



MONIKA KIJ

College of Humanities, Institute of Polish Studies and Journalism, University of Rzeszów

<https://orcid.org/0000-0002-9211-1677>

Nomination skills of pre-school children

ABSTRACT: This paper aims to investigate the level of naming skills of children between four and six years of age and to check if pre-schoolers, while naming new toys on the *ad-hoc* basis, do it randomly or whether the process is systemic. The methods, as well as the elements of extra-linguistic reality, used in the creation of names by children are analyzed. Moreover, efforts were made to deepen the study by analysing the influence of socio-cultural factors such as age and gender on nomination skills of children.

KEYWORDS: onomastics, proper names, chrematonyms, creating names for toys

Umiejętności nominacyjne przedszkolaków

STRESZCZENIE: Celem autorki było określenie poziomu umiejętności nominacyjnych dzieci w wieku od czterech do sześciu lat, a także zbadanie, czy nadając nazwy nowym zabawkom, dzieci ze wskazanej grupy wiekowej robią to w sposób losowy czy też proces ten nosi znamiona systemowości. Przeanalizowano metody stosowane przez dzieci w tworzeniu nazw. Rozważono, jakie elementy rzeczywistości pozajęzykowej są utrwalane w chrematonimii dziecięcej. Badania pogłębiono o analizę wpływu czynników społeczno-kulturowych (wieku, płci) na umiejętności nominacyjne.

SŁOWA KLUCZOWE: onomastyka, nazwy własne, chrematonimy, nazywanie zabawek

Together with the appellatives, proper names are the foundations of the lexical system. The process of their creation is complex and multidimensional. The need to create names is visible already at the early stage of growth, when children spontaneously come up with terms for their pets, either the living ones or those made of plush, wood, or plastic (Rutkiewicz-Hanczewska, 2016, p. 21). Children's creations are influenced by overlapping social and psychological factors, both individual and developmental. Pre-schoolers “[...] not only imitate adults, but also exhibit linguistic creativity”¹ (Dziurda-Multan, 2008, p. 96). Therefore, a high

¹ In the Polish text, we read: “[...] nie tylko naśladują dorosłych, ale również wykazują kreatywność lingwistyczną.”

percentage of language innovations and unusual associations is to be expected, especially since “[...] through fun and language play, every child learns to speak and absorb the knowledge about the relations between the elements of the real world”² (Dziurda-Multan, 2008, p. 97).

Childhood is a period when the intensive development of cognitive and motor functions of the body takes place. In human beings, this period is exceptionally long and inextricably linked with play – that is, the main form of children’s activity and one of the most important factors stimulating their development (Tomecka-Mirek, 2007, p. 529). A properly developing child devotes a huge amount of time and attention to play. Okoń believes that the play is an action in which for one’s pleasure a new (secondary) reality is created with the help of imagination. Modelled on but not limited to social rules, the play creatively transforms those rules, leading to “self-knowledge” (Okoń, 1995, p. 44).

Many games are carried out using special props, i.e. toys, which perform an important role in the development of children. Toys have a big impact on the emotional sphere and perform a socialising function (Tomecka-Mirek, 2007, p. 529). The toy is

[...] a physical object made specially for play purposes, which encompasses cultural content of its era or past epochs, from the area of material, spiritual or social culture and conveys it in a way that awakens certain ludic attitudes and through them shapes physical, mental and emotional development³ (Bujak, 1988, p. 24).

Nomination processes are the subject of many disciplines in the humanities, including speech therapy, logic, psychology, philosophy, or cultural studies. In linguistics, nomination is understood as the act of giving names to people, activities, objects, or natural phenomena. It is, therefore, a biologically and culturally conditioned process and, at the same time, the result of the naming activity (Dziurda-Multan, 2008, pp. 95–96).

The study of the names of human creations (including toys) is the domain of chrematonymy – the youngest discipline of onomastics. According to Gałkowski,

[...] a chrematonym is the name of a tangible or intangible object which does not have a geographical character, although the relationship of such an object to the place or a topographical characteristic relevant in the process of identifying it on a local or

² In the Polish text, we read: “[...] dzięki zabawie i grze językowej, każde dziecko uczy się mówić i poznawać związki między elementami rzeczywistości świata.”

³ In the Polish text, we read: “[...] przedmiot materialny specjalnie wykonany do celów zabawowych, który zawiera w sobie treści kulturowe właściwej dla niego epoki lub epok minionych z zakresu kultury materialnej, duchowej lub społecznej i przekazuje je w sposób budzący określone postawy ludyczne, a za ich pośrednictwem kształtuje rozwój fizyczny, psychiczny i emocjonalny.”

global scale is not excluded. A chrematonym may be the name of a product, service, company, organization, social project, or an artistic event⁴ (Gałkowski, 2018, p. 1).

Marketing names and trademarks are a particular class of onyms, which are placed in a transition zone between propria and appellatives, due to their incomplete individuality (i.e. the fact that they do not delist individual objects, but rather their groups having a single producer and a certain range of common features⁵). In neuroscience, these names have a hemispherical representation similar (but not identical) to other propria and less lateralised than that of common words (Rutkiewicz-Hanczewska, 2016, pp. 352–353).

In comparison to other propria, the spectrum of connotations of marketing names is more noticeable and shared by a wider group of recipients. This feature is common to the deonymised⁶ uses of some proper names noticed by M. Rutkowski in spoken and written texts. They have “[...] two interrelated properties: detachment from the object (person or place) originally designated by it, and entanglement in repeatable, constant meaning values”⁷ (Rutkowski, 2012, p. 7). The connotations carried by these names place them in between other proper names and a group of common words. Regular deonymisation is most often based on metaphor or metonymy (Rutkowski, 2012, p. 7).

Metaphor and metonymy are not merely embellishments (as was assumed in classical approaches) but perform an important cognitive function instead. The theory of conceptual metaphors was presented in 1988 by Lakoff and Johnson. These researchers were first to point out that metaphors make it possible to conceptualise more difficult or abstract ideas thanks to their similarity to others (usually more specific ones), whereby similarity can be real or only culturally determined. Metaphor is therefore a language mechanism for the implementation of

⁴ In the Polish text, we read: “[...] chrematonim jest nazwą własną obiektu materialnego lub niematerialnego, który nie wykazuje charakteru geograficznego, choć nie wyklucza się związku takiego obiektu z danym miejscem, charakterystyką topograficzną istotną w procesie identyfikacji obiektu w skali lokalnej lub globalnej. Chrematonimem może być bowiem nazwa produktu, usługi, firmy, organizacji, przedsięwzięcia społecznego, wytworu lub wydarzenia artystycznego.”

⁵ M. Rutkiewicz-Hanczewska understands this as follows: “There are more instances of a car called Opel or Fiat, and in addition – we have many representatives of the name Opel Astra or Fiat Punto” („Nie istnieje tylko jeden samochód o nazwie Opel czy Fiat, a dodatkowo – mamy wielu przedstawicieli nazwy Opel Astra czy Fiat Punto”) (Rutkiewicz-Hanczewska, 2016, p. 352).

⁶ The deonymisation of names is understood here as loosening the relationship with their denotations, and not as a complete transition to the system of appellatives (Rutkowski, 2012, p. 8).

⁷ In the Polish text, we read: “[...] dwie, powiązane ze sobą, właściwości: oderwanie od obiektu (osoby lub miejsca), który pierwotnie jest przez nią oznaczany oraz uwikłanie w powtarzalne, stałe wartości znaczeniowe.”

[...] cognitive objectives related to conceptualisation and categorisation of reality. It is a means of cognitively reaching those areas of reality (i.e. domains) which are either beyond the direct reach of the senses or are so abstract, blurred or indeterminate that they can only be “tamed” by the metaphorical use of simpler cognitively closer concepts⁸ (Rutkowski, 2017, pp. 91–92).

Metonymy, just like metaphor, is a conceptual phenomenon. However, it differs in the type of relationship between the explanatory and explained concepts. Instead of similarity, metonymy is based on contiguity (encompassing not only time-space, but also other less tangible relations⁹). Besides, metonymy is assumed to operate within one cognitive domain/category (while a metaphor gives us access to one domain using a concept derived from another). Moreover, a representative of a category might replace the entire category (prototype effect). Since most categories are prototypicality based, it can be assumed that metonymy underlies them as well. Metonymic mapping is a fully reversible process, whereas in case of metaphor it is one-way only. Taxonomic hierarchies can be regarded as part-whole structures in which the higher category acts as the whole and the subcategories are treated as its parts (Radden & Kövecses, 2007, pp. 335–338, 345–347).

Exploring similarities and differences between things and the corresponding concepts reflects the way human beings generally think about the world. It also simplifies metaphor-based nomination processes. Prototyping marks a clear centre of the category, and the elements less and less associated with the prototype point to unclear, fuzzy borders. Prototype-based category models are not fully equivalent to structures found in the world; however, they meet the subjective human beliefs and expectations as to how the reality should look like (Tokarski, 2013, pp. 117–125).

⁸ In the Polish text, we read: “[...] celów poznawczych związanych z konceptualizacją i kategoryzowaniem rzeczywistości. Jest ona środkiem kognitywnego dotarcia do tych obszarów rzeczywistości (tzw. domen), które albo pozostają poza bezpośrednim zasięgiem zmysłów, albo są na tyle abstrakcyjne, rozmyte czy nieokreślone, że mogą być „oswojone” właśnie za pomocą metaforycznego użycia pojęć bliższych, prostszych poznawczo.”

