

Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis

Studia Linguistica 12 (2017)

ISSN 2083-1765

DOI 10.24917/20831765.12.9

Helena Grochola-Szczepanek

Instytut Języka Polskiego PAN, Kraków

Tradycja i nowoczesność w językowym kreowaniu przestrzeni turystycznej na przykładzie gminy tatrzańskiej

Słowa kluczowe: infrastruktura turystyczna, nazewnictwo, gmina tatrzańska, socjolekt turystyczny

Key words: tourist infrastructure, naming, Tatra commune, tourism sociolect

Wstęp

Wiek XXI przyniósł na wielką skalę rozwój turystyki w gminie Bukowina Tatrzańska. Wioski, w których do niedawna głównym źródłem utrzymania było rolnictwo, hodowla owiec i bydła, w ciągu kilkunastu lat stały się miejscowościami turystycznymi. Na terenie gminy zbudowano nowoczesne ośrodki narciarskie oraz kąpieliska termalne. Wraz z powstaniem obiektów rekreacyjnych, rozwinęła się baza noclegowa i gastronomiczna. Proces rozwoju infrastruktury turystycznej to nie tylko zjawisko ekonomiczne, ale także – językowe, gdyż nowym obiektom, które mają służyć turystom, nadawane są nazwy. Mówiąc o infrastrukturze turystycznej, ma się na myśli takie wytwory człowieka, które powstały w wyniku zagospodarowania środowiska geograficznego i społecznego do celów turystycznych, motywowanych potrzebą wypoczynku, poznania i doznania przeżyć. Do wytworów człowieka w przestrzeni turystycznej można zaliczyć m.in. obiekty noclegowe (hotele, pensjonaty, ośrodki), rekreacyjne (baseny, ośrodki narciarskie, kluby), gastronomiczne (karczmy, puby, restauracje) oraz różnego typu przedsięwzięcia kulturalne (skanseny, szlaki, festyny).

Tematem niniejszego opracowania jest omówienie głównych tendencji w nazewnictwie infrastruktury turystycznej powstałej na terenie gminy Bukowina Tatrzańskiej. Za istotne uważa się zwrócenie uwagi na to, w jakim stopniu kreowana przestrzeń turystyczna wykorzystuje lokalną kulturę, a w jakim realizuje ogólne trendy panujące w turystyce.

Podstawą materiałową są nazwy zebrane podczas własnej eksploracji z szyldów, plakatów reklamowych oraz ze stron internetowych i folderów reklamowych obiektów turystycznych. W zbiorze znalazły się nazwy różnorodnych obiektów turystycznych, m.in. noclegowych (domy wczasowe, pensjonaty, pokoje gościnne,

wille)¹, gastronomicznych (karczmy, restauracje, kawiarnie) i rekreacyjnych (ośrodki narciarskie, wyciągi, szkoły narciarskie, baseny termalne). Odnotowano także nazwy przedsięwzięć kulturalnych (szlaki tematyczne, imprezy, festyny).

Rozwój turystyki w gminie

Gmina Bukowina Tatrzańska położona jest we wschodniej części powiatu tatrzańskiego. Powierzchnia gminy zajmuje 13184 ha, z czego 45% zajmują użytki rolne, 35% – lasy, a 20% – pozostałe grunty (górskie granie skalne). Położenie geograficzne tego regionu ma wpływ na występowanie unikatowych walorów turystycznych. Około 1/3 powierzchni gminy to obszar Tatrzańskiego Parku Narodowego, w którym znajdują się kultowe miejsca i szczyty, m.in. Morskie Oko, Dolina Pięciu Stawów, Rysy. Na terenie gminy mają swój początek główne szlaki turystyczne prowadzące w rejony Tatr Wysokich i Tatr Bielskich. Ważnym miejscem na mapie turystycznej gminy jest rzeka Białka z charakterystycznymi jasnymi owalnymi skałami, nazywanymi przez miejscowych *okręglcami*, które są granitami przeniesionymi przez wodę z Tatr Wysokich. Rzeka na północ od Białki Tatrzańskiej tworzy przełom pomiędzy dwiema wapiennymi skałami – Kramnicą i Obłazową, gdzie w 1959 roku utworzono rezerwat przyrody *Przełom Białki pod Krempachami*.

