

## NAZEWNICTWO WSPÓŁCZESNYCH SZKÓŁ TAŃCA W ASPEKcie FUNKCJONALNYM – NA PRZYKŁADZIE SZKÓŁ TRÓJMIEJSKICH

Rozwijająca się dynamicznie sfera handlu i usług powoduje, że przestrzeń komunikacyjna miasta, które jest ich naturalnym środowiskiem, coraz bardziej się współcześnie zagęszcza. W dyskursie handlowym dochodzi do zdarzeń komunikacyjnych, bezpośrednich i pośrednich, prezentujących różne modele układu nadawczo-odbiorczego, mających rozmaite nacechowanie funkcjonalno-pragmatyczne i intencjonalne. W charakterystyczny sposób funkcjonują w tej przestrzeni nazwy własne instytucji związanych ze sferą usług, w zależności od ich rodzaju silniej lub słabiej nastawione na poszerzenie grona potencjalnych klientów. W tym wypadku funkcja prymarna nazwy, jaką jest rola identyfikacyjno-dyferencyjny bywa więc szczególnie silnie zdominowana przez funkcję perswazyjną, a nazwy nabierają przez to charakteru onimów marketingowych, stając się swoistymi mikrokomunikatami, których skuteczność – jak pisze Magdalena Graf – „musi opierać się na przywołaniu określonych obrazów, ich metaforyczności i zaangażowaniu sfery emocjonalnej odbiorcy”<sup>1</sup>.

Przedmiotem analizy w niniejszym artykule są nazwy komercyjnych trójmiejskich szkół tańca i firm prowadzących szkolenie taneczne. Są to obiekty, które już dziś nie kierują swojej oferty tylko do wąskiego grona osób uprawiających lub chcących uprawiać taniec jako dyscyplinę turniejową, ale pragną dotrzeć do zainteresowanych taką aktywnością jako formą atrakcyjnego zagospodarowania czasu wolnego. Ta forma jego spędzania zyskuje obecnie na popularności niewątpliwie na skutek wpływu telewizji: do najpopularniejszych obecnie rodzajów programów rozrywkowych należą bowiem konkursy muzyczne i programy typu *talent show*, wśród których znaczący udział mają programy taneczne. Jest to zjawisko ostatnich kilkunastu lat: emisję pierwszego programu tego rodzaju, który zyskał wielkie zainteresowanie, *Tańca z gwiazdami*, rozpoczęto w 2005 r., w kolejnych latach popularność zdobyły programy: *Gwiazdy*

---

<sup>1</sup> M. Graf, *Onimy marketingowe – między informacją a perswazją*, „LingVaria” 2015, nr 1 (19), s. 51.

tańczą na lodzie, *You Can Dance* – *Po prostu tańcz!* i *Got to Dance*. Tylko *Taniec* (część z nich na licencji zachodniej). Ich formuła aktywnie angażowała publiczność telewizyjną, dając jej możliwość wpływu na awans uczestników do kolejnych etapów przez głosowanie telefoniczne lub SMS-owe, co niewątpliwie przyciągnęło uwagę do tańca osób dotychczas z nim niezwiązanych.

W trójmiejskiej przestrzeni udało mi się zidentyfikować 86 obiektów oferujących naukę tańca, choć nie wszystkie mają czysty profil działalności tanecznej. Łączona jest ona z innymi formami aktywności, bądź to o charakterze artystycznym (jak zajęcia wokalne), bądź bardziej sportowym (jak zajęcia typu fitness). Same zresztą formy aktywności tanecznej, którą kształcić można na kursach, często mają charakter pograniczny, np. przybliżając się charakterem do akrobatyki czy gimnastyki, jak *pole dance*.

Tak liczne szkoły tańca są w krajobrazie usługowym Trójmiasta zjawiskiem stosunkowo nowym. Można sądzić, że są to w większości podmioty, które zostały otwarte w ostatniej dekadzie, a część z nich dopiero zaczyna rozwijać swoją działalność (np. nie wszystkie mają własną stronę internetową, niektóre reklamują się tylko na Facebooku). Informację o czasie rozpoczęcia działalności na swojej stronie lub profilu facebookowym zamieściło tylko 25 szkół, przy czym dłuższą tradycją, sięgającą lat 90., chwalać się tylko trzy z nich. Jedna rozpoczęła działalność w 2001 r., sześć kolejnych – w latach 2003–2004, a następne, które podają taką informację, powstawały od 2007 r. Omawiana warstwa onimiczna jest więc relatywnie nowa.

Oferata kursów szkół tańca jest różnorodna: od dość uniwersalnej (np. taniec towarzyski, różne formy tańca współczesnego) po wyspecjalizowaną, proponowaną np. przez szkoły salsy, flamenco, *pole dance* czy *street dance*. Niektóre szkoły kierują ją do klientów w każdym wieku, inne przede wszystkim oferują naukę młodzieży lub – przeciwnie – osobom starszym.