⁹ In linguistics, these relations are most often expressed schematically through formulas such as: X FOR Y, where X stands for a more concrete concept that makes a better understanding of the more abstract concept Y possible. Synecdoche (PARS PRO TOTO OR A PART FOR A WHOLE) is a special type of relationship, treated by some researchers as a subcategory of metonymy and by others as a separate phenomenon (cf. Dziurda-Multan, 2008; Radden & Kövecses, 2007). In this paper, the former approach is adopted.

Purpose of research and methodological assumptions

The purpose of this study is to examine the level of nominating skills of children aged four to six years and to see if pre-schoolers create names at random or whether the process bears marks of systematicity. It is considered how names are built and what elements of non-language reality they sustain. The study has also sought to deepen the analysis of the impact of socio-cultural factors (age, gender) on nominating skills.

The research material has been collected from July to early August 2020 using an online survey available for parents to fill it out with their children. The form was placed on parenting sites and shared on Facebook. One of the advantages this way of collecting data offers is the reduction of the impact of stress on the outcome data – the children were not questioned by strangers, but by their own parents in a familiar environment. This allowed them to show the scale of their nominating skills more completely. Another positive aspect was the ability to reach children from different backgrounds across the country. With more than a hundred completed surveys, this should provide a representative overview of their skills and methods of nomination.¹⁰

The survey form comprised of two parts, i.e. a short demographics and photos of the toys. The first part included questions about age, gender, place of residence, and kindergarten attendance. While answering the final question, the caretakers were expected to indicate on a six-point scale (0–5) how much time the child spends with the following people: parents, siblings, grandparents, peers, babysitters, and other people. The second part of the survey contained pictures of fifteen toys and five animals. They were to be shown to a child who, in response, should have given them names. Also, the instruction asked the parents not to suggest any answers to their children. If they were not able to come up with a name themselves, the appropriate gap in the form should have been left blank.

The collected material was divided into fifteen groups depending on the motivation behind the names. The classification was based on a division created by Dziurda-Multan (2008, p. 111) but was further developed and modified (cf. Table 1). Homonymic names were often classified into different groups due to different motivations

¹⁰ Despite many advantages, this method of collecting information has its limitations. The basic problem was the need to create a form that is as concise and informative as possible, because there was no possibility to specify the questionable issues later. Another problem was the selection of questions included in the query, so as not to discourage respondents by asking about the information protected by the GDPR act or simply too detailed matters (for this reason, the question about parents' education was abandoned). The final motive for collecting research material via the Internet was the restriction of the activities of kindergartens due to the epidemiological situation and the related difficulties in conducting "live" interviews.

behind picking them. The names coined by the children are italicized, with additional explanations provided by children or parents put in quotation marks. The translations or definitions of “meaningful” names are enclosed in single quotation marks. Diminutives (which are – especially in children’s talk – much more widespread in Polish than in English), are either marked with the abbreviation “dim.” or translated.

TABLE 1. Motivation of developing names by children

No	Category	Description
1	Creativity and objects for children	Names motivated by literature, movies, music, cartoons, or transferred from toys
2	Internet	The names and nicknames of people known on social networks, YouTube etc.
3	Personal names	Polish and foreign names, if there are no indications that they should be classified into a different category
4	People from the immediate surroundings	Family members, friends
5	Zoonyms	Popular animal names
6	External features	Appearance, colour, clothing, material, behaviour, mode of action etc.
7	Sounds	Sounds made by the toy, animal, or by the figure the toy depicts
8	Toy’s function	What the toy is used for
9	Similarity and contiguity	Metaphorically and metonymically motivated names
10	Abstract children’s creations	Names that do not exist in the Polish lexicon
11	Conventional names	Common names of toy types
12	Modified conventional names	Common names of toy types, creatively modified by children
13	Marketing names	Product names patented by their manufacturers
14	Modified marketing names	Product names patented by their manufacturers, creatively modified by children
15	Unclear names	Names appearing in the Polish lexicon, but not related tangibly to the named object

SOURCE: Own study.

The motivations behind the names were established based on both the explanations given by parents and our own linguistic and general knowledge. To determine possible naming inspirations, an Internet query was also used with a special focus on information regarding fairy tales, cartoons, and songs for children. Universal Electronic System for Registration of the Population database (*Lista imion męskich; Lista imion żeńskich*) proved helpful in the qualitative analysis of

Polish names. Due to the high probability that pre-schoolers do not distinguish rare anthroponyms,¹¹ as human names, using such a name for a toy was recognised as a prerequisite for considering other possible motivations more likely.

Results

A total of 103 surveys were collected and a naming material consisting of 1938 chretonyms and zoonyms was obtained. The lack of answers was recorded 123 times and in four cases a child gave 2 different names to the same toy. The study group included 56 boys (54%) and 47 girls (46%). Six-year-olds were the most numerous age group, containing 41 children (40%), followed by four-year-olds, 34 children (33%), and 28 five-year-olds (27%). The majority of those surveyed children lived in the countryside, that is, 66 (64%), 13 children came from the towns under 25000 inhabitants (13%), and the remaining 24 (23%) came from the larger cities. Also, at the time when the survey was carried out, the majority of children attended kindergarten, whereas only eight (8%) were whereas only eight (8%) did not.

The resource consisting of 20 photos was divided into 4 groups. The first comprised **humanoid toys** – two plastic Barbie-like dolls: Barbie (Figure 1) and Ken (Figure 2), a ragdoll (Figure 5), a plastic figure of a soldier (Figure 4), and an Elsa doll¹² (Figure 3), modelled after a character from a series of animated films. The second group included pictures of five **animals** that should be recognizable to preschool children (bear, puppy, cat, parrot, and pony). The third group consisted of **objects not modelled on living beings**. These included: a tipper car (Figure 6), plane (Figure 7), jump rope (Figure 8), beach ball (Figure 9), and Lightning McQueen racer car¹³ (Figure 10). The last group included photographs of **plush animals**, which varied in the degree of anthropomorphisation (teddy bear, puppy, orca, rocking unicorn, and Winnie the Pooh). Due to the immensity of the material at hand, the current study analyses the names of **humanoid toys** and those **not modelled on living beings**. The remaining two groups will be subject to a separate study.

¹¹ For the purposes of the analysis, the names that occurred less frequently than in a half promille of the population were considered rare (respectively, less than 10000 living men with a given name and less than 10,500 women).

¹² The protagonist of the feature-length films *Frozen* and *Frozen 2* (Walt Disney Animation Studios 2013 and 2019), and the short production *Frozen Fever* (Walt Disney Animation Studios 2015).

¹³ An anthropomorphized racing car, the protagonist of the series of three animated full-length films “Cars,” “Cars 2,” “Cars 3” (Pixar Animation Studios 2006, 2011, 2017) and a television series (2008–2014).



FIGURE 1. Barbie doll
SOURCE: Author's archive.



FIGURE 2. Ken doll
SOURCE: Author's archive.



FIGURE 3. Elsa doll
SOURCE: Author's archive.



FIGURE 4. Toy soldier
SOURCE: Author's archive.



FIGURE 5. Ragdoll
SOURCE: Author's archive.



FIGURE 6. Toy tipper truck

SOURCE: Pxfuel. <https://www.pxfuel.com/en/free-photo-xclro> [access: 10.07.2020].

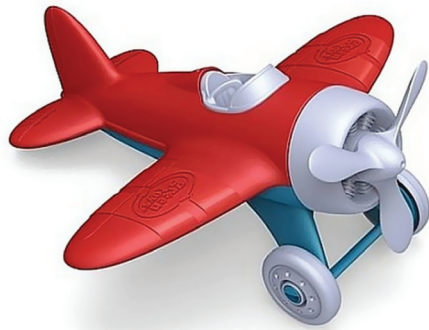


FIGURE 7. Toy plane

SOURCE: Pixabay. <https://pixabay.com/illustrations/aircraft-vehicle-transport-toy-3964858/> [access: 10.07.2020].



FIGURE 8. Skipping rope

SOURCE: Author's archive.



FIGURE 9. Ball

SOURCE: Needpix.com. <https://www.needpix.com/photo/1693803/beach-beach-ball-ball-beach-accessories-free-vector-graphics> [access: 10.07.2020].



FIGURE 10. Toy Lightning McQueen racer car

SOURCE: Author's archive.

General naming trends

Of all the toys, dolls seem to be the most predestined to have individual names and there are a few reasons for that. They are the most anthropomorphic of all the play objects available to children. They come in all sizes and types – plastic and ragdolls; infants, pre-schoolers, teenagers, and adults; interactive and not. One can say that they are ubiquitous in the life of a child, who can easily identify with them and appoint to them any role existing in the world of imagination. In the collected material, a partial confirmation of this inference can be found. The dolls received the highest percentage of original names, i.e. those naming creations that are not equal to conventional or marketing names – 242 terms (47%), but at the same time, they had most unfilled responses – 39 (7.5%) (in case of animals, this figure was only 3.5%). The second place encompassed animals with 212 (41%) original names and the third, with an almost identical result – plush animals, among which 211 (40.5%) names were noted. Toys not modelled on living beings had only 134 original names, i.e. 26%. The children came up with a total of 478 original names, i.e. 92.5% (one four-year-old girl gave 2 names to a single soldier).

