

ZAMIAST TOASTU KILKA UWAG O BUŁGARSKIM WINIE

Słowa tematyczne: onomastyka kulturowa, bułgarskie wino i winorośl, bułgarskie toponimy i enonimy

1. WPROWADZENIE

Za ojczyznę wina uważa się tereny Kaukazu: Armenię, Gruzję, Azerbejdżan, zbocza Araratu, dolinę rzeki Araks (uprawy winorośli datowane są tam na ok. 6000 lat p.n.e.), następnie przewędrowało ono do Turkmenii, Mezopotamii, Fenicji, Egiptu, Azji Mniejszej, na Kretę i Cypr oraz do Tracji i północnej Grecji (ok. 3000 lat p.n.e.), dalej — na Sycylię i do południowej Italii (ok. 1000 lat p.n.e.) (Kowalski, 1989, s. 9). Znaczenie wina dla Europy i jej kultury odkryli starożytni Grecy i Rzymianie oraz chrześcijaństwo.

Winorośl i wino na terenie dzisiejszej Bułgarii pojawiają się już od starożytności. Zнали je Trakowie, a w okresie panowania Imperium Rzymskiego uprawa winorośli rozwinęła się tu na dużą skalę. Winnice zakładano w pobliżu spławnych rzek (np. wzdłuż Maricy) i w pobliżu starożytnych portów nad Morzem Czarnym, co ułatwiało transport produktów. Tradycję uprawy winorośli na ziemiach współczesnej Bułgarii potwierdza ustawa rolna z VIII w., przetłumaczona później na język słowiański (Georgiewa-Okoń, 2001, s. 234). Z IX w. pochodzi pierwszy zbiór dekretów wprowadzony przez władcę bułgarskiego chana Kruma (803–814), który przewidywał m.in. karę zniszczenia winnicy za pijaństwo (Dymitrow, 1986, s. 72). W okresie drugiego carstwa bułgarskiego (1185–1396) uprawa winorośli stała się priorytetem w państwie; prowadzono ożywiony handel winem z Dubrownikiem, Wenecją i Genuą. Na rozwój uprawy winorośli i winiarstwa znaczny wpływ miały prawosławne monastyny, które potrzebowały dobrego wina do celów kultowych, podobnie jak klasztory katolickie, np. cystersi w zachodniej Europie (por. Georgiewa-Okoń, 2001, s. 237). Okupacja turecka (XIV–XIX w.) nie sprzyjała winiar-

stwu¹, a odzyskanie niepodległości nie wskrzesiło go, gdyż w całej Europie uprawy winorośli zniszczyła inwazja mszycy (filoksery wińca). Rozwój bułgarskiego winiarstwa przypada dopiero na okres międzywojenny. Po drugiej wojnie światowej wszystkie winnice znacjonalizowano, ale przemysł winiarski rozwijał się prężnie, choć produkty znajdowały nabywców głównie w krajach „demokracji ludowej”. Stąd też znaczna popularność bułgarskiego wina w Polsce w tym czasie². Obecnie, jak to określił dziennikarz „Czasu Wina”, bułgarskie winiarstwo powstaje „jak feniks z popiołów”³, uprawa winorośli występuje na terenie całego kraju, a produkcja wina odbywa się w pięciu głównych regionach: w Dolinie Strumy, na Równinie Dunajskiej, w Dolinie Róż, w okolicach miasta Stara Zagora i Jamboł oraz wzdłuż wybrzeża Morza Czarnego.

Przedmiotem niniejszego artykułu są bułgarskie toponimy związane z winem i winoroślą oraz nazwy współczesnych win bułgarskich (w wyborze). Postaram się pokazać, co z wielowiekowej tradycji uprawy winorośli i produkcji wina zostało utrwalone w bułgarskiej toponimii, oraz zwrócić uwagę na najbardziej charakterystyczne elementy obecne w nazwach współczesnych bułgarskich win, czyli w enonimii⁴. Podobnej tematyki dotyczą artykuły Eleny Iwanowej (Ivanova, 2002) oraz Krasimiry Kolewej (Koleva, 2002, 2005); od ich opublikowania upłynęło jednak kilkanaście lat, mam więc nadzieję, że obserwacje poczynione z polskiej perspektywy i na nieco innym materiale wzbogacą rozważania badaczek bułgarskich. Analizy materiału onimicznego dokonuję w ujęciu językoznawczo-kulturowym z wykorzystaniem instrumentarium onomastycznego, także tekstologicznego. Materiał moich badań są dwa typy onimów różne gatunkowo i funkcyjnie: toponimy i chrematonimy, które zostaną potraktowane jako teksty onimiczne. Pierwsze reprezentują teksty historyczne, użytkowe, neutralne o dominującej funkcji identyfikacyjnej, drugie — teksty synchroniczne, reklamowe, o funkcji perswazyjnej. Teksty marketingowe, oprócz funkcji identyfikacyjnej, mają za zadanie przyciągnąć potencjalnego nabywcę, ich kreatorzy są wyposażeni w wiedzę językową i pozajęzykową (głównie z zakresu teorii reklamy), która pomaga w procesie tworzenia tego typu nazw (por. Rutkiewicz-Hanczewska, 2013, s. 79, 206, 215, 228, 264–265, 366).

¹ Panowanie Turków oznaczało załamanie się uprawy winorośli i produkcji wina, gdyż prawo koraniczne tego napoju nie tolerowało.

² W Polsce przez wieki pijało przede wszystkim wina węgierskie (węgryzyny, tokaje, madziary), a także hiszpańskie, włoskie, greckie i oczywiście francuskie, por. Dias-Lewandowska, 2014, s. 37–46.

³ A. Boruta, b.d., <http://czaswina.pl/arttykul/feniks-z-popiolow>.

⁴ Por. grec. *oinos* ‘wino’.

2. BULGARSKIE TOPONIMY — MIĘDZY *WINISZTE* I *WECHTITE ŁOZJA*

Toponimy, oprócz pełnienia prymarnej funkcji identyfikacyjnej, tworzą także swoiste archiwum kulturowe, w którym można odszukać ślady przeszłości. Spróbuję pokazać je na przykładzie bułgarskich nazw miejscowych i terenowych związanych z ap. *wino* i *loza* ‘winorośl’⁵. W tekstach toponimicznych *wino* (jako wyraz motywujący) pozostaje na drugim planie w porównaniu z ap. *loza*⁶. Leksem *wino*, a właściwie tylko jego derywaty, oraz apelatyw osobowy *winar* ‘winiarz’ odnajdujemy w podstawach zaledwie kilkunastu toponimów. Te dwa gniazda onimizacyjne nie są zresztą zbyt rozbudowane. Spotykamy tu toponimy powstałe w procesie onimizacji przez przeniesienie do klasy nazw własnych „gotowych” apelatywów (przymiotników, rzeczowników): *Winow* (: *winow* ‘związany z winem’), *Winica*, *Winowgrad*, *Winograd*, *Winogradi* (: *winowgrad* ‘winnica’); derywaty sufiksalne: *Winewo*, *Winiszte*, *Winiszta*, *Winogradiszte*, *Winogradec*, także od apelatywów osobowych: *Winarowo* (: *winar* ‘winiarz’), *Winarsko*, oraz zestawienia z członami przymiotnikowymi: *Winen doł*, *Winenski doł*, *Wininski doł* (: *doł* ‘dół, dolina’). Wśród zestawień zwracają uwagę nazwy traktów, dróg (tzw. hodonimy): *Winarskijat pyt*, *Winarski pyt* (: *pyt* ‘droga’), *Winarskijat prjachod* (: *prjachod* ‘przejście’), nazwy źródeł wody: *Winow punar* (: dial. *bunar* ‘studnia’). Dziwi tak nikłe występowanie ap. *wino* w toponimii kraju, w którym jest i było ono wszechobecne, zwłaszcza w porównaniu z Polską, gdzie w samej Wielkopolsce można znaleźć więcej toponimów o tej podstawie⁷ niż w całej Bułgarii. Nazewnictwo

