

IZABELA OLSZEWSKA

Uniwersytet Gdański, Gdańsk

CHREMATONIMY W FUNKCJI SPOŁECZNO-KULTUROWEJ NA PRZYKŁADZIE DRUKÓW ULOTNYCH WOLNEGO MIASTA GDAŃSKA 1920–1939

Słowa kluczowe: chrematonimy, onomastyka kulturowa, druki ulotne, Wolne Miasto Gdańsk.

STRESZCZENIE

Celem niniejszego artykułu jest analiza chrematonimów w realiach historycznych oraz ich roli jako symboli tożsamości kulturowej. Omawiane w tekście niemieckojęzyczne chrematonimy z okresu Wolnego Miasta Gdańska (WMG) 1920–1939 nie były dotąd przedmiotem analizy kulturowej. Podstawę podziału i analizy chrematonimów wyekscerpowanych na potrzeby niniejszego artykułu z druków ulotnych WMG stanowi model badawczy Artura Gałkowskiego (2011) wraz z podziałem chrematonimów w funkcji kulturowo-użytkowej na chrematonimy marketingowe, społecznościowe i ideacyjne. Analiza wykazała, iż nazwy zakodowane w drukach ulotnych są odzwierciedleniem obrazu otaczającego świata mieszkańców WMG oraz utrwalonym symbolem ich tożsamości kulturowej.

1. WSTĘP

W wyniku I wojny światowej oraz na mocy postanowień traktatu wersalskiego powstało w 1920 r. pod auspicjami Ligi Narodów Wolne Miasto Gdańsk. Utworzona została nowa przestrzeń polityczno-społeczna, a nazwy stały się zwierciadłem procesów historycznych, politycznych i kulturowych. Okres Wolnego Miasta Gdańska to czas dominacji kultury niemieckiej. Przed I wojną światową Gdańsk był stolicą Prus Zachodnich, a po Wielkiej Wojnie stał się stolicą Wolnego Miasta Gdańska. W tym okresie powstało bardzo dużo tekstów w języku niemieckim, w tym także dokumenty życia społecznego. Terminem tym określa się wszelkie materiały o krótkotrwałej wartości użytkowej będące świadectwem życia codziennego danego społeczeństwa¹. Dokumenty życia społecznego

¹ Dokumenty życia społecznego (d.ż.s.) definiowane są jako teksty „[...] o charakterze informacyjnym, normatywnym, propagandowym i reklamowym; są wynikiem działalności społecznej instytucji czy organizacji [...]. D.ż.s. powstałe w zasadzie dla osiągnięcia doraźnych celów politycznych, propagandowych czy handlowych mogą być ważnym źródłem informacji dla różnych dziedzin gospodarki jako literatura firmowa, a także mogą stać się dokumentami o trwałej wartości historycznej. Do d.ż.s. zaliczane są różnorodne materiały tak pod względem formy, jak i treści. Mogą to być rozmaite katalogi, programy, obwieszczenia, odezwy, książki adresowe czy telefoniczne, ulotki reklamowe, cenniki itp.” (EWBP 1976: 101).

Gdańska okazały się doskonałym nośnikiem przekazu medialnego, gdyż umożliwiały one dotarcie informacji do szerokiego kręgu odbiorców: mieszkańców Wolnego Miasta Gdańska, potencjalnych turystów czy kuracjuszy niemieckiego kręgu kulturowego. Według Aleidy Assmann (2008: 59) media nie są tylko pośrednikiem między człowiekiem a otaczającym go światem. Media stały się także kreatorami rzeczywistości i tym samym człowieka, który w niej żyje. Dokumenty życia społecznego miały zatem jako media charakter opiniotwórczy, integrujący społeczeństwo przez przekazywanie informacji, wiedzy, wartości oraz postaw społecznych, a utrwalone w nich nazwy przeszły do obiegu społecznego i stały się symbolem tożsamości mieszkańców Wolnego Miasta Gdańska. Symbolika nazw WMG na przykładzie chrematonimów nie była dotąd przedmiotem badań². Celem niniejszego artykułu jest analiza chrematonimów w realiach historycznych oraz ich rola jako symboli tożsamości kulturowej w okresie Wolnego Miasta Gdańska. Materiał źródłowy stanowią niemieckojęzyczne druki ulotne z okresu Wolnego Miasta Gdańska 1920–1939.

2. PRZESTRZEŃ SPOŁECZNA WOLNEGO MIASTA GDAŃSKA

W momencie powstania w skład WMG wchodziły powiaty: Miejski Gdański (niem. *Stadtkreis Danzig*), Miejski Sopotki (niem. *Stadtkreis Zoppot*), Gdańskie Wyzyny (niem. *Landkreis Danziger Hohe*), Gdańskie Niziny (niem. *Landkreis Danziger Niederung*), Wielkie Żuławy (niem. *Landkreis Grosses Werder*) wraz z miastami Gdańsk (niem. *Danzig*), Sopot (niem. *Zoppot*), Pruszcz (niem. *Praust*), Nowy Dwór Gdański (niem. *Tiegenhof*) oraz Nowy Staw (niem. *Neuteich*). WMG posiadało swój hymn, flagę, godło oraz konstytucję, a językiem urzędowym stał się niemiecki. Religiami dominującymi w Wolnym Mieście Gdańsku były protestantyzm oraz katolicyzm³. W latach 1920–1939 występowała przewaga liczebna kobiet (por. Romanow 1999).