The percentage of names given depends on many factors and varies not only between the groups, but also within them. The degree of identification with a toy is significant, but it is also extremely important whether children have already known a toy of a particular kind under any name. For example, in a group of humanoid toys, most children did not consider it necessary to name a Barbie doll, stopping at transferring its marketing name (48) or using conventional terms (17), whereas only 34 names were original. The same was effect was noted in case of an Elsa doll, which was simply called *Elsa* by 40 children. One parent commented on it as follows: “[the child] knows her from a fairy tale and can not call her differently.” In comparison, the highest number of original names (77) was associated with the ragdoll.

Humanoid toys

Table 2 shows the quantitative and percentage distribution of the motivational types of nominations in the humanoid toy group. Marketing names were the most representative (close to 30%). numerous conventional names (more than 15%) were recorded as well. Human names also appeared frequently (nearly one-eighth of the terms), and children’s creativity was the motivational basis for another 10% of the naming material.

TABLE 2. Motivation of developing names by children – humanoid toys

No	Motivation	Barbie		Ken		Ragdoll		Toy soldier		Elsa		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	Creativity and objects for children	10	10	2	2	31	30	4	4	6	6	53	10
2	Internet	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-	2	-
3	Personal names	12	12	19	18	16	16	14	14	3	3	64	12
4	People from the immediate surroundings	7	7	11	11	6	6	6	6	1	1	31	6
5	Zoonyms	-	-	2	2	-	-	1	1	-	-	3	1
6	External features	-	-	-	-	7	7	3	3	-	-	10	2
7	Sounds	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-	2	-
8	Toy function	-	-	-	-	4	4	-	-	-	-	4	1
9	Similarity and contiguity	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	1
10	Abstract children's creations	2	2	7	7	10	10	13	13	5	5	37	7
11	Conventional names	16	16	13	13	17	17	34	33	7	7	87	17
12	Modified conventional names	-	-	7	7	3	3	14	14	-	-	24	5
13	Marketing names	48	47	24	23	-	-	-	-	75	73	147	29
14	Modified marketing names	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	Unclear names	1	1	7	7	-	-	-	-	1	1	9	2
Lack of names		4	4	9	9	9	9	11	11	5	5	38	7
Together		103	100	103	100	103	100	104	100	103	100	514	100

SOURCE: Own study.

When calling dolls, six-year-olds came up with the highest percentage of onyms per a child (94%) – a total of 194 names. In comparison, four-year-old children reported 158 chrematonyms (92.5%) and five-year-olds – 127 chrematonyms (90%). The highest percentage of original names – 54% (111) – was also recorded in the group of six-year-olds, while the younger children had about 10% lower scores: four-year-olds – 45% (77 names), and five-year-olds – 42.5% (60 names).

Group of six-year-olds

Six-year-old girls most often reached for names (but the source of their transfer was not confirmed), including *Piotrek*, *Antek*, *Kacper*, *Tomek*, *Olek*, *Beatka*, *Bożena*, *Dominika*, *Lila*, *Maja*, *Ola*, *Gustaw* etc. (a total of twenty-six names were noted, of which five were given to Barbie and the remaining twenty-one were equally distributed to Ken, ragdoll, and soldier). Scarcely, however, names were derived from the family members; only three confirmed references were included in the form – *Dad*, *Sebastian* (uncle) and *Dominika* (sister). There were twelve transonymisations from fairy tales and children's songs. The Barbie doll was given the name of *Roszpunka*,¹⁴ 'Rapunzel,' the ragdoll was named *Elsa*, *Zosia*,¹⁵ 'Sophia' (2¹⁶), *Zuzia*, 'Susie' (3), and *Zuzia Cała ze Szmatek*¹⁷, 'Susie Made Wholly of the Rags,' the soldier was given the following names, *Harry*¹⁸ and *Sam*,¹⁹ whereas Elsa was named *Dżasmina*,²⁰ 'Jasmine.' Conventional names were given by six girls, including as many as five for the soldier – *Szeregowiec*, 'Private,' *Żołnierz*, 'Soldier' (2), and *Żołnierzyc*, 'Little Soldier' (2). Marketing names have been used thirty-two times – *Barbie* (14), *Ken* (9) and *Elsa* (9). Names from the other motivational groups were used up to three times. Three of the names invented for the toy soldier deserve a closer look: *Miecz*, 'Sword,' *Pilot*, and *Sam*. The first is a metonymic shift – weapon instead of a person using it (A TOOL FOR ITS USER). It is also interesting that a replacement was an archaic melee weapon and not a rifle held by the plastic figure. The other two names are based on similarity – both pilots and firefighters wear uniforms.

In the group of boys, similarly to girls, the given names appeared frequently, but in most cases, the shifts from relatives and friends were confirmed: *Karolina*,

¹⁴ The eponymous character of a fairy tale first published by the Grimm Brothers in 1812, also known from many film adaptations.

¹⁵ The heroine of the animated series *Sofia the First* (Disney Television Animation 2013–2018).

¹⁶ The number of repetitions of a particular name is signified by the number next to it; this is marked only in the situations when the name has been recalled more than once.

¹⁷ The name derived from "Zuzia lalka nieduża (i na dodatek cała ze szmatek)" – 'Suzie a doll so small (and what is more, made wholly of the rags),' originally sung by Fasołki (1998). This song seems to be a fairly common inspiration among children (cf. Tomecka-Mirek, 2007, pp. 536–537).

¹⁸ In this case, there are several possible motivations – in addition to *Harry Potter*, a series by J.K. Rowling (1997–2007), the name may come from a fairy tale, that is "Harry and a bucket full of dinosaurs" (2005–2008) or even from a member of the British royal family, Prince Harry, who less than three months before this research recorded an introduction to one of the episodes of the popular children's fairy tale (*Książę Harry nagrywa dla Netfliksa*).

¹⁹ The eponymous character of *Fireman Sam*, an animated series (1987–2008).

²⁰ The female protagonist of *Alladin*, an animated film (Walt Disney Studios Motion Pictures 1992): she also appears in two sequels (1994, 1996), a series (1994), and a non-animated version of *Aladdin* released in 2019.

Kasia, *Ela* (mothers), *Darek*, *Tomek*, (fathers), *Dominika*, *Michalina*, *Weronika* (sisters), *Pamela* (aunt), and *Ola* (friend). One of the boys assigned his own name (*Karol*) and the ‘hero’ attribute, *Bohater*, to a toy soldier. Yet another boy called the miniature *Stanisław* after his grandfather, who had been a military. One more boy gave his own name to Ken – *Kacper*. Also, two children named Ken *Tata*, ‘Dad.’ In total, six-year-olds gave fifteen names derived from relatives and friends, mostly to dolls (to Ken – five times, to Barbie – three times, and to a ragdoll – three times). Three of the remaining four names in this category belonged to the soldier. Eight first names of the unconfirmed origin were recorded. These were: *Edek*, ‘Eddie’ (Ken), *Lucynka*, ‘Little Lucy,’ *Lila*, *Ania*, ‘Annie,’ and *Julka*, ‘Julie’ (ragdoll), and *Józef*, *Wojtek* ‘dim. Wojciech,’ *Jacek* (soldier). The boys used six transonymisations from fairy tales, each two for Barbie, Ken, and a ragdoll. They were, respectively, *Elsa* and *Suzie*²¹, *Ben*,²² and *Thomas Wachowski*²³, *Zuzia*, and *Dorotka*,²⁴ ‘Little Dorothy.’ Six-year-olds used twelve conventional names – the majority of them describes a soldier (*Żołnierz*, 4), and Barbie (*Lalka*, ‘a Doll,’ 3). Also, nine conventional names have undergone various modifications. These were Ken (*Lalka Chłopak Franek*, ‘Doll Boy Franek,’ *Pan Fajny*, ‘Mr Cool,’ *Pan Lalka*, ‘Mr Doll’), and a soldier (*Pan Żołnierz*, ‘Mr. Soldier,’ *Żołnierz*, *Polak-Rodak*, ‘Soldier Polishman-Compatriot,’ *Żołnierzyk Marek*, ‘Little Soldier Marek,’ *Żołnierz Kuba*, ‘Soldier Cuba,’ *Żołnierzyk Strzelacz*, ‘Little Shooting Soldier,’ and *Figurka Żołnierza*, ‘a Soldier Figure.’ Marketing names occurred twenty-six times. Interestingly, while naming the male doll, only two boys called it *Ken*, while the female dolls’ marketing names were used much more frequently: *Barbie* – by eight children, *Elsa* – by fifteen children. Each humanoid toy received at least one name based on similarity or contiguity. Three such names were given to a soldier (*Armik*,²⁵ *Harcerz*, ‘Scout,’ *Koleś*, ‘Dude’), two names to Ken (*Mr Smart*, *Wymądrzak*, ‘smarty pants’), one to Barbie (*Dama*, ‘Lady’) and one to a ragdoll (*Dzidziusiowa*, ‘teeny-weeny’ or ‘belonging to a baby’).

²¹ An anthropomorphic sheep, one of the characters from the British animated series *Peppa Pig* (since 2004).

²² Ben Tennyson, the title character in *Ben 10*, the cartoon series (Cartoon Network 2005–2008), and the protagonist of several feature films and games. The title is a rhyming pun that stands for both the main character’s name and the number of “superpowers” he possesses.

²³ A character of the family movie *Sonic the Hedgehog* (Paramount Pictures 2020) based on a series of computer games.

