

ANNA CZAPLA  
AGNIESZKA KUTYŁA

## NAZWY LUBELSKICH APTEK

Wraz ze zmianą ustroju państwa po 1989 r. nastąpiły ogromne przemiany we wszystkich dziedzinach życia. Postępująca stabilizacja sytuacji ekonomicznej w Polsce oraz transformacja polskiej gospodarki do systemu wolno-rynkowego przyczyniły się do znacznego wzrostu liczby punktów handlowych, w tym aptek. Przemiany polityczne warunkujące ożywienie gospodarcze i społeczne, a także rozwój cywilizacyjny wpłynęły na istotne zmiany w nazewnictwie aptek, których powstawanie po wspomnianym 1989 r. zaczęło wiązać się z przejściem w ręce prywatnych właścicieli: osób fizycznych, firm i instytucji. Sama nazwa *apteka* jeszcze przed rokiem 1989 została ustawowo zastrzeżona tylko i wyłącznie dla placówek ochrony zdrowia. Stanowiła jedyny człon // element nazewnictwa odróżniający te punkty handlowe od innych w mieście (funkcja identyfikacyjna // informacyjna), a także określający, jaki rodzaj towarów w tak oznaczonym miejscu można nabyć (funkcja sygnifikacyjna). Obecnie nazwa *apteka* obok placówek służby zdrowia może wskazywać także na inne desygnaty, np. trójmiejski zespół muzyczny, wydawnictwo czy rozlewnię oleju (*Apteka oleju*). Zmiany cywilizacyjne spowodowały zatem powstanie nowej fali nazw, dostosowanych do nowych obiektów. Jednym z cie-

---

Dr ANNA CZAPLA – adiunkt Katedry Języka Polskiego KUL, adres do korespondencji: Katedra Języka Polskiego KUL, Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: [szafranek@kul.lublin.pl](mailto:szafranek@kul.lublin.pl)

Mgr AGNIESZKA KUTYŁA – asystent Katedry Języka Polskiego KUL, adres do korespondencji: Katedra Języka Polskiego KUL, Al. Raławickie 14, 20-950 Lublin; e-mail: [kutyla@kul.lublin.pl](mailto:kutyla@kul.lublin.pl)

kawszych zagadnień jest sam proces nominacji. Jakie czynniki wpływają na to, że właściciel apteki decyduje się nadać jej indywidualną nazwę? Czy nazwa może wpływać na popularność apteki? Czy występowanie nazwy generuje określone skutki marketingowe? Nazwa apteki nie jest bowiem elementem obligatoryjnym, ale uzależnionym od decyzji jej właściciela, traktowanym jako wartość naddana. Zdarza się jednakże, że klienci omawianych punktów handlowych zamiast konkretnymi nazwami, widocznymi na szyldach bądź witrzynach, posługują się innymi określeniami przyjętymi zwyczajowo i utartymi w społecznej świadomości, np. *apteka przy przychodni*, *apteka za Bramą Krakowską*, *apteka przy PKS-ie*, *apteka w Plazie*.

Nazwy aptek są częścią onimii miejskiej. Wciąż dyskusyjne jest zagadnienie, czy można uznać je za chrematonimy (nadal wśród badaczy trwa wymiana poglądów w kwestii użycia terminu *chrematonim* w odniesieniu do punktów handlowych) czy za mikrotoponimy. Ewa Rzetelska-Feleszko uważa, że nazwy sklepów, a takimi są apteki – sklepami specjalistycznymi, należy uznać raczej za toponimy, podobnie jak nazwy domów<sup>1</sup>. Zdaniem Czesława Kosyła nazwy lokali handlowych należą do tzw. chrematonimii niewłaściwej, czyli inaczej chrematonimii szerzej rozumianej<sup>2</sup>.

W polskiej onomastyce prace poświęcone chrematonimii przez długi czas traktowane były na zasadzie ciekawostki, pozostając raczej na marginesie badań. Zdaniem Edwarda Brezy, w odróżnieniu od nazw osobowych i geograficznych, przedmiot badań chrematonimii jest kategorią otwartą, uzależnioną od życia politycznego, kulturalnego, społecznego, ekonomicznego, religijnego, towarzyskiego i wielu innych czynników<sup>3</sup>, które współdecydują o rosnącej wśród badaczy popularności tej grupy onimów.