⁵ Materiał toponimiczny pochodzi z monografii opublikowanych w latach 2009–2011 przez Centrum Onomastyki Bułgarskiej przy Uniwersytecie w Wielkim Tyrnowie: N. B e č e v a, Mestnite imena v Ivajlovgradsko (2010); K. C a n k o v, Mestnite imena v Nikopolsko (2010); N. I v a n o v a, Mestnite imena v Lukovitsko (2009); R. K o k a l i č e v a, Mestnite imena v Harmanlijsko (2011); N. K o v a č e v, R. K o v a č e v a - C v e t a n o v a, Mestnite imena v Belensko (2009); D. L a l č e v, Mestnite imena v Topolovgradsko (2010); L. M i n e v a - K o v a č e v a, Mestnite imena v Rusensko (2009); A. P e t k o v a, Mestnite imena v Plevensko (2010); E. P ъ r v a n o v a - G r ’ o š e l, Toponimiata na Karlovsko (2011); S. R a j č e v s k i, Mestnite imena v Malkotŕpnovsko (2012); B. S i m e o n o v, E. I v a n o v a, Toponimiata na Pliskovsko-Madarski region (2010); V. V e l e v, Mestnite imena v Bresniško (2009); V. V e l e v, Mestnite imena v Perniško (2010). Konfrontowany jest on z nazwami zawartymi w artykule E. I w a n o w e j (Ivanova, 2002).

⁶ Podobne wnioski przedstawia na podstawie materiału z wcześniej opublikowanych monografii toponomastycznych E. I w a n o v a (Ivanova, 2002, s. 290). Wszystkie bułgarskie apelatwy i toponimy podawane są w transkrypcji z alfabetu cyrylicznego według zasad zawartych w „Wielkim słowniku ortograficznym PWN”.

⁷ Mapę polskich toponimów z podstawą *wino* zamieszcza W. K o w a l s k i (1989). Mają one w większości średniowieczną dokumentację i związane są z organizacją gospodarczą monarchii piastowskiej, której elementem była ludność służebna. Winnice obsługiwali *winiarze*, osadzeni we wsiach zwanych od nich: *Winiary*, *Winary*, *Winniki*. Toponimy typu *Winiary*, *Winnica* i *Winna Góra* omawiają także w krótkim artykule Z. i K. Z i e r h f f e r o w i e (2008).

bułgarskie w ciągu wieków ulegało jednak wielu zmianom, było w różny sposób adaptowane i zmieniane przez różne etnosy żyjące na tych ziemiach, w tym Turków, którzy zajęli Bałkany w XV w. (por. Dimitrova-Todorova, 2011, s. 97). Wydaje się jednak, że oprócz przyczyn pozajęzykowych znaczenie miało upowszechnienie się w języku bułgarskim słowiańskiego apelatywu *loza*⁸ w znaczeniu 'winorośl'. W planie apelatywnej leksyki bułgarskiej nastąpił więc wyraźny rozdział między winoroślą i jej uprawą a winem i jego produkcją⁹.

Apelatyw *loza*, (pl.) -i 'winorośl', *loze*, (pl.) *lozja* 'winnica' oraz *lozar* 'hodowca winorośli', wraz z derywatami, pojawia się w podstawach około 150 bułgarskich toponimów i tworzy dość rozbudowane gniazdo onimiczne. Niektóre spośród nich charakteryzują się tzw. polireferencjalnością, np. nazwa *Łozjata* oznacza około 50 różnych obiektów, położonych w różnych regionach Bułgarii, podobnie *Starite lozja*¹⁰. Jak stwierdza E. Iwanowa, w regionach, gdzie uprawia się winorośl, nie ma miejscowości, w której nie funkcjonowałyby taka nazwa terenowa (por. Ivanova, 2001, s. 288). Ta powtarzalność świadczy o podobnej percepcji rzeczywistości, ale także o tym, iż w postrzeganiu otaczającej przestrzeni i procesach onimizacyjnych dużą rolę odgrywały charakterystyczne elementy krajobrazu, którymi były winnice. Inne toponimy z tą podstawą to: *Łoza*, *Łozata*, *Łoz'e*, *Łoz'eto*, *Łozite*, *Łozetata*, *Łozica*, *Łoznicata* (: *loznica* 'winorośl rozpięta na podpórkach'), *Łoziszata* (: *loziszte* 'miejsce, gdzie była winorośl'), *Łozinaka* (: *lozinak* 'sadzonka winorośli'), *Łozeniszteto* (: *lozeniszte* 'miejsce z winoroślą'). W tej grupie onimów zwracają również uwagę nazwy dróg, którymi transportowano winogrona: *Łozenski pyt*, *Łozenskija pyt*, *Łozarski pyt*, *Łozarskija pyt* oraz nazwy źródeł wody potrzebnej do uprawy: *Łozowi bunar*, *Łozowata cieszma* (: *czeszma* 'studnia'), *Łozarskata cieszmiczka*, *Łozow kladenec* (: *kladeneč* 'studnia, źródło'). W zestawieniach utrwalone zostały, oprócz elementów krajobrazu naturalnego i kulturowego związanego z winoroślą, winnicami, apelatywnymi określeniami hodowców winorośli, także imiona, nazwiska właścicieli winnic, np.: *Djado Nikowite lozja*, *Djad Ilczuto loze* (zawierają one wyłącznie pierwiastek męski, co oczywiście związane jest ze strukturą własnościową i sytuacją społeczną kobiet) oraz etnonimy wskazujące, jak się wydaje, na pochodzenie gatunków winorośli, może także na narodowość właścicieli winnic, np.: *Byłgarskite lozja*, *Amerikanskite lozja*, *Gryckite lozja*, *Gryckite lozeta*, *Właszkite*

⁸ Por. psł. **loza* 'giętki pręt, pęd, witka' (Boryś, 2005, s. 303).

⁹ W języku staropolskim *wino* to zarówno roślina i jej owoc 'winne grono, winorośl', jak i produkt fermentacji, a staropolski *winarz* to 'ogrodnik uprawiający winnicę', także 'handlarz winem', 'właściciel winnicy' (Sstp X 229, 233). Ten sam wycinek rzeczywistości bywa odmiennie kategoryzowany leksykalnie w różnych językach.

¹⁰ W ujęciu tekstologicznym ze względu na relację: tekst — referent powtarzalne nazwy tego typu należą do megatekstów jednorodnych, właściwych (Rutkiewicz-Hanczewska, 2013, s. 300).

