

# STRATEGIE NAZEWNICZE WSPOMAGAJĄCE ROZWÓJ KREATYWNOŚCI ODBIORCÓW DZIECIĘCYCH (NA PRZYKŁADZIE OPOWIADAŃ Z CYKLU „HUMORKI” AGNIESZKI ZIMNOWODZKIEJ)

Słowa tematyczne: nazwy własne, onomastyka literacka, strategie nazewnicze, rozwój kreatywności

## 1. WPROWADZENIE

Onimy literackie, będąc częścią składową języka utworu (Rymut, 1993, s. 18), pełnią rozliczne funkcje podporządkowane strukturze tekstu, jego tematyce oraz obranej przez pisarza konwencji gatunkowej i stylistycznej. Literackie nazwy własne jako wypadkowa kompetencji twórcy (Cieślakowa, 1983, s. 33) służą identyfikacji i charakterystyce bohaterów, umiejscawiają fabułę w czasie i przestrzeni, czynią narrację plastyczną, wartościują, są wyrazem ekspresji. W utworach adresowanych do dzieci nazwy te w sposób szczególnie uruchamiają funkcje poznawcze i dydaktyczne; stanowią zaś element świata przedstawionego, rozwijają wyobraźnię, osławiają emocje, wspomagają rozwój kreatywności, uczą myślenia dywergencyjnego, dzięki czemu mali odbiorcy kojarzą fakty, wnioskuje, wartościują wydarzenia, postawy i zachowania bohaterów.

Przykładem tekstów, w których wieloaspektowo wyzyskano właściwości kategoryjne jednostek onimicznych w literackim procesie wspierania aktywności twórczej odbiorców, jest cykl opowiadań Agnieszki Zimnowodzkiej „Humorki”, adresowanych do dzieci w wieku 6–8 lat.

Przedmiotem artykułu<sup>1</sup> uczyniono objaśnienie roli i znaczenia nazw własnych jako tekstowych komponentów wspomagających rozwój kreatywności młodych

---

<sup>1</sup> Tekst jest kontynuacją badań nad nazewnictwem w literaturze dziecięcej Agnieszki Zimnowodzkiej (por.: Łuc, 2019, s. 67–87; 2022, s. 49–64).

odbiorców; owemu zadaniu przypisano zaś dwa nadrzędne cele: 1) odsłonę mechanizmów kreacyjnych onimów w twórczości kierowanej do dzieci, z jednoczesnym omówieniem przypisanych im funkcji; 2) opis strategii onimicznych zastosowanych przez pisarkę, ułatwiających i uatrakcyjniających proces percepcji i recepcji lektury<sup>2</sup>.

Opis strategii nazewniczych i sposobów funkcjonowania nazw własnych w komunikacji literackiej A. Zimnowodzkiej oparto na trzech poziomach interpretacyjnych, które uwzględniają aspekt pragmatyczny, stylistyczny i psychologiczny (Górny, 2013, s. 81) oraz postulat badawczy sformułowany przez Aleksandrę Cieślikową (1993, s. 37), by onimy analizować pod kątem ich współbrzmienia z tekstem.

## 2. NAZWY WŁASNE W TWÓRCZOŚCI AGNIESZKI ZIMNOWODZKIEJ JAKO TEKSTOWY KOMPONENT WSPOMAGAJĄCY ROZWÓJ KREATYWNOŚCI ODBIORCÓW

Kreatywność uznaje się za indywidualną cechę psychologiczną obejmującą procesy poznawcze wzmacniane komponentami emocjonalnymi, motywacyjnymi i osobowościowymi, a do cech kreatywności<sup>3</sup> i kreatywnego potencjału zalicza się: twórcze (dywergencyjne i oryginalne) myślenie, ciekawość, wyobraźnię, intuicję, emocjonalność oraz empatię, poczucie humoru, otwartość na nowe rzeczy, idee i wyzwania (Wiszniakowa-Zelinskiy, 2014, s. 10).

Za znamieny dla warsztatu twórczego pisarki uznać można sposób konstrukcji świata przedstawionego i budowania fabuły, bezpośrednio nawiązującej do potrzeb i właściwości rozwojowych adresata. Autorka, kierując się tymi determinantami kompozycyjnymi, dostosowuje język i formy przekazu do umiejętności komunikacyjnych małych czytelników. Czerpiąc zaś inspiracje z zasobu frazeologicznego współczesnej polszczyzny, zakłada współuczestnictwo pośrednika (opiekuna/nauczyciela) w procesie recepcji tekstu.

---

<sup>2</sup> Artykuł wpisuje się w nurt badań omawiających problematykę nazewnictwa w literaturze dla dzieci i młodzieży, nazw znaczących (w kontekście ich kreacji i funkcji) oraz gier onimicznych (Burska-Ratajczyk, 2000, s. 9–23; Czaplicka-Jedlikowska, 2007; Dawidziak-Kładoczna, 2015, s. 341–354; Domaciuk-Czarny, 2014, s. 51–65; 2015; Graf, 2004, s. 169–177; 2015; Jędrzejko, 1997, s. 65–76; Kęsikowa, 1988; Kosyl, 1988, s. 39–49; 1991, s. 201–209; 2004, s. 217–228; Łuc, 2007, 2008–2009, s. 173–185; Raszevska-Klimas, 2016, s. 129–142; Rejter, 2016; Szurek, Zmuda, 2020, s. 287–300).

<sup>3</sup> Edward Nęcka sformułował pogląd, że kreatywność „[...] przejawia się zwykle w jakiejś formie obserwowanego zachowania, polegającego na produkcji nowych i wartościowych wytworów, przy czym wytworem może być samo zachowanie” (Nęcka, 2001, s. 6). W rozumieniu Krzysztofa J. Schmidta kreatywność to „[...] twórczość rozumiana personalnie, jako działalność lub postawa człowieka twórczego” (Schmidt, 2013, s. 83).