Studia językoznawcze nad nazwami miejskimi – urbonimią, dotyczą nazw ulic i placów<sup>4</sup>, dworców kolejowych, przystanków, kolei elektrycznych<sup>5</sup>, bu-

<sup>1</sup> Najnowsze nazwy sklepów, w: *Uwarunkowania i przyczyny zmian językowych. Zbiór studiów*, red. E. Wrocławska, Warszawa 1994, s. 133.

<sup>2</sup> *Chrematonimy*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński. Wrocław 1993, s. 440-444.

<sup>3</sup> *Nazwy obiektów i instytucji związanych z nowoczesną cywilizacją (chrematonimy)*, w: *Polskie nazwy własne. Encyklopedia*, red. E. Rzetelska-Feleszko, Kraków 2005, s. 350.

<sup>4</sup> Przykładowe prace: M. Buczyński, *Nazwy ulic i placów Lublina*, „*Onomastica*” 11(1966), s. 136-181; K. Handke, *Semantyczne i strukturalne typy nazw ulic Warszawy*, Wrocław 1970; A. Belchnerowska, T. Białocki, *Toponimia miasta Szczecina*, Szczecin 1987; D. Kopertowska, *Nazwy ulic w miastach województwa kieleckiego*, „*Kieleckie Studia Filologiczne*” 5(1990), s. 133-149; taż, *Nazwy ulic w miejscowościach województwa radomskiego*, „*Slavia Occidentalis*” 50(1993), s. 69-85.

<sup>5</sup> H. Górnowicz, *Toponimia Gdyni*, „*Gdańskie Zeszyty Humanistyczne*” 6(1964), s. 136-164.

dynków teatralnych<sup>6</sup>, latarni morskich<sup>7</sup>, karczem<sup>8</sup>, młynów<sup>9</sup>, biur matrymonialnych<sup>10</sup>, zakładów gastronomicznych<sup>11</sup>, kamienic<sup>12</sup>, willi, pensjonatów i domów wczasowych<sup>13</sup>, kin<sup>14</sup>, schronisk<sup>15</sup>, dawnych fortyfikacji<sup>16</sup>. Z prac dotyczących nazw sklepów można wymienić artykuły Ewy Rzetelskiej-Feleszko, w których autorka, omawiając poszczególne branże sklepów, pośrednio porusza zagadnienie nazewnictwa aptek na tle obiektów innego typu<sup>17</sup>. Ściśle związane z nazwami polskich aptek w ujęciu partykularnym są artykuły Małgorzaty Rutkiewicz, z których pierwszy dotyczy semantyki nazw poznańskich (opis diachroniczny), drugi zaś stanowi próbę porównania sposobów nominacji polskich i wiedeńskich aptek (w ujęciu synchronicznym)<sup>18</sup>. Do prac Rutkiewicz nawiązuje przyczynek Jerzego Głowackiego, charakteryzujący nazwy

---

<sup>6</sup> W. Tyraś, *Budynki i sale teatralne w Częstochowie w latach 1870-1939*, „Ziemia Częstochowska” 6/7(1967), s. 146-164.

<sup>7</sup> F. Hinze, *O nazwach latarni morskich na kaszubskim brzegu*, „Biuletyn Zrzeszenia Kaszubsko-Pomorskiego” 5(1968), s. 40-44.

<sup>8</sup> W. Miodunka, *Nazwy karczem polskich*, „Językoznawstwo” 18(1968), s. 86-93.

<sup>9</sup> T. Gołębiowska, *Nazwy polskich młynów*, „Onomastica” 14(1969), s. 81-120; J. Wiśniewski, *Nazwy młynów w Polsce*, „Kwartalnik Historii Kultury Materialnej” 18(1970), s. 449-455.

<sup>10</sup> A. D. Galasińscy, *Nazwy biur matrymonialnych*, „Onomastica” 35(1990), s. 103-111.

<sup>11</sup> S. Bąba, *Swojskość i egzotyka w nazwach pomorskich i kujawskich zakładów gastronomicznych*, „Pomorze” 15(1969), nr 6, s. 12; E. Breza, *Nazwy lokali gastronomicznych w województwie gdańskim*, „Zeszyty Naukowe Wydziału Humanistycznego UG, Prace Językoznawcze” 14(1988), s. 115-123.

<sup>12</sup> Z. Baranowska, H. Sygietyńska, *Kamienice rynku zamojskiego w XVII wieku*, w: *Zamość – Zamojszczyzna w dziejach i kulturze polskiej*, Zamość 1969, s. 143-150.