łoźja oraz *Turski łoźja*, *Turskite łoźja*, *Turskite łoźeta* (por. Ivanova, 2001, s. 287). Wśród compositów dość charakterystyczna jest opozycja onimiczna: *stary* — *nowy*, też *młody*, zdominowana przez zestawienia z członem *Star*, *Wecht* (: *wecht* ‘stary’¹¹) i reprezentowana przez takie nazwy, jak: *Staro łoze*, *Staro łoź’e*, *Staroto łoze*; *Starite łoźja*, *Vetite łoźja*, *Vette łoźja*, *Wechti łoźja*, *Wechtite łoźja*/*Novite łoźja*, *Mładite łoźja*. Nieco mniejszą frekwencję mają nazwy opozycyjne z członami od przym. *dolny* — *górnny*: *Dolnoto łoze*, *Dolni łoźja*, *Dolnite łoźja*/*Gornite łoźja*, *Gornite łoźja*, oraz *duży* — *mały*, np.: *Goljamata łoza*, *Golemoto łoź’e*, *Golemite łoza*, *Goljamite łoźja*/*Malkata łoza*.

Teksty toponimiczne kumulują głównie informacje o miejscu uprawy winorośli, punktach czerpania wody potrzebnej do jej uprawy, ludziach, którzy zajmują się uprawą i przetwarzaniem winogron, właścicielach winnic, drogach, którymi transportuje się winogrona i wino, oraz o rodzajach i gatunkach winorośli. Ujawniają również binarną kategoryzację przestrzeni, przejawiającą się w opozycjach typu: *stary* — *nowy*, *dolny* — *górnny*, *duży* — *mały*, częstą w toponimach.

3. BULGARSKIE ENONIMY — HISTORICA KONTRA PIXELS

Enonimy, czyli nazwy win¹², należą w nomenklaturze onomastycznej do chrematonimów, czyli nazw produktów. Jak podkreślają badacze onomaści, chrematonimy stanowią kategorię nieprototypową, w której panuje chaos, i każdorazowo trzeba arbitralnie rozstrzygać, co jest nazwą, a co nią nie jest, gdzie kończy się nazwa, a zaczyna tekst apelatywny. Nazwy win to teksty wielopoziomowe¹³, rozbudowane, składające się z elementów nierównorzędnych, tzw. linkteksty (por. Rutkiewicz-Hanczewska, 2013, s. 324), zróżnicowane pod względem struktury, zawierające: nazwę producenta, nazwę wina lub serii (linii) win, nazwę szczepu winorośli, rocznik zbiorów. Wyróżnikami są również: barwa wina (białe, czerwone, różowe), zawartość cukru (wytrawne, półwytrawne, półsłodkie, słodkie), elementy jakościowe (stołowe, regionalne, apelacyjne). Nie wszystkie elementy tych struktur są wykorzystywane w nazwie konkretnego produktu, niektóre

¹¹ Por. psł. **vetъxъ* ‘stary’.

¹² O enonimii włoskiej i francuskiej na wybranych przykładach pisze A. Gałkowski w swoim chrematonimicznym studium porównawczym (2011, s. 260–266), a o nazwach win rumuńskich — M. Muntreanu Siserman (2013).

¹³ Takie struktury są charakterystyczne dla firmonimów (por. Skowronek, 2016, s. 104). Nasuwa się tu analogia z nazwami kosmetyków, analizowanymi w szerokim kontekście onomastyczno-socjobiologicznym przez K. Skowronek, która w stosunku do chrematonimów reprezentuje podejście maksymalistyczne i za pełne nazwy uznaje takie teksty onimiczne, jak: *AA Cera Naczynkowa 30+ czy AA Nano Odżywianie 25+* (Skowronek, 2010, s. 437–445).

mogą być redukowane, nie wszystkie też w konkretnych wypadkach, choć użyte, pojawiające się na etykietach, są elementem struktury nazewniczej, np. rocznik czy nazwa gatunkowa szczepu winorośli są raczej rodzajem apelatywnej grupy deskrypcyjnej, mogą jednak także stanowić element nazwy. Prześledźmy modele bułgarskich enonimów na przykładzie czterech serii produktów winiarskich.

Najbardziej znana bułgarska marka wina, dostępna w Polsce od dawna to *Sophia*. Ulubione wino Polaków, najpopularniejsze wino gronowe sprzedawane w naszym kraju, absolutny lider rynku, określane ironicznie przez koneserów wina jako „legenda bez smaku”¹⁴. Nazwa *Sophia* wywodzi się rzekomo od imienia żony dyrektora bułgarskiej firmy produkującej wina, choć K. Kolewa umieszcza ją wśród nazw odtoponimicznych, czyli wiąże z nazwą stolicy Bułgarii (Koleva, 2006, s. 239). Spotykamy kilkanaście rodzajów *Sophii*, produkowanych przez różne firmy: *Sophia Blanc de Blancs*, *Sophia Chardonnay*, *Sophia Riesling*, *Sophia Hemus*, *Sophia Muscat*, *Sophia Misket* (gatunki białe); *Sophia Melnik*, *Sophia Gamza*, *Sophia Cabernet Sauvignon* i *Sophia Merlot* (gatunki czerwone). Marka *Sophia*, jak wynika z powyższego zestawienia, reprezentuje cały wachlarz nazw gatunkowych wywodzących się od nazw szczepów winorośli, gdzie oprócz nazw gatunków francuskich (*blanc de blancs*, *chardonnay*), niemieckich (*riesling*) pojawiają się również typowo bułgarskie: *hemus* (por. grec. *Hemus* ‘Stara Płanina’), *melnik* (por. miasto *Melnik*), *misket* (lokalna krzyżówka odmian muskat i riesling), *muskat*, *gamza/gymza* (bułgarski odpowiednik węgierskiej kadarki). Te elementy gatunkowe można uznać za człony dyferencyjne wieloelementowego enonimu.

Innym przykładem marki wina produkowanej przez różne wytwórnie jest *Tcherga*¹⁵, występująca w wielu wariantach nazewniczych, w których oprócz gatunku szczepu (tu: *cabernet sauvignon*) w nazwach win kupażowych (czyli powstałych z owoców kilku odmian winorośli) pojawiają się angielskie określenia odnoszące się do koloru wina oraz zawartości cukru: *Tcherga Cabernet Sauvignon*, *Tcherga Red Dry*, *Tcherga Red Semi Dry*, *Tcherga Red Semi Sweet*, *Tcherga Rose* (wino różowe wytwarzane w specjalny sposób z winogron szczepu *cabernet sauvignon*), *Tcherga White Dry*, *Tcherga White Semi Dry*.

Dość często, zwłaszcza w nazwach win jakościowych, określenia gatunkowe funkcjonują w połączeniu z nazwą producenta, która staje się marką lub nazwą linii win, np.: *Chateau Karnobat*¹⁶ *Chardonnay*, *Chateau Karnobat Muskat*,

¹⁴ Za: http://less_r.republika.pl/sophia.html

¹⁵ Nazwa *Tcherga* (w bułgarskich enonimach pochodzenia rodzimego stosowana jest transkrypcja międzynarodowa) pochodzi od ap. *czerga* ‘ręcznie tkany wielobarwny kilim, dywanik, inspirowany barwami bułgarskiej przyrody’. Stanowi on motyw kolorowych etykiet i ma oddawać mozaikę różnorodnych smaków i aromatów bułgarskiego wina.

