

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

Zwierzę jak człowiek, czyli antropomorfizacja psów w zoonimach i zochrematonimach¹

An animal like a human – anthropomorphising dogs
in zoonyms and zochrematonyms

Abstrakt

Przełom XX i XXI w. to w Polsce okres bardzo intensywnych przeobrażeń społeczno-kulturowych, obejmujących m.in. zmianę stosunku człowieka do zwierząt domowych, zwłaszcza psów. Progresywny współcześnie proces antropomorfizacji tych zwierząt jest wieloaspektowy i ma także swą językową egzemplifikację. W tym kontekście interesującym zagadnieniem omówionym w artykule, osadzonym metodologicznie w językoznawstwie kulturowym, jest „uczłowieczenie” psa poprzez przypisywanie mu nazw własnych przynależnych wcześniej wyłącznie ludziom. Coraz powszechniejsze użycie transnimizacyjnych zoonimów (pierwotnie antroponimów) i zochrematonimów reprezentowanych w tekście przez nazwy firm oferujących swe usługi psom (z apelatywami właściwymi dla opisu ludzkiej egzystencji w części deskrypcyjnej onimu) można uznać za sygnał zachwiania się dotychczasowego antropocentrycznego paradygmatu utrwalonego przez wieki światopoglądu.

Słowa kluczowe: zwierzę – pies, antropomorfizacja, zoonim, nazwa firmy

¹ Wyrażenie *zwierzę jak człowiek* jest tawestacją wyrażenia *człowiek jak zwierzę* z tytułu artykułu A. Nowakowskiej (Nowakowska 2003: 97). Natomiast termin *zochrematonim* zostaje wprowadzony poprzez analogię do encyklopedycznego terminu *urbochrematonim* (Rzetelska-Feleszko, Cieślakowa, Duma 2003: 370), oznaczającego nazwę na stałe wpisującą się w miejski krajobraz (Dombrowski 2015: 31). Przez *zochrematonimy* rozumie się wszystkie nazwy określające firmy prowadzące działalność usługową związaną z opieką nad zwierzętami, zwłaszcza domowymi, w zakresie wyżywienia, pielęgnowania, leczenia, strzyżenia, opieki, tresury, a także miana przeznaczonych dla nich towarów. W takim ujęciu *urbochrematonim*, w odniesieniu do firm kierujących swą działalnością do zwierząt, jest hiperonimem dla każdego *zochrematonimu*, który określa obiekt funkcjonujący w granicach miasta.

Abstract

In Poland, the turn of the 20th and 21st centuries was a period of extensive social and cultural transformations including, among others, a change of human attitude to domestic animals, especially dogs. The progressive contemporary process of anthropomorphising these animals is diverse and has its own linguistic exemplifications. In this context, the article, which is methodologically rooted in cultural linguistics, discusses an interesting issue, namely “humanisation” of the dog by assigning to it some proper names previously belonging exclusively to humans. The increasing use of transonymic zoonyms (originally anthroponyms) and zoochretonyms, represented in the text by the names of companies whose services are dedicated to dogs (with appellatives appropriate for the description of human existence in the descriptive part of the onym), may be regarded as a sign of a shift in the anthropocentric paradigm of the worldview followed for centuries.

Keywords: animal – dog, anthropomorphising, zoonym, company name

Wstęp

Status zwierząt i ich relacje z ludźmi są przedmiotem analiz dynamicznie rozwijającego się współcześnie nurtu badawczego, znanego pod nazwą *animal studies*. Jego przedstawiciele poszukują odpowiedzi na pytanie o trwałość antropocentrycznego paradygmatu od wieków charakteryzującego koegzystencję zwierząt i ludzi w kulturze wyrosłej z tradycji judeochrześcijańskiej. W tej tradycji aksjologiczny porządek świata opiera się na hierarchicznym uporządkowaniu istnień, a przekonanie ludzi o ich wyższości nad zwierzętami potęguje jeszcze biblijny nakaz czynienia sobie ziemi poddaną (Pajdzińska 2017: 146–147).

Przełom XX i XXI w. przyniósł intensyfikację przyjacielskiego traktowania przez człowieka zwierząt domowych (zwłaszcza psów). Psy traktowane są jak członkowie rodziny², wzrasta zapotrzebowanie na usługi związane z ich pielęgnacją, żywieniem, tresurą i leczeniem. Jesteśmy więc świadkami progresywnego, wieloaspektowego procesu antropomorfizacji czyli „uczłowiczenia” psów (Rzetelska-Feleszko 2006: 169), który uwidacznia się

² Uznanie psa za członka rodziny jest ciągle działaniem kontrowersyjnym. Z jednej strony budzi zdecydowany sprzeciw, z drugiej jednak coraz więcej osób nie ma oporu przed określeniem swego czworonożnego pupila mianem *syna* lub *córki*. Dowody przełamania oporu przed werbalnym włączeniem zwierzęcia do rodziny widać np. na nagrobkach najstarszego polskiego cmentarza dla zwierząt „Psi Los” istniejącego od 1991 r. w Koniku Nowym pod Warszawą, na których znajdują się napisy w rodzaju *Śpij spokojnie kochany syneczku, Córaku nasz najukochańszy, Ukochany Synuś*, ale także *Perelka – moja „córeczka”, Nasza najdroższa „córeczka” Funny*. W ostatnich dwóch przykładach dodanie cudzysłowów sygnalizuje jednak niedosłowność zastosowanego aktu nominacji (Najdecka 2019: 53).

zarówno w apelatywnej, jak i proprialnej sferze języka³, do której należą będące podstawą materiałową artykułu zoonimy i zochrematonimy.