Analiza formalno-funkcjonalna fikcyjnych nazw wynotowanych z opowiadań Zimnowodzkiej pokazuje, że jednostki językowe, służąc rekonstruowaniu realnej rzeczywistości, jej naśladowaniu i interpretacji, skorelowane są z wiedzą na temat aspektów rozwojowych dziecka. Nazwy te nawiązują do dziecięcej sfery poznawczej przez ukształtowanie percepcji, uwagi, pamięci i uczenia się, do sfery społecznej — przez poszerzanie wiedzy i kształtowanie świadomości w zakresie przestrzegania zasad i norm społecznych, a do sfery emocjonalnej — przez dostarczanie doznań. Ów autorski zamysł uwidaczniają warianty nazw osobowych przypisane głównym bohaterom. Nazwy te zawierają w podstawach apelatywy przywołujące charakterystyczne dla wieku odbiorców cechy — bałaganiarstwo, ciekawość świata, dąsanie się, lenistwo, skłonność do konfabulacji, zazdrość, wstydlivość, przechwalanie się, np.: *Bałaganiaki*, *Dąsacze*, *Kłaczusiaki*, *Leniwczaki*, *Przechwalaki*, *Pytajnisie*, *Wścibionki*, *Śmiecholki*, *Wstydziołki*, *Zdzwionki*. Ułatwiają one proces identyfikacji z fikcyjnymi postaciami, a egocentryczne przekonania dzieci na temat postrzegania i oceny świata przez pryzmat własnej osoby zostają „oswojone” i objaśnione dzięki literackiej próbie odtworzenia sytuacji społecznych, w których dziecko musi podporządkować swoje emocje i zachowania oczekiwaniom otoczenia. Realizacja owej koncepcji twórczej aktualizuje się w kreacjach onimicznych i w strategiach wprowadzania nazw w (kon)tekst opowiadań, w którym powstają nowe sensory i znaczenia<sup>4</sup>.

Analiza seryjnych „nazw mówiących”, pełniących funkcje poznawczą, wartościującą i ekspresywną, pokazuje, że w większości wypadków (poza *Dąsaczami*) mają one strukturę neologizmów nazewniczych, z sufiksami prostymi *-acz*, *-ak*, *-iś* i złożonymi typu *-olek*, *-onek*.

W przyjętej strategii, opartej na kreacji seryjnych onimów, można wykazać też znamienne dla autorki tendencję wielopłaszczyznowej odslony motywacji nazewniczej uszczegółowianej w narracji, w komentarzu autorskim i w wątkach fabuły, dzięki której ukontekstawia znaczenia nazwy osobowej. W tych ukierunkowanych działaniach pisarka bierze pod uwagę wiedzę, że odbiorca dziecięcy ma słabo ukształtowaną zdolność odszukiwania i wydobywania z zasobu pamięciowego wiadomości niezbędnych do interpretowania zjawisk, co przekłada się na trudności z uporządkowaniem zdobytej wiedzy, dlatego też potrzebuje dodatkowych wskazówek i wsparcia w analizie.

Przywoływane w opowiadaniach sytuacje komunikacyjne, które uzasadniają wybór nazw fikcyjnych postaci, ułatwiają małym odbiorcom proces wizualizacji, dają odpowiedź na wiele nurtujących pytań, wyjaśniają istotę przemiany

---

<sup>4</sup> Przywołane nazwy osobowe imitujące przezwiska rodzinne (przydomeki) autorka wyzyskuje jednocześnie w funkcji deskryptywnej, charakteryzująco-informacyjnej, jako tytuły poszczególnych opowiadań.

jako efektu autoanalizy<sup>5</sup> zachowań i sprzyjają wyciąganiu wniosków z indywidualnych doświadczeń.

Dzięki zastosowanym zabiegom komunikacyjnym wykreowane przez autorkę nazwy są dla dziecka czytelne i rozpoznawalne — nie tylko identyfikują bohaterów i obrazują pewne cechy oraz sytuacje, ale za pośrednictwem ich struktury i konotowanych znaczeń prowokują do analizy i „zaspokajają dziecięcą potrzebę twórczości językowej” (Bułczyńska, 1988, s. 151).

Wstępna analiza nazewnictwa wyekscerpowanego z serii opowiadań „Humorki” wykazała, że stworzone przez pisarkę onimy uruchamiają w tekście wiele funkcji — aluzyjną, aksjologiczną, dydaktyczną, ekspresywno-stylistyczną, emocjonalną, informacyjną, kreatywną, ludyczną, poznawczą i referencjalną. Funkcje te uczyniono przedmiotem szczegółowego omówienia.

### 3. STRATEGIE ONIMICZNE W OPOWIADANIACH AGNIESZKI ZIMNOWODZKIEJ JAKO NARZĘDZIE STYMULUJĄCE KREATYWNOŚĆ DZIECIĘCĄ

Zgromadzone przykłady tekstowych użyć nazw własnych w komunikacji literackiej A. Zimnowodzkiej umożliwiły rozpoznanie kilku zastosowanych przez pisarkę strategii onimicznych<sup>6</sup>, które ułatwiają dziecięcemu odbiorcy zrozumienie treści opowiadań i jednocześnie wspomagają rozwój jego kreatywności. Przed opisem mechanizmów ich funkcjonowania, warto zwrócić uwagę na sposoby wykorzystania właściwości kategoryalnych jednostek onimicznych jako strukturalno-funkcjonalnego wykładnika korelacji tekstowej. Owe jednostki językowe, będąc kluczowym ogniwem opowiadań, podporządkowane zamysłowi kompozycyjnemu i przyjętej konwencji nazewnicznej, dopełniane przez kontekst, przywołują określone typy skojarzeń ukierunkowujących myślenie dzieci oraz skłaniają do refleksji, wartościowania, oceny zdarzeń i postaw bohaterów.

Strategicznym spoiwem tekstotwórczym u Zimnowodzkiej jest żart słowny wydobywany z nazw dzięki użyciu komizmu słownego i sytuacyjnego oraz świadoma rezygnacja autorki z bezpośrednich form dydaktyzmu i oceny fikcyjnych postaci.

<sup>5</sup> Por.: „[...] wiedza o własnych emocjach i zachowaniach ulega — dzięki wykonywaniu operacji autoanalizy — konfrontacji z treściowym aspektem systemu poznawczego jednostki, tj. obrazem świata i obrazem własnej osoby” (Kofta, 1979, s. 187–192).

<sup>6</sup> W kontekście podejmowanej problematyki pojęcie *onimiczna strategia komunikacyjna* interpretuję jako kompleks świadomych i przemyślanych działań zmierzających do kontekstualnego wyzyskania właściwości kategoryalnych nazw własnych jako środków/narzędzi służących realizacji przypisanych im przez nadawcę funkcji, podporządkowanych pragmatyce tekstowej.

Autorka „zaprasza” małych odbiorców do przeżywania wspólnie z fikcyjnymi postaciami różnych doświadczeń kształtujących kompetencje i umiejętności interpersonalne, oparte na współdziałaniu i porozumiewaniu się<sup>7</sup>.

Spośród strategii organizujących przestrzeń onimiczną opowiadań wyodrębniono dwie nadrzędne, które ujęto w odpowiednie segmenty tematyczne: 3.1. Strategia semantycznej asocjacji nazw z różnych kategorii onimicznych; 3.2. Kontekstualna strategia nazewnicza przywołująca określone sytuacje komunikacyjne.

