

**Piotr Tomasik**

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

## O NAZWACH PIZZY W POLSKICH LOKALACH GASTRONOMICZNYCH NA TLE KATEGORII GLOKALNOŚCI

### ON THE NAMES OF THE OF PIZZA IN POLAND – AGAINST THE BACKGROUND OF THE CATEGORY OF GLOCALITY

**Abstrakt:** Artykuł poświęcony jest poszukiwaniu miejsca nazw pizzy w systemie onomastycznym. Autor rozważa stopień prioprialności badanych jednostek leksykalnych. Tem analizy jest kulturowa kategoria glocalności.

**Słowa kluczowe:** onomastyka, nazwa własna, pizza, glocalność

**Abstract:** The article is devoted to the localization of the names of pizza in the onomastic system. The author considers the degree of priopriality of studied lexical units. The background of the analysis is the cultural analysis of the glocality category.

**Key words:** onomastics, proper name, pizza, glocality

Pizza to dziś rozpowszechniona na całym świecie potrawa o włoskim rodowodzie. Jest to szybko wypiekane w wysokiej temperaturze ciasto drożdżowe z dodatkami. Bazą smaku najczęściej są sos pomidorowy, ser i zioła. Kompozycje innych komponentów są w zasadzie nieograniczone. Etymologia słowa nie jest jednoznacznie ustalona. Wskazuje się na możliwe pochodzenie od włoskiego dialektowego *pinza* (zacisk), średniowiecznego greckiego *pita* (ciasto) lub na źródło germańskie *bizzo*, *pizzo* (ugryzienie, kąsek) (Etymonline). Pizza nie jest daniem oferowanym wyłącznie w lokalach, przygotowywana jest też w polskich domach. Branżowe lokale, powszechnie nazywane *pizzeriami*, zwykle oferują danie w kilku bądź kilkunastu wariantach różniących się właśnie doбором dodatkowych składników. Pierwszy polski lokal specjalizujący się w wypieku pizzy powstał w marcu 1974 r. w Słupsku. Uruchomiony został przy barze mlecznym *Poranek*. Inicjatywę zawdzięczać należy Tadeuszowi Szoldrze, który wprowadził to danie do menu po powrocie z podróży do Włoch. Początkowo oferowano pizzę z far-

szem z baraniny, suszonych grzybów, boczników, jajka, wędzonej makreli, pieczarek i kielbasy. Pizza jest obecna w polskiej gastronomii blisko pół wieku i zdobyła wielką popularność wśród Polaków, zarówno tych młodszych, jak i starszych. Samo słowo *pizza*, jak zauważa Małgorzata Witaszek-Samborska, pojawiło się w polszczyźnie jako zapożyczenie z włoskiego po II wojnie światowej (Witaszek-Samborska, 2005, s. 91).

W niniejszym artykule poddamy analizie kulturowo-onomastycznej nazwy pizzy oferowanej w specjalizujących się w tym daniu lokalach. Obiektem nazewniczym będą więc wskazane w menu pizze z określonymi kompozycjami składników. W menu pizzerii, z których wyekscepowalam materiał badawczy, znajdowały się wyłącznie pizze na cienkim cieście. Różniły się więc jedynie kompozycjami składników określanymi niekiedy mianem „dodatków” (Twoja Pizza).

Materiał badawczy tworzą nazwy wyekscepowane z menu wybranych pizzerii z różnych polskich miast. Korpus badawczy stanowi blisko 350 jednostek onimicznych. Przeprowadzona analiza ma charakter spojrzenia synchronicznego, w niniejszym opracowaniu ograniczam się do wyboru wyrazistych przykładów.

Wyznaczony typ obiektu onimicznego wpisuje się w grupę rzeczy możliwych do wykonania w nieokreślonej licznie powtórzeń, ale nietrwałych. Obiektem jest więc oferowany produkt, pozycja w menu. Podobne pod względem wskazywanego obiektu są analizowane przez Danutę Lech-Kirstein nazwy drinków (Lech-Kirstein, 2011, s. 283–292) lub ciast (Lech-Kirstein, 2020, s. 239–250).

Niniejszy przyczynek ma charakter wstępnego rozpoznania pola badawczego. Jednym z celów badawczych jest wskazanie miejsca nazw pizzy w systemie onimicznym języka.