Nazwy szkół tańca, będących obiektami funkcjonującymi w przestrzeni gospodarczej miasta, można traktować jako chrematonimy marketingowe. Dla tej warstwy onimicznej typowe jest, że nazwy charakteryzuje dość wysoki stopień transparentności. Dzięki swojej czytelności nazwa może być odbierana jako mikrokomunikat, a więc wykorzystana do celów marketingowych, co ma szansę przyczynić się do ekonomicznego sukcesu firmy. Artur Gałkowski mówi w związku z tym o kilku rodzajach motywacji w procesie powstawania chrematonimii marketingowej: konceptualnej, intraonomastycznej, asocjacyjno-konotacyjnej, kulturowej, a także formalno-kreacyjnej<sup>2</sup>. Przekłada się to na funkcje nazw w odbiorze. Niniejsza analiza ma na celu przyjrzenie się nazwom szkół tańca

---

<sup>2</sup> A. Gałkowski, *Motywacja w procesie tworzenia chrematonimii marketingowej*, „Poznańskie Studia Językoznawcze” 2014, nr 27: *Przestrzenie językoznawstwa. Prace dedykowane Profesor Irenie Sarnowskiej-Griefing*, red. M. Graf, s. 63–72.

właśnie pod kątem tych funkcji. W badanym z tego punktu widzenia zbiorze nazw widocznie zarysowują się odpowiadające pierwszym czterem rodzajom motywacji nazewniczej funkcje: informacyjna (przekazywanie informacji o tym, czym jest obiekt, do kogo i jaką kieruje ofertę), tożsamościowa (budowanie tożsamości firmy, w tym wypadku z odwołaniem do osoby mistrza), perswazyjna (sugerowanie, jaki jest obiekt, co pozwoli osiągnąć uczestnikom kursu) oraz kulturowa (włączanie działalności obiektu w określony krąg kulturowy). Realizowane są one zazwyczaj przez poszczególne człony nazw, które najczęściej są wieloskładnikowe – bądź w całości połączone relacjami składniowymi, bądź o charakterze zestawień.

### Funkcja kulturowa

Artur Gałkowski uznaje, że motywacja kulturowa jest w procesach nazewnictwych chrematonimii marketingowej nadrzędna w stosunku do innych. Jego zdaniem powodowana jest koniecznością i możliwością wywiedzenia nazwy z określonego kręgu cywilizacyjnego oraz gospodarczego<sup>3</sup>. Nazwy szkół tańca, należącego do dziedzin artystycznych, są nastawione na wpisanie nie tyle w określony kontekst gospodarczy, ile w kontekst kulturowy *sensu stricto* i cywilizacyjny – szerszy niż Polska. Funkcja ta jest realizowana przede wszystkim formalnie, a jej nośnikiem jest obcojęzyczna postać nazwy, skonstruowanej w obcym języku w całości bądź tylko w części ograniczonej do członu indywidualizującego nazwy. Jest to zgodne z ogólną tendencją dającą się obserwować w szacie onimicznej miasta będącego tekstem kultury, w którym realizuje się wielka globalizacja narracji, zdominowana przez językowe i kulturowe wpływy anglo-amerykańskie<sup>4</sup>. Nazw zawierających obcojęzyczne elementy jest w badanym materiale 55, co stanowi 64% całości. Zdecydowana większość z nich – 48 – to nazwy angielskie. Udział elementów pochodzących z tego języka jest w strukturze nazw różny. Najczęściej są one tworzone w nim w całości, łącznie z członem deskrypcyjnym, np. *Skypole Dance Studio*, lub człon ten pozostaje polskojęzyczny, a postać anglojęzyczna ma tylko firmonim, np. *Szkoła Tańca SMILE*. Angielski może jednak tylko w części budować firmonim, np. *Zespół Taneczny „Kleks Dance”*, lub przeciwnie – tworzyć tylko człon deskrypcyjny, np. *Endorfina Pole Fitness*.

Drugą grupę stanowią nazwy hiszpańskojęzyczne – jest ich siedem, czyli 8% całości. Tak liczny procentowo udział tych nazw, nietypowy dla nazewnictwa innych

<sup>3</sup> Tamże, s. 71.

<sup>4</sup> A. Siwiec, *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin 2012, s. 90–98, 104–108.

branż usługowych<sup>5</sup>, daje się właśnie objaśnić ściśle kulturowym motywowaniem nazwotwórczym. Nazwy takie noszą przede wszystkim szkoły flamenco (*Studio Tańca La Pasión, Gato Verde Escuela de Arte Flamenco, Szkoła Flamenco El Patio, Peña Flamenca La Paloma*), które jest nie tylko tańcem, ale także stylem życia, bardziej złożonym, niezwykle oryginalnym zjawiskiem kulturowym, ściśle związanym z obyczajowością hiszpańskiej Andaluzji. Flamenco to rodzaj sztuki przejawiającej się jednocześnie w ekspresywnym tańcu, śpiewie, dźwiękach gitary, wystukiwanym czy wyklaskiwanym rytmie, żywiołowych okrzykach; to taniec, w którym rolę odgrywają silne emocje, doznanie irracjonalności i autentyczności. W jego nauce nie jest więc wystarczające opanowanie samej techniki tanecznej, nieodzowne jest zanurzenie się w kulturę ściśle określonego regionu, którą szkoły flamenco jednocześnie szerzą. Podobnie motywowane są dwa pozostałe onimy w grupie nazw hiszpańskojęzycznych, będące nazwą szkoły tanga argentyńskiego (*Tango Argentino Trójmiasto*) i szkoły specjalizującej się w salsie kubańskiej (*Havana Si – Taniec i Fitness*). Tylko jedna nazwa z tej grupy (*Gdyński Klub Tańca Sportowego Latino Café*) ma ofertę uniwersalną.

