

O nazwach modeli samochodów marki Volkswagen

Grażyna Filip

Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów (Polsko)

Analiza nazw obiektów związanych z nowoczesną techniką mieści się w obrębie szeroko pojmowanej chrematonimii, a bezpośrednio dotyczy jednego z jej rodzajów, jakim są nazwy środków lokomocji i transportu. Porejonimy stanowią klasę otwartą, której zasób ulega zmianom zarówno ilościowym – w wyniku likwidowania lub nabywania nowych środków lokomocji – jak i zmianom jakościowym – np. nazwa statku po przebudowie lub w wyniku zmiany armatora¹. W odróżnieniu od nazw statków, pociągów czy samolotów, które mają zazwyczaj charakter jednostkowy, ponieważ odnoszą się do indywidualnego desygnatu (np. nazwa „Hetman” do pociągu relacji Gorzów Wielkopolski – Zamość, „Pogórze” to pociąg relacji Wrocław – „Zamość”) lub charakter rytualny (np. uroczyste nadanie miana statkowi, chrzest statku) jednej nazwie modelu samochodu odpowiada wiele desygnatów ze względu na liczbę i roczniki wyprodukowanych aut. Do tej grupy nazw użytkowych można odnieść uwagi E. Brezy, według którego chrematonimy „obejmują częściej przedmioty zbiorowe, rzadziej indywidualne, które w komunikacji społecznej z czasem zanikają (bywają efemerydami), bywają przekładane. Ze względu na swą seryjność, powtarzalność, nabierają charakteru wyrazów pospolitych, stanowią więc klasę przejściową między apelatywami a nazwami własnymi. Ich denotaty mogą otrzymać nazwę własną albo funkcjonować jako wyrazy pospolite lub deskrypcje” (Breza, 1998, s. 351).

1) Spośród funkcji właściwych innym nazwom własnym (por. Breza, 1998, s. 354 – 356; Kosyl, 1993) porejonimy samochodowe pełnią przede wszystkim funkcje:

- 2) identyfikującą desygnat,
- 3) semantyczną – oznaczają model samochodu,
- 4) konotacyjną i asocjacyjną – ewokują określone konotacje leksykalne i/lub encyklopedyczne² oraz symbolikę pozytywnie odbieraną przez kupujących,
- 5) kulturowo-użytkową (Gałkowski, 2008)³ – nazwy samochodów są przykładem nominacji kierowanej, kreują rzeczywistość zgodnie z założeniami producenta (Czachorowska, 2001, s. 151),
- 6) marketingową – nazwa musi zachęcać do zakupu,

¹ Przykładu na zmiany porejonimu dostarcza najbardziej znany polski transatlantyk „Stefan Batory”. Wybudowany w holenderskiej stoczni w 1952 r. statek nosił miano TS/S „Maasdam”, po przebudowie w 1968 r. otrzymał nazwę TS/S „Stefan Batory” i zastąpił nim przedwojenny transatlantyk M/S „Batory”. W 1987 r. po wycofaniu ze służby w Polskich Liniach Oceanicznych jego nazwa została skrócona do TS/S „Stefan”, a statek stał się własnością Greków.

² Na temat rozumienia terminów konotacje leksykalne i encyklopedyczne zob. m.in.: L. Jordanska i I. Mielczuk (1988).

³ Autor szeroko prezentuje w swej pracy europejski stan badań na temat chrematonomastyki (Gałkowski, 2008, s. 15 – 50).

7) funkcję socjolektu – z uwagi na hermetyczny zakres nazewnictwa funkcjonującego grup zawodowych związanych z motoryzacją oraz jej znawców (Czachorowska, 2000)⁴.

Ze względu na wymienione funkcje nazwy modeli samochodów stanowią istotny składnik językowego obrazu marki w reklamie, ponieważ to właśnie nazwa kreuje markę. Potencjalne skojarzenia i emocje, jakie każda z nazw powinna wywoływać u nabywców są przedmiotem wnikliwych i specjalistycznych badań brandingowych – kreowania wizerunku firmy i produktu (por. Zboralski, 2000)⁵. Rozumiane w aspekcie procesualnym pojęcie *kreacji* (tworzenia, stwarzania, wprowadzania nowych aut), a także *prokreacji* (wydawania na świat motoryzacyjnego potomstwa) jest wprost i na liczne sposoby konkretyzowane w tekstach reklamujących markę VW, w których zwracają uwagę zwroty i wyrażenia: *tworzymy, stwarzamy, stworzenie modelu, model stworzony, nowa generacja, wspólne geny, większy krewniak, pełnokrwisty samochód sportowy, witamy w rodzinie VW, jakość rodzi się bólach* (VW Magazyn 03/2010).