<sup>13</sup> S. Bąba, *O imionach domów wczasowych*, „Pomorze” 15(1969), nr 9, s. 14; L. Wajda, *Nazwy will w Zakopanem*, „Rocznik Naukowo-Dydaktyczny Wyższej Szkoły Pedagogicznej w Krakowie, Prace Językoznawcze” II, 39(1973), s. 179-187; Cz. Kosyl, *Z problematyki nazw will, pensjonatów i domów wczasowych*, „Onomastica” 20(1981), s. 103-118; tenże, *Forma i funkcja nazw will, pensjonatów i domów wczasowych*, w: *Forma i funkcja nazw własnych*, Lublin 1983, s. 83-97.

<sup>14</sup> S. Bąba, *Imiona kin pomorskich*, „Pomorze” 15(1967), nr 21, s. 9; K. Dziedziół, *Nazwy kin w Polsce*, *Prace Naukowe Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach* 133, „Prace Językoznawcze” 3(1976), s. 152-153.

<sup>15</sup> T. Kowalik, *Jakie są nasze imiona*, „Gościńiec” 10(1978), s. 5.

<sup>16</sup> M. Graf, *Nazwy poznańskich fortyfikacji*, w: *Język polski. Współczesność. Historia. V*, red. W. Książek-Bryłowa, H. Duda, Lublin 2005, s. 133-140.

<sup>17</sup> *Najnowsze nazwy sklepów*, w: *Uwarunkowania i przyczyny zmian językowych*, red. E. Wrocławska, Warszawa 1994, s. 133-142; taż, *Nazwy łódzkich sklepów w 1994 r.*, w: *Wielkie miasto*, red. D. Bieńkowska, t. II, Łódź 1995, s. 118-129.

<sup>18</sup> *Semantyka nazw poznańskich aptek*, „Język Polski” 80(2000), z. 3-4, s. 185-196; M. Rutkiewicz-Hanczewska, *Nazwy wiedeńskich aptek – schemat nazewnictwa czy specyfikacja miejsca*, „Onomastica Slavogermanica” 24(2003), s. 173-181.

aptek bydgoskich i gdańskich<sup>19</sup>, oraz artykuł Marty Pabiś, poświęcony tradycjom nazewniczym aptek krakowskich (w ujęciu diachronicznym)<sup>20</sup>.

Przedmiotem niniejszego artykułu będą nazwy współczesnych lubelskich aptek (powiat grodzki) w opisie synchronicznym. Poddany analizom materiał – 234 jednostki nazewnicze – został zgromadzony na podstawie aktualnego rejestru aptek objętych nadzorem Lubelskiego Inspektoratu Farmaceutycznego oraz eksploracji w terenie. Przedstawiony materiał zostanie zestawiony z nazwami aptek już opracowanych: poznańskich, wiedeńskich, krakowskich, bydgoskich i gdańskich w celu wykazania istniejących podobieństw i różnic charakterystycznych dla onimii omawianego typu. Analiza porównawcza będzie miała charakter ściśle semantyczny, wskazujący zarówno na istnienie pewnych schematów nazewniczych, opartych na znaczeniu leksykalnym, jak również, na przykładzie materiału lubelskiego, stanowiący próbę wyjścia poza istniejące schematy. Klasyfikacja analizowanego typu onimii oparta została na następujących kryteriach: etymologicznym, formalnym oraz wspomnianym już semantycznym z realnoznaczeniową oraz nierealistyczną motywacją słowotwórczą.

Nazwa apteki nie istnieje dla niej samej, lecz powinna kojarzyć się z konkretnymi działaniami na rzecz pacjenta, jest bowiem elementem współtworzącym jej markę. O ile nazwa własna jest wyrazem lub kombinacją wyrazów, o tyle marka, na którą składają się również elementy graficzne, rodzaj wystroju wnętrza, sposób obsługi, stanowi ogół wrażeń i odczuć budzących się w świadomości pacjenta na skutek kontaktu z marką. Zdaniem Małgorzaty Michalik, mówiąc o nazwach aptek, warto poruszyć kwestię ich autorytetu, związanego z ujednoliceniem oznakowania, kształtem liter, ich kolorystyką<sup>21</sup>. Nie ma nazw idealnych. Istnieje natomiast wiele zasad, które warto wziąć pod uwagę przy tworzeniu nazwy apteki.