Zmiana roli psa w życiu człowieka

Pies towarzyszył człowiekowi od najdawniejszych czasów. Jest jednym z najwcześniej udomowionych zwierząt, o czym świadczą wykopaliska z epoki kamienia, a więc sprzed 10–15 tys. lat przed naszą erą. Dużo wskazuje na to, że jego przodkami są wilk i szkał, do których skrzyżowania przyczynił się człowiek, czyniąc z psa pierwsze zwierzę, którego hodowlą pokierował. Człowiek zaczął wykorzystywać psa głównie do obrony oraz w łowiectwie, z czasem także jako ozdobę dworu, salonu (Najmanova, Humpal 1987: 9). Taki stan rzeczy trwał przez stulecia. Sytuacja zmieniła się bardzo wyraźnie w ciągu ostatnich trzydziestu, czterdziestu lat. Momentem przełomowym był rok 1989 i zmiany społeczno-ustrojowe wtedy zapoczątkowane w Polsce. Ich efektem były przeobrażenia w stylu życia ludzi, konsumpcjonizm, otwarcie się na Zachód i jego kulturę. Od tego czasu zaczął się także zaznaczać inny stosunek do psów. Stały się one bowiem nie tylko obrońcami, ale także przyjaciółmi, a nawet, jak już wcześniej powiedziano, ważnymi członkami rodzin żyjących zarówno na wsi, jak i w mieście. Towarzyszyły temu: przeniesienie psa z budy do mieszkania, zmiany w sposobach jego żywienia, korzystanie z hoteli i usług salonów pielęgnacji dla zwierząt oraz oferujących specjalistyczne zabiegi gabinetów weterynaryjnych, a także obdarzenie czworonożnego pupila imieniem należącym do kategorii nazw zarezerwowanych wcześniej wyłącznie dla ludzi⁴.

³ Przykładów uczłowieczania zwierząt poszukiwać można w różnych odmianach polszczyzny. Warto w tym miejscu przywołać np. rozważania O. Kielak o przejawach językowego uczłowieczania zwierząt w polszczyźnie ludowej, w której bardzo wyraźnie sugeruje się podobieństwo zwierząt do ludzi (Kielak 2020: 115–120).

⁴ Tendencję do coraz częstszego używania antroponimów w funkcji zoonimów (w tym także nazw psów) potwierdziły zarówno prowadzone pod koniec XX w. badania zoonimii ludowej (Warchoń 1993: 105–139, 229), jak i urbozoonimii (Strutyński 1996: 39–49, 134). Wśród najważniejszych cech wspólnych zoonimii wiejskiej i miejskiej wskazano znaczny udział onimów opartych na nazwach własnych, a zwłaszcza antroponimach, a także nadawanie imion wyszukiwanych i snobistycznych (Strutyński 1996: 107).

Imię a proces antropomorfizacji psa

Niewątpliwie do bardzo istotnych, swoistych cech każdego człowieka należy posiadanie imienia, bez którego istnienie w określonych mniejszych lub większych grupach społecznych byłoby niemożliwe. Jest to najstarsza nazwa osobowa, która towarzyszy człowiekowi od powstania mowy, a jej pierwsze zapisy pochodzą z III tysiąclecia p.n.e. i łączą się z cywilizacją Sumerów. Imię jest w naszym życiu bytem niezwykłym, na co zwrócił uwagę w przedmowie do słownika poświęconego tej kategorii antroponimów Jan Grzenia:

Imiona są dla nas ważne i odgrywają szczególną rolę w naszym życiu. Pozwalają nam nazywać innych ludzi i wyrażać nasz stosunek do nich. Dzięki imionom możemy się identyfikować z ludźmi, a też z ogółu się wyróżniać.

Można powiedzieć, że imiona służą nam, by poznawać innych i samych siebie. Uznajemy bowiem zwykle za rzecz oczywistą, iż imię jest słowem nam najbliższym, i że jest w nim jakaś część nas samych (Grzenia 2009).