¹⁶ *Karnobat*, to nazwa winiarni (ta od n. m. *Karnobat*), element *Chateau* od franc. *château* ‘pałac, zamek’, nawiązuje do enonimów francuskich.

Chateau Karnobat Traminer (gatunki białe); *Chateau Karnobat Cabernet Sauvignon*, *Chateau Karnobat Merlot*, *Chateau Karnobat Mavrud*, *Chateau Karnobat Merlot & Cabernet Sauvignon*, *Chateau Karnobat Syrah* (gatunki czerwone); *Chateau Karnobat Rosé*. Nazwy gatunkowe są głównie zapośredniczeniami z języka francuskiego, też włoskiego (*traminer*). Typowo bułgarską odmianą winorośli (utrwaloną w nazwie tej serii), uprawianą na terenie tego kraju od dawna, jest *mavrud* (por. grec. *mávros* ‘czarny’), w opinii Bułgarów i koneserów zagranicznych najlepsza czerwona odmiana lokalna¹⁷.

W wielopoziomowych, ustrukturyzowanych tekstach onimicznych pojawiają się także dodatkowe, wykreowane elementy — „nazwy właściwe” o charakterze reklamowym, perswazyjnym nakierowane na odbiorcę, które ewokują różne treści. „W każdym winie, w zależności od gatunku, rocznika, regionu, gleby, żyje niepowtarzalny i nieporównywalny duch wina” (Hamvas, 2001, s. 40), a jego odpowiednikami na płaszczyźnie onimicznej są właśnie „nazwy właściwe”. Przykładem kreatywności w tym zakresie mogą być produkty winiarni Katarzyna Estate¹⁸: *Katarzyna Reserve* (od n. firmy z elementem *reserve* charakteryzującym wino, które dojrzewało dłużej niż inne i ma wyższą jakość); *Chopin* — nazwa serii „muzycznej”, w której skład wchodzi wina kupażowe: *Concerto*, *Nocturne*, *Sonata*; pozostałe mają nazwy francuskie — *Encore* (‘jeszcze’), *La Vérité* (‘prawda’), *Le Voyage* (‘podróż’), *Le Magnifique* (‘wspaniały, wyśmienity’), *Les Amandiers* (‘migdały’), *Les Fleurs* (‘kwiaty’), *La Vie en rose* (‘życie usłane różami’ — nawiązanie do tytułu piosenki Edith Piaf), *La Vie est belle* (‘życie jest piękne’ — tu może także nawiązanie do włoskiego tytułu filmu R. Benigniego), *Les Nuits Blanches* (‘białe noce’), *La Bella* (‘piękna’), *Le Carré d’Or* (‘złoty czworobok’), *Les Cailloux* (‘kamyki’); angielskie *Question Mark* (nazwa serii ze znakiem zapytania na etykiecie), *Junior* (nazwa młodego wina). Najbardziej znaną linią tej firmy na rynku polskim jest *Mezzek*, której nazwa pochodzi od bułgarskiej wsi *Mezek* (sąsiadującej z winnicą), położonej na szerokości geograficznej zbliżonej do francuskiego Bordeaux. Nazewnictwo produktów tej firmy inspirowane jest głównie francuszczyzną i jest to celowe działanie kreatorów nazw, mające zbliżyć bułgarskie wina do win francuskich, win Starego Świata.

Przedmiotem mojego szczególnego zainteresowania są właśnie nazwy właściwe, stworzone dla konkretnej linii czy wina, nie określenia związane z klasy-

¹⁷ W zestawie win bułgarskich dominują wina czerwone, które powszechnie w Bułgarii uważane są za lepsze. Takie wartościowanie pojawia się także w bułgarskich paremiach, np.: *Oü mu, бяло вино, що не си червено!* [Oj, ty białe wino, dlaczego nie jesteś czerwone!]. Wspomina o tym. M. П i e в a w artykule „За виното според българските идиоматиčni izrazi” (w druku).

¹⁸ Właścicielem winiarni jest Polak Krzysztof Tryliński, związany z branżą wódczaną i winiarską, a enologiem Francuzka (<http://life.forbes.pl/polska-winnica-w-bulgarii,artykuly,175975,1,1.html>).

fikacją win, gatunkiem, barwą, zawartością cukru, cechami jakościowymi, choć także one są elementami nazw lub nazwami głównymi.

Prezentowane poniżej nazwy win pochodzą z dwujęzycznego angielsko-bułgarskiego wykazu „Catalogue of Bulgarian Wine 2015” (Katalog na bułgarskoto vino 2015”), sporządzonego przez Cwetę Tanowską i Katię Jonczewą. Katalog zawiera wybór win jakościowych od ponad 160 producentów, które zostały poddane ocenie sommelierów. „Świat wina”, który się wyłania z tego wycinka enonimii bułgarskiej, jest intrygujący, tajemniczy, niekiedy zabawny, pełen wrażeń zmysłowych. Zgromadzone enonimy tworzą wielojęzyczną mozaikę, w której dominują nazwy obce, głównie angielskie i francuskie, nie bułgarskie. Jest to dość istotna różnica i jakościowa, i ilościowa w stosunku do nazw, które funkcjonowały w nazewnictwie bułgarskich win jeszcze 10 lat temu¹⁹. Odkodowane nazwy ukazują kilka głównych motywów, które inspirowały kreatorów: *m i e j - s c e* — jego nazwy własne i historia, topografia, przyroda i jej elementy; *c z ł o w i e k* — jego imię, nazwisko oraz duchowość (bóg, mitologia, religia, wierzenia i ich symbole, uczucia i emocje, sztuka), a także sam wytworzony produkt — *w i n o* i jego cechy.

Między *Terra Antika* a *Black C*

Toponimy stanowiące podstawy motywacyjne nazw win związane są lokalizacyjnie z winnicami i winiarniami, wskazują na pochodzenie produktu — jest to dość charakterystyczna cecha enonimów w ogóle (por. Gałkowski, 2011, s. 260). Nazwami bułgarskich win stają się zlatynizowane lub zanglicyzowane nazwy realnych i wykreowanych regionów historycznych i ziem, np.: *Terra Antika*, *Terra Tangra* (od n. firmy *Terra Tangra*, ta od łac. *terra* ‘ziemia’ i od imienia naczelnego bóstwa Protobułgarów, odpowiednika słowiańskiego Peruna), *Terra Anhialo* (por. grec. *Anhialo*, dziś Pomorie), *Bessa Valley* (od n. firmy, ta od n. trackiego plemienia Bessów); nazwa Morza Czarnego zaszyfrowana w angielskim zapisie *Black C*; inne toponimy, np.: *Burgozone* (od n. firmy, ta od n. rzymskiej fortecy nad Dunajem), *Euxinograde* (zgrecozowana n. miejscowa *Ewksinograd* oraz nazwa pałacu królewskiego w Warnie, gdzie siedzibę ma producent, por. grec. *Euxenos pontos* ‘Morze Czarne’), *Villa Armira* (od n. starożytnej rzymskiej osady koło Iwajłowgradu, który jest siedzibą firmy), *Orbelus* (od n. firmy, ta od trackiej n. gór Piryn), *Strymon* (grec. n. rz. Struma,