Owe strategie, przyjmujące postać gry komunikacyjnej i językowej z oczekiwaniami małych odbiorców, z ich potrzebami i możliwościami rozwojowymi, poparte wybranymi przykładami tekstowych użyć, staną się przedmiotem wielopłaszczyznowego opisu.

### 3.1. Strategia semantycznej asocjacji nazw z różnych kategorii onimicznych

Strategie semantycznego połączenia nazw wywodzących się z różnych kategorii onimicznych przebiegają kilkoma drogami. Po pierwsze, polegają one na wielokrotnym przywoływaniu nominacji nazw osobowych, które autorka intencjonalnie zestawia z dopełniającymi ich treści chrematonimami. Po drugie, działania te determinują formę opisów i dialogów, w których nazwy osobowe skompilowano znaczeniowo z nazwami ulic o podstawach frazeologizmów. Po trzecie, strategie te pisarka wiąże z wykorzystaniem dłuższych form wypowiedzi, realizujących schemat: nazwa osobowa + tożsame semantycznie chrematonimy/nazwy ulic (urbanonimy)<sup>8</sup> + frazeologiczne jednostki językowe spójne znaczeniowo z kontekstem.

Komponując poszczególne partie tekstowe, Zimnowodzka stosuje pewien porządek argumentacyjny w prezentacji cech fikcyjnych bohaterów; czyni to przez konkretyzację opisu zachowań w sytuacjach komunikacyjnych nawiązujących tematycznie do wyboru nazewnictwa.

---

<sup>7</sup> Przekaz ten rozwija u małych odbiorców zdolności do twórczego, nieschematycznego myślenia, rozumowania dedukcyjnego i indukcyjnego, transformowania, metaforyzowania, tworzenia nowych rozwiązań, abstrahowania, kojarzenia, przezwyciężania przeszkód przez nabywanie dystansu do świata i samego siebie. Zastosowane zabiegi tekstotwórcze nobilitują też adresatów opowiadań do roli poszukiwaczy i odkrywców indywidualnych doświadczeń, kształtują ich zdolności do kodowania i przetwarzania, umożliwiają samodzielne rozwiązywanie problemów, zachęcając do podejmowania zadań.

<sup>8</sup> Terminologia użyta zgodnie z propozycją Artura Gałkowskiego, por.: „Urbanonim — nazwa własna obiektu występującego w przestrzeni miejskiej, np. ulicy, placu, parku, budynku, instytucji” (Gałkowski, 2012).

W części inicjalnej każdego z opowiadań autorka dokonuje pierwotnej odsłony motywacji nazw osobowych przypisanych postaciom pierwszoplanowym, por. np.:

- [1] **Wstydziołki**<sup>9</sup> unikały innych mieszkańców miasteczka. **Wstydziły się wszystkich i wszystkiego**. Ledwo potrafiły przywitać się z kimś przypadkowo spotkanym na ulicy. A nie **była to kwestia** złej woli, a jedynie **ich wstydlivej natury**; **Zdziwionki** wyglądały dość zabawnie. **Charakteryzowały się jedną wspólną cechą — zdziwioną miną. Nie było dnia ani godziny, żeby się nie dziwiły.**

Tę charakterystykę dopełnia w dalszych partiach tekstowych, por.:

- [2] **Mama Leniwczakowa** była właścicielką Salonu Fryzjerskiego „**Po Łebkach**”<sup>10</sup>. Żeby sobie ułatwić pracę, w poszczególne dni tygodnia robiła klientkom takie same fryzury (Len)<sup>11</sup>.
- [3] **Tata Leniwczak** pracował na nocnej zmianie w recepcji Hotelu „**Nocny Marek**”, mieszczącego się tuż obok ich domu. **Była to jego wymarzona praca: po pierwsze miał blisko, a po drugie mógł ucinać sobie drzemkę**, gdy nic się nie działo [...] (Len).
- [4] Na miejscu życzliwie przywitał ich uśmiechnięty pracownik „**Kukulczego Jaja**” (schronisko dla zwierząt). — Dzień dobry! Nazywam się **Przekonajło**. Czym mogę państwu służyć? Mamy mnóstwo zwierzątek czekających na swój nowy dom [...]. **Leniwczaki** spędziły w schronisku jeszcze dwadzieścia minut i w efekcie **wróciły do domu z leniwcem zamiast psa. Dar przekonania pracownika „Kukulczego Jaja” był taki wielki, że podekscytowane Leniwczaki miały poczucie, że lepiej wybrać nie mogły** (Len).

Przywołane przykłady pokazują, że nazwy identyfikujące głównych bohaterów zestawiane z nazwami użytkowymi umożliwiły wygenerowanie takich treści i sensów, dzięki którym mały odbiorca zyskuje wiedzę, że posiadane przez fikcyjne postaci cechy (łącznie z ich przywarami) nie muszą im przeszkadzać w odnośzeniu sukcesów i czerpaniu radości z pracy. Skonstruowane na bazie tego pomysłu komunikaty ułatwiają A. Zimnowodzkiej przemykanie nowych informacji na temat zachowań i nawyków bohaterów, por.: *Tata Leniwczak* to ‘leniwy z natury pracownik recepcji Hotelu Nocny Marek, który w wymarzonej pracy ucina sobie drzemkę’<sup>12</sup>, *Przekonajło* to ‘człowiek mający dar przekonania’, pomagający mu w rozwiązywaniu problemów z adopcją zwierząt.

<sup>9</sup> Za pomocą pogrubionej czcionki wskazuje się antroponimy i/lub inne składniki tekstu poddawane analizie.

<sup>10</sup> Nazwy własne przywołano zgodnie z ich zapisem w tekście.

<sup>11</sup> Źródła, z których pochodzą cytowane przykłady, podano w nawiasach, w postaci skrótów; ich rozwinięcie zamieszczono na końcu artykułu.

<sup>12</sup> Por. wypowiedź zawartą na wstępie opowiadania: „Gdzieś daleko stąd [...]. Nieopodal jej go południowej bramy, przy ulicy **Krótkiej Drzemki 11**, mieszkała rodzina Leniwczaków”.

Oryginalne połączenia nazw własnych konotują też kilka interpretacji, por. *Mama Leniwczakowa* to 'leniwa z natury właścicielka *Salonu Fryzjerskiego Po Łebkach*' [1. pot. *robić coś po łebkach* 'wykonywać pewną czynność, bez zbytniego zaangażowania i przykładania się do niej'; 2. bezpośrednie odwołanie do świadczonych usług fryzjerskich, por. pot. *leb* — głowa], która sama sobie szkodzi, wybierając nielogiczną formę oferowanych usług, co wynika z jej lenistwa.