Nadanie imienia ma charakter językowego aktu performatywnego (Zdunkiewicz 1993: 259–260), w wyniku którego staje się ono chronioną prawnie własnością człowieka. Używane w Polsce imiona osobowe tworzą zbiór kształtowany przez kilkadziesiąt lat. Składa się on z wielu warstw onomastycznych zróżnicowanych pod względem chronologii i genezy (Kosyl 1993: 425). Używane przez Polaków imiona mają kilka źródeł, wśród których do najważniejszych należą: Biblia i kultura chrześcijańska, kultura antyczna oraz kultura europejskiego średniowiecza. Współcześnie w polszczyźnie pojawiają się i szybko zyskują popularność imiona anglosaskie, co ma związek z rozwojem mediów i postępującym na całym świecie procesem globalizacji językowej, w tym także globalizacji nazewnictwa (Grzenia 2009: 15–16).

Przez wiele lat te najważniejsze z nazw odnoszących się do człowieka i imiona zwierząt funkcjonowały obok siebie, a ich użycie w jednoznaczny sposób identyfikowało referenta jako istotę ludzką lub zwierzęcą. W ostatnim czasie sytuacja ta w zasadniczy sposób się zmieniła. Jesteśmy świadkami postępującej transnominacji, w wyniku której imiona osobowe przechodzą do kategorii zoonimów. Psy często otrzymują „ludzkie” imiona, które nie określają już ich cech, np. wyglądu, ale mają przede wszystkim funkcje: estetyczną, ekspresywną (Rzetelska-Feleszko 2006: 183) oraz fatyczną, impresywną i wyróżniającą (wtedy, gdy właściciel ma co najmniej dwa psy) oraz odróżniającą (wtedy, gdy właściciel ma zwierzęta należące do kilku gatunków) (Strutyński 1996: 105–106). Bardzo rzadko natomiast, już po śmierci, co dokumentują napisy na ich nagrobkach, mogą dostać współcześnie

także nazwisko, np. *Maxio Litwiński*, co bardzo dobitnie potwierdza uznanie ich za członków rodziny (Najdecka 2019: 52).

W internetowych poradnikach dotyczących imion dla psów znaleźć można zarówno bazy imion, jak i sugestie dotyczące ich wyboru. Często podkreśla się fakt, że pojawienie się w domu psa jest równoznaczne z dołączeniem do rodziny nowego członka, dla którego wybór imienia jest bardzo ważną i niełatwą sprawą. Trzeba bowiem pamiętać, że pupil będzie się tak wabił przez całe swoje życie, czyli kilkanaście lat. Ewentualna zmiana, kiedy już nauczy się swego imienia, jest praktycznie niemożliwa. Imię musi więc być dobrze przemyślane. Sugeruje się, aby było krótkie, najlepiej dwusylabowe, i zawierało głoskę dźwięczną⁵, bo wtedy psu będzie łatwiej na nie reagować. Ponadto imię powinno być dobrane do wielkości i wyglądu psa oraz nie sprawiać trudności w szybkiej i wyraźnej wymowie. Na jednej ze stron, co dla nas szczególnie interesujące, nawiązuje się wprost do możliwości wyboru imienia pierwotnie osobowego, zalecając w tym względzie ostrożność: „Zastanów się, czy chcesz nadać zwierzakowi ludzkie imię. Może to zostać źle odebrane i może skutkować niezręcznymi sytuacjami”⁶. Właśnie żeby do takich niezręcznych sytuacji nie dochodziło, właściciele psów zapewne nie nadają swoim pupilom imion, które noszą osoby z ich najbliższego otoczenia. Nie rezygnują jednak z używania mian przeznaczonych dla ludzi w funkcji zoonimów, a wręcz przeciwnie czynią to coraz chętniej. Potwierdzają to wspomniane wyżej internetowe spisy psich imion, wśród których miana osobowe wyraźnie zaznaczają swoją obecność.

Na przykład wśród propozycji psich imion rozpoczynających się od litery *a* znajdują się nazwy przeznaczone dla osobników męskich (w liczbie 119):

Abadon (< Abaddon), Abar, Abi (< Abel), Abis (< Abel), Abrams, Abraxas, Abu, Acra, Adaś, Adis, Adonis, Adwokat, Afer, Afik, After, Agar, Agat, Agent, Agora Ahmeth, Ahorn, Aiki, Airon, Aiszka (<Aisza), Aiwa, Ajaks, Ajas, Ajko, Ajmer, Ajron, Ajsik, Aker, Akili, Akord, Aksel, Aladar, Alan, Alaska, Alasz (Ałasz), Albert, Albi, Albin, Alef, Aleks, Aleksander, Alf, Alfi (< Alf, Alfred), Alfik (<Alf), Alfred, Alians, Alik, Alkor, Alma, Alois, Alonso, Aloś (< Alonso), Altair, Alwa, Ałek, Amadeo, Amadeusz, Amal, Ambi, Amiczek (< Amik), Amigo, Amik, Amil, Amir, Amiś (< Amil, Amir), Amon, Amor, Amper, Ampik, Amstek, Amur, Anatol, Andrus, Anszin, Antek, Anton,

⁵ Warto zaznaczyć, że wśród czynników decydujących o popularności imion osobowych wymienia się, podobnie jak to jest przy imionach psów, także zawieranie przez nie głosek dźwięcznych, np. *Natalia*, *Weronika*, *Aleksander* oraz ich tzw. poręczność, charakterystyczną dla imion krótkich, zwłaszcza dwusylabowych lub rzadziej jednosylabowych, np. *Julia*, *Anna*, *Kamil* (Grzenia 2009: 11).