¹⁹ K. Kolewa, omawiając metaforyczne nazwy win bułgarskich ze względu na znaczenie, wyróżnia te związane z: cechami samego wina, np.: *Perla*, *Snežanka*, *Trakijsko slynce*, *Mecza Kryw*, *Magareszko mljako*, pochodzeniem, np. *Manastirska izba*. Wśród nich pojawia się tylko kilka o obcej proveniencji: kalka z francuskiego *Wdowa Kliko*, *Stradiwarii* (pisane cyrylicą) oraz *Chateau St. Jean*, *Alexander Valley* (pisane łacinką; por. Kolewa, 2005, s. 240).

w zlewisku Morza Egejskiego), *Côte de Danube* (wino produkowane przez winiarnię położoną nad Dunajem, nazwa nawiązuje do francuskich apelacji typu *Côtes du Rhône*), *Via Diagonalis* (łac. nazwa starożytnego traktu prowadzącego z Belgradu do Konstantynopola), *Castra Rubra* (od n. firmy, ta od nazwy rzymskiego zamku położonego przy *Via Diagonalis*). W nazewnictwie win pojawiają się też często toponimy bułgarskie²⁰ (w transkrypcji łacińskiej), np. *Trakia* oraz *Gorna Trakia* (n. starożytnej krainy położonej między dolnym Dunajem, Morzem Czarnym, Egejskim i rzeką Strumą), *Ibyr* (n. szczytu w pasmie górskim Riła), *Magura* (n. jaskini, położonej koło miasta Bełogradczik). Występują one często w nazwach firm winiarskich, które ponawiane są na nazwy linii win, np.: *Elenowo*, *Kaynardzha*, *Logodaj*, *Marash*, *Rossenovo*, *Targovishte*, *Telish*; *Chateau Kolarowo*, *Chateau Sungurlare*, *Mogilovo Village*, *Domaine Peshtera*, *Villa Yambol*.

Dość charakterystycznym modelem nazewniczym bułgarskich win, zwłaszcza na rynku wewnętrznym, są dwuelementowe enonimy, składające się z przymiotnika odmiejscowego i określenia gatunkowego, np.: *Karlovski Misket* (: n. m. *Karłowo*), *Sandanski Misket* (: n. m. *Sandanski*), *Sungurlarski Misket* (: n. m. *Sungurlare*), *Vrachanski Muscat* (: n. m. *Wracza*)²¹. Do tego modelu nawiązuje także angielska nazwa *Merlot from Haskovo* (: n. m. *Chaskowo*).

Wszystkie toponimy związane są z Bułgarią w jej współczesnych granicach, pojawiają się bardzo wyraźne odwołania do dziedzictwa kulturowego tych terenów, wyrażonego w nazwach lub ich elementach, które nawiązują do tradycji trackiej, greckiej, rzymskiej, także protobułgarskiej oraz bułgarskiej. Ta enonimiczna geografia nie jest przypadkowa i odnosi się głównie do realnych miejsc i ich nazw, choć istniejących w różnych epokach historycznych.

Od *Marbleland* do *Verano Azur*

Wina nierozzerwalnie związane są z tzw. *terroir*, czyli „unikatowym spletem warunków geologicznych i klimatycznych, w których wytwarzany jest dany produkt spożywczy, co nadaje mu ściśle określony i niepowtarzalny charakter”²², stąd obecność motywów związanych z topografią, przyrodą. Od apelatywnych ogólnych określeń miejsc nawiązujących do filozofii winiarstwa pochodzą enonimy: *Terroir*, *Great Terroirs*, *Marbleland*, *No Man's Land* (ang. ‘ziemia niczyja’). Ta ostatnia nazwa powiązana jest ze sloganem reklamowym: „Ничията земя —

²⁰ Nie wszystkie one są rodzimego pochodzenia.

²¹ Dla Bułgarów istotny jest gatunek wina, nie jego nazwa właściwa, i dlatego w komunikacji potocznej używane są nazwy gatunkowe win wraz z nazwą producenta lub określeniem regionu, z którego pochodzą.

²² Za: <http://encyklopedia.rolnicy.com/t/terroir>.

там, където природата е господар!” [Ziemia niczyja — tam, gdzie przyroda jest władca], który jest odwołaniem do modnych produktów typu bio i organic, produkowanych „w zgodzie” z przyrodą. Ten nurt reprezentują także nazwy *BIO*, *Volcano organic*, deskrypcja *Terra Tangra from organic grapes*. Inne miejsca zakodowane w enonimach związane są z górami, skałami (choć tu winorośl nie rośnie), np.: *Butterfly’s Rock* (ang. ‘skała motyla’), *Saxum Nero* (łac. ‘czarna skała’), wzgórzami *Magic on the Hills* (ang. ‘magia na wzgórzach’), *Salty Hills* (ang. ‘słone wzgórze’), *Windy Hills* (ang. ‘wietrzne wzgórze’, por. n. firmy *Chateau Windy Hills*) i dolinami, np. *Horse Valley* (ang. ‘końska dolina’). Wśród motywów topograficznych pojawia się woda, rzeka: *Riverside*, kamienie: *Kamenki*, *Les Cailloux*, *River Stone*; drzewa, rośliny: *Oak Tree*, *Starite Lozya*²³; owoce, które dodawane są do wina: *Dzindzifkite* (‘głożyna, daktyl chiński’, łac. *Ziziphus jujuba*), *Les Amandiers*; kwiaty: *Le Rose*, *Les Fleurs*, *Merendera*, *Roses*; zioła: *Gorchivka*; ptaki: *Kolibri*, *Motley Cock* (ang. ‘pstry, różnobarwny kogut’); ssaki: *Stallion* (ang. ‘ogier’), *Gold Stallion*, *Stallion Classic*, *Young Stallion*, *Stallion Rose*, *White Stallion*²⁴. Występują tu również określenia zjawisk przyrodniczych, np.: *Nimbus* (ang. ‘chmura’), *Kometa*, *Arcobaleno* (wł. ‘tęcza’), *Rainbow Gold* (ang. ‘tęcza’), *Rainbow Diamont*, *Rainbow Silver*, *Rainbow Green*, *Les Nuit Blanches*; żywiołów: *Wind*, *Earth*, *Fire*, *Lava*, *Volcano organic*; pór roku: seria *4 Seasons* — *Spring*, *Summer*, *Autumn*, *Winter* (tu może także nawiązanie „muzyczne” — do kompozycji Vivaldiego), *Violet Spring*, *Verano Azur*. Przyroda jest różnobarwna, „kolorowe” człony dyferencyjne odnoszą się do barwy wina (białe, różowe), skojarzone są z porami roku (wiosna jest fioletowa, a lato błękitne), wnoszą także element wartościujący (złoto, srebro, diament). Zamierzeniem kreatorów, jak się wydaje, było wykazanie pewnej odpowiedniości między enonimiczną topografią, przyrodą, żywiołami, czasem cyklicznym a samym winem. Elementy obce wykorzystane w nazwach są częścią strategii marketingowej bułgarskich firm winiarskich nakierowanej na odbiorców zagranicznych, gdyż 85% produkcji przeznaczona jest na eksport²⁵.