Na obraz tożsamości miasta w okresie WMG składały się przede wszystkim następujące grupy etniczne: niemiecka, polska i żydowska⁴. Oczywiście w tamtym czasie przebywały w nim też inne narodowości: Rosjanie, Finowie, Szkoci, które jednak ze względu na liczebność nie miały aż tak wielkiego wpływu na kształtowanie się tożsamościowego obrazu miasta. Ludność niemiecka stanowiła najliczniejszą grupę etniczną WMG (około 90% mieszkańców), Polacy (ok. 9%) i Żydzi natomiast pozostawali w widocznej mniejszości:

² Ideę analizy nazw pod kątem aspektu diachronicznego oraz analizę chrematonimów w realiach historycznych postulował Artur Galkowski (2011: 355).

³ Na około 350 tysięcy osób zamieszkujących teren WMG ludność protestancka stanowiła w przybliżeniu 59%. Pozostałe grupy wyznaniowe to katolicy 35%, żydzi 5% oraz inne (por. Romanow 1999: 28).

⁴ Żydzi gdańscy (tzw. *deutsche Juden*) deklarowali swoją przynależność do Niemiec: „Ludność Gdańska trzykrotnie protestowała przeciwko oddzieleniu miasta od Niemiec [...]. Dla żydowskiej ludności miasta, która deklarowała przywiązanie do narodu niemieckiego i do niemieckiej kultury, było rzeczą oczywistą, że pod taką manifestacją trzeba się podpisać obiema rękami” (Echt 2012: 186).

Najlicniejszą grupą narodowościową w Gdańsku, jak i w całym Wolnym Mieście byli Niemcy. Większość z nich to ludność od dawna mieszkająca na terenach włączonych w granice WMG. Drugą grupę gdańskich Niemców stanowiła ludność napływowa: głównie urzędnicy, dawni wojskowi oraz działacze polityczni powiązani z Rzeszą i od niej uzależnieni. Ogółem [...] w Wolnym Mieście mieszkały 348 493 osoby narodowości niemieckiej [...]. Polacy byli następną pod względem liczbowym grupą narodowościową w WM Gdańsku [...]. W porównaniu z okresem sprzed I wojny światowej, po jej zakończeniu wzrosła w Gdańsku liczba ludności żydowskiej. Społeczność tę tworzyli, oprócz Żydów obywatele gdańskich, głównie uchodźcy z dawnego imperium rosyjskiego oraz Żydzi — obywatele polscy (Romanow 1999: 30–32).

Według Pawła Kosińskiego obszar WMG był właściwie już od dawna miejscem ścierania się wpływów polskich i niemieckich, a „[...] obie społeczności współzawodniczyły ze sobą na wielu polach ludzkiej aktywności: w gospodarstwie, polityce, religii, a także kulturze” (2002: 5). Peter Oliver Loew opisał powołanie Wolnego Miasta Gdańska jako „narodziny nielubianego miasta”:

Twórcy powojennego ładu uważali Wolne Miasto za modelowy element nowego europejskiego porządku, za mądry kompromis między sprzecznymi roszczeniami dwu narodów. Niedługo miało się wszak okazać, że sytuacja nie dojrzała jeszcze do tego rodzaju postnarodowego rozwiązania. „Niemieckie” i „zagrożone” przez Polskę – albo też „zagrożające Polsce” – Wolne Miasto Gdańsk [...] (2013: 185).

Sprzeciw wobec polityki wersalskiej powodował wiele działań mających na celu utrwalenie w świadomości społecznej niemieckiego Gdańska: „Dyktat wersalski oddzielił Gdańsk od jego niemieckiej ojczyzny, ale ten stary gród nad Wisłą zachował swoją tożsamość” (Odk. 4727/5)⁵ lub „Niemieckie miasto Gdańsk zostało wbrew woli jego mieszkańców 10 stycznia 1920 na mocy traktatu wersalskiego oderwane od niemieckiej ojczyzny i ogłoszone Wolnym Miastem Gdańskim” (P5/1933) czy np. tekst w ulotce organizacji *Danziger Heimatdienst E.V. Danzig* pt. *Danziger Fragen und Ereignisse*:

Dyktat wersalski oddzielił Gdańsk wbrew woli jego mieszkańców, w 96 procentach Niemców, od reszty Niemiec i nazwał go Wolnym Miastem [...]. Od 1920 roku miasto ma nadzieję na powrót do Rzeszy. Niezwykle ważne jest, że aby osiągnąć ten cel, musimy ogłosić całemu światu, iż Gdańsk jest całkowicie niemieckim miastem. Jednak ani żaden dokument, ani żadna historiografia nie są w stanie dowieść tego lepiej aniżeli sam obraz miasta, który jest jak twarz człowieka zdradzająca jego pochodzenie.

Podobne informacje znajdujemy w innych drukach ulotnych, np. w programie imprezy *Deutschkundliche Woche* (tj. *Tydzień niemiecki*) zorganizowanej przez *Deutscher Heimatbund Danzig* w dniach 24–30 września 1923 r.:

Tak jak w zeszłym roku zapraszamy Was, niemieccy obywatele w Gdańsku oraz w jego bliższym i dalszym sąsiedztwie, na Tydzień Niemiecki w Gdańsku. Czasy są dla nas wszystkich ciężkie i tylko wtedy je przetrwamy, jeśli będziemy kultywowali wspólnie nasze obyczaje i tradycyjne wartości [...]. Jedność narodu niemieckiego oraz jego kultury, oddzielonych granicami państw, staje się myślą przewodnią 3. Tygodnia Niemieckiego w Gdańsku.

⁵ Tłumaczenie z języka niemieckiego w całym tekście I.O.

Hasła typu: „językiem urzędowym jest niemiecki, tak jak kultura tego miasta” (P5/1933), propagowano wszelkimi możliwymi środkami komunikacji masowej. Wyobrażenia o niemieckim Gdańsku utrwalane za pomocą mediów stworzyły idealny, wręcz stereotypowy obraz niemieckiego miasta z jego symbolami, historią i niemieckim dziedzictwem kulturowym.