Jaka właściwie powinna być nazwa apteki? Kilka postulatów wysunął jeszcze w latach 30. Zenon Klemensiewicz, mówiąc o nazwach firm. Według tego badacza: „1. nazwa powinna być zrozumiała dla najszerszych warstw klientów, konsumentów, odbiorców danej instytucji; 2. powinna być właściwa, tzn. wedle możliwości najlepiej informować o istocie, o treści danego przedsiębiorstwa; 3. powinna być wiążąca, czego wymagają względy praktyczne, łatwość posługiwania się nią w korespondencji, w reklamie; 4. po-

---

<sup>19</sup> J. Głowacki, *O nazwach polskich aptek (na marginesie artykułu Małgorzaty Rutkiewicz)*, „Język Polski” 81(2001), z. 3, s. 225-226.

<sup>20</sup> *Nazwy krakowskich aptek*, „Język Polski” 86(2006), z. 5, s. 376-388.

<sup>21</sup> *Nazwa apteki (PR twojej apteki)*, „Manager Apteki” 5(2007), s. 10-20.

winna być wystarczająco odrębna, oryginalna, aby się stać jednym ze skutecznych środków konkurencyjnych; 5. powinna być w miarę możliwości pociągająca, interesująca, pobudzającą uczucie i fantazję, jako jeden ze środków reklamy; 6. [...] powinna się liczyć z rodzimymi tendencjami i właściwościami polszczyzny<sup>22</sup>. W odniesieniu do aptek zaleca się ponadto, aby nazwa była krótka i prosta, np. *Oro, Vita*. Przy nazwach dłuższych warto wybrać te, w których występuje aliteracja, np. *Tilia, Mandragora*. Kolejną ważną cechą nazwy apteki powinna być łatwość jej wypowiedzenia, zapamiętywania. W tym wypadku duże znaczenie ma tradycja. W Polsce łączy się ona z nazwami takimi, jak np. *Pod Różą*, a także wykorzystującymi odwołania do mian świętych, patronów aptekarzy, odnoszące się do ich autorytetu, a także charakteru pracy farmaceutów. Dobrze kojarzone są również nazwy niosące w swojej treści zdrowie, życie, wiarę w lecznicze właściwości natury, np. *Melisa, Elixir, Vita, Panaceum*; nawiązujące do cech danego miejsca (nazwy odtoponimiczne), do nazwiska rodzowego właściciela (nazwy odantroponimiczne).

W analizowanym materiale najogólniej ze względu na etymologię wśród nazw aptek można wyróżnić:

– nazwy polskie, rodzime, np. *Apteka na Klinie, Apteka Zielna, Apteka Mikstura, Apteka Św. Jana, Apteka Dzieciątka Jezus, Apteka Rodzinna, Apteka Bliska Sercu, Apteka Dr Zdrowie, Apteka Uroda, Apteka Natura, Apteka Czechów, Apteka na Dożynkowej, Apteka Jutrzenka, Łozowscy Apteka*;

– nazwy obce bądź stylizowane na obce, np. *Apteka Astra, Apteka Salix, Apteka Pini, Apteka Centuria, Apteka Betula, Apteka Bellis, Apteka Salutis, Apteka Cito, Apteka Grama, Apteka Urtica, Apteka Remedium, Apteka Avicenna, Apteka Help-Pharma, Apteka Bio-Farm, Apteka Multi-Farm, Apteka Recfarma, Apteka Farmvita, Apteka Medicus, Terapia-Activa Apteka, Apteka Panaceum, Apteka Esculap, Apteka Dr Max, Apteka Gemini, Apteka Delta, Apteka Salve, Apteka Millenium, Apteka Vikamed, Apteka Agavita, Euro-Apteka, Apteka Farmaco, Farma, Eurofarm, Apteka Alpha-Pharm, Euro-farm, Euromedycyna, Sanofarm*.

Ze względu na kryterium formalne człony określające element główny *apteka* w nazwach lubelskich aptek dzielimy na:

---

<sup>22</sup> Z 'Techebu' do Pietrzeksportu', czyli o nazwach przedsiębiorstw handlowych, przemysłowych itp., „Język Polski” 22(1937), s. 21.