### Funkcja informacyjna

Nośnikiem treści informacyjnej są przede wszystkim składniki nazwy o charakterze deskrypcyjnym, identyfikujące nominowany obiekt. Maria Biolik zwraca uwagę, że stosunkowo często były one w analizach materiału podobnego typu niesłusznie pomijane, a uwagę skupiano głównie na firmonimach<sup>6</sup>. Zapewne wpływ mają na to trudności dwojakiego rodzaju. Po pierwsze, niełatwo jest w wielu wypadkach jednoznacznie ustalić pełną nazwę firmy, po drugie zaś, status elementów deskrypcyjnych jako proprialnych jest pograniczny<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Przykładowo Adam Siwiec (tamże, s. 189) podaje przybliżoną statystykę nazw lubelskich sklepów i placówek usługowych utworzonych od słów obcych; nazwy hiszpańskie stanowią w tej grupie ok. 2,5%. W badanym materiale stanowią one natomiast prawie 13% nazw obcojęzycznych.

<sup>6</sup> M. Biolik, *Modele strukturalne nazw własnych przedsiębiorstw i lokali branży gastronomicznej w województwie warmińsko-mazurskim*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn 2011, s. 60.

<sup>7</sup> A. Gałkowski, *Chrematonomastyka jako autonomizująca się subdyscyplina nauk onomastycznych*, w: *Chrematonimia jako fenomen...*, s. 181–193; tenże, *Motywacja...*, s. 66–67. Więcej o teoretycznych i praktycznych problemach związanych z ustalaniem postaci chrematonimów zob. też: E. Badyda, *O problemach z ustaleniem postaci chrematonimu – na przykładzie nazw polskich wyrobów cukierniczych*, w: *Chrematonimia jako fenomen...*, s. 31–41.

Trudności w ustaleniu pełnych postaci nazw wynikają z ich naturalnego funkcjonowania w dwóch dyskursach: urzędowym i komercyjno-marketingowym. W myśl przepisów polskiego prawa wpis firmy do rejestru działalności gospodarczej odbywa się na podstawie imienia i nazwiska jej właściciela, które stanowią prawnie jej nazwę<sup>8</sup>. Dodanie elementów innych, np. określających profil działalności, miejsca prowadzenia, innego dowolnie obranego określenia indywidualnego (firmonimu), jest na tym poziomie możliwe, lecz nieobligatoryjne. Oznacza to, że urzędowy status firmy na stałe oficjalnie i wystarczająco potwierdza nazwisko osoby, która rejestruje działalność. Inna może być nazwa (dająca się wprowadzić później), która według zamierzeń właściciela ma być znakiem rozpoznawalnym firmy w obiegu społecznym, ustalana często w wariantach: na potrzeby logo firmy i posługiwania się nią w tekstach – w tym drugim wypadku nie podlega ona ogólnym regulacjom co do jednoznaczności postaci, a w praktyce miewa postaci oboczne.

Studia tańca często podają w różnych miejscach na swoich stronach rozmaite postaci swojej nazwy, przy czym ze względu na różną ortografię nie do końca wiadomo, które jej składniki są przez właścicieli firm traktowane jako jej integralne elementy, a które – dodawane w tekście jako określenia gatunkowe. Świadczą o tym przykładowe zapisy pochodzące ze strony internetowej jednej ze szkół: *ENZYM STUDIO / STREET DANCE ENZYM STUDIO – Szkoła tańca – Morena / ENZYM STREET DANCE STUDIO / Street Dance Enzym Studio / Szkoła tańca Gdańsk – STREET DANCE ENZYM STUDIO / ENZYMSTUDIO – Szkoła tańca Morena*<sup>9</sup>.

W nazwach trójmiejskich szkół tańca ośrodkiem członu motywowanego konceptualnie, tj. wykorzystującego proprializowaną nazwę potoczną obiektu<sup>10</sup>, są leksemy: *szkoła (escuela), akademia (academy), klub (club), studio, zespół, centrum, atelier*. To one przede wszystkim odpowiadają za realizację w nazwie funkcji informacyjnej, ponieważ identyfikują rodzaj firmy. Należy jednak zauważyć, że nie wszystkie te określenia mają walor czysto informacyjny. Są wśród nich leksemy neutralnie wskazujące na rodzaj instytucji, jak *szkoła, klub*, czy jej formę prowadzenia działalności, jak *zespół*. Inne są jednak również nośnikiem silniejszego lub słabszego przekazu perswazyjnego. Należą do nich *centrum* konotujące dużą wagę i rolę instytucji, a także przywołująca skojarzenia z najwyższym poziomem profesjonalizmu *akademia* – wyraz, którym zgodnie z definicją słownikową można określić, uczelnię wyższą lub „instytucję skupiającą

<sup>8</sup> Regulują to przepisy Kodeksu cywilnego (Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, Dz.U. z 2017 r., poz. 459, art. 43<sup>4</sup>).

<sup>9</sup> W dalszej części artykułu nazwy podane są w jednej wersji, wybranej, jeśli było ich wiele, jako najbardziej oficjalna (np. podawanej przez szkołę w danych kontaktowych).