Specyfika tego miejsca zaczęła się zmieniać wraz z początkami zasiedlenia terenów pod Tatrami i powstania pierwszych osad. Decydujący wpływ na powstanie *genius loci*, czyli ducha miejsca, miały dwa czynniki: specyficzne środowisko naturalne oraz izolacja przestrzenna terenu, które sprzyjały wykształceniu się autentycznego góralskiego folkloru, wyrażonego w zwyczajach, obrzędach, sztuce, muzyce, stroju i gwarze (por. Myga-Piątek 2011).

Pierwsze wyjazdy w celach turystycznych na Podtatrze odnotowano pod koniec XIX wieku. Turyści przyjeżdżali głównie do Zakopanego, ale odbywając wędrowki do Morskiego Oka, pojawiali się także na terenie gminy Bukowina Tatrzańska. Rozwój turystyki znacznie ułatwiło wybudowanie drogi łączącej Bukowinę z Poroninem, a następnie uruchomienie w latach 40. minionego wieku linii autobusowej łączącej gminę z Zakopanem. Pierwsi letnicy lub (jak się mówi w lokalnej gwarze *kwartelnicy* lub *panowie*), przybywali zwykle do Bukowiny Tatrzańskiej. Do pozostałych wsi docierali bardzo rzadko. Turyści przyjeżdżali na dłuższe pobyty w okresie letnim, wynajmując zwykle co roku u tych samych gazdów pokoje lub całe piętra domów. Pomimo wielu niedogodności, spędzanie wakacji u gazdów cieszyło się dużym zainteresowaniem. Głównym powodem przyjazdów na wieś było przebywanie w naturalnym nieskażonym zanieczyszczeniami środowisku i obcowanie z kulturą wiejską. Letnicy spędzali czas głównie nad rzeką Białką, wędrowki do Morskiego Oka lub w inne miejsca Tatr były podejmowane rzadziej ze względu na dużą odległość i brak komunikacji.

Pod koniec lat 80. minionego wieku wybudowano w Bukowinie Tatrzańskiej pierwsze wyciągi, co wpłynęło na rozwój narciarstwa zjazdowego i turystyki

¹ Modele strukturalne nazw obiektów noclegowych zostały omówione w artykule pt. *Nazwy obiektów noclegowych na terenie gminy Bukowina Tatrzańska*, złożonym do druku w tomie po konferencji onomastycznej XX MiOKO 2016.

zimowej. Jednak prawdziwym przełomem dla gminy okazał się początek XXI wieku. We wsi Białka Tatrzańska powstał nowoczesny kompleks narciarski *Bania*. Po tej udanej inwestycji pojawiły się kolejne stacje narciarskie, m.in. *Kotelnica* w Białce, *Koziniec* w Czarnej Górze oraz *Hawrań* w Jurgowie. Obecnie na terenie gminy funkcjonuje kilkanaście kolei krzesełkowych i kilkadziesiąt wyciągów orczykowych. Aby przyciągnąć turystów także poza sezonem zimowym, na terenie gminy wybudowano kąpieliska termalne: *Termy Bukovina* i *Terma Białka*. Wraz z ośrodkami narciarskimi i kąpieliskami rozwinęła się baza usługowa, zwłaszcza noclegowa i gastronomiczna. Gmina Bukowina Tatrzańska stanowi obecnie ważny obszar recepcji różnych form turystyki w powiecie tatrzańskim (por. Komorowska 2003).

Zgromadzona baza – różnorodność nazw turystycznych

Materiał zgromadzony podczas badań terenowych oraz wynotowany ze stron internetowych i folderów reklamowych liczy prawie tysiąc nazw mających związek z turystyką w gminie tatrzańskiej. Zasadniczą część tego zbioru stanowią obiekty noclegowe (ok. 750 nazw). Pozostałe nazwy to m.in. ośrodki i wyciągi narciarskie, wypożyczalnie sprzętu narciarskiego, szkoły narciarskie, kąpieliska, restauracje, szlaki tematyczne, imprezy kulturalne, festyny.