Doprecyzowania wymaga leksem *model*, który w języku polskim ma pięć aspektów znaczeniowych, z których cztery funkcjonują w terminologii technicznej:

‘Jest to wzór, według którego coś jest lub ma być wykonywane; przedmiot będący kopią lub wzorem danego przedmiotu, wykonany zwykle w mniejszych rozmiarach, z materiałów zastępczych; próbny egzemplarz danej serii produktów; prototyp, szablon’;

‘Typ, rodzaj, fason; sposób’;

‘W cybernetyce układ względnie odosobniony, możliwie mało skomplikowany, działający analogicznie do oryginału, którym może być istota żywa, maszyna, zakład przemysłowy, organizacja społeczna’;

‘Przedmiot służący do sporządzania form odlewniczych, wykonany najczęściej z drewna lub metalu; może się składać z kilku części’ (Słownik języka polskiego. T. II, 1988, s. 199).

W odniesieniu do prowadzonych w tym artykule obserwacji adekwatne jest drugie z przytoczonych wyżej znaczeń, zgodnie z którym *model* rozumiany jest jako określony rodzaj lub typ samochodu produkowany w obrębie danej marki, a przykładami jego kontekstów równoważnych mogą być określenia: *stary, przestarzały, archaiczny, nowy, nowoczesny* itp.

Przedmiotem podjętych przeze mnie rozważań jest nazewnictwo modeli samochodów jednego z największych producentów samochodów w Europie i na świecie – niemieckiego koncernu Volkswagen AG. Nazwy samochodów w obrębie tej marki są zróżnicowane w zależności od głównych rynków zbytu: europejskiego, północnoamerykańskiego, południowoamerykańskiego oraz azjatyckiego. Różnice nazewnicze motywowane są odmien-

⁴ Uwagi M. Czachorowskiej na temat m.in. wymienionych tu cech chrematonimii samochodowej przytacza A. Gałkowski, pisząc o nazwach technicznych (2008, s. 40).

⁵ O pojęciu i składnikach językowego obrazu świata zob. np. artykuły w tomach: *Językowy obraz świata*, red. J. Bartmiński (1990), *Językowy obraz świata a kultura*, „Język a Kultura”, t. 13, red. A. Dąbrowska i J. Anusiewicz (2000), J. Bartmiński (2007). O profilach obrazu samochodu w tekstach reklamowych pisał R. Zimny (2008).

nością kulturową oraz mentalną odbiorców⁶. Marka, której nazwa oznacza w dosłownym tłumaczeniu 'samochód ludu' lub 'ludowy samochód' jest oficjalnie obecna na polskim rynku – biorąc pod uwagę istnienie autoryzowanych przedstawicielstw dealerskich – od początku lat 90. XX wieku. Od tego też czasu w wyniku działań marketingowych następowała popularyzacja i upowszechnienie nazw modeli VW, które funkcjonowały w węższym obiegu polszczyzny już wcześniej przed przełomem 1989 roku.

Podstawę materiałową stanowią przykłady zebrane z numerów „Volkswagen Magazyn”, kwartalnika wydawanego przez Kulczyk Tradex od grudnia 2004 r., z folderów reklamowych VW oraz polskiej i niemieckiej strony internetowej koncernu. Ze względu na genezę są to w większości internacjonalizmy odsyłające do geografii i kultury ogólnoeuropejskiej i światowej. Analizowane nazwy modeli samochodów VW w większości są efektem procesu onimizacji, czyli przeniesienia nazwy pospolitej do kategorii porejonimów oraz rzadziej transonimizacji, przesunięcia nazw z jednej klasy nazw własnych do drugiej, dokonywanych najczęściej bezpośrednio bez przekształceń słowotwórczych lub jako kontaminacja dwóch nazw własnych⁷. Powstałe w wyniku przesunięć znaczeniowych nazwy typów samochodów zasilają potencjał homonimów leksykalnych absolutnych, wyrazów zbieżnych ortograficznie i ortoepicznie⁸. W obrębie nazw modeli VW można wyróżnić kilka kategorii semantycznych, spośród których najliczniej reprezentowana jest seria przesunięć nazw zjawisk atmosferycznych i geograficznych, przede wszystkim nazw wiatrów i prądów morskich⁹. Do tej grupy nazw samochodów VW należą w kolejności alfabetycznej:

Bora ma pośrednio genezę mitologiczną poprzez nawiązanie do imienia Boreasa, greckiego boga wiatru północnego (*Akwilon* w mitologii rzymskiej), natomiast bezpośrednio stanowi przeniesienie nazwy 'chłodnego, bardzo silnego wiatru (145 – 215 km/h), wiejącego głównie zimą z nadniewysokich gór w kierunku sąsiadującego z nim ciepłego morza lub dużego jeziora; występuje głównie u wybrzeży Adriatyku oraz Morza Czarnego i nad Bajkałem' (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 197). Lokalną nazwą wiatru typu *bora* jest francuski *mistral*. W przypadku modelu samochodu istotną cechą wiatru jest konotacja prędkości. W USA odpowiednikiem *Bory* jest *Vento*, co w języku włoskim również oznacza wiatr.

Golf jest przykładem porejonimu o podwójnej motywacji nazewniczej, co sytuuje go w dwu klasach semantycznych, prądu morskiego i gry sportowej. Zamierzeniem twórców modelu była nazwa derywowana od nazwy Zatokowego Prądu Golsztröm, który jest najpotężniejszym strumieniem ciepłej wody w Oceanie Atlantyckim i Arktycznym, ocieplającym Europę i część Arktyki, co w znacznym stopniu wpływa na klimat lądu znajdującego

⁶ Warto przypomnieć, że różnice modeli na różne rynki zbytu dotyczyć mogą także np. zapachu samochodu. P. Schwarzer, kierownik działu Analizy Szkód Polimery wyjaśnia: „Na przykład w Indiach i w ogóle w Azji istnieje więcej zapachów niż w Europie. Dlatego żyjący tam ludzie mają niższy próg odczuwania woni niż Europejczycy” (VW Magazyn 03/2010, s. 49).

⁷ O nazwotwórczych procesach transonimizacji i onimizacji pisał Cz. Kosyl (1993, s. 441 – 442).

⁸ Na temat polskich homonimów całkowitych pisała m.in. D. Buttler (1988).

⁹ Ten rodzaj motywowania porejonimów wykazuje swoistą regularność, ponieważ analogiczne źródło przesunięć miała seria nazw okrętów i statków polskich np. *Burza*, *Grom*, *Błyskawica*, *Wicher*, *Cyklon*, *Huragan*, o czym pisze Cz. Kosyl (1993, s. 442).

się w jego zasięgu. Unikatowym efektem działania tego prądu jest stosunkowo wysoka temperatura powietrza nad Atlantykiem u zachodnich wybrzeży Norwegii (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 1985). Pod hasłem *golf* w słowniku polszczyzny uniwersalnej można odnaleźć bliskie wymienionemu rozumienie 'zatoka morska' (Uniwersalny słownik języka polskiego. T. I, 2008, s. 1042). Encyklopedyczne konotacje związane z Golsztrmem (dobre oddziaływanie i unikatowość) znalazły odzwierciedlenie w pozytywnym wartościowaniu samochodu, który stał się wyznacznikiem samochodów swojej klasy, powszechnie znanym i chętnie kupowanym. Nazwa *Golf* może być doprecyzowywana liczbowo i/lub literowo z uwagi na kolejne numery generacji samochodu (obecnie produkowany jest *Golf VI*), a także ze względu na różne wersje wyposażeniowe (air line) zależne od technologii zastosowanych w danym modelu. Przykładami takich wersji są np.: *Golf Plus*, w której *plus* rozumiany jest dosłownie jako dodanie/ udoskonalenie w tym przypadku do wersji V (większa wysokość i szerokość, diody LED jako światła tylne itd.); *Golf VI Razor R*, w której *razor* (z ang. brzytwa) sygnalizuje współczesny trend aut VW z drapieżnym i ostrym charakterem; nazwa ze skrótem *Golf GTI* od hiszpańskiego *Grand Tourer Injection*, czyli tzw. pakiet mocy¹⁰; *Golf BlueMotion* dosłownie auto z niebieskim napędem, dzięki czemu przyjemność jazdy łączona jest z ochroną środowiska (kolor niebieski ewokuje skojarzenia z czystym powietrzem), wreszcie nazwa planowanego na 2013 r. samochodu z napędem elektrycznym *Golf blue-e-motion*, w której *e* jest skrótem od *electric*¹¹. O popularności marki i modelu świadczą strony internetowe zakładane przez jego zwolenników, na których odnaleźć można dodatkowe informacje na temat innych propozycji nazewniczych tego samochodu np. *Blizzard*, czyli 'gwałtowny, bardzo zimny wiatr północno-zachodni, połączony z opadami śniegu, wiejący w Ameryce Pn. lub burza śnieżna, zwykle na Antarktydzie (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 181). Wybrano jednak ciepłą nazwę meteorologiczną. Inną propozycją był animalizm *Pony* 'ang. kucyk', w tym samym kręgu znaczeniowym mieści się żartobliwe określenie *VW Rabbit* 'ang. królik, ale i tchórz, kiepski gracz' urobione w słynących z zamiłowania do aut o dużych gabarytach Stanach Zjednoczonych Ameryki.