3. CHREMATONIMY W UJĘCIU KULTUROWYM

Termin „onomastyka kulturowa” definiowany jest jako jeden z kierunków badawczych lingwistyki kulturowej, mający na celu charakterystykę powiązań między nazewnictwem a kulturą danej społeczności (por. Rzetelska-Feleszko 2007: 57–59). Wyodrębnienie tej subdyscypliny umożliwiło przystosowanie metodologii lingwistyki kulturowej do specyfiki sfery własnej języka i jej komponentów (por. Mrózek 2004: 16), przez np. przejście językowego obrazu świata, wartościowania, kategoryzacji rzeczywistości czy stereotypizację (por. Lech-Kirstein 2015). Głównym celem onomastyki kulturowej jest, zdaniem Ewy Rzetelskiej-Feleszko (2007: 57–58), poznanie kultury i mentalności danej grupy społecznej za pomocą analizy nazw własnych, których powstawanie determinują m.in. takie czynniki, jak: fakty historyczne i cywilizacyjne, religia czy system wartości danej społeczności. Zgodnie z założeniami językoznawstwa kulturowego język nie jest odzwierciedleniem rzeczywistości, tylko jej interpretacją, którą można odczytać także w nazwach. Według Danuty Lech-Kirstein:

System nazw, charakterystyczny dla pewnej wspólnoty językowo-kulturowej, mającej własne wyuczone wzory i standardy zachowań, pozwolił określić, jakie wartości wyznawała ta wspólnota, jak człowiek postrzegał, oceniał i nazywał drugiego człowieka oraz otaczający go świat (2015: 86).

Rezultatem takiej oceny jest zazwyczaj podział na swoich i obcych:

W obrazie świata ukształtowanym przez człowieka ważną kategorię stanowi wyróżnienie tego, co „swoje” i tego, co „obce”. Podział na „swoich” i „obcych” należy bowiem od wieków do najważniejszych elementów tożsamości (rodowej, plemiennej, narodowej, społecznej itp.) (Rzetelska-Feleszko 2006: 69).

Zakodowanie informacji o tożsamości grupy społecznej, jej przynależności do określonego kręgu kulturowego, kategoryzacja świata czy system wartości utrwaliły się również w chrematonimach. We współczesnej terminologii onomastycznej termin *chrematonim* oznacza nazwę własną obiektu materialnego lub niematerialnego, wytworzonego jako efekt kulturowej działalności człowieka (np. nazwa produktu, usługi, firmy, organizacji, przedsięwzięcia społecznego, wytworu lub wydarzenia artystycznego; Gałkowski 2012). Edward Breza (2005: 343) definiuje *chrematonimy* jako obiekty kulturowe, tj. nazwy własne wytworów jednostkowych lub seryjnych pracy ludzkiej oraz niezwiązanych na stałe z określonym krajobrazem. W wąskim ujęciu *chrematonimy* definiowane są jako nazwy własne wybranych materialnych wytworów ręki ludzkiej, przemysłowych

lub rękodzielniczych, jednostkowych lub seryjnych (por. Kosyl 1993: 447). Zdaniem Czesława Kosyła niezgodne z etymologią terminu (z gr. *chrema*, *chrematos* ‘rzecz’, ‘przedmiot’, ‘towar’) jest zaliczanie do grona chrematonimów ideonimów, tj. tytułów utworów literackich, plastycznych, muzycznych, filmów, czasopism i dzienników, nazw organizacji politycznych i społecznych. Niejako opozycję do charakterystyki Kosyła stanowi ujęcie Artura Galkowskiego (2011), który proponuje bardzo szeroką definicję *chrematonimów* w kontekście funkcjonalno-użytkowym. Definicja obejmuje wszystkie nazwy własne wytworów działalności ludzkiej w przestrzeni społecznej, gospodarczej, kulturalnej i politycznej. Galkowski proponuje podział na: *chrematonimy społeczno-ściowe* (tj. nazwy grup, organizacji, stowarzyszeń, fundacji); *chrematonimy religijne* (nazwy związków oraz ruchów wyznaniowych); *chrematonimy polityczne* (nazwy partii); *chrematonimy ideacyjne* (tj. nazewnictwo reprezentujące kulturę: heortonimy, nazwy kongresów i konferencji naukowych, nazwy przedsięwzięć kulturalno-rozrywkowych oraz nazwy inicjatyw i programów społecznych, takich jak konkursy, festiwale oraz inne imprezy publiczne, a także nazwy nagród i wyróżnień) oraz *chrematonimie marketingową* (nazwy firm i produktów).

Chrematonimy spełniają przede wszystkim funkcję identyfikacyjną (nazwa odsyła do denotatu), mogą też pełnić funkcję semantyczną („mniej typowe nazwy własne”) oraz aluzyjną (por. Breza 2005: 354–356).

Uściślenie metodologiczne Galkowskiego (2011) oraz przyjęty przez niego model badawczy stanowią podstawę podziału chrematonimów wyekscerpowanych na potrzeby niniejszego artykułu z druków ulotnych WMG.

3.1. Chrematonimy gdańskie utrwalone w drukach ulotnych

Druki ulotne stanowią specyficzną formę dokumentów życia społecznego, które cechuje m.in. mała, niesprecyzowana objętość, aktualność, okazjonalność oraz masowość (por. Firlej-Buzon 2013: 10). Druki ulotne przeznaczone są z reguły do szerokiego rozpowszechniania, to teksty o charakterze efemerycznym, wydawane w celach informacyjnych, reklamowych czy propagandowych (por. EWBP 1976: 11). W praktyce teksty te skierowane były zarówno do mniejszych, jak i większych grup społecznych i informowały o wydarzeniach kulturalnych, politycznych, religijnych, handlowych czy obyczajowo-społecznych. Jak stwierdza Edmund Kotarski:

Druki ulotne organizowały komunikację społeczną, przynosiły informacje, treści pouczające i podejmujące ważne problemy ładu miejskiego. [...] Słowo w tej formie utrwalone stawało się niekiedy częścią rytuału, swoistego spektaklu w przestrzeni sakralnej i municypalnej, edukacyjnej i otwartej, ulicznej. Wykazywało zdolność uczestniczenia w interpersonalnej komunikacji budującej wspólnotę miejską, jej tożsamość, kształtującej estetyczne aspekty rytuału (2006: 41).