Kontekstualne połączenia nazw wywodzących się z różnych kategorii onimicznych służą też konstrukcji dłuższych partii tekstowych — prezentacji członków literackiej rodziny, por.:

- [5] Był jeszcze **Dziadziuś Kłamczusiak**, który przy **ulicy Figi z Makiem 5** prowadził własny sklepik „**Obiecanki Cacanki**”. **Opowiadał swoim klientom niestworzone historie** o produktach, których nie miał w sprzedaży. **Robił to tak przekonująco, że zgromadził zamówienia na co najmniej pół roku w przód**. Gorzej szło **Babci Kłamczusiakowej**, która była właścicielką podupadającej kwiaciarni „**Kaktus na Ręce**” [...]. Tata Kłamczusiak od dawna próbował nakłonić Babcię do zmiany wizerunku kwiaciarni. Twierdził, że nazwa odstrasza potencjalnego klienta. **Wskazując na otwartą dłoń, mówił do niej z przekąsem: — Prędejm tu kaktus urośnie, niż mamusia cokolwiek sprzeda!** Proszę mi pozwolić działać, a wtedy mamusia zobaczy, że nie odpędzi się od klientów! **Tatuś Kłamczusiak wiedział, co mówi. Był przecież najlepszym pracownikiem agencji reklamowej „Strzał w Dziesiątkę” [...]. Dzięki jego fantazji niejedna firma kilkakrotnie zwiększyła swoją sprzedaż** (Kła).

Przywołany fragment tekstu obrazuje, że wprowadzone do narracji onimy mające w podstawach frazeologizmy ułatwiają rozwijanie charakterystyki głównych bohaterów, a konotowane przez nazwy żartobliwe znaczenia uplastyczniają wypowiedź, nadając jej emocjonalny wydźwięk.

Dzięki wykorzystanej strategii odbiorca (przy współdziałaniu pośrednika inicjacji czytelniczej) dokonuje desyfracji znaczenia urbanonimów i nazw użytkowych. Dowiaduje się, że *Dziadziuś Kłamczusiak* mieszka przy ulicy *Figi z Makiem 5*, prowadzi sklepik *Obiecanki Cacanki*, i obok skłonności do konfabulacji, ma dar przekonywania, który notorycznie wykorzystuje, mając świadomość, że składane przez niego obietnice nie zostaną zrealizowane; *Tatuś Kłamczusiak* to najlepszy pracownik agencji reklamowej *Strzał w Dziesiątkę*, który uwielbiał swoją pracę, niewymagającą wysiłku, ponieważ skłonność do ubarwiania rzeczywistości ułatwiała mu realizację zadań. Adresat opowiadań odkrywa też, że *Babcia Kłamczusiakowa* to właścicielka podupadającej kwiaciarni *Kaktus na Ręce*, która przez niefortunność obranej dla obiektu usługowego nazwy skazywała swój biznes na niepowodzenie. O fakcie niewłaściwego doboru nazwy dla kwiaciarni odbiorca dowiaduje się z dialogu, w którym syn Kłamczusiakowej odsłania znaczenie nazwy użytkowej, tłumacząc obrazowo, za pomocą gestów, treść frazeologizmu zawartego w jej podstawie.

Kolejne z intencjonalnie użytych przez Zimnowodzką strategii onimicznych służą wyzwalaniu inwencji twórczej małych odbiorców. Ową aktywność mogą stymulować między innymi oryginalne sposoby prezentacji miejsc związanych z rozgrywającymi się zdarzeniami, np. zastosowany przez pisarkę schemat: informacja na temat nieokreśloności położenia miasteczka *Humorki* + nazwa ulicy, na której znajduje się dom głównych bohaterów + nazwa rodziny, której losy są przedmiotem opisu, por.:

- [6] Gdzieś daleko stąd, w miejscu, które trudno znaleźć na mapie, znajdowało się miasteczko o wdzięcznej nazwie **Humorki**<sup>13</sup>. Tuż przy jego północnej granicy, w domu przy **ulicy Ostatniego Dzwonka 1**, mieszkała rodzina **Wstydziolków** (Wst).
- [7] Gdzieś daleko stąd [...]. W pobliżu jego zachodnich murów, przy rondzie **Przeciągniętej Struny 6**, mieszkała rodzina **Kłamczusiaków** (Kła).

Zastosowana strategia spójności semantycznej nazw osobowych i urbanonimów, które nie pełnią tu funkcji lokalizacyjnej, ale informacyjną i aluzyjną, odnosi się bezpośrednio do treści i wymowy konkretnych opowiadań, w których to *Wstydziolki* i *Kłamczusiaki* otrzymują ostatnią szansę, by zmienić swoje zachowanie.

Umiejętnie wpisane w narrację urbanonimy nie tylko ubarwiają opis perypetii bohaterów opowiadań, ale stanowią nawiązanie do cech postaci, zapisanych w odpelatywnych nazwach osobowych, por.:

- [8] Gdzieś daleko stąd [...]. Na jego południowym krańcu, przy ulicy **Białej Gorączki 9**, mieszkała rodzina **Wścibionków** (Wsc).
- [9] Gdzieś daleko stąd [...]. W samym centrum, przy ulicy **Pozjadanych Rozumów**, mieszkała rodzina **Przechwałaków** (Prze).
- [10] Gdzieś daleko stąd [...]. W domu z przezroczystym dachem, przy ulicy **Zapuszczonego Żurawia 14**, mieszkała rodzina **Pytajnisiów** (Pyt).

Przykłady wypowiedzi zawierających w strukturze wieloznaczne nazwy własne utwierdzają małych odbiorców w przekonaniu, że zachowanie *Wścibionków* jest irytujące i uciążliwe dla innych, *Przechwałaki* są przemądrzałe i zbyt pewne siebie, a rodzina *Pytajnisiów* — ciekawa świata. Użyte przez autorkę strategie onimiczne kształtują u dzieci zdolność do kreowania świata wyobraźniowego, do przeżywania i wartościowania zjawisk, do stawiania hipotez, ułatwiając im także wejście w świat fikcji i jego akceptację.

<sup>13</sup> W dalszej części tekstu posłużono się skrótem *Gdzieś daleko stąd* [...], by uniknąć zbędnych powtórzeń.