²⁴ The name from the well-known Polish children’s song, “Dorotka” (words by Janina Porazińska, melody traditional, cf. *Dorotka*).

²⁵ The actual word, *Armik*, does not exist in Polish lexicon; however, it is easy to divide it into a stem *arm-* ‘connected with the army’ and suffix *-ik* denoting a person (cf. *mechanik*, *hydraulik*, *zawodnik* etc.).

Group of five-year-olds

The girls in the age of five gave humanoid toys eleven names transferred from the children's creations, all of which were noted in female dolls. The ragdoll was named this way nine times: *Elsa*, *Lusi*²⁶, *Margolcia*²⁷, *Pipi Langstrump*²⁸, *Zuzia* (5), and Barbie doll three times (*Ariel*²⁹, *Roszpunka*, *Zosia*). Seven chrematonyms came from human names: two for Barbie (*Kasia* 'Kate,' *Kunegunda*³⁰) and Ken (*Tymek*³¹ 'Timmy,' *Alfons*³²), and one for each remaining toy in this group. The girls used six conventional names – all to describe a toy soldier (*Ludzik*, 'Little Guy,' *Pan*, 'mister,' *Żołnierz*, 4). The majority of terms used by children were marketing names – *Barbie* (6), *Ken* (7), and *Elsa* (13).

The five-year-old boys transferred six names from the fairy tales and children's products to the dolls – the Barbie became known as *Ballerina*,³³ while the ragdoll was named *Chelsea*,³⁴ *Kopciuszek*, 'Cinderella,' *Zuzia* (2), and *Zosia*. The children also used six given names for the toys from this group (mainly for dolls) – Barbie became *Maja* and *Marzena*, Ken was called *Adrian*, *Sebastian*,³⁵ and *Patryk*, and

²⁶ A Barbie type doll manufactured by Defa company.

²⁷ A Ragdoll, main character of the children's program *Margolcia i Miś zapraszają dziś* (TVP 2014–2019) and *Przyjaciele Misia i Margolci* (since 2019).

²⁸ Pippi Langstrump (in Poland also known as Pippi Pończoszanka): the protagonist of the Astrid Lindgren's series of novels and several film and TV adaptations.

²⁹ The protagonist of *The Little Mermaid*, that is, three feature-length animated films (Walt Disney Pictures 1989, 2000, 2008) and an animated series (1992–1994). The character was modeled after the fairy tale by H.C. Andersen.

³⁰ The name is extremely rare – there are currently only 1210 Polish women of this name in the Social Security register, so most likely the child heard it in the TV series, *Korona Królów*, 'Crown of Kings' (TVP, since 2018), in which Kunegunda, the daughter of King Casimir III the Great, appears.

³¹ This name is fairly frequent (the 104th position among the most common male names in Poland), so the child could have come across it, but there is an alternative motivation possible – it may be taken from the YouTube show for children, *Tosia i Tymek*.

³² In Poland, Alfons has a very strong negative connotation of a souteneur or "pimp" since the publication of the 19th century play *Monsieur Alphonse* by Alexandre Dumas (son). Because of this fact, the name is rarely found in Poland (2971 male bearers). Therefore, it is interesting where the child found it. It has not been established with satisfactory certainty, but the electronic dance artist, Alfons, whose music videos can be viewed on YouTube seems a likely source.

³³ The title of the French-Canadian animated film (*L'Atelier Animation* 2016), whose heroine is an orphanage graduate wishing to become a ballet dancer.

³⁴ The doll produced by Mattel (a few years old girl with long blond hair), also one of the characters of *Barbie Dreamhouse Adventures* (Mattel Creations, from 2018), where she appears as Barbie's sister.

³⁵ Alternatively, the name may be motivated by Adrien Agreste / Cat Noir's character from the animated series *Miraculous: Tales of Ladybug & Cat Noir*; however, in the absence of additional information from parents and a high turnout of *Adrian*, as a name, in Poland (more than 143000 carriers), the nomination was classified as coming from a given name.

the soldier got the name of *Dawid*. In the boys' group, there was a high turnout of conventional names – most of them were assigned to a toy soldier (*Żołnierz*, 5; *Żołnierzyk*, 2). Five identical names were given to the ragdoll (*Lalka*), another four a Barbie doll received (*Dziewczynka*, 'Girl'; *Lalka*, 3), and Ken got another two (*Lalka*, *Pan*). Twenty-one of the terms used by the boys were marketing names (*Elsa*, 13; *Barbie*, 7; and *Ken*). The six boys' responses bore the traits of metaphorical or metonymic selection. These were: *Księżniczka*, 'Princess' (Barbie – probably because of the elegant dress she wears), *Facet*, 'Guy' (Ken), *Dziwołódzka*, 'Little She-freak' (a ragdoll), *Harcerzyk*, 'Little Scout' and *Strzelec*, 'Shooter' (soldier), and *Słońce*, 'Sun' (Elsa) – the name probably invented based on the principle of opposition).

Group of four-year-olds

Five names in the group of four-year-old girls came from fairy tales, franchises, and products targeted at a child consumer. Barbie was named *Andrea*,³⁶ and *Anna*,³⁷ the ragdoll became *Elsa*, *Lali*,³⁸ and *Zuzia*. Eleven entries were personal names. The ragdoll was mostly referred to in this manner (*Agnieszka*, 'Agnes,' *Hania*, 'Little Hannah,' *Lilka*, 'Little Lila,' *Werka*, 'Little Veronica'), three names were given to Ken (*Antoś* 'Little Anthony,' *Andrzej*, 'Andrew,' *Bartek*, 'Little Bartholomew'), another two came to the toy soldier (*Antek*, 'Little Anthony,' *Bartosz* 'Bartholomew'). The remaining first names were given to Barbie (*Malwina*) and Elsa (*Ania*³⁹). Eight conventional terms were registered – three each for Ken (*Pan*, 3) and toy soldier (*Pan*; *Żołnierz*, 2), while the ragdoll acquired the names of *Lala* and *Lalka*. Seventeen of the registered chrematonyms were trade names – *Elsa* (10), *Barbie* (5), and *Ken* (2). Also, the girls modified trade names four times, thus, coining the following terms: *Barbinka*, *Pan Barbink*,⁴⁰ *Ken Krezus*, 'Ken Croe-

³⁶ A doll from the series of construction toys *Lego Friends* launched in 2012. In 2014, the protagonists appeared in television animated series continued in 2016, and from 2018 to the present. A magazine of the same title is also available in press salons.

³⁷ The use of full name, *Anna*, instead of one of the common diminutives (e.g. *Ania*, *Anka*) indicates that the term rather should not be classified as a transfer from human name, but from another source. Most likely, from a series of animated films *Frozen*, where *Anna* is one of the main characters (the princess of Arendelle and a sister of queen Elsa).

³⁸ A company that specializes in the production of dolls imitating infants and younger children; also part of the names of these dolls, e.g. "Lali Bobas".

³⁹ Alternatively, this name may have been transferred from the character of *Frozen*, *Anna*. Admittedly, the use of diminutive instead of the full name (under which she appears in the Polish version of the film) indicates that the nomination was motivated differently, but with the extensive use of diminutives by preschoolers, it cannot be stated with any certainty.

⁴⁰ Even though the actual terms *Barbinka* and *Barbin[e]k* do not appear in the Polish dictionaries, the *-ka* feminine suffix, and its masculine counterpart, *-ek*, are usually used to create diminutive forms or to mark the small size of an object or person.

sus,' and *Moja Elsa*, 'My Elsa.' People from the immediate surroundings served as the inspiration for four names. In case of Barbie, these include: *Kasia* (mom) and *Mariola* (aunt), Ken was called *Tata* and the toy soldier – *Alan* (friend). The four-year-old girls' surveys included five metonymy or metaphor-based terms: *Księżniczka* 'Princess' (Barbie), *Lekarz* 'Doctor' (Ken) and *Strzelak*,⁴¹ *Policjant* 'Policeman,' *Rycerz* 'Knight' (toy soldier).

The boys in the group of four-year-olds transferred humanoid terms from fairy tales to toys nine times, almost all of which were related to their female dolls. Ragdoll gained five names (*Zuza*; *Zuzia*, 4), Barbie one (*Elsa*) and Elsa two (*Barbie*, *Celestyna*⁴²). The soldier was called *Ramzes*.⁴³ Five more onyms came from names – *Marcysia*, 'Little Marceline' (Barbie), *Kuba*, *Rafał*, *Tomek* (Ken), and *Julia* (Elsa). The boys widely used conventional names – a total of thirty-seven terms were noted. Nine were assigned to Barbie (*Lala*, 2; *Lalka*, 7) and a soldier (*Pan*; *Wojskowy*, 'Military Man,' *Żołnierz*, 4; *Żołnierz*, 3). Slightly fewer names were recorded in case of other three toys: Ken (*Chłopak*, 'Boy,' *Chłopczyk*, 'Little Boy,' *Człowiek*, 'Man,' *Pan*, 3); the ragdoll (*Dziecko*, 'Child,' *Dziewczynka*, 'Little Girl,' 2; *Lala*; *Lalka*, 3); Elsa (*Lala*; *Lalka*, 2; *Pani*, 'Lady,' 2). The children modified five more conventional names – Ken was called *Pan Lalka*, 'Mr. Doll,' and the toy soldier was called *Żołnierz Drugi*, 'The Second Soldier,' *Żołnierz Ninja*, 'Ninja Soldier,' *Żołnierz Wojtuś*, 'Little Wojciech the Soldier,' and *Żołnierz z Pistoletem* 'Soldier with a Gun.' Marketing names have been used twenty times and they mostly denoted Elsa doll (9). One less name was recorded for Barbie (8), and only three for Ken. Five abstract children's neologisms were found in the material: *Lula*⁴⁴ (Barbie), *Liko* (Ken), *Toli* (ragdoll), *Tolik* (soldier), and *Eżwa*⁴⁵ (Elsa). Apart from the first one, all the chrematonyms were provided by one child. The toys have been named five times based on the people in the children's immediate vicinity – Elsa was called *Mama*, 'Mom,' Ken got the names *Arek* (father) and *Tato*, 'Dad,' the ragdoll the name after child's sister (*Nikola*), but perhaps since the dolls are usually small, she got an additional epithet *Córeczka* 'dim. Daughter,' and the soldier became *Wujek*, 'Uncle.' Eight responses were included in the category of similarity and contiguity –

⁴¹ The child used the incorrect suffix *-ak* (the dictionary form is "Strzelec"); however, the name can still be easily understood to denote 'the person who shoots.'