Jetta pochodzi od angielskiej nazwy *jet-stream* oznaczającej prąd strumieniowy 'intensywny, prawie poziomy strumień powietrza w atmosferze ziemskiej; występujący na różnych wysokościach, w strefach o szerokości kilkuset km, grubości około 2 km i długości kilku tysięcy km, prędkość powietrza dochodzi do 180 – 200 km/h, a lokalnie przekracza 360 km' (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 1388). Podobnie jak w przypadku *Bory*, nazwa konotuje prędkość.

Passat obecnie flagowy model marki VW wprowadzony został na rynek samochodowy w roku 1974, jako powiew świeżego wiatru po kryzysie koncernu na początku lat 70. Jego nazwa ma źródłosłów holenderski i jest odpowiednikiem 'ciepłych, stałych wiatrów wiejących na obu półkulach od wyżów zwrotnikowych ku równikowemu niżowi; na półkuli północnej pasaty mają kierunek północno-wschodni, na południowej analogicznie południowo-

¹⁰ Wyrazy znaczą dosłownie: *grand* 'wielki', *tourer* 'turysta', *injection* 'zastrzyk'.

¹¹ Technologia GTI zastosowana jest w dwu modelach VW, *Golfie* i *Polo*, co czyni z tych aut wersje wytrzymalsze w dłuższej podróży. Z kolei *BlueMotion* dotyczy również innych modeli VW: *Polo*, *Passata*, *Tiguana*, *Tourana*.

-wschodni, nad oceanami wiatry te występują z dużą regularnością' (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 1279). Symboliczna nazwa *Passata* zapoczątkowała serię porejonimów atmosferycznych w nazewnictwie VW.

Santana to porejonim będący zrostem dwuwyrazowej nazwy *Santa Ana*, silnego wiatru wiejącego z kierunków północno-wschodnich, występującego w południowej Kalifornii. W Brazylii odpowiednikiem *Santany* w wersji kombi była niemeteorologiczna nazwa *Quantum*, czyli z łaciny 'ile, najmniejsza porcja, o jaką może się zmienić dana wielkość fizyczna np. energia, pęd danego układu' (Słownik wyrazów obcych, 1980, s. 412).

Scirocco – (z włoskiego o arabskiej genezie) jest lokalną nazwą ciepłego lub gorącego wiatru wiejącego w rejonie Morza Śródziemnego z kierunku południowego lub południowo-wschodniego, znad Afryki lub Półwyspu Arabskiego. Wieje głównie wiosną przed przesuwanymi się z zachodu na wschód niżami barycznymi. Początkowo *sirocco* ma charakter wiatru suchego i zapyłonego, po przejściu przez morze, na terytorium Włoch, Dalmacji, Sycylii, staje się bardziej wilgotny, a po przekroczeniu gór (np. w północnej części Sycylii) przybiera postać ciepłego, suchego wiatru typu fen (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 1597). W odniesieniu do nazwy samochodu konotuje wszelkie cechy związane z wiatrem, a dodatkowo pozytywne asocjacje z ciepłem.

Sharan jest nazwą siedmioosobowego vana (typ nadwozia wielozadaniowego samochodu osobowego (od ang.) produkowanego przez koncern VW w Portugalii. Leksem, który jest podstawą przeniesienia oznacza w języku perskim 'króla' lub 'wiatr pustylny'.

Touran z uwagi na strukturę morfologiczną nawiązuje do nazwy *Sharana* (część morfemu van), stanowiąc przykład nazwy kontaminowanej, która w podstawie słowotwórczej ma angielski wyraz *tour* oznaczający w funkcji rzeczownikowej m.in. 'objazd, wycieczkę, podróż okrężną', a w znaczeniu czasownikowym 'zwiedzać, objechać coś, podróżować po kraju'. Nazwa ta ma sygnalizować charakter auta kierowanego do ludzi aktywnie spędzających czas.