- jednowyrazowe proste rzeczownikowe, np. *Apteka Centrum*, *Apteka Czechów*, *Apteka Świt*, *Apteka Salix*, *Apteka Pini*;
- jednowyrazowe proste przymiotnikowe, np. *Apteka Studencka*, *Apteka Wojewódzka*, *Apteka Zemborzycza*;
- utworzone za pomocą wyrażen przyimkowych, np. *Apteka na Dożynkowej*, *Apteka po Schodkach*, *Apteka na Zana*;
- jednowyrazowe złożone, np. *Apteka Help-Pharma*, *Apteka BioFarm*, *Apteka BoMiVita*;
- wielowyrazowe, np. *Apteka Dzieciątka Jezus*, *Apteka Św. Jana*, *Apteka Bliska Sercu*, *Apteka Alpnova-Grzechnik*, *Apteka Terapia-Activa*, *Apteka Dr Max*, *Apteka Dr Zdrowie*.

Ze względu na kryterium semantyczne wyróżniono:

I. Realnoznaczeniowe nazwy aptek, które wskazują na:

1. położenie apteki (nazwy topograficzne). Są to struktury motywowane przez realną rzeczywistość, pochodne od już istniejących nazw własnych. W tej grupie onimów możemy wyróżnić nazwy:

- przeniesione z nazw jednostek podziału administracyjnego: *Apteka Wojewódzka*;
- przeniesione z nazw części miasta: np. *Apteka Centrum*;
- przeniesione z nazw dzielnic miasta: *Apteka Czechów*;
- przeniesione z nazw osiedli: *Apteka Świt*, *Apteka Kalinka* (2), położona na osiedlu Kalinowszczyzna, *Apteka Studencka*, położona na terenie miasteczka uniwersyteckiego, *Rogatka Warszawska Apteka*;
- przeniesione z nazw ulic: *Apteka Jutrzenka*; *Apteka Pogodna* oraz w formie wyrażenia przyimkowego: *Apteka na Dożynkowej*, *Apteka na Wesołej*, *Apteka na Zana*;
- przeniesione z nazw miejscowości: *Apteka Zemborzycza* (położona przy ulicy Krężnickiej, prowadzącej do Zemborzyc);
- przeniesione z nazwy firmowej przedsiębiorstwa, w obrębie którego są zlokalizowane: *W Stokrotce Apteka* (2);
- równe apelatywnym określeniom elementów architektonicznych obiektów: *Po Schodkach Apteka*;
- motywowane naturalną fizjografią terenu: *Apteka na Błoniach* (2); *Apteka na Górkach*; *Apteka na Klinie*;

W omawianej grupie nazw chodzi o motywację topograficzną, lokalizującą, uzasadnioną położeniem obiektu. Dominuje tu element informacyjny, choć nie

tylko. Tego typu nazwy wykorzystują element swojskości wzbudzający u klientów aptek poczucie więzi z miejscem znanym, znajdującym się najczęściej blisko miejsca zamieszkania.

2. tytuł własności wyrażony przez:

– nazwisko właściciela: *Łozowscy Apteka*, *Apoteka Markut*, a także imię i nazwisko właściciela wyrażone w postaci inicjałów *GTK Apteka* (od Grzegorz, Teresa Kwiatosz), *T.J. Apteka*, a więc mają charakter dzierżawczy. Pełne dane osobowe właścicieli (imiona i nazwiska) zawarte są w 79 nazwach aptek. Stanowi to 37,6% ogółu wszystkich nazw;

– nazwę firmy, hurtowni farmaceutycznej wyrażającą przynależność danej apteki do sieci. Chodzi tutaj o wykorzystanie logo firm zarządzających siecią aptek, np. „Dbam o zdrowie” Przedsiębiorstwa Zaopatrzenia Farmaceutycznego Cefarm Lublin S.A., „Zyskaj zdrowie” Hurtowni Farmaceutycznej Sławex Lublin oraz „Euro Apteka”, sieć powiązana kapitałowo z grupą VP z Litwy, której placówki działają też na Łotwie – *Euroapteka*, w Estonii – *Euroapteek*, Republice Czeskiej – *Eurolekarna*. Takie apteki obok logo będącego elementem identyfikującym, charakteryzują się jednolitą kolorystyką witryny handlowej, co jest związane z marką apteki. Wymienione elementy charakterystyczne są dla aptek sieciowych. Natomiast apteki własne, przynależne bądź powstałe w obrębie firm lub instytucji mają nazwy z nich przeniesione, np. *Apteka Farmacja Kolejowa*, *Apteka Sulap*.