⁶ <<https://petportal.pl/imiona-dla-psa-poradnik-i-baza-imion/>>, dostęp: 05.08.2020.

Antoni, Apacz, Apart, Apartito, Apik, Apis, Arcik, Arczi (<Archibald), Ardor, Arek, Ares, Aresik (<Ares), Argo, Argus, Ari, Aris, Arisz, Armani, Arnold, Aro, Aron, Arton, Ashton, Asik, Askal, Astor, Astoro, Astro, Atom, Atos, Atoś (<Atos), August, Augustyn, Auro, Azan, Azi, Azir, Azor oraz żeńskich (w liczbie 74):

Abba, Abby (< Abigail), Abra (< Abraham), Ada, Adel, Adelajda, Aderyn, Afra, Afrodyta, Afrysia (<Afrodyta), Aga, Agapi, Agar, Agata, Agida, Aida, Aila, Aira, Airis, Aisha, Aja, Ajris, Ajra, Akela, Akira, Akita, Aksa, Aksala, Alfa, Ali, Alice, Alma, Alta, Amber, Ambra, Amelia, Amfa, Amfora, Ami, Amie, Amy, Andzia, Angelika, Angorka, Aniela, Anika, Anoda, Antonina, Ana (< Anna), Anu, Anuka, Aqua, Arabeska, Arianna, Arielka, Arisa, Arka, Arna, Arwena, Arys (> Arystydes), Asan, Asha, Ashantia, Asia, Aspa, Asta, Astarte, Astra, Aura (< Aurelia), Ava, Axa, Ayla, Ayra, Aza, Azula.

Jest to zbiór, w którym imiona osobowe stanowią większość (67%). W funkcji zoonimów proponuje się jednak użycie przede wszystkim antroponimów obcych polskiej tradycji nazewniczej, zaczerpniętych z różnych, mniej lub bardziej odległych języków⁷, np. greckiego *Afrodyta*, *Ajaks*, *Ajas*, *Apollo*, *Ares*; hiszpańskiego *Alonso*; rosyjskiego *Amik*; łotewskiego *Aris*; celtyckiego *Aila*, czy reprezentujących języki krajów skandynawskich imion *Aiki*, *Aksel*, *Aira*, ale także spoza indoeuropejskiej rodziny języków, np. arabskiego *Abu*, *Aida*, *Aisza*, *Amal*, *Amir*, *Arisz*; egipskiego *Apis*; hebrajskiego *Abadon*, *Abby*, *Abra*, *Amon*; estońskiego *Andrus*; perskiego *Ajmer* czy japońskiego *Akira*. W zdecydowanej mniejszości w tym wykazie są imiona od lat zadomowione w polszczyźnie, mniej lub bardziej popularne, o różnym pochodzeniu, od biblijnego zaczynając, na medialnym kończąc, np. *Adaś*, *Antoni*, *August*, *Augustyn*, *Agata*, *Andzia*, *Angelika*, *Aniela*, *Amelia*. Są to miana zróżnicowane także pod względem strukturalnym. Mają bowiem postać imion pełnych np.: *Albert*, *Alfred*, *Adelajda*, *Antonina* lub form od nich pochodnych, np. *Arek* (< Arkadiusz), *Arczi* (< Archibald), *Abby* (< Abigail), *Asia* (< Joanna), a więc także zróżnicowanych ekspresywnie. Wśród przeznaczonych dla psów zoonimów proponuje się także obcojęzyczne odpowiedniki swojsko brzmiących imion oficjalnych lub ich zmodyfikowanych postaci, np. *Alice* (< pol. Alicja), *Ana* (< pol. Anna). Zwraca uwagę fakt, że w poszukiwaniu ciekawych nazw autorzy internetowych propozycji mian dla psów koncentrują się bardziej na ich oryginalnym brzmieniu niż na rzetelnej wiedzy dotyczącej tego, czy np. imię jest męskie czy żeńskie. W związku z tym wśród imion dla osobników

⁷ Informacje dotyczące pochodzenia imion – <<https://www.imiona.info>>, dostęp: 05.08.2020.

płci męskiej znajduje się np. żeńskie *Aisza, Alma*, a męskie *Ali* proponowane jest dla osobnika płci żeńskiej.