## **Miejsce nazw pizzy w systemie onimicznym**

Małgorzata Witaszek-Samborska, badając słownictwo kulinarne, zauważa: „szczególnie dyskusyjny wydaje się status nazw firmowych i handlowych, częstych przecież w słownictwie kulinarnym” (Witaszek-Samborska, 2005, s. 27). Badaczka dodaje: „płynność granic w klasyfikowaniu omawianych [...] zjawisk językowych usprawiedliwia arbitralność niektórych rozstrzygnięć” (Witaszek-Samborska, 2005, s. 29)<sup>1</sup>. Onomaści, szczególnie zwolennicy maksymalistycznego podejścia, włączają nazwy produktów spożywczych do kręgu swoich zainteresowań.

Już w 1966 r. Ivan Honl (1966, s. 5–9) analizował nazwy serów. Później analizie poddane zostały oprócz już wspomnianych nominacji drinków, między innymi nazwy piw (Tomanová, 2009, s. 487–494), herbat (Magda-Czekaj, 2011, s. 311–318) oraz produktów cukierniczych i piekarniczych (Badyda, 2011, s. 31–41; Jaros, 2011, s. 215–233).

---

<sup>1</sup> Przyczyną rozbieżności w poglądach mogą być przyjęte inne kategorie badawcze. Witaszek-Samborska wskazuje na analityczne nominacje kulinarne (przynajmniej część z nich może zostać uznana za nazwy deskrypcyjne), które lokuje poza grupą nazw własnych (Witaszek-Samborska, 2005, s. 123).

Rudolf Šrámek dzieli onimy na dwie podstawowe grupy: obiekty jednodenotatowe i obiekty wielodenotatowe. W drugiej grupie badacz wyróżnia jednostki heterogeniczne (w której nazwa odnosi się do całej serii) i homogeniczne (nazwa odnosi się do pojedynczego egzemplarza z serii) (Šrámek, 1999, s. 13–15). W tak wyznaczonym zbiorze nazw własnych lokować można grupę wyróżników pizzy. Jak wspomniałem, nazwy pizzy odnoszą się do obiektu powtarzalnego, dostępnego w wielu egzemplarzach. Te jednostki nazewnicze włączyłbym do kategorii serionimów.

Poszczególne nazwy pizzy różnić się mogą stopniem onimizacji. Artur Gałkowski proponuje rozróżnienie na nazwy własne „mocne” i „słabe” (Gałkowski, 2011, s. 184)<sup>2</sup>. Eugeniusz Grodziński zauważa:

*deskrypcje (deskrypty, opisy) jednostkowe* mają w językach naturalnych funkcję analogiczną do funkcji imion własnych (nazw indywidualnych), mianowicie funkcję oznaczania w mowie indywidualnie określonego przedmiotu, wyodrębnionego z całej reszty wszechświata. [...] Istnieje jednak zasadnicza różnica między deskrypcją jednostkową a imieniem własnym. Deskrypcja jednostkowa *opisuje* przedmiot, wymienia pewien zespół jego cech, co zezwala na jego identyfikację, ponieważ żaden inny przedmiot we wszechświecie nie posiada nie tylko tego samego, lecz nawet takiego samego zespołu cech (Grodziński, 1973, s. 44).

W moim odczuciu to właśnie kryterium semantyczne może wpływać na odczucie siły onimizacji<sup>3</sup>.

Niektóre z zebranych przeze mnie jednostek uznać można za deskrypcje, a więc jednostki o słabej onimizacji. Myślę tu o onimach typu: *grzybowa, serowa, cztery sery*<sup>4</sup>. Bycia nazwą własną tego typu jednostkom nie można odmówić. Wszystkie zebrane przeze mnie wyróżniki pizzy to z pewnością nazwy typu chrematonimicznego, które, jak zauważa Gałkowski, „zachowują prymarny związek semantyczny z rzeczywistością lub wytwarzają go wtórnie, funkcjonując we właściwym sobie obiegu komunikacyjnym” (Gałkowski, 2011, s. 187).