<sup>10</sup> A. Gałkowski, *Motywacja...*, s. 66.

wybitnych uczonych lub artystów'<sup>11</sup>. Na artystyczny, indywidualny wymiar działalności wskazują z kolei *studio*, którym co prawda określa się dziś placówkę zajmującą się działalnością artystyczną, ale przywołujące przede wszystkim skojarzenia z pracownią artysty, a w szczególności *atelier*, będące określeniem specjalistycznej pracowni artystycznej<sup>12</sup>. Trzeba jednak zauważyć, że wykorzystywanie takich leksemów do określania gatunkowego instytucji jest dziś upowszechniającą się tendencją w nazewnictwie firm ze sfery usługowej i handlowej, a jej skutkiem jest to, że leksemy te zaczynają zmieniać swój zakres znaczeniowy i stopniowo nabierają w języku ogólnego, nienacechowanego znaczenia. Przykładowo szkoły językowe często mianują się *akademiami językowymi*, a zakłady fryzjerskie chętnie podkreślają artystyczny wymiar swojej działalności, nazywając się *studiami/atelier/pracowniami fryzjerskimi*.

Wyrazy te stanowią najczęściej ośrodki bardziej rozbudowanych deskrypcyjnych wyrażań, składniowo odrębnych w stosunku do firmonimu. Minimalna struktura takiego wyrażenia jest wzbogacona tylko o określenie doprecyzowujące sferę działalności instytucji, przy czym najczęściej jest to określenie *szkoła tańca* lub *studio tańca*. Przykładami tak zbudowanych nazw mogą być: *Szkoła Tańca Iris*, *Contra Studio Tańca*. Wyrażenia minimalne rozwijane bywają składniowo dalej: o elementy informacyjne wskazujące na rodzaj tańca, np. *ISTA Szkoła Tańca Irlandzkiego*, *Szkoła Tańca Towarzyskiego „Wigor”*, *Szkoła Tańca Orientalnego „MAISA”*; profil i lokalizację, np. *Taneczny Klub Sportowy „AS Gdańsk”*, *Gdynski Klub Tańca Sportowego Latino Café*; środowisko, np. *Akademickie Centrum Tańca SWAY*; zasięg i grupę docelową, np. *Ogólnopolska Szkoła Tańca i Fitness dla Kobiet SalsaFit*. Z nazw anglojęzycznych można podać przykładowo: *ESENSAI Pole Dance Studio*, *Enzym Street Dance Studio*.

Niekiedy jednak człony te są składniowo splecione z elementem indywidualizującym nazwy i stają się w ten sposób integralnym składnikiem struktury firmonimu, np. *Akademia Stepowania*, *Studio Tańca Ewy Czarneckiej BLACK DANCE*. W szczególności dotyczy to nazw utworzonych w języku angielskim, w których wskaźnikiem proprialności jest właśnie ich anglojęzyczna postać, np. *Salsa Club*, *Pole Dance Academy*, *Dance Atelier Barbara Materka*.

Funkcję członu konceptualnego może też pełnić w nazwie wyrażenie nazywające rodzaj tańca, metonimicznie zastępujące nazwę instytucji, która zajmuje się jego nauczaniem, np. *Endorfina Pole Fitness*, *Ayse Taniec Orientalny*. Informacja o rodzaju tańca, którego nauczyć się można w szkole, jest przekazywana też przez człon indywidualizujący, np. *Strefa Flamenco – Gdynia*, *Tango Oliwia Otto*, *Tango Argentino Trójmiasto*. W nazwach anglojęzycznych nośnikiem najogólniejszej treści konceptualnej (zawierającej informację o rodzaju działalności firmy) jest

<sup>11</sup> Por. USJP.

<sup>12</sup> Por. tamże.

leksem *dance*, a uszczegółowionej – wyrażenie, którego jest on ośrodkiem, rozbudowane o człony precyzujące rodzaj nauczanego tańca: *pole, tango, salsa, flamenco*, bądź same te człony. Niefleksyjny charakter angielskiego i funkcjonowanie rzeczowników jako przydavek powoduje, że w strukturze leksemu te mogą być nadrzędne składniowo, np. *Melon Dance, Panther Dance, Milo Dance, Jowita FitDance, My Pole*, lub pełnić funkcję członu podrzędnego, np. *Dance City, Dance Fusion, Pole Gang Studio*. Pojawiają się one też w nazwach o postaci zdań: *Let's Dance Studio Tańca, Rock the Pole, I Love Pole, Love 2 Dance Pomorska Szkoła Tańca*. Występują również w konstrukcjach złożonych, wplatane w strukturę wyrazu: *Stardance, Studio Tańca TOPdance, LolliPole Dance*.

W strukturze firmonimów pojawiają się też człony przekazujące inny rodzaj informacji. Może ona dotyczyć zasięgu działalności szkoły (integrowanym przez nią środowisku), jak w nazwie *3C Pole Dance Studio*, czy grupy wiekowej, do której skierowana jest oferta. Bezpośrednie wskazanie na ten wiek występuje w nazwie *Szkoła Tańca 50+*, pośrednie natomiast w nazwach: *Zespół Taneczny „Kleks Dance”* oraz *Studio Tańca Siemanko*, która jednocześnie odwołuje się do określonego kręgu kulturowego i sugeruje typ oferty szkoły, nastawionej głównie na naukę popularnych wśród młodzieży tańców ulicznych, takich jak *dance hall, hip-hop, house dance*.