### 3.2. Kontekstualna strategia nazewnicza przywołująca określone sytuacje komunikacyjne

Stosowana przez pisarkę strategia nazewnicza służy objaśnianiu dzieciom wielu społecznych zachowań i przybliżeniu istoty nieporozumień komunikacyjnych. Wybrane do analizy przykłady prezentują odbiorcy mechanizm plotki i konsekwencje mówienia nieprawdy, jednocześnie wskazują na możliwość rozwiązania problemów i nieporozumień społecznych. Przywołane przy pomocy nazw własnych sytuacje nie tylko dostarczają wielu przeżyć i treści, kształtując zdolności do kodowania i przetwarzania doświadczeń, ale umożliwiają konstruowanie i dostrzeganie nowych rozwiązań problemów.

Pierwszy z przykładów odsłaniający model i funkcjonowanie strategii onimicznej pochodzi z opowiadania *Wścibionki*, w którym przybliżono mechanizm powstawania plotki i jej konsekwencje dla przebiegu dalszej komunikacji, por.

- [11] **Mama Wścibionkowa**, dziennikarka tygodnika **Płociuchy do poduchy**, swoim długim zakrzywionym nosem lubiła wszędzie węszyć sensacje. Tym, co usłyszała, chętnie dzieliła się z innymi, nie tylko na łamach pisma. Roznosiła plotki na lewo i prawo, a że była lekko przygłucha, miała słabą pamięć oraz tendencję do własnych interpretacji, działała jak głuchy telefon. Słyszała co innego, niż było mówione, dokładała swoje trzy grosze i dopiero tak urozmaiconą informację wypuszczała w świat. Kiedyś w kolejce, niby zupełnie przypadkiem, podsłuchiwała następującą rozmowę: — Wiesz... niebawem do Humorków przyjedzie znany restaurator — **Teofil Niedojadek** — powiedział jeden z rozmówców. — Naprawdę? To cudownie! Uwielbiam jego program w telewizji **Zamienił stryjek siekierkę na kijek**. Jest świetny! A co zamierza tu robić? — dopytywał się drugi rozmówca. — Podobno będzie przekształcał **Bar Szybkiej Obsługi Kaszka z Mlekiem** w bar jeszcze szybszej obsługi **Bulka z Masłem** — powiedział z nutką tajemniczości w głosie pierwszy rozmówca. — Szkoda, że nie zajmiesz się **Gospodą Niebo w Gębie**. Ostatnio jak u nich jadłem, to mnie piekło w gębie — odpowiedział żartem drugi rozmówca. Mama Wścibionkowa, ze względu na niedosłuch, niewiele zrozumiała z tej wiadomości, jednak węsząc sensację, postanowiła przekazać ją dalej. Żeby nie pomylić faktów, próbowała najpierw ułożyć sobie w głowie to, co usłyszała: — Sławny reedukator **Turkuć Podjadek** przyjedzie do Humorków z kijem i siekierką, żeby zrobić program telewizyjny **Podniebne Gęby**. Zamiast kaszki z mlekiem wprowadzi do sprzedaży bułki z masłem, bo mniej pieką w gębę — uporządkowała myśli zadowolona z siebie Mama Wścibionkowa. Nie mogła doczekać się chwili, kiedy tą informacją się z kimś podzieli. Tak się szczęśliwie złożyło, że w drodze do domu spotkała sąsiadkę. — [...] a słyszała Pani najnowsze wieści? [...] — Proszę sobie wyobrazić, że za kilka dni przyjeżdża do naszego miasteczka **Teofil Pasibrzuch**, ten znany reporter telewizyjny. Na pewno słyszała Pani o jego najnowszym programie **Jak nie kijem go, to palką**. Będą kręcić sceny w naszej gospodzie **Niebo w Gębie**. Mają polecać dzieciom maślane bułeczki, bo od zupy mlecznej ponoć można dostać zgagi. — skończyła swój wywód Mama Wścibionkowa [...]. W końcu plotka, za pośrednictwem czasopisma **Płociuchy do poduchy**, dotarła do tych, których rozmowę Mama Wścibionkowa podsłuchiwała, a brzmiała tak: Na początku przyszłego tygodnia w Humorkach będzie gościł słynny dziennikarz **Tęgomir Siekierka**, który odwiedzi naszą telewizję, by opowiedzieć o swojej bezmlecznej diecie opartej na chałkach [...]. Wiadomość była zmieniona do tego stopnia, że nie dało jej się w żaden sposób powiązać, a nawet skojarzyć, z wizytą **Teodora Niedojadka** (Wsc).

Analizując ten pojemny znaczeniowo tekst, należy zwrócić uwagę nie tylko na sposób charakterystyki bohaterów, ale i na funkcje przypisane nazewnictwu. Główna bohaterka opisywanych wydarzeń, *Mama Wścibionkowa*, została przedstawiona jako osoba wścibska, mająca problemy z słuchem i pamięcią — nieświadomy inicjator nieporozumień komunikacyjnych. W efekcie podejmowanych przez bohaterkę zachowań na oczach małych odbiorców rodzi się plotka i tę sytuację komunikacyjną pisarka wykorzystała jako główną oś kompozycyjną opowiadania (koncept), wprowadzając do tekstu swoistą formę gry komunikacyjnej i językowej z odbiorcą. Owa gra polega na celowej modyfikacji semantycznej i fonetycznej nazw pospolitych oraz nazw własnych. Pierwszy typ modyfikacji obrazuje etapy przekształcenia nazwy użytkowej *Bułka z Masłem* o podstawie frazeologizmu o znaczeniu ‘coś prostego do wykonania’ w kolejne określenia — *bułka z masłem* ‘produkt do spożycia’, i dalej w obrębie tej kategorii pojęciowej → maślane *buleczki* → *chalka*. W podobny sposób przebiega też drugi typ modyfikacji powiązany z deformacją nazw własnych, por. nazwę programu telewizyjnego *Zamienił stryjek siekierkę na kijek*, przekształconą w informację, że oczekiwany przez mieszkańców gość przyjedzie z kijem i siekierką, a następnie → gość nosi nazwisko *Siekierka*. Wedle tego wzoru przebiegają też kolejne modyfikacje, por. nazwę restauratora *Teodor Niedojadek* → nazwę reedukatora *Turkuć Podjadek* → nazwę reportera *Teofil Pasibrzuch* → nazwę dziennikarza *Tęgomir Siekierka* oraz nazwę użytkową *Niebo w Gębie* → *Podniebne Gęby*. W konsekwencji tych przemian leksykalno-nazewniczych podsłuchana przez bohaterkę rozmowa zyskała odmienne znaczenie, a nazwy własne w kontekście relacjonowanych wydarzeń uruchamiają nowe funkcje — kreatywną, aluzyjną i intertekstualną.