⁴² *Celestyna* is currently given to less than 800 Polish females, which is why the character from *Ernest and Celestine* (2012), an animated film, is much more likely to be the source for the prototype for this nomination (the film is an adaptation of the series of children's books by Gabrielle Vincent, a Belgian cartoonist; however, they probably have not yet been translated into Polish).

⁴³ A pharaoh known from *Prince of Egypt* (DreamWorks SKG 1998).

⁴⁴ This may be the diminutive form of one of the feminine names beginning with "Lu-" (cf. Rada Języka Polskiego, 2011), but this cannot be said with certainty.

⁴⁵ It is possible that the boy simply mispronounced the doll's marketing name, but since twelve of the other nineteen names given by him were categorised as abstract children's neologisms, this chrematonym was also classified as such.

three names each for ragdoll (*Dzidziuś* ‘infant,’ *Dziewinka*, ‘dim. baby,’ *Księżniczka*, ‘Princess’); for toy soldier (*Policjant*, *Strażnik*, ‘Guard,’ *Strzelec*) and one each for Ken (*Inżynier*, ‘Engineer’) and Elsa (*Lodowiec*, ‘Glacier’).

Toys not modelled on living beings

Nearly 60% of the onyms in the group of toys not modelled on living beings were conventional names and another 8% were their modifications. Marketing names were also relatively numerous in this group (10%) just as abstract children’s creations (7%). The other incentive types did not exceed 4% (Table 3).

TABLE 3. Motivation of developing names by children – toys not modelled on living beings

No	Motivation	Tipper truck		Aeroplane		Skipping rope		Ball		Lightning McQueen		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	Creativity and objects for children	3	3	8	8	–	–	1	1	7	7	19	4
2	Internet	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
3	Personal names	1	1	3	3	3	3	2	2	1	1	10	2
4	People from the immediate surroundings	–	–	1	1	–	–	–	–	–	–	1	–
5	Zoonyms	–	–	2	2	1	1	–	–	–	–	3	1
6	External features	1	1	3	3	2	2	5	5	3	3	14	3
7	Sounds	4	4	–	–	–	–	–	–	–	–	4	1
8	Toy function	–	–	2	2	4	4	–	–	–	–	6	1
9	Similarity and contiguity	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
10	Abstract children’s creations	11	11	10	10	7	7	3	3	5	5	36	7
11	Conventional names	62	60	62	60	74	72	73	71	20	19	291	57
12	Modified conventional names	13	13	5	5	3	3	13	13	7	7	41	8
13	Marketing names	–	–	–	–	–	–	–	–	54	52	54	10
14	Modified marketing names	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
15	Unclear names	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Lack of names		8	8	7	7	9	9	6	6	6	6	36	7
Together		103	100	103	100	103	100	103	100	103	100	515	100

SOURCE: Own study.

As it was the case of the humanoid toys, the five-year-old children reached the lowest score at naming those not modelled on living beings. They came up with names in 88% of cases (123 nominations), and their responses included 23 original names (16%). In comparison, four-year-olds gave 158 names (93%), including 34 original ones (20%), and six-year-olds invented 199 (97%), including 77 (38%) original ones.

Group of six-year-olds

Girls as young as six were much inspired by children's creativity – the tipper car was called *Bob Budowniczy*, 'Bob the Builder,' the plane became *Marshall* and *Pan Samolocik*,⁴⁶ 'Mr. Small Plane,' the ball became *Zuma*,⁴⁷ and the race car was called *Blaze*.⁴⁸ Children often transferred human names to toys – the tipper got the name *Jarek*, the plane was called *Marcin* and *Maja*, the jump rope became *Jula* and *Ola*, the ball – *Antek* and *Patrycja*, and the race car – *Joachim*. Almost half of the terms used in nomination were conventional (*Autko*, 'Little Car,' 4; *Auto*, 'Car,' 5; *Samochodzik*, 'Toy Car,' 2; *Samochód*, 'Car,' 2; *Wywrotka*, 'Tipper,' 3; *Samolocik*, 'Toy Airplane,' *Samolot*, 'Airplane,' 9; *Skakanka*, 'Jump Rope,' 14; *Piła* 'augmentative form of Ball,' 6; *Piłka*, 'Ball,' 6; *Piłka Plażowa*, 'Beach Ball,' 2). The six-year-old girls did not show much inventiveness while naming the racecar – more than a third of the chrematonyms were marketing names (*Zygzak* 'Lightning,' 5; *Zygzak McQueen*, 'Lightning McQueen,' 2). One girl used abstract words to name all toys in this group: *Ou* (tipper), *Fus* (plane), *Kommou* (jump rope), *Paun* (ball), and *Hak* (race car). Other six-year-olds also used difficult-to-interpret creations: *Bumbas*, *Drono* (tipper) and *Sinen* (aeroplane).

In boys' naming terms, toys not modelled on living beings uncommonly took over the names from fairy tales and other creations for children. The only examples of such chrematonyms were: *Samolot Daisy*,⁴⁹ 'Daisy's Plane,' *Samolot Stasio*,⁵⁰

⁴⁶ An allusion to *Pan Samochodzik* – a series of youth novels by Zbigniew Nienacki. The novels were repeatedly reissued (also in the second decade of the 21st century); they were also screened several times. After the author's death, the series was continued by other writers. The child may easily have heard the title from its parents or older siblings.

⁴⁷ The name could be inspired by the title of the puzzle-arcade game, in which the player's task is to remove coloured balls from the board by positioning at least three of the same colours next to each other. The name could also be motivated by a character from *Paw Patrol* – a labrador puppy acting as a water rescuer. The latter possibility was considered more likely since the child also named two other toys after characters from this series.

⁴⁸ Red "monster truck" – the eponymous character of *Blaze and the Monster Machines* (Nickelodeon Animation Studio, since 2014).

⁴⁹ A toy by Fisher Price – Minnie Mouse and Daisy Duck's plane.

⁵⁰ The name of a toy plane derived from the Dumel Discovery series

'Little Stan The Plane,' *Mucholot*,⁵¹ 'Fly-Plane,' and *Cars* (race car). More than half of the names related to appearance and method of action were assigned to the ball, which was named *Kręciołek*, 'Twirl,' *Odbijaczka*, 'Bouncer,' and *Skoczek* 'Jumper.' The noise-related chrematonyms were *Brum*⁵² and *Wywrotka Pof Pof*, "Pof Pof Tipper." Almost half of the names invented by the boys were conventional (*Autko*, 2; *Auto*, 5; *Wywrotka*, 2; *Samolocik*, 6; *Samolot*; *Skakaneczka* 'dim. Jump Rope;' *Skakanka*, 12; *Pileczka* 'dim. Ball;' *Piłka*, 7; *Piłka Plażowa*, 4). Modified conventional names were also frequent, e.g.: *Piaseczkowa Ciężarówka*,⁵³ 'Sand Tipper,' *Autko A26*, *Latacz Samolocik*, 'Little Flyer Plane,' *Samolot Wojenny*, 'War Plane,' *Piłka Zmyłka*, 'Trick Ball.' The race car was, with one exception, referred to by its marketing names (*McQueen*, 5; *Zygzak*, 8; *Zygzak McQueen*, 5). Few boys used metaphorical or metonymic creations – there were only three examples noted: *Lot*, 'Flight,' *Śmigłowiec*, 'Helicopter,' *Żwirek*, 'dim. Gravel.'

Group of five-year-olds

Most of the girls in this age used conventional names (*Autko*, 3; *Auto*, 4; *Ciężarówka*, 2; *Samochodzik*; *Samolocik*, 3; *Samolot*, 5; *Skakanka*, 10; *Piłka*, 8; *Piłka Plażowa*, 2). One five-year-old named the tipper *Matiz* (perhaps because of the name of her parents' car), another referred to it as *Śmieciarka*, 'Garbage Truck.' The plane was named *Magiczny*, 'Magical,' and the ball got a metaphoric name – *Tęcza*. 'Rainbow.' Only two girls came up with the marketing names for the racer.