Warto zwrócić uwagę, że nazwy pozyskane z szyldów oraz materiałów reklamowych różnią się zwykle od oficjalnie podawanych np. w *Panoramie firm*. Są z reguły krótkie i nie zawierają pełnej informacji o podmiocie gospodarczym. Miana obiektów turystycznych są zwykle tworzone przez właścicieli lub osoby z ich środowiska. Nad wizerunkiem dużych obiektów pracują wyspecjalizowane agencje reklamowe. Na sposób nazywania obiektu mają wpływ różne czynniki językowe i pozajęzykowe, m.in. pragmatyczne, psycholingwistyczne, konotacyjne i reklamowe (por. Biolik 2011; Dawidziak-Kładoczna 2010). Warto także zauważyć, że rozwój infrastruktury turystycznej nie jest równomierny na omawianym terenie. Na mapie turystycznej gminy dominują dwie miejscowości: Białka Tatrzańska oraz Bukowina Tatrzańska, w których są ośrodki narciarskie, kąpieliska oraz bogata baza noclegowa. Ośrodki narciarskie posiadają także dwie inne wioski: Jurgów i Czarna Góra. W pozostałych wsiach nie ma tak dużych obiektów turystycznych.

Podczas gromadzenia materiałów zrodziło się kilka zasadniczych wątpliwości:

- 1) Do jakiej grupy onimów (chrematonimów czy mikrotoponimów) należy zaliczyć nazwy obiektów turystycznych typu *Giewont*, *Kotelnica Białczańska*, *Rusiń-SKI* (różne stanowiska w literaturze)?
- 2) Czy nazwą obiektu może być występujące na szyldzie określenie typu: *Noclegi*, *Pokoje Gościnne*, *Szkołka Narciarska*?
- 3) Czy nazwy zawierające w swoim składzie określenia typu obiektu, np. *Chata U Bronka*, *Karcma U Dziubasów*, *Wyciąg Narciarski U Andrzeja* stanowią w całości nazwę obiektu, czy tą nazwą jest tylko sam logonim (różne podejście w opracowaniach)?
- 4) Jak traktować nazwy mające różnorodną grafikę na szyldach i materiałach reklamowych, np. *Jurgów SKI* lub *Jurgów-SKI*, *Rusiński*, *Rusiń-SKI* lub odmienną nazwę, np. *U Staska* lub *Pokoje U Staska*?

Nazwy firm (usługowych, handlowych, produkcyjnych) stanowią od lat 90. ubiegłego wieku intensywnie rozwijający się zbiór onimiczny (por. Przybylska 1992; Biolik 2011). Z wcześniejszych prac powstałych przed rokiem 1989 warto wymienić m.in. prace dotyczące nazw domów wczasowych, willi i pensjonatów (Bąba 1969; Kosyl 1981; Wajda 1973), karczm (Klisiewicz 1986) i lokali gastronomicznych (Breza 1988). Współcześnie opracowywane są m.in. nazwy lokali gastronomicznych (Afeltowicz 2000; Biolik 2011), sklepów (Rzetelska-Feleszko 1994, 1998), aptek (Rutkiewicz 2000; Seiffert 2005), pensjonatów (Gaczyńska-Piwowska 2005), a także różnych firm bez rozróżniania (Przybylska 1992; Kornaszewski 1994; Siwiec 2012).

W literaturze napotyka się opinię, że nazwy przedsiębiorstw takich, jak apteki, lokale gastronomiczne, pensjonaty należy rozpatrywać w ramach toponimii, biorąc za podstawę kryterium stałości związku obiektu z przestrzenią zamieszkaną przez ludzi (Kosyl 1981; Breza 1998). Niemniej jednak w wielu opracowaniach nazwy aptek, sklepów, pensjonatów i domów wczasowych traktowane są jako chrematonimy, a nie mikrotoponimy. Wśród najnowszych publikacji warto przytoczyć studium chrematonimów Artura Gałkowskiego (2011), w którym autor opiera się na szerokiej kulturowej definicji chrematonimii i formule użytkowości językowej. Chrematonimami użytkowymi autor nazywa:

wszystkie nazwy własne, będące niejako językowym dowodem ludzkiej aktywności w różnych obszarach kulturowych życia publicznego: przestrzeni społecznej, gospodarczej, kulturalnej, artystycznej, ludycznej, edukacyjnej, naukowej, technicznej, religijnej [...]. Przestrzenie te w każdym rozwiniętym kraju świata przepełnione są nazwami obiektów, organizacji, instytucji oraz przedsięwzięć, które sterują różnymi aspektami funkcjonowania człowieka w „nowoczesnej cywilizacji” (Gałkowski 2011: 51).