Druki ulotne zawierają informacje o rodzaju wydarzenia, nadawcy tekstu oraz dane dotyczące czasu i miejsca wydarzenia lub spotkania. Odbiorcą badanych tu tekstów była przede wszystkim społeczność deklarująca przynależność do niemieckiego kręgu

kulturowego. Świadczą o tym przede wszystkim język niemiecki druków ulotnych, rodzaj pisma (tj. niemiecka fraktura) oraz nawiązania do historii, osób czy symboli z kręgu kultury niemieckiej.

3.1.1. Chrematonimia społecznościowa na obszarze WMG

Chremtonimia społecznościowa to nazewnictwo wytwarzane na użytek pewnych grup społecznych jednoczących się wokół wspólnych działań, celów czy zainteresowań. Elementem składowym chremtonimów społecznościowych bywają często ergonimy, instytucjonimy czy antroponimy (por. Galkowski 2011: 129–130). Dokumenty życia społecznego informujące w przestrzeni publicznej o działalności organizacji, stowarzyszeń i instytucji powodują, iż ich nazwy utrwalają się w obiegu komunikacyjnym. W gdańskich drukach ulotnych dominują nazwy organizacji społecznych motywowanych działalnością charytatywną (zbiórki, kwesty), propagowaniem przynależności do niemieckiego kręgu kulturowego (poza urbanonimem *Danzig*, występują także etnonim *Deutsch* czy leksem *Heimat* budzący jednoznaczne skojarzenia z określeniem „(mała) ojczyzna Niemców”). Wyznaniami dominującymi na terenie WMG były protestantyzm i katolicyzm. W wypadku nazw organizacji i związków motywowanych religią występuje w zasadzie we wszystkich zachowanych nazwach leksem *evangelisch* ‘ewangelicki’. W nazwach związków motywowanych działalnością kulturalno-artystyczną dominuje zdecydowanie urbanonim *Danzig*. W chremtonimii społecznościowej WMG wymienić można następujące motywacje:

- **motywacja działalnością charytatywną:** *Altershilfe der Stadtgemeinde Danzig*⁶; *Weihnachtsbitte für die notleidenden Alten der Stadt Danzig*; *Kollekte für die Armen- und Krankenpflege der Diakonischenstation*; *Wohltätigkeits-Veranstaltung der Landespolizei*,
- **motywacja kulturowa:** *Deutscher Heimatbund, Danzig*; *Danziger Heimatdienst E. V. Danzig*; *Verband Deutscher Vereine für Volkskunde*; *Gesellschaft für deutsche Bildung*; *Ortsgruppe Danzig*; *Deutschkundliche Gesellschaft Danzig*; *Spielgruppe der Ortsgruppe Neufahrwasser des Deutschen Heimatbundes*,
- **motywacja religią:** *Landesverein des Evangel. Bundes*; *Der Evangelische Jungmannerverein der Heilandskirchengemeinde Danzig-Siedlitz*; *Die Deutsche Glaubensbewegung*; *Evangelischer Frauenverein für Gemeindediakonie*; *Kirchenchor der Lutherkirche*; *Die volkshkirchliche evangelische Vereinigung*; *Verein für evangelische Freiheit in der Landeskirche zu Danzig*; *Christlicher Verein Junger Männer, e. V. zu Danzig*,
- **motywacja kulturą i sztuką:** *Verein Danziger Künstler*; *Verein für Kunst und Kunstgewerbe E. V. Danzig*; *Kunstforschende Gesellschaft E. V. Danzig*; *Verband der Maler, Lackierer, Anstreicher, Tüncher und Weißbinder Deutschlands, Filiale Danzig*; *Mannerchor Deutschnationaler Handlungsgehilfen-Verband Danzig*;

⁶ W tekście artykułu zachowano oryginalną pisownię z okresu Wolnego Miasta Gdańska (1920–1939).

- Guttempler- Gesangverein Danzig; Danziger Orchesterverein E.V.; Danziger Singakademie E.V.; Musikvereinigung Danzig im Kampfbund für Deutsche Kultur,*
 — **motywacja zawodami:** *Freie Vereinigung der Angestellten, Beamten, Arbeiter; Verein der Kriminalbeamten Danzig; Gemeinschaft proletarischer Freidenker; Verein Deutscher Zeitungsverleger.*

3.1.2. Chrematonimia polityczna na obszarze WMG

Wraz ze zmianami na mapie politycznej Europy będącymi konsekwencją I wojny światowej nowego, symbolicznego znaczenia nabrały nazwy partii. Władzę na terenie WMG sprawowały Senat i Volkstag⁷, Wysoki Komisarz Ligii Narodów, a także Komisariat Generalny Rzeczypospolitej Polskiej (por. Mikos 1999: 41). Według Marka Andrzejewskiego (1999: 259) zmiany, które nastąpiły w latach 20. w obrazie życia społecznego WMG, spowodowały wzrost aktywności politycznej mieszkańców widoczny w burzliwych kampaniach wyborczych do Volkstagu, wiecach, pochodach, manifestacjach społeczności gdańskiej. Geneza niektórych nazw była adekwatna do ówczesnej sytuacji politycznej⁸, a „[...] nazwy upolitycznione mają najczęściej charakter perswazyjny, agitacyjny i wchodzą do repertuaru środków propagandowych; z czasem przyswojone przez społeczeństwo mogą być odczuwalne jako neutralne” (Rzetelska-Feleszko 2006: 96). Człony nazw motywowanych polityką w WMG podkreślały przynależność do niemieckiego kręgu kulturowego, jak np. złożenie *Deutsch-Danziger* (pol. *niemiecko-gdański*). Chrematonimy polityczne WMG dzielą się na dwie grupy: nazwy partii i ugrupowań politycznych oraz nazwy pochodów i manifestacji politycznych. Nazwy ugrupowań i partii charakteryzuje następująca motywacja:

- **motywacja przynależnością społeczną:** *Bürgerliche Arbeitsgemeinschaft; Nationalliberale Bürgerpartei / National-Liberale Bürgerpartei; Die Deutsch-Danziger Volkspartei ist die Partei des Bürgertums,*
- **motywacja miejscem / regionem / przestrzenią:** *Zoppoter Mieterverein; Liberaler Verband für Westpreußen; Die Deutsch-Danziger Volkspartei / Deutschdanziger Volkspartei/Deutsch-Danziger-Volkspartei. Ortsgruppe Langfuhr; Die Sozialdemokratische Partei Danzigs; Vereinigung der Danziger in Schlochau,*
- **motywacja profilem działalności politycznej:** *Deutschnationale Volkspartei; Deutschliberale Partei; Nationalliberale Bürgerpartei / National-Liberale Bürgerpartei; Deutsche Partei für Fortschritt und Wirtschaft; Deutscher Monistenbund, Ortsgruppe Danzig; Deutsch-Soziale Partei (D.S.P.).*

Charakterystyczne dla nazw spotkań o charakterze politycznym są deskrypcje zawierające informacje o organizatorach, miejscu i czasie spotkania, a także jego tematyce: *Große Wählerversammlung. Bezirksgruppe II, Deutschnationale Volkspartei; Große öffentliche Wähler-Versammlung. Am Dienstag, dem 8. November, abends 7 Uhr, im*

⁷ Najwyższy organ władzy prawodawczej w WMG.

⁸ Taką sytuacją może być powstawanie czy upadek państw (por. Rzetelska-Feleszko 2006: 96).

Wilhelm-Theater, Langgarten. Thema: Auf zur Entscheidung!. Die Sozialdemokratische Partei Danzigs; Große Wahlerversammlung Bezirksgruppe II, Deutschnationale Volkspartei. Sonntag, den 30. Oktober, nachm. 5 Uhr im Adlersaal des Friedrich-Wilhelm-Schutzenhauses; Große öffentliche Frauenversammlung. Das Frauenkomitee der Vereinigten Sozialdemokratischen Partei.

3.1.3. Chrematonimia ideacyjna na obszarze WMG

Terminem chrematonimy ideacyjne określa się onimy reprezentujące kulturę. Są to nazwy wykazujące cechy socioideonimów „[...] definiowanych jako nazwy przedsięwzięć oraz akcji o charakterze społecznym i kulturowym, które tworzą cywilizacyjne dziedzictwo wspólnot lokalnych” (Galkowski 2011: 191). Chrematonimy ideacyjne stanowią najliczniejszy utrwalony w gdańskich drukach ulotnych zbiór nazw. Zaliczam do nich nazwy przedsięwzięć o charakterze kulturalno-społecznym, religijnym, politycznym, a także nazwy imprez publicznych (tj. wykładów, gier i zabaw, szkoleń, spotkań literackich czy wystaw).

W nazwach przedsięwzięć o charakterze kulturalno-społecznym znajdujemy antroponimy (*Luther*), heortonimy (np. *Pfingsten*) czy odniesienia do okresów przedświątecznych (*Advent*), modlitw (*Vesper*) jednoznacznie kojarzących się z niemieckim kręgiem kulturowym. Wydarzenia kulturalne o charakterze patriotycznym zawierają w nazwach człony *Heimat* (mała ojczyzna), *deutschkundlich* (niemczyźniany), *Vaterlandischer* (wiec patriotyczny) jednoznacznie demonstrujące cel spotkania. Chrematonimy ideacyjne zawierają bardzo często leksemy wskazujące na rodzaj wydarzenia: *Feier*, *Fest*, *Tag*, oraz deskrypcję:

- **motywowane narodowościowo i patriotycznie:** *Deutschkundliche Woche; Heimattag in Prangenau (Danziger Hohe) anlässlich des 600jährigen Bestehens des Dorfs; Festabend des Ostdeutschen Junglingsbundes; 72. Vaterlandischer Abend; Vaterlandisches Festspiel; Rheinischer Abend; Vorfeier zum 80. Geburtstage Hindenburgs,*
- **motywowane kulturą religijną:** *Musikalische Vesper; Bach-Vesper; Pfingstveranstaltung des Ausschusses für landliche Kultur- und Wohlfahrtspflege; Kirchenmusik-Adventsandacht in der Lutherkirche; Advents-gottesdienst der Bekenntnisgemeinde; Domchorgesänge Advent Danziger Weihnachtsabend; Bekenntnis-Kundgebung der Evangelischen Bekenntnisgemeinschaft; Jahreswend-Feier in der Lutherkirche-Langfuhr; Lutherfeier der Evangelischen Danzigs; Luther-Gedenkfeier am Reformationstag; Lutherfeier-Gedenkfeier; Reformations-Jugend-Gottesdienst; Kirchenmusik-Adventsandacht; Liturgische Feier der Evangel. Frauenhilfe; Glockenweihe der Christusgemeinde zu Danzig-Langfuhr; Monatsversammlung der Evangel.; Kreissynodal-Versammlung; 550-Jahrfeier von Dorf und Kirche Muggenhahl; Feier des 400-jährigen Gesangbuch-Jubilaums; Predigt am Cotenfeste; Glockenweihe zu Danzig- St. Salvator; Einsegnung der Konfirmanden; Erstes Jahresfest des Landesverbandes Evangelischer Jungmannervereine in Danzig; Jugendgesanggottesdienst; Kirchliche Feiern in Zoppot*

anlässlich der Glockenweihen, des 25jährigen Gedachtnistages an die Einweihung der Erlöserkirche und des 25jährigen Dienstjubiläums von Herrn Pfarrer Bowien; Neunzig-Jahr-Feier der Freien religiösen Gemeinde zu Danzig,