Od Zagreusa do Minkov Brothers

Teonimy (nazwy bóstw) i antroponimy (nazwy osób) stanowią dość popularne tworzywo chrematonimów; tak jest również w wypadku nazw win, w których pojawia się cały wachlarz postaci — od bóstw trackich, greckich i słowiańskich,

²³ Nieprzypadkowo jako nazwy użyto wyrażenia, które jest jednocześnie najczęściej spotykanym bułgarskim toponimem związanym z leksyką „winną”.

²⁴ Motywy konia, koguta, byka, niedźwiedzia (symboli siły, wigoru) często pojawiają się w nazwach win różnych krajów, w tym francuskich.

²⁵ https://pl.wikipedia.org/wiki/Wina_bu%C5%82garskie

świętych chrześcijańskich, władców rzymskich i bułgarskich, ukochanych, żon i córek tychże, przez znanych kompozytorów i muzyków, po właścicieli winnic. Imiona mitologiczne stały się motywacją nazw: *Zagreus* (od n. firmy, ta od imienia mitologicznego *Zagreusa*, utożsamianego z Dionizosem — bogiem m.in. winnej latorośli i wina), *Orffheus* (*tracki śpiewak i muzyk, skonfliktowany z Dionizosem*), *Erigone* (córka Ikariosa, pierwszego wytwórcy wina, ukochana Dionizosa), *Menada* (od n. firmy, ta od *Menad* — towarzyszek Dionizosa), *Yatrus* (bóstwo z mitologii trackiej), *Ruevit* (słowiański bóg wojny); imiona świętych pojawiają w enonimach: *Merul* (święty mnich, benedyktyn żyjący w VI w.), *Saint Ilija*, *St. Dimitar*; imiona władców rzymskich i bułgarskich tkwią w nazwach: *Maximinus Thrax* (cesarz rzymski, pochodzący z Mezji, panujący w latach 235–238), *Khan Krum* (od n. firmy, ta od nazwy wsi *Chan Krum*, a ojkonim od imienia bułgarskiego władcy z IX w.), *Ivan Aleksander*; imiona kobiece, znane i nieznane, odnajdujemy w enonimach: *Santa Sara* (od n. firmy), *Queen Elena Cuvee*, *Kera Tamara* (córka cara Iwana Aleksandra), *Alexandra Estate* (od n. firmy), *Zeyla*, *Smaraida*, *Belloslava*, *Rosé Maria*; nazwiska kompozytorów: *Chopin*, i właścicieli firm winiarskich: *Ivailo Genowski*, *Raynoff*, *Yamantiev's Reserve* i *Ivo Varbanov*. Bułgarski przemysł winiarski ma międzynarodową strukturę własnościową, stąd w nazwach firm i linii win występują oprócz antroponimów bułgarskich także włoskie: *Edoardo Miroglio*, polskie: *Katarzyna*, a nawet azerskie: *Gulbanis*. Enonimy powiązane z antroponimami odnoszącymi się do właścicieli i członków ich rodzin, enologów, agronomów mają charakter dzierzawczo-pamiętkowy. Winiarnie często są biznesami rodzinnymi, stąd i w nazwach firm, i win pojawiają się ogólne określenia odnoszące się do rodziny, pokrewieństwa, np.: *Family Selection*, *Family Tradition*, *Twins* (enologami tworzącymi to wino są bracia bliźniacy), występujące również w połączeniu z nazwiskiem: *Minkov Brothers*.

Między *Plaisir divin* a *KI*

Człowiek nieustannie do czegoś dąży, czegoś pragnie, o czymś marzy; do ludzkich uczuć i emocji odwołują się kreatorzy nazw. Wino ma pobudzać zmysły, sprawiać przyjemność (niekiedy niezmierną), inspirować, być pokusą, namiętnością, rajem, labiryntem. Takie m.in. motywy odnajdujemy w nazwach: *Version Conception*, *Hrumki* (bułg. 'koncepty, pomysły'), *Contemplations*, *Hypnose Reserve*, *Incanto* (włos. 'oczarowanie'), *Excentric Incanto*, *Incantesimo* (włos. 'czar, zaklęcie'), *Paradise*, *Passionel*, *Temptation* (ang. 'pokusa'), *Version Plaisir divin*, *Symbiose*, *Synergy*. Pojawiają się w nich także elementy magiczne, symbole, np.: *Talisman*, *Pentagram* (figura geometryczna, w wielu kulturach także symbol magiczny), *Labyrinth*, *Meandra* oraz wątki bardziej prozaiczne,

np.: *Hunter's Dreams* (ang. 'marzenia myśliwego'), *Le Voyage* (franc. 'podróż'), *Istoria bez Kray* (bułg. 'niekończąca się historia', nawiązanie do tytułu filmu i piosenki „Never Ending Story”).

Sporadycznie w nazwach win występują motywy związane ze sztuką w ogóle: *Ars longa, Artis*; odwołania muzyczne: *Allegro Barbaro, Concerto, Nocturne, Sonata*, nazwy instrumentów muzycznych: *Zitara, Stradivarius* (choć tu możliwa również motywacja od antropomimii), związane z tańcem: *Balarina*, teatrem: *The Mask*, fotografią: *Le Photographie*, poezją: *La Poesie, Rubaiyat* (zapewne od ap. *rubajat* 'w poezji perskiej: czterowiersz o treści refleksyjno-filozoficznej'), nauką, która prowadzi do doskonałości: *Le Carré d'Or* (franc. 'złoty czworobok'), *Quantum* (nawiązanie do jednostki fizycznej; na etykietce wina pojawia się wzór na zasadę nieoznaczoności Heisenberga). Kilka nazw zawiera frazemy, idiomy obcojęzyczne, głównie łacińskie, por.: wspomniane wcześniej *Ars longa* oraz *Carpe Diem, Nota Bene, De Facto*, też francuskie *Deja vu?*, *Jamais vu* i angielskie *F2F* (zaszyfrowane *face to face*).

Nie zawsze enonimy łatwo można odkodować, choć nie jest to w zgodzie z regułami reklamy. Intrygujące i trudne do rozszyfrowania były nazwy win kupażowych *K1, K3, K5, K9*. Poniżej objaśnienie będące jednocześnie przedstawieniem filozofii firmy, które uzyskałam z działu marketingu firmy Balar, produkującej te wina:

Вино К1 е първото вино в нашата линия **Копнеж**. Всяко вино за нас означава нещо и в него сме вложили различна мисъл в начина на производство и на създаване на виното. К1 — Класа, К3 — Очарование, К5 — Пленителност, К7 — Нежност, К9 — Елегантност, Баларина-Желание”.

Linia win nosi nazwę *Kopnez* (bułg. poetyckie 'tęsknota, marzenie'), która jest akrostychem, często wykorzystywanym w reklamie. Litera *K* zarówno nawiązuje do nazwy linii, jak i oznacza wina kupażowe. Nieparzyste cyfry w intencji kreatorów symbolizują odpowiednio klasę, urok, czar, delikatność, elegancję.