Jeden z literackich chrematonimów użytkowych jest formą aluzji do opisanej w tekście sytuacji, por. nazwę czasopisma *Płociuchy do Poduchy*, którego redaktorką była główna winowajczyni komunikacyjnego zamieszania roznosząca plotki. Inne zaś określenia onimiczne aluzyjnie nawiązują do programu telewizyjnego „Kuchenne Rewolucje”, którego gospodyni Magda Gessler, podróżując po kraju, zmienia wizerunek lokali gastronomicznych, nadając im nową, nośną znaczeniowo nazwę. Z kolei pewien typ intertekstualności przejawia się w wątku restauratora *Teodora Niedojadka*, którego zadaniem było przekształcenie *Baru Szybkiej Obsługi Kaszka z Mlekiem* w bar jeszcze szybszej obsługi *Bułka z Masłem*. Zastosowane w funkcji treściowej i humorystycznej (ludycznej) nazewnictwo ułatwiło autorce wygenerowanie dwóch interpretacji — dosłownej i przenośnej, opartych na polimotywacyjnych znaczeniach frazeologizmów jako podstaw nazw użytkowych odwołujących się do pola znaczeniowego ‘specjały gastronomiczne’. Ten żartobliwy efekt autorka uzyskała, nawiązując treściowo do promowanych dań, których przygotowanie zajmuje niewiele czasu. Metaforyczne interpretacje nazw o podstawie frazeologizmów ewokują też skojarzenia odnoszone do

serwowania prostych do przygotowania dań, które z założenia muszą się udać, por. *kaszka z mlekiem i bułka z masłem* ‘coś łatwego do wykonania’, podobnie jak zakładany efekt zadania, jakie przypisał sobie inicjator projektu kulinarnego.

Odrębnym zagadnieniem są tu też funkcje tekstowe pojemnych znaczeniowo „nazw mówiących” typu: *Teodor Niedojadek*, *Teofil Pasibrzuch*, *Tęgomir Siekierka*, *Turkuć Podjadek*, w których prezentacji nastąpiła stopniowa zmiana znaczeń odnoszonych do charakterystyki osoby (od niedojadka, przez osobę, która się przejada, po szkodnika), a także celowy dobór mało popularnych współcześnie imion, nieznanych z sytuacji komunikacyjnych dzieciom. Staropolskiego imienia *Tęgomir* mały odbiorca nie skojarzy z jego etymologicznym znaczeniem, ale w kontekście powiązanych z nim w tekście nazwami, zinterpretuje jako ‘człowiek tęgi’. Nazwę jednego z bohaterów drugoplanowych *Turkuć Podjadek* (< *turkuć podjadek* ‘szkodnik; owad siejący spustoszenie w ogrodach’) autorka wyzyskała jako nośnik funkcji humorystycznej i wartościującej, charakteryzując człowieka, którego działania uczynią więcej szkody niż pożytku. Odkrycie owych asocjacji i przybliżenie ich znaczenia dzieciom, przypada pośrednikowi inicjacji czytelniczej.

Drugi z przykładów funkcjonowania strategii onimicznej odsłania sposób użycia nazw własnych do opisu konkretnych sytuacji — próby zmiany zachowania bohaterów jako narzędzia do odbudowywania pozytywnych relacji społecznych i okazji do nabycia nowych doświadczeń komunikacyjnych oraz wiedzy, że ponoszenie konsekwencji za czyny to nieuchronny proces niewłaściwego postępowania, por.

[12] [Kłamczusiaki] [...] wprowadziły w swoje życie zmiany, które miały im ułatwić wytrwanie w prawdomówności. Mama Kłamczusiakowa zapisała się na lekcje śpiewu do **niezwykle skutecznego nauczyciela — profesora Wyjca**, który po ciężkich zmaganiach **wytrącił z jej głosu fałszywe nuty**. Wkrótce spełniło się marzenie Kłamczusiakowej — dostała etat w filharmonii [...]. **Tata Kłamczusiak** zwolnił się z agencji reklamowej. Ponieważ jednak **miał bujną wyobraźnię**, postanowił zostać pisarzem. W książkach mógł puścić wodze fantazji [...]. **Dziadziuś przekształcił swój sklepik w cukiernię. Nazwał ją „Cuda na Kiju” i sprzedawał watę cukrową** najmłodszym mieszkańcom miasteczka. **Babcia Kłamczusiakowa**, idąc za duchem czasu, **otworzyła kwiaciarnię internetową „Cuda Wianki” i zajęła się sprzedażą plecionych przez siebie wianków** [...]. Największe trudności z mówieniem prawdy miały małe Kłamczusiaki — jak to maluchy! [...] W ten oto sposób rodzina Kłamczusiaków przestała kłamać. Wkrótce w miasteczku zaczęto nazywać ich Prawdomównisiami. I tak już zostało! (Kła).

Ten czytelny dla małych adresatów komunikat przekonuje, że kłamstwo niesie za sobą negatywne skutki, i aby do czegoś w życiu dojść, należy postępować uczciwie (co wykazuje postawa przyjęta przez *Kłamczusiakową*), zaś umiejętności należy tak wykorzystywać, by nikomu nie szkodzić (na co wskazuje wybór *Taty Kłamczusiaka*). W przywołanym fragmencie mowa jest również o zmianie sposobu

myślenia najstarszych bohaterów — seniorów rodu Kłamczusiaków, w efekcie którego prowadzone przez nich działalności usługowe mają szansę na sukces.

Formułując stwierdzenie, że *największe trudności z mówieniem prawdy miały małe Kłamczusiaki — jak to maluchy!*, autorka podtrzymuje swoją sympatię do bohaterów, nie ocenia ich postępowania, a eksponuje starania na drodze do mówienia prawdy. Puenta autorki, wpisana w finalną część tekstu, podpowiada małym odbiorcom, że zmiana zachowania *Kłamczusiaków* ułatwiła im odbudowę relacji z innymi, w konsekwencji czego *zaczęto nazywać ich Prawdomównisiami*. Tę myśl przewodnią, mającą na celu uzmysłowić dzieciom, że podejmowane przez nie w przyszłości próby zmiany postępowania będą doceniane przez innych członków społeczności, autorka przekazuje też przy użyciu opozycyjnych znaczeniowo nazw odapelatywnych, por. *Kłamczusiaki* → ‘kłamać, mówić nieprawdę’ a *Prawdomównisie* → ‘mówić prawdę’.