Zaprezentowany powyżej zbiór imion, stanowiący tylko wycinek z kilkutyśięcnej całości, można uznać za językową egzemplifikację współczesnej mody na nadawanie psom przede wszystkim imion osobowych, w których podobnie jak to jest w przypadku nazewnictwa ludzi, zaznacza się wyraźnie tendencja do internacjonalizacji (Rzetelska-Feleszko 1998: 36). Zwraca uwagę również fakt pojawiania się wśród imion przeniesionych z ludzi na psy wielu mian obcych językowo i kulturowo, co można uznać za wyraz tendencji wśród współczesnych Polaków do nadawania swoim czworonożnym pupilom imion wyszukanych i snobistycznych. Dowodzi to szczególnych relacji pomiędzy właścicielem i jego psem oraz wyznacza nową, bardziej złożoną psychologicznie i kulturowo jakość procesu nazewniczej antropomorfizacji psa.

Chrematonimy w procesie antropomorfizacji psa

Językowa antropomorfizacja psa dokonuje się nie tylko poprzez nadanie mu imienia osobowego, ale także poprzez zastosowanie, w rozbudowanych strukturalnie zoochrematonimach w postaci nazw firm, apelatywów kojarzonych pierwotnie wyłącznie z obiektami przypisanymi w rzeczywistości pozajęzykowej człowiekowi. Pojęcie „nazwa firmy” może być różnie rozumiane i odnosić się zarówno do pełnej oficjalnej nazwy, która figuruje w rejestrze handlowym, jak i wyłącznie do nazwy krótszej, stanowiącej właściwy symbol firmy (Przybylska 1992: 139). Instytucjonalna oficjalna nazwa firmy ma charakter deskrypcyjny. Najczęściej występuje w postaci frazy nominalnej, w której centrum znajduje się rzeczownik z pola semantycznego obejmującego słownictwo handlowo-usługowe. Jest to jednak nazwa, która nie gwarantuje jednoznacznej identyfikacji obiektu. W związku z tym można (ale nie jest to obowiązkowe przy rejestracji firmy) rozszerzyć ją o właściwy identyfikator w postaci firmonimu, który jest nazwą własną sprawiającą, że dla klienta określaną nią obiekt przestaje być anonimowy (Siwiec 2010: 357–358).

Proces antropomorfizacji w nazwach firm świadczących usługi dla psów dokonuje się głównie w części opisowej, sporadycznie zaś w firmonimie. Służą temu specyficzne, nietypowe dla świata zwierząt, wywołujące „ludzkie” asocjacje, apelatywy – w zależności od oferowanych usług pielęgnacyjnych lub hotelarskich – *salon i hotel*, a także zamiennie w stosunku do pierwszego z wcześniej wymienionych rzeczowników *studio, akademia, spa*.

Współcześnie w nazwach firm, działających w szeroko pojętej branży *beauty* podporządkowanej zdrowiu i urodzie człowieka, bardzo często

pojawia się leksemem *salon*. W słownikowej definicji określany jest on jako ‘duży, elegancki lokal usługowy lub sklep’⁸. Na stałe w krajobraz polskich miast, a w ostatnich latach coraz częściej także wsi, wpisują się salony fryzjerskie, salony urody, salony masażu, salony kosmetyczne, salony tatuażu itp. Na początku XXI w. obiekty, w których pielęgnuje się urodę i dobrą kondycję psów, także zaczęto określać mianem salonów. Odwołanie do salonu sugerujące komfort i wysoki poziom usług dokonuje się przede wszystkim w deskrypcyjnej części nazwy⁹, np. *TOP DOG Salon Pielęgnacji Psów*, *Salon Psiej Urody Lajlusia*, *Salon piękności dla psów Puszek*, *Salon Strzyżenia i Pielęgnacji Psów „Beauty”*, *Salon Strzyżenia Psów „Psia Elegancja”*, *Salon pielęgnacji psów „Chwila dla pupila”*, *Salon groomerski AVET*. Połączenie składnika opisowego z firmonimem jest najczęściej spotykaną strukturą analizowanych nazw. Sporadycznie pojawiają się pełne nazwy łączące element opisowy z firmonimem i nazwiskiem właściciela np. „Golden” *Salon Pielęgnacji Psów Magdalena Stelmach*. Jeszcze rzadziej rzeczownik *salon* jest wykorzystywany w krótkiej nazwie firmy, np. „Psi *Salon*” *Marzena Czerwińska*¹⁰. Taki zabieg umożliwia skrócenie nazwy o człon deskrypcyjny, ponieważ jego funkcję przejmuje nacechowany semantycznie firmonim. Konotujący wrażenia luksusu i wysokiej jakości świadczonych usług rzeczownik *salon* bywa zastępowany leksemem *studio*, np. *Studio Pięknego Psa*, w słownikowej definicji określanym jako ‘pracownia malarza, rzeźbiarza lub

⁸ <<https://sjp.pwn.pl/slovníki/salon.html>>, dostęp: 10.09.2020.