3. pochodzenie od nazw roślin o właściwościach leczniczych lub upiększających (kosmetycznych), związanych z przemysłem zielarskim:

a) rodzime: *Apteka Malwa* (3), *Apteka Zielna*,

b) o obcej proveniencji: *Apteka Alga* (: łac. *alga* ‘samożywna roślina plechowa, wodorost, o działaniu terapeutycznym, kosmetycznym’), *Apteka Arnica*, *Apteka Centuria* (: łac. *centuria* ‘tysięcznik’) (2), *Apteka Iris* (: łac. *iris* ‘kosaćciec niski, roślina lecznicza’), *Apteka Magnolia* (łac. *magnolia* ‘roślina stosowana w ziołolecznictwie’), *Apteka Melisa* (: łac. *melissa* pol. melisa lekarska, ‘gatunek byliny o działaniu leczniczym’), *Apteka Salix* (: łac. *salix* ‘wierzba’), *Apteka Agava*, *Apteka Tilia* (lipa), *Apteka Urtica* (łac. *urtica* ‘pokrzywa’); *Betula Apteka* (łac. *betula* ‘brzoza’), *Mandragora Apteka* (: łac. *mandragora* ‘roślina lecznicza, surowiec zielarski’).

4. pochodzenie od nazw gotowych produktów farmaceutycznych:

a) polskie: *Apteka Aspirynka*, *Apteka K2* (*K2* : od nazwy witaminy), *Mikstura*, *Pigułka*, *Witaminka*

b) obce: *Apteka Pini* (2) (: łac. *pineus* ‘z drzewa sosnowego’), *Apteka Remedium* (: łac. *remedium* ‘środek leczniczy, lekarstwo’).

5. czas założenia (obecność w nazwie elementu chronologizującego): *Apteka 2003*.

6. pochodzenie od godła apteki: *Apteka Pod Różą* (3).

7. pochodzenie od mian:

– świętych starochrześcijańskich: *Apteka św. Łukasza* (4), który wedle tradycji był lekarzem, oraz *Apteka Św. Jana*, patrona aptekarzy, orędownika w chorobach epileptycznych i zatruciach;

– osób boskich: *Apteka Dzieciątka Jezus*;

– starożytnych lekarzy: *Avicenna Apteka*, (Avicenna – perski lekarz, filozof i uczyony żyjący w latach 980-1037, autor *Kanonu medycyny*; *Galen Apteka* (Klaudiusz *Galen* – grecki lekarz, ojciec farmacji, twórca podstaw anatomii i fizjologii; *Apteka Hipokrates* (Hipokrates z Kos, grecki lekarz, żyjący w latach 460-370 p.n.e.).

8. cechy charakteryzujące dany obiekt, oparte na asocjacji:

a) rodzime: *Nasza Apteka*, *Apteka Rodzinna*, *Apteka Promienna*, *Apteka Bliska Sercu*, w których dominują walory konotacyjne,

b) obce: *Apteka Cito* (: łac. *cito* ‘szybko’), *Apteka Salve* (: łac. *salve* ‘zdrowo, w dobrym stanie’), *Apteka Millennium* (łac. *millennium* ‘okres tysiąca lat’), *Apteka Medicus* (2), *Terapia-Activa Apteka*. Określenia tego typu mają na celu wywołanie u odbiorcy miłego wrażenia, pozytywnych skojarzeń.

9. określone atrybucje:

a) polskie: *Apteka Uroda*, *Apteka Natura*, *Apteka Zdrowie*,

b) obce: *Apteka Bellis* (5) : łac. *bella* ‘piękna’, *Salutis Apteka* (2) : łac. *salus* ‘zbawienny skutek’, *Apteka Vita* (3) : łac. *vita* ‘życie’.

10. przeniesione z nazw obiektów astralnych, związane z alchemią: *Alfa-Pharm Apteka* (: gr. *alfa* ‘najjaśniejsza gwiazda’), *Apteka Gemini* (: łac. *gemini* ‘bliźnięta, znak zodiaku’), *Apteka Astra* (: łac. *astra* ‘gwiazda’), *Apteka Delta* (: gr. *delta* ‘gwiazda w gwiazdozbiorze Panny’).

11. zawierające w swojej budowie rdzeń *farm* utworzony za pomocą derywacji wstecznej od apelatywu *farmacja* lub nazwy własnej *Farmacopea* ‘spis farmaceutyków dopuszczonych do obrotu’, np. *Apteka Farmaco* (6), *Apteka Farma* (3).