Nazwy obiektów turystycznych, np. pensjonatów, ośrodków narciarskich, lokali gastronomicznych mają bezpośredni związek z działalnością człowieka i należą do chrematonimii użytkowej. W tej grupie onimów mieszczą się także wszelkiego rodzaju przedsięwzięcia w przestrzeni turystycznej, np. szlaki tematyczne, imprezy kulturalne, przedstawienia, festyny.

Oficjalna nazwa firmy jest zwykle strukturą złożoną z wielu składników, np. *Stacja narciarska „Kaniówka” Dziubas Władysław Wodziak Stanisław spółka jawna*. Integralną częścią większości chrematonimów jest krótka nazwa, będąca symbolem firmy, zwana firmonimem, także idionimem lub makronimem, np. *Halny, Rysy, U Chramca*. W opracowaniach nazw firmowych zwykle brane są pod uwagę tylko same firmonimy, rzadziej omawiane są pełne nazwy przedsiębiorstw (Biolik 2011). Dla badaczy onimów istotnym problemem metodologicznym jest określenie tego, co jest rzeczywistą nazwą własną, a co grupą deskrypcyjną. Jednoznaczna opinia na ten temat jest trudna do ustalenia w wielu określeniach. Jak wspomniałam powyżej, problem ten dotyczy także nazw obiektów turystycznych. Dyskusyjną sprawą jest to, czy samo określenie typu: *Pokoje Gościnne, Wyciąg Narciarski* pełni rolę nazwy właściwej obiektu, czy jest to tylko nazwa pospolita określająca przynależność obiektu do typu obiektów noclegowych. Niejednoznaczne są także nazwy typu: *Pokoje u Bronka, Wyciąg u Andrzeja*, w których wyrazy: *pokoje, wyciąg* mogą być

grupą deskrypcyjną lub elementem nazwy własnej. Jak wspomniałam we wstępie, celem artykułu jest pokazanie głównych tendencji w sposobach nazywania infrastruktury turystycznej, więc brane są pod uwagę wszystkie zarejestrowane w materiale nazwy. Uwzględnia się także konstrukcje z różnorodną grafia i odmiennymi sposobami nazywania tego samego obiektu, traktując je jako oryginalne nazwy.

Najczęstsze modele strukturalne nazw obiektów turystycznych

Nazwy obiektów turystycznych zawierają najczęściej kilka elementów: informację o typie obiektu, nazwę własną obiektu, czyli logonim oraz niekiedy imię i nazwisko właściciela. Sporadycznie występuje dodatkowa deskrypcja wskazująca na miejsce działalności lub podmiot działalności. Elementy nazwy występują zwykle w następującej kolejności: typ obiektu + nazwa własna + antroponim + (dodatkowa deskrypcja). Sporadycznie kolejność składników jest inna, np. nazwa własna + typ obiektu. Oprócz tego występują także struktury jednoskładnikowe, będące zwykle określeniem typu obiektu lub tylko nazwą własną.