Kolejna seria nazw modeli VW reprezentuje przesunięcia animalistyczne. W porównaniu z poprzednią grupą jest mniej liczna, jednak wykazuje pewną regularność w przywoływaniu konotacji odzwierzęcych. Cechą ogólną tej grupy są odwołania do dzikich zwierząt. Grupę tę reprezentują następujące modele (pomijam w tym miejscu animalistyczną nazwę kultowego *Beetle*, która omówiona zostanie w odrębnym akapicie):

Amarok jest nazwą pochodzącą z języka Eskimosów, zwanych do XVI w. Inuitami. Był to rdzenny lud zamieszkujący tereny Grenlandii, Kanady, Alaski i Syberii. W mitologii inuickiej *amarok* oznacza gigantycznego i bardzo drapieżnego wilka arktycznego, przemierzającego się bez watahy po obszarach arktycznych i subarktycznych, zawsze gotowego do ataku. Nazwa zwierzęcia przeniesiona na model samochodu terenowego konotuje cechy drapieżności i wytrzymałości w trudnych warunkach. Chrematonim przywołuje asocjacje z niemieckim toponimem *Wolfsburg* 'miastem wilka', siedzibą koncernu VW. W Australii model *Amarok* znany jest pod nazwą *Triton* oznaczającą w mitologii bóstwo morskie, półczłowieka i półtrybę, syna Posejdona i Amfitryty.

Fox, czyli w języku angielskim 'lis' – miano to identyfikuje model małego samochodu osobowego, produkowanego przez VW w Brazylii. Nazwa *Fox* była już wcześniej używana w odniesieniu do podstawowych wersji modelu *Golf*, produkowanych w Brazylii, oraz dla

podstawowej wersji *Jetty* produkowanej w RPA. Do 1994 *Fox* był też nazwą podstawowej odmiany modelu *Polo*. Onimizacja odzwierzcza konotuje przede wszystkim spryt, mimo małych gabarytów pojazdu.

Lupo to kolejna nazwa nawiązująca do *Wolfsburga*, przeniesiona tym razem z języka włoskiego – w którym oznacza wilka (łaciński *lupus*) – na najmniejszy hatchback VW.

Tiguan jest kontaminacją opartą na dwóch podstawach, *tiger* 'ang. tygrys' oraz *iguana*. Słowotwórcze złożenie jako nazwa auta w klasie/segmencie SUV (aut sportowo-użytkowych) ewokuje symbolikę obu zwierząt – wojowniczość, dzikość, gniew, drapieżność, odwagę, godność i siłę tygrysa oraz opiekę, bezpieczeństwo, dążenie do światła jaszczurki (por. Kopaliński, 2007, s. 118 i 442).¹²

Rzadziej przywoływaną kategorią w nazewnictwie modeli samochodów VW są nazwy odmitologiczne. Grupę tę reprezentują – oprócz wspomnianego wcześniej *Tritona* jako nazwy ekwiwalentnej do *Amaroka* – dwa porejonimy identyfikujące samochody luksusowe *Phaeton* i *Eos*. Faeton to syn greckiego boga słońca, Heliosa, powożący rydwanem słonecznym. Mit o Faetonie był symbolem ludzkiej woli kroczenia nowymi drogami. W XIX nazwę tę nadano eleganckiemu dwu lub czterokonnemu powozowi prowadzonemu osobiście przez jego właściciela. Nazwa *faeton* była już wcześniej używana w motoryzacji na określenie rodzaju nadwozia samochodu osobowego z dodatkowymi składanymi siedzeniami znajdującymi się pomiędzy siedzeniami stałymi. W uniwersalnym słowniku polszczyzny odnotowano pod tym hasłem także termin zoologiczny 'ptak oceaniczny o czarno-białym upierzeniu i jasnoczerwonym dziobie, doskonale nurkujący, żyjący w strefie tropikalnej' (Uniwersalny słownik języka polskiego. T. I, 2008, s. 870). Konotacje w odniesieniu do modelu, który miał z założenia przewyższać pod względem technologicznym wszystkie modele konkurencji, są wyraziste. Produkowany w szklanej manufakturze model *VW Phaeton*, jako synonim doskonałości, komfortu i luksusu, jest unikatem, samochodem dla wybranych.