- **motywowane polityką:** *Gesänge beim Gottesdienst in der Elisabethkirche anlässlich der Eröffnung des Volkstages am 10. Januar 1924; Jahresfest des Danziger Gustav Adolf-Hauptvereins,*
- **motywowane działalnością zawodowo-artystyczną:** *Michelangelo-Feier; Bannerweihe der Filiale Danzigs des Verbandes der Maler, Lackierer, Anstreicher, Tuncher und Weißbinder Deutschlands; 25. Stiftungsfest des Guttempler-Gesangsvereins Danzig; Stadtische Sinfonie-Konzerte Danzig.*

Symboliczne występowanie w nazwach imprez publicznych (wykładów, wieczorów literackich, gier i zabaw, a także wycieczek) członków *Danzig, Deutsch, West- czy Ostpreußen* perswazyjnie kieruje uwagę na sprawy niemieckie oraz utrwała w obiegu społecznym przekaz, iż Gdańsk jest niemiecki:

- **nazwy wykładów zawierające toponim Danzig:** *Danzig als Freistaat 1807–13; Unsere deutsche Vorzeit; Danzigs Kultur im 18. Jahrhundert; Gefährdung und Schutz des Danziger Stadtbildes; Die farbige Architektur in Danzig; Unser Volkshumor im heimischen Sprichwort; Altdanziger Schriftkunst; Altdanziger Gartenkunst; Danziger Volksbrauche; Die nationale Aufgabe des Danziger Theaters; Die Danziger Dichterschule im 17. Jahrhundert; Danzigs Deutschtums und staatliche Selbstständigkeit in der Vergangenheit; Fremde Einflüsse auf die Danziger Mundart; Die Danziger Stadtbibliothek und die heimische Geschichtsforschung; Denkmünzen zur Danziger Geschichte,*
- **nazwy wykładów zawierające etnonim Deutsch:** *Der Sinn des Kampfes in der Deutschen evangelischen Kirche; Luthers Bedeutung für deutsche Art und evangelisches Wesen; Die Glaubensbewegung Deutscher Christen; Das deutsche Volkslied; Die Erneuerung des deutschen Menschen; Die Veränderungen unserer engeren Heimat während des letzten Menschenalters; Die Erforschung des deutschen Volkstums; Die deutsche Schrift; Die Mundarten der niederdeutschen Stammländer und des ostdeutschen Kolonialgebiets; Die deutschen Personennamen mit besonderer Berücksichtigung der Danziger Namen; Die Aufgaben der deutschen Presse für die Erhaltung unseres Volkstums; Deutschkunde und deutscher Unterricht; Rasse und Rassenmischung im deutschen Volke; Das deutsche Bildungsideal und die politische Erziehung; Aufbruch der Nation im deutschen Schrifttum der Gegenwart; Niederdeutsche Sprache als Ausdruck der Siedlungs- und Bildungsgeschichte; Der Deutsche Geist im Kampfe mit der Weichsel; Der Anteil Niederdeutschlands an der alt-Danziger Besiedlung,*
- **nazwy wykładów zawierające człon Heimat:** *Volks- und Heimatkunde in der Schule; Die geographischen Richtlinien unserer heimatlichen Geschichte; Heimatliches und Fremdes im Alt-Danziger Kunstwerk; Unsere Heimat als Lebensraum; Das plattdeutsche Schrifttum unserer Heimat; Heimatgeologie mit besonderer Berücksichtigung Danzigs; Wege zur Heimatkunde,*

- **nazwy wykładów zawierające człon Westpreußen:** *Vom deutschen Volksmarchen in Ost- und Westpreußen; Die Arbeit für den deutschen Volkskunde-Atlas in Ost- und Westpreußen; Friedrich der Große und Westpreußen; Sitte und Brauch alten Westpreußen; Unser Deutschtum im westpreußischen Sprichwort; Das preußische Wörterbuch; Wie die Westpreußen sprechen; Danzig und das preußische Weichselland; Die Siedlungen Westpreußens und ihre Entwicklung aus deutschen Urformen; Die westpreußische Natur in der deutschen Dichtung; Welche Züge der westpreußischen Landschaft sind deutsch?*
- **nazwy wykładów zawierające człon Osten:** *Siedlung und Stadtplan im deutschen Osten; Die Vorgeschichte der Ostgermanen; Die Grenzlanddeutschen ostlich des Korridors; Ostmarkenforschung und Sprachgeschichte; Die ostdeutsche Stammesart im deutschen Schrifttum; Danzigs Stellung in der osteuropäischen Politik der Vergangenheit,*
- **nazwy gier, zabaw, szkoleń, wycieczek, wystaw oraz spotkań literackich:** *Maispiel im Gutenberghain; Spiel am Glettkauer Strande; Volksabend mit Volkstänzen, Volksliedern und Hausmusik; Heimische Volksspiele; Plattdeutscher Abend / Plattdeutscher Oawend; Die Baume Deutschlands unter besonderen Berücksichtigung des Freistaates; Danziger Herbstspiel; (Zweiter) Lehrgang für landliche Wohlfahrts- und Heimatpflege; Führung durch historische Aufstellung des Danziger Staatsarchivs; Führung durch Danzig; Literarische Abende deutscher Dichter und Schriftsteller; Heimatdichter-Abend; Ausstellung „Das Danziger Bürgerhaus“; Raumkunst Ausstellungen August Momber G.M.B.H.*