## Glokalność pizzy

Chciałbym spojrzeć na pizzę przez pryzmat kulturowej kategorii glokalności. Tadeusz Paleczny zauważa:

tożsamość lokalna w „sieci” międzykulturowych, różnokulturowych i wielokulturowych powiązań prowadzi do pojawienia się więzi i tożsamości typu „glokalnego”. „Glokalność” to typ tożsamości

<sup>2</sup> Zdaję sobie sprawę z tego, że przeciętny użytkownik języka polskiego nie posługuje się skalą onimiczności. Taki użytkownik wskaże raczej te jednostki, które według niego są nazwą własną, i takie, które w jego odczuciu nazwą własną nie są.

<sup>3</sup> Jako *siłę onimizacji* rozumiem przynależność do jednej z wybranych grup: nazw silnych lub słabych.

<sup>4</sup> W tym wypadku wyjątkowo podaję przykłady hipotetyczne niezwiązane z żadną konkretną pizzą.

syntetycznej, łączonej, złożonej, w której występują zarówno elementy poczucia więzi z homogeniczną, autochtoniczną, regionalną lub etniczną kulturą rodzimą, jak i te, które wiążą wspólnotę lokalną z cywilizacją, z szerszą przestrzenią kulturową, w jakiej lokują się jej członkowie. „Globalność” nie jest zwykłą sumą elementów prenarodowych i postnarodowych, jest także iloczynem tych dwu co najmniej układów integracyjnych, swoistą, oryginalną wersją nowej, „trzeciej drogi” przemian tożsamości kulturowej. „Globalność” jest konsekwencją rozwoju międzykulturowej sieci komunikacyjnej, zwłaszcza Internetu. Do rekonstrukcji przemian tożsamości w kierunku dwu- lub wielopoziomowych, wielokulturowych, przyczyniają się także masowa turystyka międzynarodowa, transfer technologii i wytworów kultury tak materialnej, jak i symbolicznej, migracje (Paleczny, 2008, s. 110).

Bez wątplenia w wielu oferowanych pizzach zauważyć można cechy globalności. Propozycje, które znaleźć można w menu polskich restauracji, często wzbogacane są typowo polskimi dodatkami. Dania takie nazwać można „mariażem kulturowym”. Niekiedy na pizzy umieszczane są produkty typowe dla Polski – np. ogórki kiszone (Pizze Świata), oscypki (Pizzeria Roma) czy bigos (Biesiadowo).

Na stronie internetowej pizzerii Telepizza oferującej pizzę *Uśmiech Boryny* zamieszczono następujący opis produktu: „pizza z wyjątkowo mocnym polskim akcentem. Klasyczne, ręcznie wyrabiane ciasto i sos pomidorowy zostały wzbogacone tradycyjnymi polskimi dodatkami: kabanosem, pieczarkami i cebulą” (Telepizza).

Globalność przejawia się także w nazwach pizzy. Inspiracją do przeprowadzenia rekonesansu badawczego była nazwa *Boryna na Hawajach*. Pizza wyróżniona w ten sposób oferowana jest w dwóch częściach: „pierwsza połowa: szynka, ananas, kukurydza, sos pomidorowy, druga połowa: kabanos, pieczarki, cebula, sos pomidorowy” (Telepizza). W onimie zestawione są dwa elementy różnych kultur. Hawaje są nawiązaniem do nazwy pizzy *Hawajska*, która oferowana jest w wielu lokalach, a jej częstym składnikiem są ananasy. Pierwsza część konstrukcji jest przeniesionym nazwiskiem bohatera literackiego powieści Władysława Reymonta *Chłopi* – Macieja Boryny. Wybór tego antroponimu konotuje takie cechy, jak chłopskość, swojskość, polskość.

## Strategie marketingowe lokali a nazwy pizzy

Strategia marketingowa, to „zestaw średnio i długookresowych zasad oraz wytycznych postępowania, które wyznaczają ramy dla rynkowych działań operacyjnych” (Altkorn, 2001, s. 386). W wypadku pizzerii na takie działania składają się wystrój lokalu, dobór oferty, wybór dostawcy produktów; częścią strategii marketingowej jest także wybór nazw proponowanych produktów. Pizzeria zwykle oferuje od kilku do kilkudziesięciu kompozycji pizzy, każda ma jakąś nazwę. Nazwy te mają zazwyczaj wspólnego nominatora, co ważne, występują w kontekście

innych nazw. Onimy takie mogą więc tworzyć pewne ciągi. Dobór wyróżników nazwałbym *strategią nazewniczą*, która byłaby składową strategii marketingowej.