Druga z mitologicznych nazw modelu, *Eos* nawiązuje do imienia greckiej bogini jutrzeńki. Bogini pojawiała się na niebie przed rydwanem słońca, powożąc kwadrygą. Jutrzeńka symbolizuje zapowiedź dnia, jasność, radość i wolność (Kopaliński, 2007, s. 129). W mitologii greckiej jest *Eos* także matką wiatrów, kategorii semantycznej tak chętnie przywoływanej w nazewnictwie VW. Dach samochodu *Eos*, który jest luksusowym kabrioletem, stanowi stalowo-szklana konstrukcja, umożliwiająca oglądanie nieba także przy zamkniętym dachu.

Odrębną kategorię tworzą przesunięcia nazw elitarnych dyscyplin sportu. Głównym reprezentantem tej grupy jest *VW Polo*, którego nazwa jest odwołaniem do zespołowej gry sportowej dwóch drużyn po czterech zawodników dosiadających koni. Gra polega na umieszczaniu drewnianej piłki uderzeniami kija zakończonych młoteczkami w bramce przeciwnika (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 1352). Nazwa modelu może być doprecyzowana ze względu na wyposażenie, np. *VW Polo Cross* – w której *cross*/ w polszczyźnie *kros*

¹² Metaforyka dzikich zwierząt jest chętnie stosowana zarówno w nominacji modeli samochodów, jak i tekstach reklamowych także innych marek. O profilu SAMOCHÓD TO DZIKIE ZWIERZĘ odnośnie do innych marek pisze R. Zimny (2008, s. 229 – 231).

oznacza wyścig w trudnym terenie w różnych dyscyplinach sportu, wyścigach samochodowych, motocyklowych, w hippice, lekkoatletyce (Uniwersalny słownik języka polskiego. T. I, s. 313). Poprzez skojarzenia ze sportem nową motywację uzyskał omawiany wcześniej VW *Golf*, którego nazwa, w efekcie kampanii reklamowej podkreślającej wytrzymałość i technikę, stała się desygnatem królewskiej dyscypliny. Gra w golfa rozgrywana jest na polu o powierzchni do 50 ha i polega na pokonywaniu trasy jak najmniejszą liczbą uderzeń piłki umieszczonej za pomocą uderzeń drewnianym lub metalowym kijem w 18 ponumerowanych dołkach. Z tą samą grupą odniesień związana jest nazwa modelu VW *Caddy*, odnosząca się do angielskiego słowa *caddy* lub *caddie* oznaczającego pomocnika golfisty noszącego kije, ale i służącego graczowi wsparciem i radą. W Szkocji nazwa *caddy* odnosi się również do chłopca na posyłki. W istocie model VW *Caddy* jest małym autem użytkowym do różnych zadań. Reprezentantem serii nazw od dyscyplin sportowych był również VW *Derby*, oparty na modelu *Polo*, produkowany w latach 1977 – 1984. W terminologii sportowej *derby* oznaczają płaski wyścig trzyletnich koni pełnej krwi angielskiej, na dystansie 2400 m., rozgrywany corocznie od 1780 r. w Epson w wielkiej Brytanii, w Polsce od 1896 r., poza tym w polszczyźnie nazwą *derby* określa się również mecz między dwoma zespołami z tego samego miasta lub regionu, należącymi do tej samej klasy rozgrywek. Tylko pierwszy z podanych aspektów znaczeniowych konotuje elitarną dziedzinę sportu, będąc tym samym motywacją nazwy modelu.¹³

Nazewnictwo modeli marki VW uzupełniają porejonimy nietworzące serii nazwownych, do których zaliczyć można *Transportera* (w polszczyźnie ogólnej ta nazwa funkcjonuje w odniesieniu do wojskowego pojazdu opancerzonego (Uniwersalny słownik języka polskiego. T. IV, s. 107), *Multivana* (turystyczne auto wieloosobowe), *Caravellę* (odwołującą się w swej nazwie do zwrotnego i lekkiego, ale zarazem silnego, bo trzymasztowego żaglowca, Uniwersalny słownik języka polskiego. T. II, s. 48) czy też *Craftera* ‘siałacza’ nazwanego tak od podobnie brzmiącego w języku niemieckim rzeczownika *Kraft* ‘siła, moc, krzepa’ i w angielskim *craft* ‘rzemiosło’. *Crafter* jest samochodem użytkowym do zadań specjalnych, do ciężkiej roboty. Z kolei nazwę o hiszpańskim rodowodzie *Corrado* (correr ‘biegać, uruchomić’) nadano sportowemu dwudrzwiowemu modelowi VW, produkowanemu do 1995 r. Jednostkowym przykładem transonimizacji jest VW *Touareg* – model samochodu w segmencie SUV, którego nazwa odwołuje się do Tuaregów, koczowniczego ludu berberyjskiego zamieszkującego środkową część Sahary, zajmującego się pasterstwem, handlem i rzemiosłem (Nowy leksykon PWN, 1998, s. 1815). W przypadku auta terenowego istotne są związane z nazwą i charakterem życia plemienia konotacje wytrzymałości w przemieszczaniu trudnych terenów oraz wolności koczowników.