Boutique, Unique

Nowoczesne przedsiębiorstwa dużą wagę przykładają do filozofii firmy. Większość bułgarskich izb winiarskich wizję firmy prezentuje na swoich stronach internetowych. Jej elementami są jakość i ekskluzywność produktu, a nośnikami tych walorów są także nazwy win, stanowiące istotny składnik strategii reklamowych. Enonimy zawierające elementy wartościujące to: *A Good Year, AplauZ, Bijoux, Boutique, Electo Selection, Golden Age, Gold Rhytm, Grand Selection, Karizma, La Bella, La Belle Excentrique, La Vérité* (franc. 'prawda', tu może także nawiązanie do łac. *in vino veritas*), *Le Magnifique, Limited*

Selection, Monogram, Nobile, Noble, Premium Reserve, Single Barrel, Uniqato (wino z rzadkich odmian), *Unique*. Pojawiają się również odwołania do drogich kamieni, kruszców, numizmatów: *Thracian Tresure Megalit, Solitaire, Domaine Boyar Platinum, Aureos* (rzymska złota moneta), *Pendar* (turecka złota moneta używana w Imperium Osmańskim²⁶).

Od *One Red* do *Seven Grapes*

Wśród różnorodnych enonimicznych motywów nazewniczych pojawiają się również takie, które odnoszą się bezpośrednio do właściwości, cech samego produktu. Wyrażane są one przede wszystkim przez nazwy gatunkowe (zob. wyżej), określenie koloru wina, który także może być nazwą właściwą, z wykorzystaniem gry słów, np.: *Purple red, One red, ReDark, White Story, Red Story, Rose Story*, czy jego wieku, np. *Junior*. Wiele enonimów ma związek z kupażem: *Melnishki Kupazh* (dwie odmiany szczepu melnik i cabernet sauvignon), *Quattro white* (cztery białe szczepy), *L'evolution, Four Friends, Elements Grand Coupage* (cztery szczepy), *Pixels, Seven Grapes*. Interesujące są nazwy serii z bicyklami w logo: *Cycle, biCycle* (ang. *cycle* 'rower', też 'cykl, seria', *bicycle* 'rower'), *triCycle, fourCycle*, w których pierwsze człony oznaczają liczbę mieszanych szczepów winogron. Dominują tu podstawy angielskie, spotykamy też nieliczne francuskie.

4. PODSUMOWANIE

Wino jest istotnym elementem historii kultury ziem w obecnych granicach Bułgarii od czasów najdawniejszych po współczesność. Odgrywa ogromną rolę w życiu Bułgarów i stanowi wieloetniczne dziedzictwo tej ziemi. Bułgarskie ojkonimy i anojkonimy w niewielkim stopniu archiwizują leksykę związaną z winem, w nieco większym — z winoroślą, winnicami, które były charakterystycznymi elementami rodzimego krajobrazu. Bułgarska enonimia stanowi natomiast multilingwalny patchwork, gdzie lokalność (obecna, ale nie dominująca) miesza się z globalnością. Lokalność przejawia się głównie w nazwach odtoponimicznych i odantroponimicznych nawiązujących do dziedzictwa trackiego, greckiego, rzymskiego i bułgarskiego tych ziem. Ta część enonimii przez odniesienia do miejsc i osób zakodowana jest w historii, „rozpięta” w czasie między „trackimi legendami” (por. enonim *Thracian Legends*) i zanurzona w tożsamości lokalnej (por.

²⁶ Choć nazwa kojarzy się głównie ze złotą monetą, to na etykietach wina pojawiają się także odwołania do źródłostowu perskiego oraz do zoroastryzmu, por. <http://telish.bg/telish-wine-post/pendar-2008/>.

Bulgarian Heritage), choć wykorzystująca obcą leksykę i alfabet. Nazwy właściwe generalnie nie mają „altertekstów”²⁷ cyrylickich w bułgarskiej części katalogu, nawet te wywodzące się z języka bułgarskiego, np.: *Dzindzifkite, Gorchivka, Hrumki, Istoria bez Kray, Melnishki Kupazh, Moyata Izba, Starite Lozya*. Mają je natomiast nazwy firm oraz nazwy win pochodzące od określeń gatunkowych.

Globalność ujawnia się w warstwie językowej w „hybrydyczności” przejawiającej się w swobodnym wykorzystywaniu obcojęzycznych wzorców nazewniczych i leksyki, oraz intertekstualności odwołującej się do doświadczeń globalnych²⁸. Bułgarska enonimia czerpie głównie z języka angielskiego i francuskiego, także z włoskiego i hiszpańskiego oraz greki i łaciny, a enonimiczna „intertekstualna” gra nie bazuje tylko na swobodnych skojarzeniach, które wspomagają odbiorców w odkodowaniu nazw; potrzebna jest w niej wiedza o historii i dziedzictwie ziem, na których rodzi się winorośl i powstaje wino, oraz znajomość „filozofii wina” zanurzonej w kulturze dionizyjskiej, z którą wino nierozzerwalnie się łączy. Wiele enonimów odwołuje się do postaci i symboli z mitologii dionizyjskiej — *Zagreus, Orffeus, Erigone, Menada; Labyrinth, Meandra* (dwie ostatnie nazwy związane są z postacią Ariadny — ukochanej Dionizosa), do cech charakteryzujących nurt dionizyjski w kulturze i sztuce, takich jak: żywiołowość, emocjonalność, zmysłowość (por. Bieniasz, 2001, s. 353–384). Nazwy bułgarskich win mają często semiotyczną kontynuację w „artystycznych ubrankach”²⁹, specjalnych butelkach i etykietach, które oprócz nazwy, logo, piktogramu często zawierają skróconą filozofię firmy oraz rozmaite maksymy. Etykiety są przedmiotem specjalnej troski producentów bułgarskich, do ich wykonania zatrudniani są wybitni bułgarscy dizajnerzy, którzy zdobywają nagrody na międzynarodowych konkursach winiarskich (np. Jordan Jelew). Bułgarskie enonimy są tekstami współczesnej kultury, które, z jednej strony, sięgają do tradycji starożytnej tych terenów, do tożsamości bułgarskiej, z drugiej zaś — wykorzystują współczesne teksty kultury globalnej, w tym podobne gatunkowo teksty kultury wina.

Enonimy należą chyba do najstarszych chrematonimów użytkowych, nazewnictwo to, choć pozostaje na usługach marketingu, obwarowane jest jednak różnymi regulacjami krajowymi, także międzynarodowymi. Wina bułgarskie pozo-

²⁷ Altertekstem jest nazwa firmy, marki, adresowana do innej grupy narodowościowej (za: Rutkiewicz-Hanczewska, 2013, s. 337), w tym konkretnym wypadku ma to odniesienie do różnych alfabetów używanych w Bułgarii i w zachodniej Europie.

²⁸ Zjawisko to jest charakterystyczne dla chrematonimii w ogóle i jest pewną strategią nazewniczą. O „hybrydyczności” językowej na przykładzie współczesnych polskich medionimów piszą K. Skowronek i M. Rutkowski (2004, s. 69), a o obcych chrematonimach i antroponimach w Polsce — J. Walkowiak (2013).