### Funkcja tożsamościowa

Taniec tradycyjnie należy do dziedzin artystycznych, czyli takich, w których liczą się indywidualności, a mistrz jest wzorem profesjonalizmu. Cechą wyróżniającą szkoły tańca na tle innych prywatnych instytucji o charakterze edukacyjnym jest to, że są one najczęściej zakładane bądź firmowane przez osoby wybitne w tej dziedzinie – które osiągnęły w tańcu lub sporcie duże sukcesy lub przynajmniej do takiej roli pretendują. Są to m.in. utytułowani zawodnicy tańca klasy międzynarodowej, tancerze, którzy brali udział w telewizyjnych programach tanecznych, czy zawodnicy kadry narodowej gimnastyki artystycznej. Ich postaci są eksponowane na stronach internetowych szkół. Najczęściej znajduje się tam zakładka przedstawiająca taką osobę, zawierająca zdjęcie, opis pasji tanecznej i sukcesów zawodowych. Budowanie tożsamości szkoły na bazie osoby mistrza jest również odzwierciedlone na poziomie nazewniczym. Charakterystyczne dla nazw szkół tańca są elementy transonimizacyjne odwołujące się do antroponimu mistrza sztuki tanecznej<sup>13</sup>. Takich przypadków jest w materiale 21, co stanowi ponad 24% całości.

<sup>13</sup> Przeniesienia z kategorii nazw własnych tego typu zdecydowanie przewyższają liczebnie przeniesienia z innych kategorii nazw własnych, których przykłady mogą być tylko trzy: *Fred Astaire, Aruna, Iris*.

Antroponimy albo zajmują pozycję członu niezależnego składniowo, albo są powiązane relacjami składniowymi z innymi elementami nazwy.

Transonimizacji podlegają nazwiska, jak w nazwach: *Melon Dance*, *Centrum Tańca Szczepan S.C.*, *Soszyńska Dance Academy*; imiona, np. *Jowita FitDance*, *Centrum Tańca Gabi*; imiona wraz z nazwiskami, np. *Dream Dance Natalia Wojdak*, *Dance Atelier Barbara Materka*, *Studio Tańca Ewy Czarneckiej BILACK DANCE*, *Tango Oliwia Otto*, *Dagmara Korcz Dance Studio*, *Power Pole by Marta Stachowicz*; pseudonimy artystyczne (co jest szczególnie typowe dla szkół kształcących w tańcu orientalnym), np. *Kamilla Studio*, *Ayse Taniec Orientalny*, *Nailah Taniec Orientalny*, *Szkoła Tańca Orientalnego „MAISA”*. Można też podać przykład nazwy zbudowanej na bazie inicjałów imion: *TANGOKI* (Kasia i Irek, szkoła tanga).

### Funkcja perswazyjna

Funkcja perswazyjna jest realizowana przede wszystkim przez wykorzystanie w strukturze nazw leksemów o pozytywnych konotacjach znaczeniowych, przywołujących krąg pożądanych skojarzeń. Przekaz, który w efekcie powstaje, ma za zadanie reklamować szkołę i wywołać w świadomości odbiorcy komunikatu wrażenie, że warto skorzystać z jej oferty. Szkoła to jednocześnie instytucja, ośrodek edukacyjny i zintegrowana wspólnymi celami społeczność, której członkowie mogą przyjąć jedną z dwóch podstawowych ról: nauczyciela lub ucznia. Wszystkie te sfery mogą podlegać w nazwie świadomej kreacji, choć nie wszystkie jednocześnie, gdyż możliwość kreowania pełniejszego wizerunku szkoły jest w nazwie własnej ograniczona. W poszczególnych nazwach wydobywane są więc wybrane aspekty tego wizerunku.

Nazwy, których twórcy zdecydowali się zaakcentować charakter szkoły, są nastawione na wywołanie ogólnego wrażenia o niej jako o miejscu oferującym naukę na wysokim poziomie, jak w przypadku nazwy *Studio Tańca TOPdance*, lecz przede wszystkim miejsca, w którym kursant zostanie wprowadzony w świat działalności artystycznej, sztuki. Taką obietnicę sugerują np. nazwy *Szkoła Tańca Artistic w Gdańsku*, *Artorient*, *Akademia Sztuki Baletowej*, *AS DANCE Centrum Sztuki Tańca*. Wykorzystana jest tu gra dwóch znaczeń wyrazów: *artystyczny* – 1. 'związany ze sztuką', 2. 'posiadający walory artystyczne, wykonany z artyzmem' oraz *sztuka* – 1. 'dziedzina ludzkiej działalności artystycznej', 2. 'umiejętność wykonywania biegle czegoś, co wymaga talentu i zręczności'. Sam taniec jako forma ludzkiej działalności należy oczywiście do dziedzin artystycznych, więc można by uznać, że powyższe nazwy pełnią po prostu funkcję informacyjną, jednak możliwa jest też interpretacja inna, związana z sugestią, że osiągnięcie artystycznego poziomu w tańcu jest w zasięgu uczestnika kursu. Naprawdę jego warunkiem są dopiero odpowiednie zdolności i wysoki poziom umiejętności,

tymczasem oferta szkół jest skierowana do szerokiego grona amatorów, nie zaś profesjonalistów; często do osób już dorosłych i takich, które nie zaczęły jeszcze swojej przygody z tańcem (prawie w każdej szkole oferowane są zajęcia na poziomie podstawowym). Elitarny, artystyczny świat, do którego taka nazwa zaprasza uczestnika kursu, jest więc bardziej kreacją reklamową niż rzeczywistością. Nazwa może też pośrednio charakteryzować kadre szkoły. Tak jest w przypadku *Let's Dance Studio Tańca* i *Love 2 Dance Pomorska Szkoła Tańca* zawierających wypowiedzenia, dzięki którym można odtworzyć nadawcę: nauczycieli kierujących do uczniów pełne zachęty słowa do wspólnej przygody z tańcem.