⁹ Pełną wiedzę o rodzaju i poziomie świadczonych usług skierowanych do psów określanych, wymownym w perspektywie współczesnych przemian kulturowych, mianem *klientów*, przynoszą wpisy na stronach internetowych stosownych firm, np. „...to całkowicie nowe i wyjątkowe miejsce, gdzie Twój Pupil przejdzie prawdziwą metamorfozę. Mój nowy Salon został specjalnie zaprojektowany, aby spełniał wszelkie wymagania naszych klientów oraz ich właścicieli. Duża przestrzeń Salonu pozwala na maksymalnie bezstresowe i komfortowe przebywanie ze sobą psów. To elegancki i profesjonalny salon pielęgnacji, w którym wykonuje się wszelkie zabiegi mające na celu poprawienie wyglądu i komfortu naszych czworonożnych klientów. Jest również jednym z niewielu miejsc w Rzeszowie, gdzie możesz zrobić zakupy, fachowo ostrzyć, wykapać i wypielęgnować pupila. W salonie PSIA ELEGANCJA oferuję następujące usługi: kursy groomingu, strzyżenie Psów Rasowych wg wzorców FCI, najmodniejsze Kocie i Psie strzyżenie, trzymowanie Psów szorstkowłosych, rozczesywanie skołtunionej sierści, bogaty i ciekawy asortyment produktów, kąpiele, obcinanie pazurków, czyszczenie uszu, pielęgnacja oczu, fachowe porady dotyczące pielęgnacji domowej – Najmilsza i fachowa obsługa... bo Twój pies jest Twoją wizytówką.

Mocno zachęcam do wizyty posiadaczy szczeniąt – ich pierwsza wizyta w salonie u psiego fryzjera jest bardzo ważna, ponieważ to, co wówczas zapamiętają, będzie rzutować na każdą następną wizytę”, <www.psieelegancja.pl>, dostęp: 10.09.2020.

¹⁰ Za wyznacznik firmonimu w tym przykładzie przyjęto zastosowany cudzośłów. Wskazanie granic firmonimu w ramach nazwy firmowej może jednak często budzić wątpliwości i wpisuje się w szerszą dyskusję o wyznacznikach własności leksemów. Por. np. (Myszka 2016: 70–90).

fotografika; placówka zajmująca się działalnością artystyczną lub usługową w dziedzinie teatru, literatury, projektowania wnętrz itp.¹¹ i wywołuje pozytywne wrażenia poprzez skojarzenie z czynnościami wymagającymi specjalnego talentu i nieprzeciętnych zdolności. Z kolei w nazwie *Grooming Academy* użycie rzeczownika *akademia* (ang. *academy*), definiowanego jako ‘wyższa uczelnia; instytucja skupiająca wybitnych uczonych lub artystów’¹², wywołuje pozytywne skojarzenia z autorytetem, profesjonalizmem czy mistrzostwem w danej dziedzinie. Uwagę zwraca również kojarzony z najnowszymi przeobrażeniami polskiej branży urodowej rzeczownik *spa* oznaczający ‘zabiegi pielęgnacyjne mające na celu nawilżenie i odżywienie skóry; też: kosmetyki służące do takich zabiegów lub ośrodek oferujący takie zabiegi’¹³ użyty w nazwach *Spa dla Psa*, *Spa dla Psa Ałapy*, *RELAX & spa dla psa*.

Rynek usług zareagował również na potrzebę znalezienia opieki dla psa na czas nieobecności właściciela. Współcześnie za odpowiednią opłatą można pozostawić nawet na kilka miesięcy swoich czworonożnych przyjaciół w specjalnie przygotowanych dla nich hotelach. Na rynku znajdują się dwa typy hoteli: domowy hotel dla psa – oferujący całodobową opiekę nad zwierzęciem w domu osoby prowadzącej hotel, zapewniający spacer, zabawę, pielęgnację, żywienie zgodnie z wytycznymi właściciela psa¹⁴ oraz kojcowy hotel dla psa – osoba oferująca opiekę przyjmuje psy do specjalnie przystosowanych kojców z wybiegami. Kojce hotelowe cieszą się mniejszą popularnością. Z tego typu oferty korzystają wyłącznie właściciele dużych ras oraz zwierząt, które z różnych powodów nie nadają się do zamieszkania w pokoju hotelowym.

¹¹ <<https://sjp.pwn.pl/szukaj/studio.html>>, dostęp: 22.09.2020.

¹² <<https://sjp.pwn.pl/szukaj/akademia.html>>, dostęp: 30.09.2020.

¹³ <<https://sjp.pwn.pl/slowniki/spa.html>>, dostęp: 30.09.2020.

¹⁴ W hotelach, w celach marketingowych, do pakietu usług dla zwierzęcia dołącza się niekiedy także atrakcje dla jego właściciela, jako członka grupy miłośników psów, np.

A jeśli brak pogody?

Nie jest to przeszkoda, bo czeka sala imprezowo-szkoleniowa.

A jeśli Pies korzystając z uroków swobodnej zabawy zwichruje sobie futerko?

Czeka na niego kącik czyściocha i ekologiczne SPA.

A może potrzebne informacje żywieniowe i korekta diety?