Najpopularniejszym modelem strukturalnym są nazwy składające się z dwóch składników: nazwy typu obiektu oraz nazwy własnej. Konstrukcje te są najczęściej nazwami miejsc noclegowych, np. *Dom Gościnny Gawra*, *Hotel Liptakówka*, *Noclegi Sabałówka*, *Pensjonat Burkaty*, *Willa Maciejówka*. Sporadycznie występuje dodatkowa deskrypcja w postaci nazwy miejscowości lub imienia i nazwiska właściciela, np. *Dom Wypoczynkowy Morskie Oko – Bukowina Tatrzańska*, *Dom Wypoczynkowy Dawid – Anna i Ryszard Gut*. Model ten realizowany jest także w nazwach ośrodków i wyciągów narciarskich, np. *Ośrodek Narciarski Bania*, *Stacja Narciarska Grapa-Litwinka*, *Wyciąg Narciarski Halny*, *Wyciąg Narciarski Ufo*, szkółek narciarskich, np. *Szkoła Narciarska Białka Ski*, *Szkoła Narciarska Stok* oraz lokali gastronomicznych, np. *Herbaciarnia Pod Żółtą Łyżką*, *Karczma Litworowy Staw*, *Karczma Szarotka*, *Kawiarnia Stożek*, *Restauracja Toporów*. W nazwach dwuskładnikowych wyodrębnia się grupa konstrukcji, w których zamiast nazwy własnej występuje antroponim, np. *Dom Gościnny Katarzyna Bryjak*, *Pokoje Helena i Andrzej Gąsienica*.

Na szyldach obiektów noclegowych często zamieszczane są tylko nazwy wskazujące na typ obiektu, np. *Agroturystyka*, *Domki do wynajęcia*, *Kwatery prywatne*, *Noclegi*, *Pokoje*, *Pokoje gościnne* lub sam logonim, np. *Ceprówka*, *Hawrań*, *Julia*. Jednoskładnikowymi nazwami własnymi określane są także zwykle małe wyciągi orczykowe, np. *Borówka*, *Kubuś*, *Niedźwiadek*, *Wierchowy*. Na domach oferujących miejsca noclegowe zdarzają się także tylko same imiona i nazwiska właścicieli, bez dodatkowych szczegółów, dotyczących typu i nazwy obiektu, np. *Anna Fudala*, *Zofia i Józef Czernikowie*.

Model zawierający 3 składniki: nazwę typu obiektu, logonim oraz antroponim występuje głównie na ulotkach reklamowych i stronach internetowych, np. *Dom Wypoczynkowy Dolina Białki Halina i Mariusz Korkosz*, *Pod Strzechą Wynajem Pokoi – Anna Nowobilska*, *Wyciąg Narciarski Horników Wierch Remiasz Franciszek*.

Kultura i gwara podhalańska

W ofercie turystycznej często wykorzystuje się nazwy związane z regionem tatrzańskim, np. *bacha, gazda, parzenica, watra, wierch*. Wiele domów wypoczynkowych, willi i pokojów gościnnych nosi charakterystyczne nazwy typu: *Gazda, Grań, Harnaś, Koliba, Parzenica, Pod Ciupagą, Turnia, U Juhasa, Watra*.

Wyodrębniającą się grupę tworzą nazwy toponimiczne, będące określeniami górskich szczytów, np. *Czerwone Wierchy, Rysy, Hawrań, Krywań, Łomnica*, jezior, np. *Morskie Oko*, miejscowości, np. *Brzegi, Bukovina* lub miejsc, np. *Dolina Białki, Kaniówka, Na Olczańskim Wierchu, Na Rusińskim, Rusiński, Podhalanka, Pod Kotelnicą*. Integracja z miejscem, w którym dany obiekt się znajduje podkreślana jest szczególnie w nazewnictwie dużych obiektów, np. ośrodków narciarskich i basenów termalnych. Zwykle jest to nazwa miejscowości, np. *Termy Bukovina, Terma Białka, Jurgów-SKI*, niekiedy część wsi, np. *Kaniówka* lub nazwy terenowe, np. *Grapa-Litwinka, Kotelnica Białczańska, Koziniec, Olczań-SKI, Rusiń-SKI, Wysoki Wierch*.

Przynależność do regionu sugerują także często występujące w nazwach przymiotniki, np. *Białczański Dworek, Bukowiańska² Ostoja, Bukowiański Dworek, Dworek Spiski, Gościniec Tatrzański, Spiski Dworek, Tatrzański Bartnik*.

Mianami obiektów są nazwy odantroponimiczne, będące charakterystycznymi na tym terenie formami imion, np. *Jędrus, Maryna* lub nazwiskami, przydomkami właścicieli obiektów, np. *Burkaty, Dziubas, Siuster, Stasiki*. Bardzo dużo nazw ma formę z przyimkiem *u*, np. *U Gąsienicy, U Kuruca, U Leśnego, U Rusina*. Dość często tworzone są formy z zakończeniem *-ówka*, odnoszącym się do nazwiska lub przydomka właścicieli, np. *Chowańcówka, Gałajdówka, Sabałówka*.