Chciałbym wskazać dwie różne strategie marketingowe, które zdają się stosować menadżerowie pizzerii. Pierwszą określiłbym „konserwatywną”, „kanoniczną”, „włoską”. Drugą strategię nazwałbym „mieszaną”, łączącą w sobie elementy włoskie, a więc typowe dla pizzy, z tym, co polskie, rodzime. Strategię tę można określić także mianem „glokalnej”. Wybór strategii marketingowej często przekłada się na wybór nazw pizzy oferowanych w lokalu.

### Strategia „włoska”

W polskich lokalach prowadzonych przez Włochów kultywujących rodzime tradycje zwykle spora część składników jest sprowadzana z Włoch. Tu raczej nie ma mowy o glokalności. Warto przyjrzeć się menu jednego z takich lokali, pizzerii propagującej włoskie tradycje i niepozwalającej sobie na wielkie odstępstwa od pierwowzorów<sup>5</sup>. Elementem „strategii włoskiej” jest stosowanie określeń pizzy będących przeniesieniem wyróżników stosowanych w ojczyźnie właściciela, np. *Mare, Quattro Formaggi, Porcini Vege, VerdeVege, Sana Vege, Sorrento Vege, Siciliana, Tonno, Bergamotto, Diversa, Crudo, Maialina, Capricciosa, Carciofi, Diavola, Salame, Gorgo, Prosciuttoe Funghi, Bufala e Tartufo, Spinaci, Verdure, Parmigiana, Rucola, Campana, Margherita, Marinara (Pizza i Gitara)*<sup>6</sup>. W lokalach prowadzonych według „strategii włoskiej” używane zwykle są produkty pochodzenia włoskiego. Niektóre pozycje w menu (nazwy pizzy i składników) mogą się wydać niezaznajomionym z włoską kuchnią zagadkowe, wymagają wyjaśnienia, np. „*Siciliana, Sos pomidorowy, mozzarella, anchois (filet z sardeli), pomidorki, oliwki, kapary*” (Pizza i Gitara). Podkreśleniem oryginalności produktu jest znak D.O.P. pojawiający się przy wybranych składnikach (Denominazione di Origine Protetta, czyli Chroniona Nazwa Pochodzenia). Wymienione tu nazwy pizzy także spełniają rolę podobną do znaku *D.O.P.*, są swojego rodzaju „markerami włoskości”<sup>7</sup>.

Ewa Badyda stwierdza: „proprialny status niektórych określeń jest labilny nawet w krótkiej, trudnej do uchwycenia perspektywie czasowej” (Badyda, 2011, s. 37). Przyczyny niestabilności statusu upatrywałbym także w innym miejscu. Uważam, że odbiór danej jednostki leksykalnej, to znaczy zaszeregowanie jej przez użytkownika języka do kategorii apelatywów czy onimów, związany jest z kompetencjami językowymi tego użytkownika. Jest to szczególnie widoczne w grupie kreacji nazewniczych zapożyczonych z języków obcych.

<sup>5</sup> Właściciel pizzerii pochodzi z okolic Turynu i tradycje tego regionu dominują w lokalu.

<sup>6</sup> Tu i dalej, jeśli nie zaznaczono inaczej: zapis zgodny z zapisem na stronie internetowej.

<sup>7</sup> Formułę „markery włoskości” zawdzięczam Arturowi Gałkowskiemu (korespondencja prywatna).