Poza wymienionymi seriami i przykładami nazw pozostaje najbardziej znany na świecie model marki VW *Käfer*, czyli ‘chrabąszcz, chrząszcz, żuk’, zaprojektowany przez Ferdynanda Porsche i produkowany od 1935 r. Nazwa modelu nawiązywała raczej do kształtu sylwetki samochodu niż do symboliki chrząszcza, spośród której adekwatne mogłyby być

¹³ Grupę semantyczną *Polo*, *Golf*, *Derby* wymienia także M. Czachorowska w swoim artykule o *Nominacji konwencjonalnej w nazwach modeli samochodów*, w tekście przywołane są także nazwy VW *Passat* i *Vento* (Czachorowska, 2000).

konotacje nieśmiertelności i opancerzonego wojownika, przyczyniającego się do odrodzenia świata (Kopaliński, 2007, s. 40) – tu przypominają się okoliczności powstania auta, memorandum złożone przez Ferdynanda Porsche Hitlerowi, warto też przypomnieć, że konstrukcja auta była w dużej mierze oparta na modelu czechosłowackiej *Tatry T97*. W Polsce samochód otrzymał ze względu na kształt nieoficjalną atrybutywną nazwę *Garbus*. Miarą popularności auta jest mnogość jego nazw w różnych krajach świata. Oto kilka przykładów oscylujących wokół znaczenia niemieckiego lub kształtu samochodu: *Beetle* ‘chrząszcz, robak, żuk’ (kraje anglojęzyczne), *Coccinelle* ‘biedronka’ (Francja), *Bogár* ‘chrząszcz’ (Węgry), *Brouk* ‘chrząszcz’ (Czechy), *Chrobák* ‘chrząszcz’ (Słowacja), *Maggiolino/ Maggiolone* ‘żuk’ (Włochy), *El huevito* ‘jajeczko’ (Kuba), *Bubble* ‘bańka’ (Szwecja), *Boble* ‘bańka’ (Norwegia).

Nowo otwartym dla koncernu VW rynkiem zbytu stały się Chiny. Kierowane tam modele VW mają odmienną zarówno stylistykę, jak i nazewnictwo odpowiadające gustom współczesnej społeczności chińskiej np. VW *Lavida* z hiszpańskiego ‘życie’, *Sagitar* derywowany od nazwy zodiaku *Sagittarius* ‘strzelec’, czy też *Passat XinLingYu* ‘Sutra Serca’ (jeden z najbardziej znanych tekstów buddyjskich napisany w Indiach w sanskrycie, później przetłoczony na język chiński).

Obserwacja zebranego materiału przykładowego pozwala na stwierdzenie, że w procesie onimizacji modeli marki VW najliczniej eksploatowaną grupą odniesień semantycznych i symbolicznych są różnorodny nazwy wiatrów, reprezentujące różne jego typy zależnie od regionów i stref klimatycznych. Bez względu na swoją genezę miana symbolizują ogólnokulturowe atrybuty tego żywiołu (zob. Kopaliński, 2007, s. 458), spośród których w przypadku samochodów istotna jest przede wszystkim konotowana przez wiatr symbolika przestrzeni, ruchu, szybkości, aktywności, sił żywotnych, namiętności ludzkich, wolności i wreszcie męskości.

Nazwy modeli samochodów VW funkcjonujące w polszczyźnie to przede wszystkim nazwy obce, włączane do polskiego języka ogólnego na zasadzie zapożyczeń i obecne w zasobie leksykalnym jako internacjonalizmy. Spośród zaprezentowanych w tym artykule nazw w *Uniwersalnym słowniku języka polskiego* (2008) odnotowane są leksemy: bora, derby, faeton, golf, karawela, pasat, polo, transporter, Tuareg, lecz bez informacji, że obejmują swym zakresem semantycznym także nazwę samochodu. Tylko w jednym z haseł – *garbus* – wymieniony jest aspekt znaczeniowy ‘jeden z modeli marki VW odznaczający się charakterystycznie wygiętą karoserią’ (*Uniwersalny słownik języka polskiego*. T. I, 2008, s. 973).