Doradzimy!

Właścicielom też coś się należy:

Zapraszamy na spotkania towarzyskie miłośników psów: co roku Psi Sylwester
czyli Psilwester, wspólne z naszymi Psami powitanie Nowego Roku!

(<<https://psilton.pl>>, dostęp: 16.10.2020)

Zamieszczone na stronach internetowych nazwy psich hoteli z całej Polski¹⁵, podobnie jak jest to w nazwach firm branży *beauty*, są zróżnicowane pod względem struktury. Przeważają te, które realizują schemat łączący część deskrypcyjną, zawierającą bezwyjątkowo leksem *hotel* lub jego pochodne formy, z nazwą symboliczną (firmonimem), np. *Psootel Fido Hotel* dla psów; „Dog Station” – Profesjonalny **Hotel** dla Psów, Centrum Szkoleń i Opieki Diennej; **Hotel** dla psów Dogiland; Arkadia. **Hotel** dla psów i Behawiorysta; Psi **Hotel Morris**; „Psia Przystań” **Hotel** dla Psów; „Domowe Zacisze” mini **hotelik** dla psów. Dużo rzadziej podaną wyżej strukturę uzupełnia imię i nazwisko właściciela, np. OAZA **Hotel** dla Psów **Zofia Jankowska** czy „PsiArek” **Hotel Arkadiusz Kopiec**. W psich hotelach czworonożny klient może także skorzystać ze SPA, o czym informują nazwy typu **Hotel SPA** dla PSA, **Spa i Hotel** dla Psa.

Podane nazwy lokali pielęgnacyjnych i hoteli oznaczają firmy, których głównym obiektem zainteresowań są psy. Proces antropomorfizacji przebiega tu więc na dwóch płaszczyznach: po pierwsze rzeczywistej, w której zwierzęciu oferuje się usługi przynależne wcześniej wyłącznie człowiekowi i po drugie onomastycznej, w której ta nowa usługowa rzeczywistość uzyskuje językową, proprialną prezentację. Nieco inaczej rzecz wygląda w odniesieniu do sfery życia towarzyskiego i rozrywkowego, w którym od przełomu XX i XXI w. psy zaczęły coraz częściej towarzyszyć człowiekowi. W warunkach miejskich popularnym miejscem spotkań towarzyskich są kawiarnie. Tylko kwestią czasu było więc otwarcie kawiarni przyjaznych tym zwierzętom. Pierwsza i jedyna jak dotąd *Psia Kawiarnia „Psikawka”* powstała w Krakowie w 2019 r. i otrzymała nazwę zwracającą uwagę poprzez grę użytych w jej firmonimie słów. W kontekście wcześniej przeanalizowanych mian, ta nazwa może być myląca, bo klientami lokalu są ludzie, a nie psy. Inaczej niż w salonach pielęgnacyjnych czy hotelach, pies nie jest tu klientem a tylko towarzyszy człowiekowi-klientowi w miłym spędzaniu czasu. Nie ulega jednak wątpliwości, że jest to sygnał wkraczania psa w kolejny nowy obszar wcześniej zarezerwowany wyłącznie dla ludzi. W przypadku analizowanej nazwy mamy z pewnością do czynienia z „popularną obecnie tendencją do nobilitowania desygnatu poprzez nadanie mu nazwy podkreślającej jego rzeczywiste i domniemane walory” (Naruszewicz-Duchlińska 2010: 305), co łączy się z kolei z jej nadrzędną funkcją reklamową. Inną sprawą jest natomiast to, na ile jest to onim tworzący iluzję polegającą na tym, że określony nim obiekt imituje coś, czym nie jest (Graf 2011: 108).

¹⁵ <<https://psie-hotele.pl/katalog>>, dostęp: 16.10.2020.

Podsumowanie

W językowym obrazie świata istot żywych, a więc także zwierząt, wskazuje się trzy konstytutywne dla niego i ściśle ze sobą powiązane, charakteryzujące się antropocentryzmem cechy, do których należą: „ujmowanie zjawisk natury z perspektywy człowieka”, „hierarchizowanie i wartościowanie organizmów zgodnie z kulturowym modelem wielkiego łańcucha bytów, przyznającym najwyższy status człowiekowi”, „rozgraniczenie tego, co ludzkie, i tego, co dotyczy pozostałych istot żywych” (Wysocka 2016: 289). W tym utrwalonym w języku wizerunku zwierząt, reprezentowanych w artykule przez psy, współcześnie widać pewne innowacje, które sprowadzają się do np. nowych sposobów nazywania podmiotów relacji człowiek – zwierzę, określeń przyjęcia zwierząt do swojego domu, ujęć procesu uczenia zwierząt, sposobów mówienia o ich śmierci (Wysocka 2016: 291–303), ale także nowych sposobów nazywania zwierząt i tego wszystkiego, co wiąże się z ich życiem. Opisane w artykule zjawiska językowe dotyczące nadawania psom imion osobowych i wprowadzania do nazw firm dedykujących im swoje usługi leksemów z pól semantycznych właściwych ludziom, wyraźnie naruszają tradycyjną granicę pomiędzy tym, co przynależne wyłącznie człowiekowi, a tym, co właściwe zwierzęciu. W aspekcie nazewniczym relacji *homo* – *animal* człowiek sukcesywnie traci swoją wyjątkową pozycję. Podobnie jest zresztą także w słownictwie apelatywnym miłośników zwierząt, w którym również zachwiani ulega antropocentryczny światopogląd (Senderka 2017: 66). Język szybko, bo zaledwie w ciągu życia jednego pokolenia, zareagował na społeczne zmiany kulturowe dotyczące psów oraz stosunku do nich i odzwierciedla, także poprzez nazwy własne, postępujący proces ich uczłowieczenia i przydawania im godności. Potwierdza się w ten sposób charakterystyczne dla ujęcia kognitywnego przekonanie, zgodnie z którym język tworzy kulturę i jest przez nią tworzony.