W wypadku onimów wskazujących pizzę dominującym językiem zapożyczeń jest język włoski. Deskrypcyjna nazwa *Prosciutto e Funghi* czy *Bufala e Tartufo* dla użytkownika, który nie posługuje się językiem włoskim i nie zna kultury Włoch, nie będzie miała cech deskrypcyjnych. Prawdopodobnie taki użytkownik będzie ją odbierał jako nową (dla języka polskiego, którym się posługuje) jednostkę leksykalną; neologizm stworzony na potrzeby wskazania pizzy. Gość restauracji, który włada choćby podstawami języka włoskiego, zauważy, że wyróżniki te dosłownie wskazują składniki pizzy. Użycie obco brzmiącej, tajemniczej nazwy może wywołać pożądany efekt marketingowy. Luce Giard zauważa: „w restauracjach im wyższy ich poziom, tym więcej w karcie tajemniczych dań o nadętych, niewiele mówiących nazwach; trzeba prosić pokornie o pomoc nieco wyniosłego szefa sali, aby wyjaśnił, co oznacza «cielęcina Orloff» albo «ciasto RuyBlas». Tutaj nazwa ma za zadanie zakryć i udramatyzować, a więc zaintrygować i zbulwersować, klient ma zamówić, ślepo zawierając nieznanym słowom, które go całkowicie usatysfakcjonują” (De Certeau, Giard, Mayol, 2011, s. 203). Dobór obcych jednostek leksykalnych jest więc korzystny dla właściciela lokalu, onimy takie mogą przyciągnąć umięających je odczytać, jak i tych, dla których pociągająca będzie zagadkowość.

Ocena stopnia onimizacji, tj. zaszeregowania przez użytkownika określenia pizzy do kategorii nazw własnych lub pospolitych (a co za tym idzie, w języku polskim sposób zapisu odpowiednio wielką lub małą literą) zależy więc od kompetencji językowych użytkownika, jego świadomości kulturowej. Prawdopodobnie także to, co w języku włoskim może być odbierane „jedynie” jako deskrypcja, dla niektórych użytkowników języka polskiego może być silną nazwą własną. Przeniesienie jednostki leksykalnej między językami (zapożyczenie) może więc zmieniać jej status onimiczny.

Nie wszystkie włoskojęzyczne nazwy pizzy są nazwami deskrypcyjnymi. Wyróżnika: *Margherita*<sup>8</sup> do grupy nazw deskrypcyjnych zaliczyć nie można. To bezsprzecznie silna nazwa własna, mocniejsza niż określenia deskrypcyjne, takie jak *Prosciutto e Funghi* (wł. szynka i grzyby).

### Strategia „mieszana”

Jedną z cech strategii „mieszanej” jest unikanie zapożyczeń z włoskiego. Użycie języka polskiego powinno gwarantować poprawne „odczytanie” nazwy. Często jednak łatwo o pomyłkę. Nazwy bywają mylące. W menu pizzerii Twoja Pizza

---

<sup>8</sup> Z menu innych lokali wynotowałem także warianty *Margaritta* (Margarita) i *Margarita* (CiaoCiao). Podkreślić należy, że w lokalach, które zaliczyłbym do prowadzonych według strategii włoskiej, występował zapis *Margherita*. Sposób zapisu tej zazwyczaj najprostszej propozycji świadczyć może więc także o strategii lokalu.

w Szczecinie znaleźć można między innymi następujące pizze: *Ziemniaczana*, *Zajęcza*, *Pszenna*, *Sanatoryjna*, *Fioletowa*<sup>9</sup> (*Twoja Pizza*). Nazwy te w żaden sposób nie nawiązują do użytych składników. Klient, który nie zna strategii nazewniczej konkretnej pizzerii, może uważać, że w pizzy *Ziemniaczana* znajdują się ziemniaki lub frytki.

Zgodnie z menu, pizza *Ziemniaczana* zawiera: sos śmietanowy, makaron, ser, boczek, brokuły, kurczaka, trzy jajka, czosnek i pietruszkę. Pochodzące z ziemniaków frytki odnajdziemy natomiast w pizzy o nazwie *Żołędziowa*. Jej składnikami są: sos ketchup [sic!], ser, kiełbasa pepperoni [sic!], frytki, czerwona cebula, kurczak, kukurydza. Na tej pizzy, jak widać, próżno szukać żołędzi. Podobnie, pizza *Zajęcza* nie zawiera mięsa zająca, a: sos pomidorowy, ser, kiełbasę pepperoni [sic!], szynkę parmeńską, fetę, pomidory suszone, rukolę i cheddar.