Konkludując, nadrzędną rolę w przekazywaniu informacji pełni wykreowane przez autorkę nazewnictwo. Nazwa osobowa *profesor Wyjec*<sup>14</sup> (por. pot. *wyc* ‘wydobywać dźwięki głośnie, niemiłe dla ucha’, a użyta w tekście charakterystyka *niezwykle skuteczny nauczyciel*) pełni w tekście funkcję humorystyczną i ekspresywną, a nazwy użytkowe *Cuda na Kiju* i *Cuda Wianki* — funkcję kreatywną. Chrematonim *Cuda na Kiju* to oryginalna nazwa promująca sprzedawane przez bohatera słodkości (por. konotacja → *wata cukrowa na patyku* a *cuda* [słodkości] *na kiju*), a komercyjna nazwa *Cuda Wianki* reklamuje rękodzieła seniorki rodu. Elementem łączącym obie nazwy użytkowe jest podstawa leksykalna *cuda* ‘niezwykły, szczęśliwy zbieg okoliczności’, która wartościuje nazwy i ocenia zmiany zachowań komunikacyjnych fikcyjnych postaci.

Przykład ten zamyka opis strategii onimicznych uchwyconych w utworach A. Zimnowodzkiej i analizę wykreowanych przez pisarkę nazw, interpretowanych jako istotne ogniwo opowiadań, wspomagające rozwój kreatywności adresatów dziecięcych.

#### 4. WNIOSKI

Agnieszka Zimnowodzka realizuje swoiste rozwiązania w zakresie komponowania przestrzeni onimicznej — wprowadzania i łączenia nazw własnych, które treściowo i semantycznie współbrzmiają z narracją, opisem, dialogami, pełniąc przypisane im funkcje — aluzyjną, aksjologiczną, dydaktyczną, ekspresywno-stylistyczną, emocjonalną, informacyjną, kreatywną, ludyczną, poznawczą i referencjalną.

<sup>14</sup> Opozycyjne semantycznie połączenie leksemu wartościującego *profesor* (nazwa tytułu zawodowego/naukowego) z pejoratywnym określeniem *wyjec* potęguje komizm słowny nazwy.

Zarówno w akcie nominacji nazw, jak i w sposobach ich kontekstualnego użycia autorka uwzględniła wiedzę na temat cech, potrzeb i możliwości percepcyjnych małych odbiorców. Ta koncepcja twórcza ułatwia i uatrakcyjnia odbiór lektury, który przebiega przy współudziale pośrednika procesu interpretacji tekstu, oraz wyrabia umiejętność myślenia dedukcyjnego i asocjacyjnego, dostarczając nowych doświadczeń komunikacyjnych.

Realizowana strategia nazewnicza, będąca formą gry komunikacyjnej i językowej z oczekiwaniami małych odbiorców oraz przyjęta przez autorkę konwencja nazewnicza, wpisująca się w nurt semantyczny i baśniowy, odwzorowują świat bliski wyobrażeniom dziecięcym.

Wymyślone przez A. Zimnowodzką onimy zbiorowe identyfikujące rodziny i ich członków, por.: *Balaganiaki*, *Śmiecholki*, *Wścibionki*, *Dziadziuś Kłamczusiak*, *Przechwalakowa Mama*, *Przechwalinka*, *Tatusz Kłamczusiak* wzorowane na zachowaniach komunikacyjnych odbiorców, przybrały postać neologizmów nazewniczych.

Znamienne dla warsztatu pisarki tendencje — kreacja seryjnych nazw, wielokrotne odsłanianie motywacji nazw postaci fikcyjnych, semantyczne powiązania nazw osobowych z onimami z innych kategorii nazewniczych, swoista konstrukcja fabuły oraz przywoływane na kartach opowiadań sytuacje mają na celu wspierać rozwój małych odbiorców.

Dzięki żartowi wpisanemu w ramy komizmu słownego i sytuacyjnego, wydobylanego przy pomocy frazeologizmów, autorka nie tylko rozwija kompetencje językowe i komunikacyjne adresatów, uczy ich dystansu do świata i samego siebie, ale także łamie dystans na linii nadawca — odbiorca, unikając bezpośredniego dydaktyzmu.

Wykazane walory twórczości pisarki poświadczają, że onimy, umiejętnie wplecione w (kon)tekst są efektywnym narzędziem wspomagającym rozwój kreatywności adresatów opowiadań.

## SKRÓTY

- — konotuje
- pot. — potocznie
- Kła — *Kłamczusiaki*
- Len — *Leniwczaki*
- Prze — *Przechwalaki*
- Pyt — *Pytajnisie*
- Wst — *Wstydziołki*
- Zdzi — *Zdziwionki*

## ŹRÓDŁA

- Zimnowodzka, A. (2016). *Balaganiaki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Dąsacze*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Leniwczaki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Klamczusiaki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Przechwalaki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Pytajnisie*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Śmiecholki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Wścibionki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Wstydziołki*. Łódź: Kocur Bury.  
Zimnowodzka, A. (2016). *Zdziwionki*. Łódź: Kocur Bury.

## LITERATURA

- Bułczyńska, K. (1988). Bajbajek z Krokodylewa, czyli o nazwach własnych w literaturze dla dzieci [Bajbajek from Krokodylewo — about proper names in children's literature]. W: H. Zgółkowa (red.), *Język zwierciadłem kultury, czyli nasza codzienna polszczyzna* (s. 148–151). Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Burska-Ratajczyk, B. (2000). Magia słowa — neologizmy nazewnicze w utworach artystycznych dla dzieci [Verbal magic — naming neologisms in artistic works for children]. *Rozprawy Komisji Językoznawczej ŁTN*, 45, 9–23.
- Cieślíkowa, A. (1983). Nazwy własne w różnych gatunkach tekstów literackich [Proper names in various genres of literary texts]. W: M. Bioliłk (red.), *Onomastyka literacka* (s. 33–39). Olsztyn: Wydawnictwo WSP.
- Czaplicka-Jedlikowska, M. (2007). *Edukacyjne aspekty nazw własnych w literaturze dla dzieci* [Education aspects of proper names in literature for children]. Bydgoszcz: Wydawnictwo UKW.
- Dawidziak-Kładoczna, M. (2015). Mechanizmy kreacji onimów w literaturze dla dzieci (na przykładzie wybranych utworów) [The mechanisms of creating proper names in literature for children]. *Onomastica*, 59, 341–354.
- Domaciuk-Czarny, I. (2014). Nazwy własne w fantazy humorystycznej na przykładzie utworów Jacka Piekary i Pawła Majki [Proper names in humorous fantasy — the case of works by Jacek Piekara and Paweł Majka]. *Rozprawy Komisji Językowej ŁTN*, 60, 51–65.
- Domaciuk-Czarny, I. (2015). *Nazwy własne w przestrzeni literackiej i wirtualnej typu fantazy* [Proper names in literary and virtual space of fantasy type]. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Gałkowski, A. (2012). *Terminologia onomastyczna. Aktualizowana lista podstawowych haseł terminologii onomastycznej w języku polskim* [Onomastic terminology. Updated list of basic onomastic terminology entries in Polish]. <https://onomastyka.uni.lodz.pl/strona-glowna/terminologia-polska>
- Górny, H. (2013). *Nazwy własne w piśmiennictwie pamiętnikarskim XIX wieku. Perspektywa funkcjonalno-tekstologiczna* [Proper names in memoirs writing in the 19<sup>th</sup> century. The functional-textual perspective]. Kraków: LEXIS.
- Graf, M. (2004). Funkcja lokalizacyjna nazewnictwa literackiego. Próba nowego spojrzenia [Locational function of literary naming. An attempt at a new view]. W: W. Pająkowska-Kęsik i M. Czachorowska (red.), *Nazwy mówią* (s. 169–177). Bydgoszcz: Wydawnictwo UKW.
- Graf, M. (2015). *Literackie nie-nazywanie. Onomastykon polskiej prozy współczesnej* [Literary non-naming. An onomasticon of contemporary Polish prose]. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