As with girls, five-year-old boys mostly used conventionalisms (*Autko*, 4; *Auto*; *Ciężarówka*, 2; *Samochód*; *Samolot*, 12; *Skakanka*, 13; *Pileczka*; *Piłka*, 11; *Piłka Plażowa*, 2). Several boys were inspired by fairy tales: hence, the names: *Wywrotka Grusia*,⁵⁴ 'Grusia the Tripper,' *Lotka*,⁵⁵ 'aileron' or 'quill,' *Cars*, *Cars McQueen*, *Jerry*.

⁵¹ The name derived from the song "Mucha w mucholocie," 'A Fly in a Fly plane' (by Aida, 2011).

⁵² An onomatopoeic word which stands for the sound of a working engine, especially that of a car.

⁵³ The word *Piaseczkowa* is an adjective created from the noun, *piaseczek*, which, in turn, is a diminutive of *piasek*, 'sand.'

⁵⁴ Parents' explanation: "The concrete mixer from Super Wings has similar colors." (*Super Wings* is an animated television series, 2014).

⁵⁵ The name of the plane from British computer-animated children's TV programme, *Tractor Tom* (2003–2004).

Group of four-year-olds

Four names given by four-year-old girls were inspired by fairy tales – the plane was named *Daisy Samolocik*⁵⁶ and *George*,⁵⁷ while the racer was called *Belle*.⁵⁸ More than half of the names were conventional – *Autko*, *Auto* (4), *Ciężarówka* (4), *Piłka* (6), *Piłka Dmuchana* ‘Inflatable Ball,’ *Piłka Plażowa* (2), *Samochód* (2), *Samolot* (7), *Skakanka* (7), *Wywrotka* (2). Also, the ball and the racer gained two conventional yet modified names each – *Piłka do Nadmuchania*, ‘Ball to Inflate,’ *Piłka na Plażę*, ‘Ball for the Beach,’ *Samochód z Bajki* ‘Fairy Tale Car,’ *Samochód Amus*, ‘Amus The Car.’ There were relatively few marketing names in this age group – only three instances (*McQueen*, *Zygzak McQueen*, *Zygzak*) and one probably distorted spelling of McQueen (*Makino*). The list also includes four metonymy and metaphor-based chrematonyms – the truck was named *Opel*⁵⁹ and *Spycharka*, ‘bulldozer,’⁶⁰ the plane became a *Helicopter*,⁶¹ and the colourful beach ball became *Ciastolina*, ‘Play Dough.’⁶² It can be observed that while giving the names from fairy tales, the four-year-old girls did not follow any particular similarity – the plane was named after cartoon animals (a duck and a piglet), and the car was named after a human (heroine of a famous fairy tale).

Almost 70% of all chrematonyms invented by four-year-old boys were conventional names – *Autko* (2), *Auto*, *Ciężarówka* (2), ‘Truck,’ *Figurka*, ‘Statuette’ or ‘Figurine,’ *Samochodzik* (2), *Samochód*, *Wywrotka* (9), *Samolocik* (17), *Samolot*, *Skakanka* (13), *Balon*, *Pileczka*, *Piłka* (14), *Piłka Plażowa*, *Piłka Wodna*. This group is complemented by nine modified conventional names: *Auto Wywrotkowe*, ‘Tipping Car,’ *Ciężarówka Wywrotka*, ‘Tipper Truck,’ *Samochód z Przyczepką*, ‘Car with a Little Trailer,’ *Piłka Emuś*, ‘Emuś the Ball,’ *Piłka na Plażę*, ‘Ball for the

⁵⁶ Three possible motivations have been found, but they all place the above name in the same category: 1) Upsy Daisy – a character of the British live-action preschool children’s television series, *In the Night Garden...* (2007–2009); 2) Daisy Duck created in 1937 by Walt Disney (there is a commercially available toy set “Daisy Duck and Minnie Mouse’s plane” by Fisher-Price); 3) Daisy doll manufactured by Mattel.

⁵⁷ Peppa Pig’s younger brother.

⁵⁸ The heroine of the fairy tale *Beauty and the Beast* bears the name of Belle or Bella in many versions, including probably the best known adaptations: animated film by Disney studios (1991) as well as its non-animated version (2017).

⁵⁹ The element of the CAR TYPES category was replaced with an element of the CAR BRANDS subcategory, so it is a PART FOR A WHOLE relation.

⁶⁰ Replacement of one element of the semantic category, CONSTRUCTION MACHINERY, with another (due to the fuzzy borders of the semantic fields, some concepts distant from their centres may belong to several fields, hence the presence of a tipper truck both among CARS and among CONSTRUCTION MACHINERY).

⁶¹ A shift within the category of FLYING MACHINES.

⁶² Because Play Dough is found in many colors and it is possible to mold balls from it, this particular name was chosen.

Beach,' *Samolotek*,⁶³ 'Little Plane,' *Skakaniec*, *Skakownica*,⁶⁴ *Wywrotowiec*, "tipper car". Fifteen marketing names were used to describe a racing car (*McQueen*, 3; *Zygzak*, 7; *Zygzak McQueen*, 5). There were two abstract creations (both invented by the same child) – *Emuś* (jumping rope) and *Esio S* (racer car). There were also three creations based on a synecdoche (all three denoted a jumping rope): *Lina*, 'Rope,' *Sznurki*, 'Strings,' *Sznurek*, 'String.'

Summary

Humanoid toys received original names much more frequently than those not modelled on living beings, the latter being most often referred to by the conventional names. Nevertheless, the three toys in the second group (the cars and aeroplane) proved to be a better naming material than the other two, for which the number of conventionalisms soared around 70%.

A large proportion of children tended to name all toys according to a single scheme – most often with conventional names; still, there was a cluster of names both transferred from fairy tales or created by children as abstracts. The representatives of the last group sometimes sounded like existing words but did not show any tangible relationship to the denoted object (e.g. *Fus*⁶⁵ – the name for the aeroplane).

Children rarely feel the need to name the toys whose names they already know anew – a Barbie doll is just *Barbie*, while the racer car from the animation by Pixar remains *Zygzak*, as in the movie. As it turns out, in children's nomination, marketing names often expand their range by deonymisation. Having conative elements that complement the meaning layer, names like *Barbie* and *Ken* become common terms for all the slim plastic dolls with moving limbs, and not just those created by Mattel, and much less the individual names of a particular doll. Moreover, the name *Barbie* is sometimes stretched to male dolls (*Lalka Barbie Tylko Pan* 'Barbie Doll Only a Man'). These are the examples of regular textual deonymisation.

As far as the nomination of humanoid toys is concerned, girls visibly displayed different tendencies than boys. While Barbie and Elsa dolls were similarly named

⁶³ The novelty here is the fact that the child used the *-ek* suffix to make a diminutive of the word *samolot*, while this is normally done with alteration of the final consonant from *k* to *c* and addition of the *-ik* suffix.

⁶⁴ Both *Skakaniec* and *Skakownica* are nouns created by adding suffixes to the word base *skak-* '(to) jump'; however, these words do not appear in the dictionaries.

⁶⁵ The name *Fus* bears resemblance to the noun *fusy*, that is, 'tea or coffee grounds'.

(the overwhelming prevalence of marketing names in both gender groups), in the other three cases the discrepancies resulting from different interests of boys and girls were noted. The boys showed great inventiveness in naming the toy soldier and Ken; girls – not so much. Among the boys' creations, there were such terms as *Żołnierz Polak-Rodak*, *Armik*, *Żołnierz Strzelacz*, *Koleś*, *Karol Bohater*, *Pan Fajny*, *Mr Smart*, *Wymądrzak*, 'smarty pants' – he wears glasses, so he looks smart or nerdy.

It is worth noting that children even at such a young age take inspirations from the Internet, as evidenced in the cases of calling toys by the nicknames of the „YouTubers” – *Juniorsky* (used by a four-year-old boy to denote Ken), or *Blue Jane* and *Miss Aga* given by a six-year-old girl. Moreover, many (perhaps even the majority of the) creations based on children's shows may also be mediated from the Internet, because numerous songs, films and series from which preschoolers drew inspiration from have not been broadcast in Poland for few years. However, they are still available either on YouTube or in VOD streaming services.⁶⁶

In the study, the most outlier group turned out to be five-year-olds – it was the children of this age who had the highest percentage of unfilled responses. They also had the lowest percentage of original names, and were most often satisfied with conventional and marketing names. Perhaps the fifth year of life is a turning point, at which children's vocabulary becomes broad enough to match the objects they see with their conventional names: hence, the lower share of metonymy, synecdoche, and abstract creations than in the four-year-olds (cf. Dziurda-Multan, 2008, p. 112); however, five-year-old children have not yet achieved fluency in language comparable with the older ones who are already able to rely more on their creativity and less on conventionalism.

Due to the very extensive naming material and the limited volume of the article, we decided to divide it into parts. The names of animals and plush toys will be analysed soon. For the same reason, some broader inquiries were discontinued, while we focussed on the classification of children's creations together with the analysis of similarities and differences in nominating skills between groups of four-, five- and six-year-olds. Though it was possible to explore them based on the gathered survey data, the issues below have been omitted or dealt with very briefly since addressing them would require a much longer article:

- link between the successive stages of the development of the child's speech and the increase in their language skills in the field of proprial creations;
- formation of the child's awareness of the differences between the appellative and proprial levels of language;

⁶⁶ Video on demand – a service that allows users to watch broadcast footage or listen to a broadcast audio recording at a time they choose, later than its release time (wikipedia.pl).