3.1.4. Chrematonimia marketingowa na obszarze WMG

Dominacja kultury niemieckiej oraz umacnianie więzi kulturowo-społecznych wśród społeczności niemieckiej WMG uwidaczniają się także w chrematonimii marketingowej. Jak stwierdza Andrzejewski, Gdańsk w latach 20. i 30. nie był miastem kosmopolitycznym, lecz miejscem, w którym dominowała niemczyzna: „Na gdańskiej ulicy słycać było bowiem nadal przeważnie język niemiecki i najczęściej jednojęzyczne szyldy sklepowe, niemieckie nazwy ulic itp.” (1999: 259). Taki stan rzeczy utrwały duki ulotne o charakterze folderów reklamowych, w których pojawiają się zarówno nazwy sklepów (motywowane nazwiskiem właściciela), oferta handlowa (np. *Preisliste*, tj. cennik), jak i miejsce działalności handlowej (adres, numer telefonu, dzielnica miasta) czy informacja o powstaniu firmy w kontekście ciągłości tradycji handlowej. Chrematonimy w drukach handlowych zawierają wyłącznie słownictwo i elementy kultury języka niemieckiego. Opozycja „obce–swoje” właściwie nie istnieje, jedyny utrwalaony obraz WMG to przekaz, iż jest ono niemieckie. Nazwy handlowe motywowane są głównie działalnością / profilem firmy, rodzajem formy prawnej, zawierają też nazwiska (oraz imiona) właścicieli, informację o miejscu działalności (głównie dzielnice miasta, rzadziej ulicę). Elementy składowe chrematonimów marketingowych WMG to najczęściej antroponim oraz deskrypcja (nawiązania do potęgi Hanzy, a także faktu, iż Gdańsk był miastem o charakterze

portowym, stąd ogromna ilość towarów kolonialnych, a w nazwach firm takie człony, jak *Import, Weingroßhandlung*). Stałym elementem w większości chrematonimów marketingowych był toponim *Danzig*, pozostałe człony ww. chrematonimów to: **antroponim, forma prawna, miejsce działalności**: *Rosenbaum G.M.B.H. Danzig; August Momber G.M.B.H. Danzig; Walter&Fleck A.-G.*,

- **antroponim, miejsce działalności handlowej**: *Oskar & Gustav Frost; Wł Machwitz; Danzig; Gustav Molenda & Sohn; Carl Rabe Danzig-Zoppot; Werner Danzig-Langfuhr-Zoppot; Ernst Zielke Danzig-Langfuhr; A. Eibisch Danzig-Langfuhr; R. Denzer Danzig; Paul Radtke, Danzig; WłF. Bureau, Danzig; Bruno Berendt Danzig*,
- **antroponim, deskrypcja (profil firmy / rodzaj działalności firmy)**: *Erwin & Erich Stencil Feine Herren- und Damenschneiderei; Arthur Lange Das Haus der Stoffe; Max Fleischer Großtes Spezialhaus für Damen-, Backfisch und Kinderkonfektion; B. Machlinski Feine Massschneiderei — Grosses Stoffl.; Pelzhaus C. Kugelmann Danzig; Pelz-Spezialhaus Eduard Griese Danzig; Ertamnn & Perlewitz Manufakturenwaren; Moritz Stumpf & Sohn Hofjuweliere; Weinwetzels Rheinische Winzerstuben; Josef Fuchs Weingrosshandlung Danzig; Carl Keller Danzig Weingrosshandlung; Daniel Feyerabendt Danzig Weingroßhandlung; A. Ulrich Weingroßhandlung; R. Denzer Danzig Weingroßhandlung / Spirituosen / Import; Wilhelm Ebner Danzig Kaffee- und Tee-Import; J.J.; F.A. Meyer & Sohn Internationaler Möbeltransport-Verband; Berger Seifenfabrik; „Die Wascherei der Hausfrau” Inh. Leo Prag Langfuhr; Johannes Bruggemann Danzig Blumen- und Pflanzen-Ausstellungs-Gewölbe; Landbrotbackerei Bohnsack Herbert Lemke; Hansa-Buchhandlung Fritz Polkowsky; Rudolff Witt Papier- und Bürobedarfshaus.*

4. WNIOSKI

Niemieckojęzyczne dokumenty życia społecznego Gdańska utrwaliły historię i kulturę miasta i stanowią dzisiaj materialne dziedzictwo kulturowe regionu. Analizowane druki ulotne należą do tekstów komunikacji przedłużonej w czasie, gdyż przekaz informacji między nadawcą a dzisiejszym odbiorcą nie następuje w tym samym momencie oraz w tej samej przestrzeni kulturowej. Druki ulotne dostarczają dzisiaj wielu unikatowych, niespotykanych w innych źródłach, onomastycznych informacji o Gdańsku i regionie. Są to przede wszystkim elementy tożsamości miasta, jego kulturowej symboliki oraz wiedzy o kulturowo obcej dzisiaj przestrzeni miejskiej zakodowanej w nazwach. Celami artykułu były analiza chrematonimów w realiach historycznych oraz opis ich roli jako symboli tożsamości kulturowej w okresie Wolnego Miasta Gdańska. Analiza chrematonimów na podstawie niemieckojęzycznych druków ulotnych wykazała, iż chrematonimy gdańskie motywowane względami historycznymi, politycznymi, a także zmianami w otaczającej rzeczywistości są rezerwuarem wiedzy o mieszkańcach, ich poglądach, wartościach i postawach. Wyekscerpowany materiał podzielić można na nazwy w funkcji identyfikacyjnej:

- nawiązującej do przynależności kulturowej (np. człony *Deutsch-Danziger, Danziger Heimatdienst, Unser Deutschtum, Deutscher Geist, Deutsche evangelische Kirche*),
- nawiązującej do propagowania kultury niemieckiej (np. onimy *Deutschkundliche Woche*, nazwy wykładów czy liczebniki porządkowe podkreślające cykliczność, np. *zweier*).