²⁹ Za: <http://winiacjatywa.pl/katarzyna-estate/>.

stają na rozdrożu między Nowym Światem (do którego są zaliczane) a Starym (do którego terytorialnie przynależą i aspirują), a ich nazwy są interesującym przykładem enonimii swobodnie korzystającej zarówno z dziedzictwa lokalnego, jak i globalnego.

LITERATURA

- Bieniasz, H. (2001). *Nietzsche i filozofia dionizyjska*. Warszawa: Wyd. AWF.
- Boryś, W. (2005). *Słownik etymologiczny języka polskiego*. Kraków: Wyd. Literackie.
- Catalogue of Bulgarian Wine 2015/Katalog na bŭlgarskoto vino 2015. (2014). Wyd. C. Tanovska, K. Jončeva. Sofiâ: Obrazovanie i nauka.
- Dias-Lewandowska, D. (2014). *Historia kulturowa wina francuskiego w Polsce od połowy XVII do początku XIX wieku*. Warszawa: Muzeum Pałacu Króla Jana III w Wilanowie.
- Dimitrova-Todorova, L. (2011). *Sobstvenite imena v Bŭlgariâ*. Sofiâ: IK EMAS.
- Dymitrow, I. (red.). (1986). *Bułgaria. Zarys dziejów*. Praca zbiorowa. Przeł. M. Więckowska, A. Koseski. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Gałkowski, A. (2011). *Chrematonimy w funkcji kulturowo-użytkowej. Onomastyczne studium porównawcze na materiale polskim, włoskim i francuskim*. Łódź: Wyd. UL.
- Georgiewa-Okoń, J. (2001). *Z życia zakonników bułgarskich*. In *vino veritas*. W: W. Stępnia-
-Minczewska, Z. J. Kijas (red.), *Klasztory i kultura krajów słowiańskich*. Kraków: PAT, s. 233–
–238.
- Hamvas, B. (2001). *Filozofia wina*. Przeł. T. Olszański, red. J. Snopek. Warszawa: Studio EMKA.
- Ilieva, M. (2016). *Za vinoto spored bŭlgarskite idiomatični izrazi (w druku)*.
- Ivanova, E. (2002). *Lozata i vinoto v procesite na onimizacija*. W: *Vinoto v etnokulturata i literatura*. Šumen: Universitetsko izdatelstvo, s. 286–291.
- Koleva, K. (2002). *Vinoto v hrematonimiâta*. W: *Vinoto v etnokulturata i literaturata*. Šumen: Universitetsko izdatelstvo, s. 292–299.
- Koleva, K. (2005). *Među onomastikata i etnokulturata (vinoto v hrematonimiâta)*. W: *Sŭstojanie i problemi na bŭlgarskata onomastika*, 7, s. 233–242.
- Kowalski, K. (1989). *Amfory, beczki, butelki. Szkice z dziejów wina*. Warszawa: LSW.
- Munteanu Siserman, M. (2013). *Nume de vinum și de soiuri de struguri românești*. W: "Name and naming": Proceedings of the Second International Conference on Onomastics. *Onomastics in Contemporary Public Space*. Ed. O. Felecan. Cluj-Napoca: Edutura Mega, Edutura Argonaut, s. 157–169.
- Rutkiewicz-Hanczewska, M. (2013). *Genologia onimiczna. Nazwa własna w płaszczyźnie motywacyjno-komunikacyjnej*. Poznań: Wyd. Poznańskie.
- Skowronek, K. (2010). *Przetwarzają najpiękniejsi... Nazwy kosmetyków i ich socjobiologiczne (ewolucyjne) uwarunkowania*. W: J. David i in. (red.), *Mnohotvárnost a specifichnost onomastiki. IV. česká onomastická konference 15.–17. zari 2009, Ostrava. Sbornik prispěvku*. Ostrava–Prahâ: Ústav pro jazyk český Akademie věd ČR, s. 437–445.
- Skowronek, K. (2016). *Kultura konsumpcji — kultura terapii*. *Studia językoznawcze*. Kraków: Libron.
- Skowronek, K., Rutkowski, M. (2004). *Media i nazwy*. Kraków: LEXIS.
- Sstp X — *Słownik staropolski*. T. X, z. 3. Red. S. Urbańczyk. Wrocław–Warszawa–Kraków–Gdańsk–Łódź: Zakład Narodowy im. Ossolińskich, 1990

- Walkowiak, J. (2013). Foreign Branding in Poland: Chrematonyms and Anthroponyms. W: „Name and naming”. Proceedings of the Second International Conference on Onomastics. Onomastics in Contemporary Public Space. Ed. O. Felecan. Cluj-Napoca: Edutura Mega, Edutura Argonaut, s. 157–169.
- Zierhoferowie, Z. i K. (2008). *Winiary, Winnice, Winne Góry w Polsce*. Acta Onomastica, 49, s. 374–385.

<http://magazynwino.pl>

<http://czaswina.pl/artykul/feniks-z-popiolow> (dostęp: 15 X 2015).

<http://encyklopedia.rolnicy.com/t/terroir> (dostęp: 15 III 2016).

<http://katarzyna.bg> (dostęp: 21 X 2015).

http://less_r.republika.pl/sophia.html (dostęp: 15 X 2015).

<http://o-winie.pl/co-wiedziec/klasyfikacja/pod-wzglem-jakosci/> (dostęp: 15 X 2015).

<http://telish.bg/telish-wine-post/pendar-2008/> (dostęp: 15 III 2016).

<http://vinpromkarnobat.bg> (dostęp: 15 X 2015).

<http://winiatywa.pl> (dostęp: 15 X 2015).

https://pl.wikipedia.org/wiki/Wina_bu%C5%82garskie (dostęp: 10 X 2015).

www.dobrewino.pl (dostęp: 21 X 2015).

www.epixs.eu/ (dostęp: 15 X 2015).

www.logo24.pl/Logo24/1,110989,6451775,Etykieta_win.html (dostęp: 15 X 2015)

www.owinie.info/stary-czy-nowy-swiat-oto-jest-pytanie/ (dostęp: 21 X 2015).

www.pch24.pl/wina--nowy-i-stary-swiat,12251,i.html#ixzz3o0JNEPFS (dostęp: 21 X 2015).

www.thelabelmaker.eu/about-the-labelmaker/ (dostęp: 15 X 2015).

SUMMARY

INSTEAD OF A TOAST: A FEW REMARKS ON BULGARIAN WINE

Wine is a crucial part of the cultural history of the territory within the current borders of Bulgaria from the earliest times until now. It plays an important role in the life of Bulgarians and is a multi-ethnic heritage of this land. Bulgarian toponyms only archive a lexicon associated with wine in a small degree, with more toponyms found regarding vines and vineyards which were characteristic elements of the native landscape. The Bulgarian enonyms constitute a “multilingual patchwork”, where the locality (present, but not dominant) is mixed with globality. Locality is mainly reflected in the detoponymic and deanthroponymic names referring to the Bulgarian heritage and also the Thracian, Greek and Roman legacy of those lands. Globality is revealed in the linguistic “hybridity” manifested by the free use of foreign models, naming vocabulary and intertextuality appealing to a global experience. This part of Bulgarian enonymy derives mainly from the English and French language, as well as Spanish, Italian, Greek and Latin.

Key words: cultural onomastics, Bulgarian wine and vine, Bulgarian toponyms and enonyms