- differences in nominating skills between children living in the countryside, and the city;
- influence of people from the immediate environment on the development of nominating skills of pre-school children;
- relationship between age and gender and trends in the use of diminutives and hypocoristic in children's creations.

However, these issues might be analysed in the future, especially, since the form has not been closed and new surveys may still be gathered. Moreover, the group of five-year-olds was the least numerous of the subjects, so the overall conclusions are fraught with the possibility of error since already a small number of outliers can significantly affect the results. It is advisable to repeat the study on a larger group of children of this age.

References


- Aspirant*. Słownik Języka Polskiego. <https://sjp.pwn.pl/szukaj/aspirant.html> [access: 17.08.2020].
- BUJAK, J. (1988). *Zabawki w Europie. Zarys dziejów – rozwój zainteresowań*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Dorotka*. Biblioteka Polskiej Piosenki. <http://archiwum.bibliotekapiosenki.pl/Dorotka> [access: 17.08.2020].
- DZIURDA-MULTAN, A. (2008). *Dziecięce sposoby tworzenie nazw*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- GAŁKOWSKI, A. (2018). Definicja i zakres chrematonimii. *Folia onomastica Croatica*, 27, 1–14. <https://dx.doi.org/10.21857/mwo1vcz00y>.
- KOVALCHIK, K., (2014). *Why do we call parrots “Polly”?* <https://www.mentalfloss.com/article/55350/why-do-we-call-parrots-polly> [access: 19.08.2020].
- Książę Harry nagrywa dla Netfliksa. Jest narratorem w bajce* (2020). Onet. <https://www.onet.pl/film/onetfilm/ksiaze-harry-nagral-wstep-do-bajki-tomek-i-przyjaciele/5lkv4r8,681c1dfa> [access: 15.08.2020].
- Lista imion żeńskich w rejestrze PESEL stan na 21.01.2020 – imię pierwsze*. Otwarte Dane. <https://dane.gov.pl/dataset/1667,lista-imion-wystepujacych-w-rejestrze-pesel-osoby-zyjace/resource/21489> [access: 13.08.2020].
- Lista imion męskich w rejestrze PESEL stan na 21.01.2020 – imię pierwsze*. Otwarte Dane. <https://dane.gov.pl/dataset/1667,lista-imion-wystepujacych-w-rejestrze-pesel-osoby-zyjace/resource/21487> [access: 13.08.2020].
- Needpix.com. <https://www.needpix.com/photo/1693803/beach-beach-ball-ball-beach-accessories-fun-free-vector-graphics> [access:10.07.2020].
- OKOŃ, W. (1995). *Zabawa a rzeczywistość*. Warszawa: Wydawnictwo Żak.
- Pixabay. <https://pixabay.com/illustrations/aircraft-vehicle-transport-toy-3964858/> [access: 10.07.2020].
- Pxfuel. <https://www.pxfuel.com/en/free-photo-xclro> [access: 10.07.2020].

- Rada Języka Polskiego (2011). *Lula*. http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1436:lula&catid=76&Itemid=146 [access: 15.08.2020].
- RADDEN G., & KÖVECSES, Z. (2007). Towards a theory of metonymy. Metonymy in language and thought. In: V. EVANS, B.K. BERGEN, & J. ZINKEN (eds.), *The cognitive linguistics reader* (pp. 335–359). London, Oakville: Equinox.
- RUTKIEWICZ-HANCZEWSKA, M. (2016). *Neurobiologia nazywania – o anomii proprialnej i apelatywnej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- RUTKOWSKI, M. (2012). *Słownik metafor i konotacji nazw własnych*. Olsztyn: Instytut Filologii Polskiej, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski.
- RUTKOWSKI, M. (2017). Nazwy własne w strukturze metafor pojęciowych. *Onomastica*, 61(2), 91–104. <https://doi.org/10.17651/ONOMAST.61.2.9>.
- TOKARSKI, R. (2013). *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- TOMECKA-MIREK, A. (2007). Najmłodszy użytkownicy polszczyzny i ich onomastyczne wybory. Jak dzieci w wieku przedszkolnym nazywają swoje zabawki. In: A. CIEŚLIKOWA, B. CZOPEK-KOPCIUCH, K. SKOWRONEK (eds.), *Nowe nazwy własne – nowe tendencje badawcze* (pp. 529–540). Kraków: Pandit.
- Wideo na życzenie*. https://pl.wikipedia.org/wiki/Wideo_na_%C5%BCyczenie [access: 17.08.2020].



MONIKA KIJ

Kolegium Nauk Humanistycznych, Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa,
Uniwersytet Rzeszowski

 <https://orcid.org/0000-0002-9211-1677>

Umiejętności nominacyjne przedszkolaków

Nomination skills of pre-school children

ABSTRACT: This paper aims to investigate the level of naming skills of children between four and six years of age and to check if pre-schoolers, while naming new toys on the *ad-hoc* basis, do it randomly or whether the process is systemic. The methods, as well as the elements of extra-linguistic reality, used in the creation of names by children are analyzed. Moreover, efforts were made to deepen the study by analysing the influence of socio-cultural factors such as age and gender on nomination skills of children.

KEYWORDS: onomastics, proper names, chrematonyms, creating names for toys

STRESZCZENIE: Celem autorki było określenie poziomu umiejętności nominacyjnych dzieci w wieku od czterech do sześciu lat, a także zbadanie, czy nadając nazwy nowym zabawkom, dzieci ze wskazanej grupy wiekowej robią to w sposób losowy czy też proces ten nosi znamiona systemowości. Przeanalizowano metody stosowane przez dzieci w tworzeniu nazw. Rozważono, jakie elementy rzeczywistości pozajęzykowej są utrwalane w chrematonimii dziecięcej. Badania pogłębiono o analizę wpływu czynników społeczno-kulturowych (wieku, płci) na umiejętności nominacyjne.

SŁOWA KLUCZOWE: onomastyka, nazwy własne, chrematonimy, nazywanie zabawek

Nazwy własne stanowią, obok apelatywów, jedną z dwóch podstaw systemu leksykalnego, a proces ich tworzenia jest skomplikowany i wielopłaszczyznowy. Potrzeba tworzenia nazw uwidacznia się już we wczesnym stadium rozwoju, kiedy to dzieci spontanicznie wymyślają określenia dla swoich ulubieńców – czy to ludzi i zwierząt, czy pluszowych, drewnianych, plastikowych zabawek (Rutkiewicz-Hanczewska, 2016, s. 21). Na dziecięce kreacje nazewnicze mają wpływ nakładające się aspekty społeczne i psychologiczne, zarówno indywidualne, jak i ogólnorozwojowe. Przedszkolaki „nie tylko naśladują dorosłych, ale również wykazują kreatywność lingwistyczną” (Dziurda-Multan, 2008, s. 96). W związku

z tym należy spodziewać się wystąpienia wysokiego odsetka innowacji językowych i niecodziennych skojarzeń, zwłaszcza że „dzięki zabawie i grze językowej każde dziecko uczy się mówić i poznawać związki między elementami rzeczywistego świata” (Dziurda-Multan, 2008, s. 97).

Dzieciństwo jest okresem bardzo intensywnego rozwoju funkcji poznawczych i motorycznych organizmu. U ludzi, w porównaniu do innych gatunków, okres dorastania jest w dodatku niezwykle długi i nierozzerwalnie związany z występowaniem zabawy, która stanowi podstawową formę działalności dziecka oraz jest jednym z najistotniejszych czynników stymulujących jego rozwój (Tomecka-Mirek, 2007, s. 529). Prawidłowo rozwijające się dziecko poświęca zabawie ogromną ilość czasu i uwagi. Wincenty Okoń uważa, że zabawa to działanie, w którym dla własnej przyjemności kreuje się nową (wtórną) rzeczywistość za pomocą wyobraźni. Czynność ta wzorowana jest na regułach społecznych, nie ogranicza się jednak do nich, lecz twórczo je przekształca, prowadząc do „samodzielnego poznania” (Okoń, 1995, s. 44).

Wiele dziecięcych zabaw odbywa się z wykorzystaniem specjalnych rekwizytów – zabawek, które odgrywają ważną rolę w rozwoju dzieci. Zabawki mają duży wpływ na sferę emocjonalną oraz pełnią funkcję uspołeczniającą (Tomecka-Mirek, 2007, s. 529). Zabawka to:

[...] przedmiot materialny specjalnie wykonany do celów zabawowych, który zawiera w sobie treści kulturowe właściwej dla niego epoki lub epok minionych z zakresu kultury materialnej, duchowej lub społecznej i przekazuje je w sposób budzący określone postawy ludyczne, a za ich pośrednictwem kształtuje rozwój fizyczny, psychiczny i emocjonalny (Bujak, 1988, s. 24).

Problematyka nazewnicza jest przedmiotem wielu nauk humanistycznych, m.in. logopedii, logiki, psychologii, filozofii, nauk o kulturze. W lingwistyce nominacja pojmowana jest jako nadawanie nazw ludziom, czynnościom, przedmiotom, zjawiskom. Jest procesem i jednocześnie rezultatem nazywania uwarunkowanym biologicznie oraz kulturowo (Dziurda-Multan, 2008, s. 95–96).