Nazwa pizzy *Pszenna* wskazywać mogłaby na to, że jest ona przyrządzona z mąki pszennej. To prawdopodobne. Konsekwencją takiego odczytania onimu byłoby jednak przypuszczenie, że pozostałe pizze nie są przygotowane na pszennym cieście. Określenie *Sanatoryjna* mogłaby sugerować, że pizza ta jest łagodna w smaku, ma mniej (ostrych) przypraw i przeznaczona jest głównie dla rekonwalescentów.

Wyróżnik *Fioletowa* także w żaden sposób nie określa składników. Kolor fioletowy mógłby wskazywać na zawartość sera pleśniowego, gatunków szparagów. Tak się jednak nie dzieje. Nazwa nie pozostaje w związku z wyglądem dania.

Często pojedynczy onim nie jest czytelny, a klient przed wyborem powinien zapoznać się ze strategią nazewniczą lokalu. Możliwość „odczytu” nazwy pojawia się dopiero po zaznajomieniu się użytkownika z wieloma nazwami produktów oferowanych przez lokal. W wypadku pizzerii *Twoja Pizza* w Szczecinie na ten szereg składają się (zapis w kolejności z ulotki): *Twoja Pizza*, *Turkusowa*, *Rubiniowa*, *Jasna*, *Akwarelowa*, *Łubinowa*, *Rydla*, *Kostki Napierskiego*, *Czerwona*, *Brązowa*, *Gwarna*, *Różowa*, *Pomarańczowa*, *Iwaskiewiczza*, *Dąbska*, *Tarpanowa*, *Lniana*, *Bagienna*, *Fioletowa*, *Beżowa*, *Romantyczna*, *Zielone Wzgórze*, *Chłopska*, *Swojska*, *Gryfińska*, *Widok*, *Leszczynowa*, *Bat[alionów] Chłopskich*, *Nowy Zjazd*, *Walecznych*, *Sanatoryjna*, *Piechoty*, *Maciejowicka*, *Wróbla*, *Świstacza*, *Wiosenna*, *Gryczana*, *Botaniczna*, *Focza*, *Wańkowicza*, *Niedźwiedzia*, *Wczasów*, *Młodzieży Polskiej*, *Ziemniaczana*, *Pszenna*, *Winogronowa*, *Zakątek*, *Kacza*, *Zajęcza*, *Pomorska*, *Nalkowskiej*, *Tryglawa* [sic!], *Struga*, *Żołędziowa*, *Wiatraczna*, *Orla*, *Bambino* (*Twoja Pizza*)<sup>10</sup>. Większość tych nazw (wyjątkiem są *Twoja Pizza* i *Bambino*) to transnimizacje, przeniesione zostały nazwy ulic Osiedla Słonecznego, na którym znajduje się pizzeria. Konstrukcje są więc bardzo lokalne, odwołują się do tego, co mieszkańcom dzielnicy powinno być bliskie. Lokalność podkreślona jest także

<sup>9</sup> W menu wszystkie nazwy zapisane są wersalikami.

<sup>10</sup> Warto zauważyć, że pracownicy pizzerii zamiast onimów używali numerów pizzy. Nazwy prezentowane w menu służą wyłącznie komunikacji pomiędzy firmą a klientem.

poprzez dodanie do adresu pizzerii podanego w ulotce informacji o tym, w jakiej części miasta znajduje się wspomniana niewielka pizzeria („Osiedle Słoneczne”). W wypadku tego lokalu nazwy nie zawierają informacji o obiekcie. Przeniesione zostały hodonimy, które nie wykazują związku z kompozycją składników pizzy, jedynie konotują bliskość pizzerii, jej osiedlowy charakter. Pod względem siły onimizacji przytoczone wyżej wyróżniki lokowałbym w grupie nazw silnych.