Nazwy modeli poddawane są regulacjom zgodnym z polskim systemem morfologicznym np. zakończone w wymowie na spółgłoskę: *Golf*, kupię *Golfa* (tu zgodnie z semantyczną zasadą repartycji końcówek końcówka *-a* w bierniku), *Golfowi* itd. Cechą gramatyczną nazw modeli włączonych do polskiego systemu fleksyjnego jest także stosowanie ich w liczbie mnogiej np. *Golfy*, *Passaty*. Niektóre z nazw poddawane są tym regulacjom dopiero po wcześniejszych przekształceniach słowotwórczych np. *Polówki* lub *Polóweczki* (od nieodmiennej nazwy *Polo* => *Polówka* => *Polóweczka*), i odmiana według paradygmatu żeńskiego: *Polówka*, *Polówki*, *Polówce* itd.

Ze względów emocjonalnych właściciele i znawcy modeli tworzą ich słowotwórcze zdrobnienia i spieszczenia typu: *Passacik, Jettka, Golfik, Polówka, Polóweczka*, w profesjonalnym serwisie VW w Rzeszowie nieużywana jest natomiast forma *Borka*.

Literatura:

BARTMIŃSKI, J.: Językowe podstawy obrazu świata. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej 2006. 313 s.

BREZA, E.: Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonimy). In: Polskie nazwy własne. Encyklopedia. Red. E. Rzetelska-Feleszko. Warszawa – Kraków: Towarzystwo Naukowe Warszawskie 1998, s. 343 – 361.

BUTTLER, D.: Słownik polskich homonimów całkowitych. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich 1988. 152 s.

CZACHOROWSKA, M.: Nominacja konwencjonalna w nazwach modeli samochodów. in: Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze. Materiały z XI Ogólnopolskiej Konferencji Onomastycznej, 15-17 czerwca 1998, Bydgoszcz-Pieczyska. Red. M. Czachorowska i Ł. M. Szewczyk. Bydgoszcz: Wydawnictwo WSP w Bydgoszczy 2000, s. 151 – 157.

GAŁKOWSKI, A.: Chrematonimy w funkcji użytkowej. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2008. 389 s.

Językowy obraz świata. Red. J. Bartmiński. 2 ed. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie Skłodowskiej 1990. 297 s.

Językowy obraz świata a kultura. Język a Kultura. Red. A. Dąbrowska i J. Anusiewicz. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego 2000. 367 s.

JORDANSKA, L. – MIELCZUK, I.: Konotacja w semantyce lingwistycznej i leksykografii. In: Konotacja. Red. J. Bartmiński. Lublin: Wydawnictwo UMCS 1988, s. 9 – 34.

KOPALIŃSKI, W.: Słownik symboli. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Rytm 2007. 516 s.

KOSYL, CZ.: Chrematonimy. In: Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Współczesny język polski. Red. J. Bartmiński. Wrocław: Wiedza o kulturze 1993, s. 439 – 444.

Nowy leksykon PWN. Red. A. Dyczkowski. 1 ed. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 1998. 2030 s.

Słownik języka polskiego. Red. M. Szymczak. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1988. 3417 s.

Słownik wyrazów obcych PWN. Red. J. Tokarski. 17 ed. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe 1980. 828 s.

Uniwersalny słownik języka polskiego PWN. Red. S. Dubisz. 2 ed. Warszawa: PWN 2008. 5428 s.

ZBORALSKI, M.: Nazwy firm i produktów. Warszawa: Polskie Wydaw. Ekonomiczne 2000. 276 s.

ZIMNY, R.: Kreowanie obrazów świata w tekstach reklamowych. Warszawa: Wydawnictwo Trio 2008. 360 s.

The Names of the Volkswagen Car Models

The topic of the present paper is the nomenclature of car models produced by the German company Volkswagen AG. The names are diverse depending on the places where they are going to be marketed and motivated by the cultural and psychological distinction of the potential clients. The names in question thus represent an open and ephemeral group and their analysis is related to chrematonymy.

The core part of the present data comprises internationalisms related to geographical and cultural features. Among the VW names of car models certain semantic categories can be distinguished: 1) names of atmospheric and geographical features, 2) names related to animals 3) names of exclusive sports, 4) names taken from mythology, and finally, 5) names in which motivation does not produce a series of names.