Ważnym tworzywem wykorzystywanym w ofercie turystycznej jest lokalna gwara. Po formy gwarowe sięgają właściciele pensjonatów, nadając swoim obiektom typowo gwarowe miana, np. *Jedlo, Na Brzyzku, Na Grapie, Na Wierchu, Pod Grapom, Pod Smyrekami, Siumno, Skorusa, Smyrecek, Śleboda* lub zachowując cechy fonetyczne w określeniach, np. *Biało Izba, Grzešno Chata, Góralsko Izba, Karcma Pod Stancyjom, Karcma U Miescorza, Restauracja Góralski Zwyk, Restauracja Pod Miedzom, U Malorza, U Staska, Zbójnicko Grota*. W terminach bukowiańskich gwarowe określenia basenów wprowadzają w atmosferę górskich stawów: *Banior Basisty, Bulgotnik, Corny Staw, Cepersko Płań, Zochylina*.

Gwarowe wyrazy zawarte są w nazwach imprez kulturalnych organizowanych dla turystów, np. *Festiwal Moskola* (piknik gastronomiczny), *Nocna Ścigacka* (bieg narciarski stylem klasycznym na 10 km), *Kosor – próba Juhasicka na dojenie owiec* (zawody dojenia owiec), *Labirynt Maryny, Pucynie Łoscypka* (zawody robienia oscypków), *Ceprostrada – tor przeszkód*.

W Domu Ludowym w Bukowinie Tatrzańskiej wystawiane są zaadaptowane do realiów i gwary podhalańskiej sztuki Fredry: *Gwołtu, co sie nie robi (Gwałtu, rety co się dzieje)*, *Baby i deztererzy (Damy i Huzary)* oraz Moliera: *Lykorz mimo włosnyj wóle (Lekarz mimo woli)*. Przedstawienia z udziałem góralskich aktorów cieszą się od lat ogromnym zainteresowaniem.

² Forma przymiotnika *bukowiański* utworzona najprawdopodobniej pod wpływem nazw mieszkańców: *bukowianin, bukowianka* (Grzenia 2002).

Do kultury Podtatrza nawiązują nazwy organizowanych na terenie gminy imprez i festynów, np. *Sabałowe Bajania, Góralski Karnawał, Festyn Białczański, Tatrzańskie Wici, Dzień Polowaca, Małe Bajania, Brzegowskie Nucicki, Posiady Góralskie, Festyn Bacowski*, a także tematycznych szlaków turystycznych, np. *Szlak Architektury Drewnianej, Szlak Dziedzictwa Kulturowego Podtatrza, Szlak Oscypkowy, Szlak Zbójników Karpackich, Transgraniczny Trakt Tradycji*.

Elementy nowe, zapożyczone

Nowo powstające nazwy obiektów turystycznych często nawiązują do konstrukcji powszechnie stosowanych w branży turystycznej na świecie, wykorzystując całe angielskie określenia lub poszczególne elementy, np. *Cafe Bar Irys, RhSport Wypożyczalnia, Szkoła Narciarska Ptak-Team, Szkoła Narciarstwa i Snowboardu Funschool, Wyciąg Narciarski Stanley, Aparthotel Delta Białka, Villa 307 Spisz Resort, Hotel Zawrat Ski Resort&Spa, Willa Siuster Comfort, Pensjonat Silverton, Willa Highland*. W nazwach rodzimych stosuje się zabiegi zastępowania liter: w przez *v*, np. *Hotel Bukovina, Restauracja Novobilski, Villa Magnolia, Vanilia, Vera Pokoje Gościnne*, *k* przez *c*, np. *Hotel Carlina, Willa Siuster Comfort*.