Podobną taktykę marketingową stosowali menadżerowie jednego z bydgoskich lokali oferujących, między innymi, dania kuchni włoskiej. Tu pizze wskazywane były za pomocą przeniesienia nazw dzielnic i osiedli Bydgoszczy. W tym wypadku kompozycje także nie wykazywały żadnego związku z nazwami. W menu pizzerii Bydgoszczanka w dziale *Pizza po bydgosku* znajdowały się następujące pozycje: *Okole, Miedzyń, Glinki, Błonie, Myślęcinek, Wilczak, Kapuściska, Górzyskowo, Oplawiec, Zawisza, Babia Wieś, Smukała, Jary, Flisy, Biedaszkowo, Śródmieście, Fordon, Bartodzieje, Bocianowo, Szwederowo, Bielawy, Leśne, [Wzgórze] Wolności<sup>11</sup>, Piaski, Jachcice, Skrzetusko, Osowa Góra, Wyżyny, Bydgoszcz (Zjemy.co)*. Podobnie, jak w wypadku propozycji pizzerii *Twoja Pizza ze Szczecina*, nazwy w żaden sposób nie odnosiły się do składników. Składniki nie nawiązywały z kolei do charakteru dzielnic i osiedli, z których zostały przeniesione. Dobór wyróżników hipotetycznie był zupełnie przypadkowy.

W wielu innych lokalach wyróżniki pizzy pozostawały (lub nadal pozostają) w ścisłym związku z nazwą pizzerii. Na przykład, w pizzerii *Pod Samolotem* w Ostrowcu Świętokrzyskim propozycje nazywane są z wykorzystaniem leksyki związanej z awiacją i podróżą lotniczą; wrocławska *Pizzeria Muzyczna* oferuje kompozycje, których nazwy nawiązują do muzyki. To z pewnością silne nazwy.

## Wnioski

Jak pokazuje powyższa analiza, siła onimizacji nazw pizzy nie jest jednakowa. W wyekscerpowanym materiale znajdują się nazwy silne i słabe. W ocenie należy uwzględnić kompetencje językowe użytkownika nazwy (w tym wypadku gościa pizzerii, konsumenta pizzy). W większości wypadków dobór nazw pizzy pozostaje w zgodzie ze strategią marketingową lokalu. W lokalach oferujących pizze wpisujące się w strategię globalne nazwy często konotują polskość, lokalność. W lokalach dążących do oferowania pizzy jak najbardziej zbliżonej do wzorów włoskich (często z wybranego regionu Włoch) nazwy podkreślają włoski charakter lokalu.

Niezależnie od siły onimizacji analizowane jednostki z pewnością zaliczyć należy do kategorii nazw własnych.

---

<sup>11</sup> Prawdopodobnie chodzi o nazwę *Wzgórze Wolności*. W źródle, z którego korzystałem, najpewniej jest błąd. Nazwa *Wzgórze Wolności* wpisywałaby się w ciąg składający się z przeniesionych nazw bydgoskich dzielnic i osiedli.



Perspektywę badawczą, która prawdopodobnie rzuci nowe światło na analizowane zagadnienie, upatrywać można w następujących kierunkach analizy. Po pierwsze, warto zbadać nazwy gotowych pizz mrożonych oferowanych jako produkt do samodzielnego przygotowania w domu (odgrzania) i zestawienie nazw tych produktów z nazwami występującymi w menu pizzerii. W tym wypadku interesujące może okazać się porównanie nie tylko jakościowe, ale także ilościowe. Po drugie, warto zbadać, czy gospodynie nadają nazwy pizzy przygotowywanej samodzielnie w domu; czy w domowym menu używane są nazwy odróżniające wypieki ze względu na rodzaj ciasta lub dobór składników. Wyniki mogłyby potwierdzić tezę Giard dotyczącą tego, że domowe dania zwykle pozbawione są nazw. Badaczka pisze:

analityczna nazwa wyrażająca to, z czego i w jaki sposób danie jest wykonane, pozostaje w bezpośredniej relacji z działaniem, lecz nie precyzuje dokładnego sposobu działania. To, co najistotniejsze, jest pominięte, ukryte w anonimowości autora dania, który nie pretenduje do statusu pomysłodawcy, twórcy, nie, ona po prostu „zrobiła coś z niczego” i ani przez chwilę nie sądziła, że jej pomysł mógłby być doceniony poza ścisłym rodzinnym kręgiem. Kuchnia bez nazwy to kuchnia prywatnego życia zwykłych ludzi (De Certeau, Giard, Mayol, 2011, s. 203).

Interesujące mogą być także badania onomastyczne nazw rodzajów innych potraw, choćby past (kompozycji makaronów).