Człon *farm* jest również elementem struktury wielomotywacyjnych nazw omawianych obiektów. Obok dotychczas prezentowanych określeń jednowyrazowych, indywidualizujących, jest ona realizowana za pomocą różnego typu zestawień i złożań. Pojawiają się one zarówno z łącznikiem, jak i bez. Są to formacje typu: *Apteka Alpha-Pharm*, *Apteka Eurofarm*, *Apteka Help-Pharma*, *Bio Farm*, *Multi-Farm*, *Sanofarm*, *Recfarma*, w których omawiany człon wy-



stępuje w postpozycji, oraz *Farmvita*, w prepozycji. Mniej licznie występują nazwy zestawione z członami *med*: *Apteka Vikamed*; *vita*: *Agavita*; *euro*: *Euromedycyna*, *Euro Apteka*, *Euro-farm*.

II. Nazwy z nierealistyczną motywacją nazwotwórczą mogą pochodzić od:

1. nierzeczywistych i mitologicznych postaci: *Apteka Adonis* (2) (: gr. Adonis ‘imię fenicko-syryjskiego bóstwa wegetacji roślin, symbol umierania i odradzania się przyrody’), *Apteka Dr Zdrowie*, *Apteka Dr Max*, *Apteka Esculap* (4) (: gr. *esculap* ‘uzdrawiający bóg lekarzy, syn Apollina i nimfy Koronis’);

2. nierzeczywistych farmaceutyków: *Apteka Panaceum* (: gr. *panaceum* ‘środek uniwersalny przeciw wszystkim chorobom, poszukiwany od starożytności’).

III. 1. Nazwy dwuznaczne:

*Apteka Grama* (: gr. *gramma* ‘drobna jednostka wagi’ lub : Hansa Christiana Joachima Grama (1853-1938), lekarza duńskiego, kierownika katedry farmakologii w Kopenhadze).

III. 2. Nazwy o niejasnej motywacji

*Alpnova-Grzechnik*, *BoMiVita Apteka*.

Zestawiając przedstawione typy semantyczne nazw lubelskich aptek z materiałem poznańskim współczesnym, obejmującym 102 jednostki nazewnicze, oraz krakowskim – 170, bydgoskim i gdańskim, można stwierdzić pewne podobieństwa. Dominujące są tu struktury topograficzne, pamiątkowe, do których zalicza się nazwy utworzone od wyrazów z pola semantycznego farmacji i medycyny, pochodzące od polskich i łacińskich nazw roślin, mian starożytnych lekarzy. Charakteryzują się więc cechami, które można wpisać w typowy dla nazw aptek schemat nazewniczy.

Istotne różnice widoczne są przy próbie porównania z nazwami wiedeńskich aptek, wśród których aż 33,6 % nazw jest motywowanych imionami świętych lub postaci biblijnych (w lubelskim materiale takich nazw jest tylko 5). W nazwach aptek z terenu Lublina widoczny jest również brak godeł aptecznych (wśród nazw aptek krakowskich, poznańskich, bydgoskich i gdańskich – liczne) motywowanych postaciami zwierząt i ptaków, apelatywami o tematyce chrześcijańskiej, podkreślającymi kult Matki Boskiej tak żywy na zie-

miach polskich, oraz onimów zawierających elementy nazewnicze wskazujące na określenia kolorów.

Poddane analizie określenia lubelskich aptek tworzą zbiór 234 jednostek, w którym można wyodrębnić bardzo charakterystyczne dla tego rodzaju onimii typy nazewnicze. Jedynymi wychodzącymi poza schemat są nazwy: *BoMiVita* i *Aplnova-Grzechnik* (Grzechnik – człon dzierżawczy), o niejasnej etymologii. Bez wątplenia współczesną tendencją w nazewnictwie aptek na omawianym terenie jest dążność do podkreślania ich przynależności do osoby fizycznej lub do sieci. Najczęściej występują więc nazwy dzierżawcze, które stanowią 45,2% ogółu nazw, w tym od nazwiska/nazwisk właścicieli pochodzi 79 onimów (37,6%), zaś od logo firm farmaceutycznych i instytucji jednoznacznie wskazujących na właściciela apteki (przynależność do sieci) pochodzi 17 jednostek nazewniczych, co stanowi 8,1 % ogółu. Stosunkowo częsta obecność elementu dzierżawczego w nazwie własnej może być podyktowana z jednej strony chęcią zaznaczenia własności prywatnej związanej ze stanem posiadania, z drugiej zaś może być przejawem przymusu (konieczność umieszczania nazwisk właścicieli w dokumentach rejestracyjnych firmy przy jednoosobowej działalności gospodarczej i spółkach cywilnych).