Perswazyjny przekaz innych nazw koncentruje się na procesie edukacyjnym. Nazwy sugerują, że w nauce nie będzie przeszkód, będzie szła ona łatwo: *Step by Step*, lub pozwalają przypuszczać, że jej rezultaty pojawią się mimowolnie, jeśli się tylko ją podejmie: *Just Dance Akademia Tańca i Animacji*. Kolejna grupa nazw koncentruje się na planowanym w nauce sukcesie, przedstawianym poprzez profil absolwenta kursów. Takie nazwy jak *Stardance*, *AS DANCE Centrum Sztuki Tańca*, czy *Festiwalowe Studio Tańca FEST* sugerują, że rezultatem nauki będzie osiągnięcie przez niego poziomu mistrzowskiego.

Inna grupa nazw wywołuje asocjacje związane ze społecznością szkoły. Podjęcie decyzji o rozpoczęciu nauki to szansa nie tylko indywidualna, zdobycia nowej umiejętności, ale też społeczna: bycia przyjętym do pewnej społeczności. Taka obietnica jest pośrednio zawarta w nazwie *Dance City*, kreślącej wizerunek społeczności szerokiej, a zatem takiej, w której każdy znajdzie dla siebie miejsce, oraz w nazwie *Pole Gang Studio*, która społeczność tę z kolei zarysowuje jako powiązaną ścisłymi więzami. Przynależność do grupy, którą spajają więzi solidarności w związku ze wspólnymi celami, obiecuje nazwa *So!Salsa – Solidarity of Salsa*, a niebezpośrednio wizerunek taki kreuje też nazwa *Swing Revolution Trójmiasto*, rewolucji, do której odsyła nazwa, może bowiem dokonać tylko grupa osób, którą wiążą wspólne wielkie cele i idee. Model społeczności integrowanej przez wielkie przedsięwzięcie nie jest jednak uniwersalnie atrakcyjny. Równie zachęcające może okazać się zaproszenie do grupy, która zdecydowanie nie nakłada na uczestnika obowiązków i nie ogranicza go koniecznością zadziergiwania ścisłych więzów. Skojarzenia takie wywołuje nazwa *Gdynski Klub Tańca Sportowego Latino Café*, przywołująca na myśl społeczność szkoły sponą luźno, niezobowiązująco, spotykającą się w miłej, kawiarnianej atmosferze. Nieformalną, swojską atmosferę w grupie zapowiada też przytaczana już nazwa *Siemanko*. Inne nazwy kreują z kolei wizerunek społeczności szkoły jako grona elitarnego: *Elite Pole Dance Studio* i *Salsa Kings*.

Znaczna część nazw oddziałuje jednak perswazyjnie przez kreowanie wyobrażenia na temat indywidualnych korzyści dla uczestnika szkolenia tanecznego. Ogólnie zapowiadane są one np. w nazwie *Studio Sylwetki i Tańca PROFIT*. Bardziej szczegółowo wyrażają się m.in. w obietnicy uzyskania sprawności fizycznej, co przekazuje zawarty w nazwie człon *fit*, np.: *Jowita Fit Dance*, *Ogólnopolska Szkoła*

*Tańca i Fitness dla Kobiet SalsaFit*. Inne koncentrują się wokół sugestii pozytywnego rozwoju sfery emocjonalnej wyzwalanego przez zajęcia taneczne. Przedstawiają szkołę jako miejsce, gdzie rozwijają się silne uczucia kreatywne: *Studio Tańca La Pasión, I Love Pole*; gdzie wyzwala się radość i poczucie szczęścia: *Szkoła Tańca SMILE, Endorfina Pole Fitness*. Nazwy przedstawiają też szkołę jako miejsce, w którym w uczestniku szkolenia rodzą się energia i dynamika: *Dance Fusion, Szkoła Tańca Towarzyskiego „Wigor”, Panther Dance, Swing Revolution Trójmiasto, Power Pole by Marta Stachowicz*, lub przeciwnie – jako miejsce, w którym nabywa się równie atrakcyjnej lekkości i płynności: *Studio Tańca So Fly, Dream Dance Natalia Wojdak*. Pewna grupa nazw oddziałuje perswazyjnie, sugerując korzyści duchowe, jakie można odnieść ze szkolenia tanecznego. Otwarte na dalszą interpretację odbiorcy pozostaje powiązanie sfery tańca i ducha w nazwie *Dance & Soul Magdalena Langowska-Sparzak*, obietnicę odkrycia swojego przeznaczenia sugeruje zaś *Born 2 Pole Studio Pole Dance*.