## Bibliografia

- Altkorn, J. (red.). (2004). *Podstawy marketingu*. Kraków: Instytut Marketingu.
- Badyda, E. (2011). O problemach z ustaleniem postaci chrematonimu – na przykładzie nazw polskich wyrobów cukierniczych. W: M. Biolik, J. Duma (red.), *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (s. 31–41). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- De Certeau, M., Giard, L., Mayol, P. (2011). *Wynaleźć codzienność. 2. Mieszkać, gotować*, K. Thiel-Jańczuk (tłum.). Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Gałkowski, A. (2011). Chrematonomastyka jako autonomizująca się subdyscyplina nauk onomastycznych. W: M. Biolik, J. Duma (red.), *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (s. 181–193). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- Grodziński, E. (1973). *Zarys ogólnej teorii imion własnych*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Honl, I. (1966). O tyronymach – názvech syrů, *Zpravodaj Místopisněkomise ČSAV, VII*, 5–9.
- Jaros, W. (2011). Techniki nominacyjne w zakresie współczesnego nazewnictwa wyrobów piekarniczych i cukierniczych. W: M. Biolik, J. Duma (red.), *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (s. 215–233). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- Lech-Kirstein, D. (2011). Kreacje nazewnicze w nazwach drinków. W: M. Biolik, J. Duma (red.), *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (s. 283–292). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.
- Lech-Kirstein, D. (2020). Nazwa własna a nazwa pospolita – dylematy z pogranicza chrematonimii. W: I. Domaciuk-Czarny, M. Kojder, A. Siwiec (red.), *Ze studiów nad nazwami własnymi*.

*Terminologia. Teoria i metodologia badań. Zagadnienia nazwotwórstwa* (s. 239–250). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.

Magda-Czekaj, M. (2011). Czy nazwy herbat to chrematonimy? W: M. Biolik, J. Duma (red.), *Chrematonimia jako fenomen współczesności* (s. 311–318). Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Palczyński, T. (2008). *Socjologia tożsamości*. Kraków: Oficyna Wydawnicza AFM.

*Pizzeria Twoja Pizza*. Ulotka ważna od 1.02.2021, [brak roku i miejsca wydania].

Šrámek, R. (1999). *Úvod do obecnéonomastiky*. Brno: Masarykova univerzita.

Tomanová, M. (2009). Motivace názvů současných esach piv. W: J. David, M. Čornejová, M. Harvalík (red.), *Mnohotvárnost a specifičnost onomastiky. IV česká onomastická konference, 15.–17. Září 2009, Ostrava – sborník příspěvků* (s. 487–494). Ostrava: Ostravská univerzita.

Witaszek-Samborska, M. (2005). *Studia nad słownictwem kulinarnym we współczesnej polszczyźnie*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

### Źródła internetowe

Online Etymology Dictionary, <https://www.etymonline.com/> [dostęp: 13.04.2022].

Menu pizzerii *Ciao Ciao* Koźuchów, <http://ciao-ciao.pl/menu/> [dostęp: 22.09.2022].

Menu pizzerii *Margarita* Mrągowo, <https://pizzeriamargarita.pl> [dostęp: 22.09.2022].

Menu pizzerii *Telepizza*, [www.telepizza.pl/menu](http://www.telepizza.pl/menu) [dostęp: 16.10.2021].

Menu pizzerii *Pizza i Gitara* Bydgoszcz, [www.pizzaigitara.pl](http://www.pizzaigitara.pl) [dostęp: 14.10.2021].

Menu pizzerii *Pizze Świata* Ostrowiec Świętokrzyski, [www.facebook.com/pizzaswiata1](https://www.facebook.com/pizzaswiata1) [dostęp: 13.04.2022].

Menu pizzerii *Biesiadowo* Rąbień, [www.zjemy.co/menu-biesiadowo-rabien-okreзна](http://www.zjemy.co/menu-biesiadowo-rabien-okreзна) [dostęp: 10.09.2022].

Menu pizzerii *Roma* Gostyń, <http://pizzeria-roma.com.pl/> [dostęp: 3.02.2021].

*Zjemy.co* portal internetowy, [www.zjemy.co/menu-pizzeria-bydgoszczanka-bydgoszcz](http://www.zjemy.co/menu-pizzeria-bydgoszczanka-bydgoszcz) [dostęp: 11.04.2022].