Istotnym motywem nazwotwórczym staje się także topografia terenu. Nazw utworzonych od realnie istniejących elementów onimii miejskiej jest 20, co stanowi 9,5% ogółu. Trzecią pod względem liczebności są onimy wskazujące na nazwy roślin o właściwościach leczniczych, wykorzystywanych w przemyśle farmaceutycznym – 16 nazw (8% ogółu). Kolejne pod względem liczebności grupy nazw stanowią: zawierające określone atrybucje – 14 nazw (6,6%), wielomotywacyjne – 11 onimów (5,2 %). Poniżej 5% posiadają następujące typy semantyczne: nazwy oparte na asocjacji, pochodzące od mian świętych chrześcijańskich, osób boskich, starożytnych lekarzy, nawiązujące do apelatywu *farmacja* lub nazwy własnej *farmacopea*, czyli z członem *farm*, pochodzące od nazw gotowych produktów farmaceutycznych, związane z alchemią, pochodzące od godeł aptecznych. Wśród onimii poświadczonej jednokrotnie jest nazwa zawierająca element chronologizujący oraz dwuznaczna. Wśród nazw o nierealistycznej motywacji słowotwórczej wyróżniono: nazwy pochodzące od nierzeczywistych lekarzy, parafarmaceutyków, bohaterów mitologii greckiej.

Wśród wszystkich grup semantycznych przeważają nazwy rodzime (62,6%) nad obcymi, głównie pochodzenia łacińskiego i greckiego (32,8%), które są silnie zakorzenione w tradycji. Nazwy aptek spośród innych nazw sklepów najsilniej ulegają fascynacji językami klasycznymi.

Analizując materiał lubelski, można zauważyć pewne tendencje zachowawcze w nazewnictwie aptek, przejawiające w istnieniu jedynie określenia *apteka* o funkcji informacyjnej lub używaniu tradycyjnych nazw rodzimych, których motywacją jest chęć wywołania poczucia swojskości, np. *Witaminka*, *Aspirynka*. Zawarty w nich element deminutywny może być odczytany jako próba oswojenia trudnej sytuacji choroby. Są to nazwy utworzone za pomocą derywacji słowotwórczej, która w językach słowiańskich jest głównym sposobem tworzenia toponimów. Odwrotnym procesem jest tendencja do podkreślania „europejskiego stylu” aptek, która przejawia się coraz częstszym użyciem członu *euro* w nazwie, z łącznikiem lub bez np. *Euro Apteka*, *Euro-medycyna*, *Euro-Pharm*. Tego typu nazwy odwołują się do poczucia wyższego europejskiego standardu, prestiżu, wyższej kultury, z nawiązaniem do reklamowego charakteru nazwy.

Analizując geograficzne rozmieszczenie aptek na mapie Lublina, można zauważyć, że lokalizacja tych punktów często nie ma wpływu na decyzję właściciela o nadaniu jej nazwy. Zasadniczo istnienie indywidualnej nazwy nie wpływa na popularność apteki, nie ma więc znaczenia marketingowego. Szkoda, że o bytności aptek na terenie Lublina wciąż decydują: lokalizacja i cena produktów farmaceutycznych. Nie bez znaczenia są również liczba indeksów oraz poziom obsługi.

#### NAMES OF LUBLIN-BASED PHARMACIES

##### S u m m a r y

The paper presents an analysis of 234 names of pharmacies in Lublin. On the basis of the semantic criterion, the names were classified as follows: names relating to reality: 1) topographic, 2) possessive, 3) derived from medical or beauty plants, 4) derived from the names of manufactured medical products, 5) containing a chronology-related element, 6) derived from pharmacies' coat-of-arms, 7) derived from sacral names, divine persons or ancient medics, 8) associative names, describing a place in which a pharmacy is run, 9) attributive names, 10) referring to the names of astral objects; Names that were not motivated by reality: 1) derived from unreal and mythical figures, 2) derived from names of imaginative medicines. Other names are classified as ambiguous or vague. The research has shown the following productivity index for the names in question: possessive – 45.2%, attributive – 14%, topographic – 9.5%, derived from medical or beauty plants – 8%.

*Translated by: Konrad Klimkowski*

**Słowa kluczowe:** onomastyka, chrematonimia, mikrotoponimia miejska, nazwy własne aptek.

**Key words:** onomastics, chrematonymy, municipal microtoponymy, names of pharmacies.