Wyróżniającym się elementem w nowych nazwach jest angielski rzeczownik *ski* (narty). Nazwy z członem *ski* mają różnorodną grafikę. Człon *ski* pisany jest łącznie z pierwszym członem, często poprzedzany łącznikiem lub oddzielnie, zwykle wielką literą. Formy z elementem *ski* występują głównie w nazwach ośrodków narciarskich, wyciągów, szkół narciarskich, wypożyczalni, sklepów i serwisów narciarskich, np. *Białka Ski, FunSki, GrapaSki, JurgówSKI, Kaniówka Ski, SkiArt, Ski-bus, Ski-Serpent, SKI-PLUS, TatrySki, Waluś-Ski*. Występują także nazwy noclegowe z tym elementem, np. *Apartamenty Rabiań-Ski, Thermal@Ski Bania, Hotel Zawrat Ski Resort&Spa*.

Sporadycznie w nazwach obiektów sięga się do innych języków, np. włoskiego: *Kuchnia Italiana Ristorante Italiano, Montenero, Restauracja Fresco, Willa Toscana*. Jak widać, są to nazwy przeniesione bezpośrednio z języka obcego. Nieco inny status ma nazwa *Hacjenda*, od dawna zapożyczona z języka hiszpańskiego.

W języku ofert turystycznych zauważa się dość częste wykorzystywanie określeń zapożyczonych głównie z języka angielskiego. W opisach udogodnień dla narciarzy znajduje się nazwy typu: *babylift, free ski, ratrak, ratrakowany, skibusy, snowboarding, snowtubing*. W kąpieliskach termalnych nazwy niektórych pomieszczeń określane są jako: *aqua spa, strefa relaksu, strefa Vip*. W informatorze dla osób korzystających z sauny pojawia się wiele określeń pochodzących od powszechnie znanego leksemu *sauna*, ale dotąd nienotowanych przez słowniki języka polskiego, np. *saunarium, saunamajster, saunamistrz, saunować, saunowanie, saunowicz, saunowy*. Ponadto kąpielisko oferuje imprezę o nazwie *Open Sauna Night*.

Podsumowanie

Kreowanie atrakcyjnej przestrzeni turystycznej w gminie tatrzańskiej jest procesem łączącym globalne tendencje z lokalnymi uwarunkowaniami, oryginalną przyrodą i tradycyjną kulturą. Połączenie tych dwóch działań w jednej przestrzeni geograficznej powoduje swoistą mieszankę kulturową i językową. Z jednej strony

mamy wybrane i zmodyfikowane na potrzeby komercji elementy tradycyjnej kultury, w literaturze określane jako folklor wtórny lub folklorizm, a z drugiej – obce, głównie angielskojęzyczne elementy. Wpływa to na tworzenie się specyficznego kodu językowego, społecznego wariantu języka, który można określić jako język turystyki lub socjolekt turystyczny. Specyfika tego kodu najbardziej widoczna jest w nazewnictwie obiektów turystycznych, a także języku informatorów turystycznych i reklamy. Częstym zabiegiem marketingowym jest wykorzystanie tradycyjnej gwary w ofertach turystycznych. Powszechne nazwy górskich szczytów, miejsc oraz kultury materialnej i niematerialnej funkcjonują jako neosemantyzmy.