Komercyjne szkoły tańca to obiekty zakotwiczone w przestrzeni handlowo-usługowej miasta. Ich nazwy, podobnie jak nazwy innych obiektów tego typu, należą do polszczyzny konsumpcyjnej, którą charakteryzuje oparcie na pragmatycznych aspektach działania za pomocą języka. W większości są zatem przynajmniej po części czytelne semantycznie, inaczej działanie to byłoby nieskuteczne. Można powiedzieć, że najogólniej nazwy te w komunikacji, która odbywa się w przestrzeni gospodarczej, realizują nadrzędne funkcje wspólne dla nazewnictwa handlowo-usługowego: kulturową, informacyjną i perswazyjną. Jednak nazewnictwo z zakresu każdej branży ma pewną specyfikę uwarunkowaną pozajęzykowo, związaną z typem działalności/produktu, które mają wzbudzić zainteresowanie potencjalnych usługobiorców/nabywców. Nazwy szkół tańca wpisują się mianowicie w ogólne globalizacyjne tendencje kulturowe w tym sensie, że widać wśród nich wyraźną tendencję do wykorzystywania do ich kreacji języka obcego, głównie angielskiego, jednak swoisty jest dla tej grupy znaczący udział nazw hiszpańskojęzycznych. Wynika to ze ścisłego powiązania wielu rodzajów tańca z kulturą hiszpańską i latynoską. Funkcję informacyjną pełnią typowo, przekazując informacje o rodzaju obiektu, zasięgu działalności firmy i jej lokalizacji, grupy i środowiska, do której skierowana jest oferta usługowa, oraz informacje bardziej szczegółowe typowe już dla swojej sfery działań, tj. rodzaju nauczanego tańca. Charakterystyczne dla nazw szkół tańca jest wykorzystanie ich w celu budowania tożsamości szkoły przez ujęcie w ich strukturze antroponimu właściciela. Co prawda jest on standardowym elementem modelu strukturalnego nazw z branży handlowo-usługowej<sup>14</sup>, ale w przypadku nazw szkół tańca odgrywa nieco inną rolę – zachętę. Wskazuje bowiem na niego jako na mistrza tańca, indywidualność w tej dziedzinie, która gwarantuje najwyższe standardy szkolenia i umożliwia

<sup>14</sup> M. Biolik, dz. cyt.

bezpośredni kontakt z elitarnym w tej sferze środowiskiem. Funkcja perswazyjna nazw nastawiona jest na wykreowanie pozytywnego wizerunku szkoły i stworzenie zachęty do skorzystania z jej oferty. Aspekty, w których zakresie realizuje się ta funkcja, wynikają ze specyfiki instytucji identyfikowanych przez nazwy. Nastawione są one na budowanie pozytywnych asocjacji związanych ze szkołą jako ośrodkiem edukacyjnym, samym procesem nauczania, jej społecznością oraz z indywidualnymi korzyściami, jakie uczestnikowi szkolenia tanecznego przynieść może udział w nim. Najsłabiej w omawianej grupie nazewniczej manifestuje się motywacja formalno-kreacyjna. Być może wynika to z przekonania, że żart i eksperyment mogą okazać się ryzykowne w reklamowaniu firmy zajmującej się działalnością edukacyjną, a także dlatego, że bezpieczne pozytywne skojarzenia z tańcem sytuują go w sferze klasyki.

### **Źródła materiałowe** (dostęp 2.04.2018)

<http://akademiaartystyczna.com/>  
<http://arunastudio.pl/taniec/>  
<http://ayse.pl/>  
<http://born2pole.pl/>  
<http://danceavenue.eu/>  
[http://dance.pl/Jowita\\_FitDance,s,63.html](http://dance.pl/Jowita_FitDance,s,63.html)  
<http://df-a.pl/>  
<http://elpatio.nazwa.pl/>  
<http://havanasi.pl/>  
<http://justdance.pl/>  
<http://kleks.ask.gda.pl/>  
<http://lapasion.pl/kontakt/>  
<http://maisa.pl/>  
<http://naukatanca.biz.pl/index.html>  
<http://ola.stepgdynia.pl/>  
<http://oliwqa.webs.com/>  
<http://panther-dance.com/>  
<http://rockthepole.pl/>  
<http://salsaclub.pl/>  
<http://salsa.com.pl/>  
<http://skypolegdansk.pl/>  
<http://so-fly.pl/>  
<http://sosalsa.pl/>  
<http://stardance.pl/>  
<http://strefaflamenco.pl/>

<http://studioartistic.pl/>  
<http://studiodancecity.pl/>  
<http://tangoargentino.pl/>  
<http://taniec.gda.pl/act-sway.html>  
<http://taniec50plus.pl/>  
<https://tealdance.pl/>  
<http://tksfala.pl/>  
<http://wigortaniec.com.pl/>  
<https://www.akademiastepowania.pl/>  
<http://www.alchemiatanca.pl/>  
<http://www.andalu.pl/>  
<http://www.artorient.pl/>  
<http://www.asb.edu.pl/>  
<http://www.blackdance.com.pl/>  
<https://www.ctgabi.pl/>  
<http://www.ctszczepan.pl/oddzialy/>  
<http://www.danceandsoul.pl/>  
<https://www.danceatelier.pl/>  
<http://www.dancefusion.com.pl/>  
<http://www.dreamdance.pl/>  
<https://www.endorfina-polefitness.pl/>  
<http://www.enzymstudio.pl/>  
<http://www.esensai.pl/>  
<http://www.flamencolapaloma.pl/>  
<http://www.gatoverde.eu/>  
<http://www.gdyniarodzinna.pl/miejsce/494,lets-dance-studio-tanca.html>  
<http://www.ista.art.pl/index.php>  
<http://www.latinocafe.gd.pl/>  
<http://www.melondance.pl/>  
<http://www.nailah.pl/>  
<http://www.poledance-academy.pl/>  
<http://www.polestudio-elite.pl/>  
<http://www.siemankostudio.pl/>  
<http://www.studio-profit.pl/>  
<http://www.swingrevolution.pl/>  
<http://www.szkolatanca-beata.pl/>  
<http://www.szkołytanca.pl/szkola-tanca/362/kontakt>  
<http://www.tango.com.pl/>  
<http://www.tangoki.pl/>  
<http://www.taniechoreografia.pl/>  
<http://www.taniecisis.pl/>