Słowa klucze w analizie chrematonimów gdańskich w aspekcie kulturowo-społecznym to leksemy: *Deutsch, Deutschtum, Heimat*, występujące w zasadzie w każdym rodzaju chrematonimów WMG.

BIBLIOGRAFIA

- Andrzejewski M. 1999: Życie codzienne w Gdańsku, [w:] Cieślak E. (red.), *Historia Gdańska*, t. IV/2: 1920–1945, Sopot: Wydawnictwo Lex, 259–266.
- Assmann A. 2008: *Einführung in die Kulturwissenschaft: Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen*, Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Breza E. 2005: Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją, [w:] Rzetelska-Feleszko E. (red.), *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, Kraków: Wydawnictwo Instytutu Języka Polskiego PAN, 342–362.
- Echt S. 2012: *Dzieje Żydów gdańskich*, tłum. W. Lygaś, Gdańsk: Maszoperia Literacka, Wydawnictwo Oskar.
- EWBP — Głombiowski K., Świdorski B., Więckowska H. (red.), 1976: *Encyklopedia współczesnego bibliotekarstwa polskiego*, Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk: Ossolineum.
- Firlej-Buzon A. 2013: *Druki ulotne i okolicznościowe jako źródła do badań dziejów i kultury Dolnego Śląska lat 1945–1956*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Gałkowski A. 2011: *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim, francuskim*, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Gałkowski A. 2012: *Terminologia onomastyczna. Aktualizowana lista podstawowych haseł terminologii onomastycznej w języku polskim*, <<https://onomastyka.uni.lodz.pl/strona-glowna/terminologia-polska>> [12.02.2017].
- Kosiński P. 2002: *Prusy Zachodnie 1914, Pomorze 1920. Ludność regionu wobec przemian politycznych okresu I wojny światowej*, Warszawa: Neriton.
- Kosyl Cz. 1993: Chrematonimy, [w:] Bartmiński J. (red.), *Współczesny język polski*, Wrocław: Wiedza o Kulturze, 447–452.
- Kotarski E. 2006: Druki ulotne i okolicznościowe w krajobrazie medialnym siedemnasto- i osiemnastowiecznego Gdańska, [w:] Migoń K., Skalska-Zlat M., Żbikowska-Migoń A., Herden E. (red.), *Druki ulotne i okolicznościowe. Wartości i funkcje. Materiały międzynarodowej konferencji naukowej, Wojnowice, 8–10 października 2004*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 23–43.
- Lech-Kirstein D. 2015: Zwrot kulturowy w badaniach onomastycznych, [w:] Rybka M., Wiatrowski P. (red.), *Pogranicza językoznawstwa polonistycznego. Prace dedykowane Profesorom Zygmuntowi Zagórskiemu i Karolowi Zierhofferowi dla uczczenia odnowienia doktoratów po pięćdziesięciu latach*, Poznań: Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Wydawnictwo Nauka i Innowacje, *Poznańskie Spotkania Językoznawcze* 29, 85–95.

- Loew P.O. 2013: *Gdańsk: biografia miasta*, tłum. J. Górny, Gdańsk: Instytut Kultury Miejskiej.
- Mikos S. 1999: Wolne Miasto Gdańsk w okresie rządów parlamentarnych (1920–1939), [w:] Cieślak E. (red.), *Historia Gdańska*, t. IV/2: 1920–1945, Sopot: Wydawnictwo Lex, 33–70.
- Mrózek R. 2004: Nazwy własne jako przedmiot badawczy onomastyki, [w:] Mrózek R. (red.), *Nazwy własne w języku, kulturze i komunikacji społecznej*, Katowice: Wydawnictwo UŚ, 9–19.
- Romanow A. 1999: Gdańsk w okresie Wolnego Miasta i drugiej wojny światowej 1920–1945. Rozwój przestrzenny i demograficzny, [w:] Cieślak E. (red.), *Historia Gdańska*, t. IV/2: 1920–1945, Sopot: Wydawnictwo Lex, 7–13.
- Rzetelska-Feleszko E. 2006: *W świecie nazw własnych*, Warszawa: Towarzystwo Naukowe Warszawskie.
- Rzetelska-Feleszko E. 2007: Onomastyka kulturowa, [w:] Cieślak A., Czopek-Kopciuch B., Skowronek K. (red.), *Nowe nazwy własne — nowe tendencje badawcze*, Kraków: Wydawnictwo PANDIT, 57–62.

ŹRÓDŁA

Sygnatury druków ulotnych Polskiej Akademii Nauk BG: Od 11480, 4^o; Od 11481, 4^o; Od 11480, 4^o; Od 11483, 4^o; Odk. 4727/5; P5/1933; P5/1933.

ABSTRACT

The socio-cultural function of chrematonyms on the example of advertisement prints in the Free City of Danzig in the years 1920–1939

Keywords: chrematonyms, cultural onomastics, advertisement prints, the Free City of Danzig.

The aim of the following article is the analysis of chrematonyms in historical reality and of their role as the symbols of cultural identity. The German language chrematonyms from the period of the Free City of Danzig covered in the following article have not been the object of the cultural analysis so far. The basis of the division and analysis of chrematonyms excerpted on the needs of the following article from the advertisement prints of the Free City of Danzig is constituted by the research model by Galkowski (2011) together with the division of chrematonyms into marketing chrematonyms, social chrematonyms and idea-creating chrematonyms in the culturally usable function. The analysis showed that names coded in advertisement prints mirror the surrounding world of the inhabitants of the Free City of Danzig and create a fixed symbol of their cultural identity.