Bibliografia

- Afeltowicz B., 2000, *Nazwy lokali gastronomicznych w Szczecinie*, [w:] *Onomastyka polska a nowe kierunki językoznawcze: zbiór artykułów naukowych*, red. M. Czachorowska, Ł.M. Szewczyk, Bydgoszcz, s. 195–210.
- Bąba S., 1969, *O imionach domów wczasowych*, „Pomorze” nr 21, s. 9.
- Biolik M., 2011, *Modele strukturalne nazw własnych przedsiębiorstw i lokali branży gastronomicznej w województwie warmińsko-mazurskim*, [w:] *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, red. M. Biolik, J. Duma, Olsztyn, s. 59–78.
- Breza E., 1988, *Nazwy lokali gastronomicznych w obecnym województwie gdańskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego, Prace Językoznawcze” 14, s. 115–123.
- Breza E., 1998, *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonimy)*, [w:] *Polskie nazwy własne. Encyklopedia: zbiór naukowych artykułów*, red. E. Rzetelska-Feleszko, Warszawa–Kraków, s. 334–361.
- Dawidziak-Kładoczna M., 2010, *Chata tylko dla ciebie, czyli o strategiach reklamowych w nazwach obiektów noclegowych*, [w:] *Nazwy własne a społeczeństwo*, red. R. Łobodzińska, t. II, Łask, s. 311–322.
- Gaczyńska-Piwowska H., 2005, *Nazwy pensjonatów i domów wczasowych w Karkonoszach*, [w:] *Z najnowszych tendencji w polskim nazewnictwie*, red. R. Łobodzińska, Łask, s. 99–07.
- Gałkowski A., 2011, *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej*, Łódź.
- Grzenia J., 2002, *Słownik nazw własnych*, Warszawa.
- Klisiewicz E., 1986, *Nazwy karczem w Tarnopolszczyźnie*, „Rocznik Naukowo-Dydaktyczny WSP w Krakowie” 104, Prace Językoznawcze 5, s. 177–187.
- Komorowska K., 2003, *Turystyka a społeczności lokalne – przykład tatrzański*, „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 3(13), s. 79–89.
- Kornaszewski M., 1994, *Hybrydalne nazwy poznańskich przedsiębiorstw*, „Poznańskie Studia Polonistyczne”, Seria Językoznawcza 1/21, s. 85–91.
- Kosyl Cz., 1981, *Z problematyki nazw will, pensjonatów i domów wczasowych*, „Onomastica” 26, s. 103–118.
- Myga-Piątek U., 2011, *Genius loci Podhala i Tatr. Rola w kształtowaniu atrakcyjności turystycznej*, „Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego” 15, s. 259–278.
- Przybylska R., 1992, *O współczesnych nazwach firm*, „Język Polski” 72, s. 138–150.
- Rutkiewicz M., 2000, *Semantyka nazw poznańskich aptek*, „Język Polski” 79, s. 185–196.

- Rzetelska-Feleszko E., 1994, *Najnowsze nazwy sklepów*, [w:] *Uwarunkowania i przyczyny zmian językowych*, red. E. Wrocławska, „Język na pograniczach” 11, Warszawa, s. 133–142.
- Rzetelska-Feleszko E., 1998, *Obecne nazwy firmowe w Polsce i w Europie*, „Onomastica” 43, s. 267–281.
- Seiffert I., 2005, *Nazwy wrocławskich aptek – przeszłość i współczesność*, [w:] *Z najnowszych tendencji w polskim nazewnictwie*, red. R. Łobodzińska, Łask, s. 83–98.
- Siwiec A., 2012, *Nazwy własne obiektów handlowo-usługowych w przestrzeni miasta*, Lublin.
- Wajda L., 1973, *Nazwy will w Zakopanem*, „Rocznik Naukowo-Dydaktyczny WSP w Krakowie, Prace Językoznawcze” 2, s. 179–189.

Netografia

- Bukowina Tatrzańska – serwis informacyjny i noclegowy*, <http://www.bukowinatatrzańska.pl/> (dostęp: 08.05.2017).
- Czas na Białkę*, <http://www.czasnabialke.pl/> (dostęp: 08.05.2017).
- Noclegi – kwatery, hotele, pensjonaty, apartamenty*, <http://www.nocowanie.pl/> (dostęp: 20.05.2017).
- Noclegi – tanie noclegi nad morzem, w górach*, <https://e-turysta.net/> (dostęp: 20.05.2017).
- Tatry-SKI*, <http://tatryski.pl/> (dostęp: 18.05.2017).
- Urząd Gminy Bukowina Tatrzańska*, <http://ugbukowinatatrzańska.pl/index.php> (dostęp: 08.05.2017).

Tradition and modernity in the linguistic creation of tourist space example of the Tatra commune

Abstract

The article describes ways of naming of the tourist infrastructure created in the XXI century in the Tatra commune.

The material basis are own research on the Tatra commune, as well as information from websites and the brochures of tourist facilities and studies of the literature dedicated to the issue of tourism.

Creating an attractive environment for tourists in the country gives rise to a new *genius loci*. Elements of traditional culture are used as tourist products. An important material of the tourist offer is dialect. The new situation on the rural area effects on the formation and development of the tourism sociolect.