Literatura

- Dombrowski A. (2015): *Nazwy wrocławskich restauracji jako przykład urbochrematonimów – analiza semantyczna*. „Językoznawstwo” 1/9, s. 31–41.
- Graf M. (2011): *Człowiek wobec onimicznej przestrzeni miasta – kilka uwag o współczesnej urbanimii*. „Onomastica” 55, s. 107–118.
- Grzenia J. (2009): *Słownik imion*. Warszawa.
- Kielak O. (2020): *Zwierzęta domowe w języku i kulturze. Studium etnolingwistyczne*. Lublin.
- Kosyl Cz. (1993): *Nazwy osobowe*. [W:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*. T. 2: *Współczesny język polski*. Red. J. Bartmiński. Wrocław, s. 423–437.
- Myszka A. (2016): *Urbanimnia Rzeszowa. Językowo-kulturowy obraz miasta*. Rzeszów

- Najdecka A. (2019): *Stylistyka nagrobków cmentarza dla zwierząt Psi Los*. „Zoophilologica. Polish Journal of Animal Studies” 5, s. 47–57.
- Najmanova D., Humpal Z. (1987): *Psy rasowe*. Warszawa.
- Naruszewicz-Duchlińska A. (2010): *Od Kamienicy Herbowej do Moscow Monster – o nazwach tzw. apartamentowców*. [W:] *Nazwy własne a społeczeństwo*. Red. R. Łobodzińska. Łask, s. 305–310.
- Nowakowska A. (2003): *Człowiek jak zwierzę. Sfrazeologizowane porównania doczasownikowe na podstawie „Słownika frazeologicznego języka polskiego”*. [W:] „Język a Kultura”. 15: *Opozycja homo – animal w języku i kulturze*. Red. A. Dąbrowska. Wrocław, s. 97–102.
- Pajdzińska A. (2017): *Śmiercią jakby płytszą nie umierają, ale zdychają zwierzęta (obraz zwierząt w polszczyźnie na tle ustaleń nauk przyrodniczych)*. „Etnolingwistyka” 29, s. 135–148.
- Przybylska R. (1992): *O współczesnych nazwach firm*. „Język Polski” 72, s. 138–150.
- Rzetelska-Feleszko E. (1998): *Zmiany cywilizacyjne a zmiany nazewnictwa*. [W:] *Najnowsze przemiany nazewnictwa*. Red. E. Jakus-Borkowa. Warszawa, s. 33–38.
- Rzetelska-Feleszko E. (2006): *W świecie nazw własnych*. Warszawa–Kraków.
- Senderska J. (2017): *O języku użytkowników forum miau.pl (wprowadzenie w problematykę)*. „Roczniki Humanistyczne” 65, s. 55–68.
- Siwiec A. (2010): *Sposoby nominacji językowej w nazwach lubelskich firm*. [W:] *W świecie nazw własnych. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Czesławowi Kosylowi*. Red. H. Pelcowa. Lublin, s. 357–369.
- Rzetelska-Feleszko E., Cieślakowa A., Duma J. (red.) (2003): *Słowiańska onomastyka. Encyklopedia*. Warszawa–Kraków.
- Strutyński J. (1996): *Urbozoonimia polska*. Kraków.
- Warchoń S. (1993): *Kwestionariusz do badania zoonimii ludowej w Polsce (na tle słowiańskim)*. Lublin.
- Wysocka A. (2016): *O kilku innowacyjnych sposobach językowego ujęcia relacji homo–animal w mowie współczesnych miłośników zwierząt*. [W:] „Język a Kultura”. T. 26: *Kulturowe uwarunkowania zachowań językowych – tradycja i zmiana*. Red. A. Burzyńska-Kamieniecka. Wrocław, s. 289–305.
- Zdunkiewicz D. (1993): *Akty mowy*. [W:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*. T. 2: *Współczesny język polski*. Red. J. Bartmiński. Wrocław, s. 259–270.