<http://www.taniec-smile.pl/>  
<http://zajeciabaletowe.pl/>  
<https://salsafit.pl/rozklad-zajec/pomorskie>  
<https://www.facebook.com/asgdansk/>  
<https://www.facebook.com/Contra-Studio-Tańca-102340003177346/>  
<https://www.facebook.com/events/754022061467969/>  
<https://www.facebook.com/I-Love-Pole-271122086339870/>  
<https://www.facebook.com/KamillaStudioPL/>  
<https://www.facebook.com/LolliPoleDanceGdansk/>  
<https://www.facebook.com/milodancegdynia>  
<https://www.facebook.com/mypole.studiopoledance/>  
[https://www.facebook.com/pg/Kleksdance/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Kleksdance/about/?ref=page_internal)  
[https://www.facebook.com/pg/KursyTaneczneGdansk/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/KursyTaneczneGdansk/about/?ref=page_internal)  
[https://www.facebook.com/pg/Love2Dancegdansk/about/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Love2Dancegdansk/about/?ref=page_internal)  
<https://www.facebook.com/POLEGANGSTUDIO/>  
<https://www.facebook.com/SoszynskaDanceAcademy/>  
<https://www.facebook.com/stacjastudio/>  
<https://www.facebook.com/StudioTancaFEST/>  
<https://www.fredastaire.com/gdansk-poland/>  
<https://www.groupon.pl/deals/3c-pole-dance-studio>  
<https://www.topdance.pl/>

## Bibliografia

Badyda E., *O problemach z ustaleniem postaci chrematonimu – na przykładzie nazw polskich wyrobów cukierniczych*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn 2011.

Biolik M., *Modele strukturalne nazw własnych przedsiębiorstw i lokali branży gastronomicznej w województwie warmińsko-mazurskim*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn 2011.

Gałkowski A., *Motywacja w procesie tworzenia chrematonimii marketingowej*, „Poznańskie Studia Językoznawcze” 2014, nr 27: *Przestrzenie językoznawstwa. Prace dedykowane Profesor Irenie Sarnowskiej-Griefing*, red. M. Graf.

Gałkowski A., *Chrematonomastyka jako autonomizująca się subdyscyplina nauk onomastycznych*, w: *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn 2011.

Graf M., *Onimy marketingowe – między informacją a perswazją*, „LingVaria” 2015, nr 1(19).

Siwiec A., *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin 2012.

[USJP] Dubisz S. (red.), *Uniwersalny słownik języka polskiego*, Warszawa 2003, t. 1–4.

### Streszczenie

#### **Nazewnictwo współczesnych szkół tańca w aspekcie funkcjonalnym – na przykładzie szkół trójmiejskich**

Artykuł poddaje analizie nazwy trójmiejskich szkół tańca. Stanowią one w większości nową warstwę onimiczną i mają charakter chrematonimów marketingowych. Materiał stanowi 86 nazw. Analiza dotyczy aspektu funkcjonalnego nazw: wyróżnione zostały funkcja kulturowa, informacyjna, tożsamościowa i perswazyjna. Wydobyta została specyfika nazewnictwa branży. Stanowi o niej znaczący udział nazw hiszpańskojęzycznych oraz budowanie tożsamości szkoły poprzez włączanie do struktury nazw antroponimów właścicieli, mistrzów tańca, co pośrednio sugeruje najwyższe standardy szkolenia i bezpośredni kontakt z elitą środowiska. Funkcja perswazyjna nazw nastawiona jest na wykreowanie pozytywnego wizerunku szkoły oraz stworzenie zachęty do skorzystania z jej oferty. Nazwy budują pozytywne asocjacje związane ze szkołą jako ośrodkiem edukacyjnym, samym procesem nauczania, jej społecznością oraz sugerują indywidualne korzyści, które odnieść może uczestnik szkolenia tanecznego: fizyczne i wynikające z zaspokajania różnorodnych potrzeb psychicznych.

### Summary

#### **Names of contemporary schools of dance in a functional aspect – as shown by the example of Tri-city schools of dance**

The article analyzes the names of Tri-City schools of dance. These onyms are quite new and have a marketing character. The material consists of 86 names. In the text, the functional aspect of the names is analysed and their following functions are discussed: a cultural, informative, identifying and a persuasive one. Also, the specificity of naming in the dance service industry has been brought out. That is a significant share of Spanish-language names and also including the names of school owners, masters of dance, into the structure of a name, which suggests the highest training standards and direct contact with the dancing elite. The persuasive function of names is aimed at creating a positive image of the school and arousing interest in its offer. The names build positive associations related to the school as an educational center, a teaching process itself and the school's community. They suggest benefits that can be enjoyed by a participant of a dance training, both physical and those resulting from meeting his various mental needs.