krawcownia.com* (sklep z odzieżą damską), *Kredownia* (Centrum Rozwoju, w którym prowadzi się zajęcia dla dzieci), *Kreownia* (studio projektowe, projekty wnętrz), *Kwiatownia* (kwaciarnia), *Miodownia* (sklep ze zdrową żywnością), *Modownia* (pracownia krawiecka), *Motkownia* (sklep z włóczkami i akcesoriami do szydełkowania i robienia na drutach), *Owocownia* (akcja uczniów Szkoły Podstawowej ETE w postaci zbiórki pieniędzy ze sprzedaży świeżo wyciskanych soków), *Piwownia* (facebook o specyfice światowych piw), *Pomidorownia* (blog o przetworach z pomidorów), *Pożyczkownia* (blog o kredytach), *Prezentownia* (sklep z dekoracjami do domu, kilka w Polsce), *Rajstopownia* (sklep z rajstopami i legginsami), *Samochodownia* (warsztat samochodowy), *Skarpetkownia* (sklep ze skarpetami), *Smakownia* (sklep ze zdrową żywnością), *Steakownia* (restauracja w Gdańsku), *Stylownia* (sklep z taną odzieżą), *Fundacja Światłownia – Kultura bez Barrier* (fundacja działająca na rzecz niewidzących), *Sokowiownia* (w Bydgoszczy), *Sukienkownia* (sklep i hurtownia sukienek, blog odzieżowy), *Tangownia* (blog o tangu), *Tostownia* (bar głównie z tostami), *Trampkownia* (sklep z trampkami), *Walizkownia* (sklep z walizkami), *Webownia* (agencja marketingowa), *Zegarownia* (sklep z zegarkami), *Szykownia* (sklep odzieżowy), *Torcikownia* (sklep z ozdobami kulinarnymi), *Akademia tortownia.pl* (firma prowadząca szkolenia z zakresu dekoracji wyrobów cukierniczych, cukiernictwa i pracy z czekoladą), *Walizownia* (sklep z walizkami), *Zabawkownia* (sklep z zabawkami)

-*‘a*: *Brovaria* (pub w Poznaniu), *Flavoria* (restauracja), *Kucharia* (restauracja)

-*nia*: *Biżuternia* (sklep z biżuterią), *Degustatornia Piwa* (pub), *Majsternia Smaków* (restauracja), *Okularnia* (sklep z okularami)

-*oria*: *Tostoria* (bar z tostami i zapiekankami)

-*eria*: *Bufeteria Tartufo* (restauracja), *Makaroneria* (restauracja)

Odprzymiotnikowe

-*‘a*: *Brovarnia* (hotel w Gdańsku), *Zdrowotnia* (1) miejsce odnowy biologicznej; 2) gabinet poradnictwa żywieniowego)