- Jędrzejko, E. (1997). Strategie tekstotwórcze a gry językowe w literackich nazwach własnych [Text-creating strategies and language games in literary proper names]. W: E. Jędrzejko i U. Żydek-Bednarczuk (red.), *Gry w języku, literaturze i kulturze* (s. 65–76). Katowice: Energeia.
- Kęsikowa, U. (1988). Funkcja dydaktyczna nazewnictwa w powieściach dla młodzieży [The didactic function of naming in novels for youth]. W: E. Homa (red.), *Onomastyka w dydaktyce szkolnej i społecznej* (s. 81–86). Szczecin: Wydawnictwo US.
- Kofta, M. (1979). *Samokontrola a emocje* [Self-control vs. emotions]. Warszawa: PWN.
- Kosyl, C. (1988). Aluzyjność nazw własnych w dziele literackim [Allusiveness of proper names in the literary work]. *Annales UMCS. Sectio FF, Philologiae*, 6, 39–49.
- Kosyl, C. (1991). Nazwy własne w literaturze dla dzieci (na przykładzie prozy Ewy Szelburg-Zarębiny) [Proper names in literature for children (on the example of Ewa Szelburg-Zarębina's prose)]. *Zeszyty Naukowe WSP im. Powstańców Śląskich w Opolu. Językoznawstwo*, 13, 201–209.
- Kosyl, C. (2004). Nurty stylistycznojęzykowe nazewnictwa literackiego [Stylistic-linguistic currents in literary naming]. W: R. Mrózek (red.), *Nazwy własne w języku, kulturze i komunikacji społecznej* (s. 217–228). Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Łuc, I. (2007). *Nazwy własne w literaturze dziecięco-młodzieżowej Małgorzaty Musierowicz* [Proper names in Małgorzata Musierowicz's literature for children and youth]. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Łuc, I. (2008–2009). Nazewnictwo w najnowszej twórczości Małgorzaty Musierowicz [Naming in the newest works of Małgorzata Musierowicz]. *Onomastica*, 53, 173–185.
- Łuc, I. (2019). Wartości edukacyjne w literaturze dziecięcej Agnieszki Zimnowodzkiej. Rekonesans badawczy [Educational values in Agnieszka Zimnowodzka's literature for children. A research reconnaissance]. W: D. Krzyżyk (red.), *Z teorii i praktyki dydaktycznej języka polskiego* (s. 67–87). Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Łuc, I. (2022). Nazwy osobowe w opowiadaniach Agnieszki Zimnowodzkiej jako tekstowy komponent dziecięcej konceptualizacji świata [Personal names in Agnieszka Zimnowodzka's short stories as a text component in children's conceptualization of the world]. *Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza*, 29(1), 49–64.
- Nęcka, E. (2001). *Psychologia twórczości* [Psychology of creativity]. Gdańsk: GWP.
- Raszewska-Klimas, A. (2016). Nazwy własne w powieści Ewy Nowakowskiej *Małgosia contra Małgosia* [Proper names in Ewa Nowakowska's novel "Małgosia contra Małgosia"]. *Rozprawy Komisji Językowej ŁTN*, 63, 129–142.
- Rejter, A. (2016). *Nazwa własna wobec gatunku i dyskursu* [Proper name towards genre and discourse]. Katowice: Wydawnictwo UŚ.
- Rymut, K. (1993). Onomastyka literacka a inne dziedziny badań nazewniczych [Literary onomastics vs. other fields of research into naming]. W: M. Biolik (red.), *Onomastyka literacka* (s. 15–19). Olsztyn: Wydawnictwo WSP.
- Szurek, M.M. i Zmuda, E. (2020). Ideonimy książek dla przedszkolaków. Wprowadzanie dziecka w świat nazw [Ideonyms of books for kindergarten children. Introducing a child into the world of names]. *Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Linguistica*, 15, 287–300.
- Szmidt, K.J. (2010). *ABC kreatywności* [ABC of creativity]. Warszawa: Difin.
- Szmidt, K.J. (2013). *Pedagogika twórczości* [Pedagogy of creativity]. Sopot: GWP.
- Wiszniakowa-Zelinskiy, N. (2014). *Diagnoza psychologiczna „Kreatywny potencjał”* [“Creative potential” — a psychological diagnosis]. Kraków: AFM.

## SUMMARY

NAMING STRATEGIES ENHANCING THE DEVELOPMENT OF  
THE CREATIVITY OF YOUNG RECIPIENTS (USING THE EXAMPLE OF  
STORIES IN AGNIESZKA ZIMNOWODZKA'S "HUMORKI" [LITTLE HUMOURS] CYCLE)

The article describes the role, significance and functioning of proper names in the literary communication of Agnieszka Zimnowodzka seen as components of naming strategies enhancing the development of the creativity of young readers. The description of the functioning of proper names in regard to their harmony with the text was based on three interpretative levels – the pragmatic, stylistic and psychological. A detailed examination of the proper names revealed that they activate various functions in the text – the allusive, axiological, creative, cognitive, didactic, emotional, expressive-stylistic, informative, ludic and referential. Two superior strategies were distinguished among the naming strategies used in the short stories by the discussed writer: 1) the strategy of the semantic association of names from various onymic categories, and 2) the contextual naming strategy that brings about particular communication situations. An analysis of the proper names taken from short stories for children written by Zimnowodzka showed many innovative solutions in the field of using the categorial properties of proper names in the literary sphere. These naming formations not only make the reading easier and more attractive to young recipients but also enhance their creativity in many developmental dimensions.

Keywords: proper names, literary onomastics, naming strategies, development of creativity