Badanie nazw wytworów ludzkich (także zabawek) stanowi domenę chrematonimii, czyli najmłodszej dyscypliny onomastyki. Według Artura Gałkowskiego (2018):

[...] chrematonim jest nazwą własną obiektu materialnego lub niematerialnego, który nie wykazuje charakteru geograficznego, choć nie wyklucza się związku takiego obiektu z danym miejscem, charakterystyką topograficzną istotną w procesie identyfikacji obiektu w skali lokalnej lub globalnej. Chrematonimem może być bowiem nazwa produktu, usługi, firmy, organizacji, przedsięwzięcia społecznego, wytworu lub wydarzenia artystycznego (s. 1).

Nazwy marketingowe to szczególna klasa onimów, która ze względu na swoją niepełną jednostkowość (tj. fakt, że nie denotują one jednostkowych obiektów, ale raczej grupy obiektów mających jednego producenta oraz pewien zakres cech wspólnych¹) lokuje się w strefie przejściowej pomiędzy propriami a apelatywami. Neurobiolodzy udowodnili, że nazwy te mają reprezentację półkulową zbliżoną (lecz nieidentyczną) do innych propriów oraz słabiej zlateralizowaną niż reprezentacja wyrazów pospolitych (Rutkiewicz-Hanczewska, 2016, s. 352–353).

Mocniej zaznaczony i wspólny dla szerokich grup odbiorców zakres konotacji nazw marketingowych w porównaniu do innych propriów to cecha wspólna ze zdeonimizowanymi² użyciami niektórych nazw własnych, które w tekstach mówionych i pisanych zauważa Mariusz Rutkowski. Mają one „dwie, powiązane ze sobą, właściwości: oderwanie od obiektu (osoby lub miejsca), który pierwotnie jest przez nią [nazwę – przyp. M.K.] oznaczany, oraz uwikłanie w powtarzalne, stałe wartości znaczeniowe” (Rutkowski, 2012, s. 7). Znaczenia przenoszone przez tego typu nazwy sytuują je pomiędzy innymi nazwami własnymi a grupą wyrazów pospolitych. Deonimizacja regularna zachodzi najczęściej na zasadzie metafory lub metonimii (Rutkowski, 2012, s. 7).

Metafora i metonimia nie są jedynie ozdobnikami tekstów (jak przyjmowano w ujęciach klasycznych), ale pełnią istotną funkcję poznawczą. Teorię metafor pojęciowych przedstawili w 1988 roku George P. Lakoff i Mark Johnson. Badacze ci jako pierwsi zwrócili uwagę na to, że metafory umożliwiają konceptualizację trudniejszych lub bardziej abstrakcyjnych pojęć przez podobieństwo do innych (zazwyczaj bardziej konkretnych), przy czym podobieństwo może być realne lub tylko uwarunkowane kulturowo. Metafora stanowi więc mechanizm językowy służący realizacji:

[...] celów poznawczych związanych z konceptualizacją i kategoryzowaniem rzeczywistości. Jest ona środkiem kognitywnego dotarcia do tych obszarów rzeczywistości (tzw. domen), które albo pozostają poza bezpośrednim zasięgiem zmysłów, albo są na tyle abstrakcyjne, rozmyte czy nieokreślone, że mogą być „oswojone” właśnie za pomocą metaforycznego użycia pojęć bliższych, prostszych poznawczo (Rutkowski, 2017, s. 91–92).

Metonimia – podobnie jak metafora – jest zjawiskiem konceptualnym. Różnicę stanowi natomiast rodzaj zależności pomiędzy pojęciem wyjaśnianym a pojęciem wyjaśniającym. Podstawę metonimii stanowi nie podobieństwo, ale przyległość

¹ Małgorzata Rutkiewicz-Hanczewska (2016) ujmując to następująco: „Nie istnieje tylko jeden samochód o nazwie Opel czy Fiat, a dodatkowo – mamy wielu przedstawicieli nazwy Opel Astra czy Fiat Punto” (s. 352).

² Deonimizacja nazw jest tu rozumiana jako rozluźnienie związku z ich denotatami, a nie jako całkowite przejście do systemu apelatywów (Rutkowski, 2012, s. 8).

(czasowo-przestrzenna i inne mniej uchwytne jej typy)³. Ponadto przyjmuje się, że metonimia operuje w obrębie jednej domeny poznawczej (kategorii), podczas gdy metafora daje dostęp do jednej domeny poprzez pojęcie należące do drugiej. Przedstawiciel kategorii może zastępować całą kategorię (efekt prototypu). Ponieważ w większości kategorii występuje prototypizacja, można założyć, że u ich źródeł leży metonimia. Mapowanie metonimiczne jest procesem dwukierunkowym (w metaforze natomiast jest jednokierunkowe). Hierarchie taksonomiczne można traktować jako struktury typu część-całość, w których kategoria wyższa stanowi całość, a podkategorie – jej części (Radden, Kövecses, 2007, s. 335–338, 345–347).

Szukanie podobieństw i różnic między rzeczami oraz odpowiadającymi im pojęciami pokazuje ogólną tendencję myślenia człowieka o świecie. Upraszcza również oparte na metaforze procesy nominacji. Prototypizacja wyznacza wyraźne centrum kategorii oraz kolejne elementy coraz słabiej związane z prototypem aż po nieostre, rozmyte granice. Prototypowe modele kategorii nie są w pełni równoważne ze strukturami występującymi w otaczającym człowieka świecie, odpowiadają one subiektywnym ludzkim potrzebom i przekonaniom związanym z oczekiwanymi formami istnienia rzeczywistości (Tokarski, 2013, s. 117–125).

Cel badań i założenia metodologiczne

Celem w niniejszym opracowaniu jest zbadanie poziomu umiejętności nominacyjnych dzieci w wieku od czterech do sześciu lat oraz sprawdzenie, czy nadając na poczekaniu nazwy nowym zabawkom, przedszkolaki robią to w sposób przypadkowy czy też proces ten nosi znamiona systemowości. Rozważono, jak zbudowane są nazwy i jakie elementy rzeczywistości pozajęzykowej utrwalają. Badanie starano się ponadto pogłębić o analizę wpływu czynników społeczno-kulturowych (wieku, płci) na umiejętności nominacyjne.

Materiał badawczy zbierano od lipca do początku sierpnia 2020 roku za pomocą ankiety online dostępnej do wypełnienia przez rodziców wspólnie z dziećmi. Formularz został umieszczony na stronach grup dla rodziców oraz udostępniony na Facebooku. Jedną z zalet tego sposobu zbierania danych było ograniczenie wpływu stresu na uzyskane wyniki – dzieci nie były przepytywane przez obcą osobę, lecz przez własnych rodziców i w znajomym otoczeniu, co pozwalało im

³ W językoznawstwie relacje te najczęściej wyraża się schematycznie poprzez formuły typu: X za Y, gdzie X oznacza pojęcie bardziej konkretne pozwalające lepiej zrozumieć bardziej abstrakcyjne pojęcie Y. Szczególnym rodzajem relacji jest synekdocha (CZĘŚĆ ZA CAŁOŚĆ), przez niektórych badaczy traktowana jako osobny trop, a przez innych uznawana za odmianę metonimii (por. Dziurda-Multan, 2008; Radden, Kövecses, 2007).

pełniej pokazać umiejętności nominacyjne. Innym pozytywnym aspektem była możliwość dotarcia do dzieci z różnych środowisk w całym kraju, co przy ponad stu wypełnionych ankietach powinno zapewnić reprezentatywny przegląd umiejętności i sposobów nominacji⁴.

Formularz ankiety składał się z dwóch części. W pierwszej z nich, krótkiej metryczce, znalazły się pytania o wiek i płeć dziecka, miejsce zamieszkania oraz uczęszczanie do przedszkola. W ostatnim pytaniu metryczki należało zaznaczyć na sześciostopniowej skali, ile czasu dziecko spędza z poszczególnymi osobami (rodzicami, rodzeństwem, dziadkami, rówieśnikami, opiekunką itp.). Druga część ankiety zawierała zdjęcia piętnastu zabawek i pięciu zwierząt. Zdjęcia należało pokazać dziecku i poprosić o nadanie imion zabawkom i zwierzętom na nich przedstawionym. Instrukcja dla osób wypełniających ankietę zawierała prośbę, by nie sugerować swoim podopiecznym żadnych odpowiedzi. Jeżeli dziecko samo nie było w stanie wymyślić imienia, należało zostawić puste pole.

Zebrany materiał podzielono na piętnaście grup w zależności od motywacji nazw. W tworzeniu klasyfikacji wzorowano się na podziale stworzonym przez Amelię Dziurdę-Multan (2008, s. 111), jednak rozwinęto go i zmodyfikowano (tabela 1). Ze względu na różną motywację nazwy o jednakowym brzmieniu były nierzadko klasyfikowane do różnych grup. W artykule imiona podane przez dzieci zapisano kursywą, cudzysłowem opatrzone wyjaśnienia dzieci lub rodziców, w pojedynczych cudzysłowach umieszczono przybliżoną wymowę imion zaczerpniętych z języków obcych.

TABELA 1. Motywacja tworzenia nazw przez dzieci

Lp.	Kategoria	Opis
1	Twórczość i przedmioty dla dzieci	Nazwy motywowane literaturą, filmami, muzyką, kreskówkami, a także przeniesione z zabawek
2	Internet	Imiona i pseudonimy osób znanych w serwisach społecznościowych, w YouTube itp.
3	Imiona	Polskie i obce, jeżeli brak przesłanek, by zakwalifikować je do innej kategorii

⁴ Pomimo wielu zalet ten sposób zbierania informacji ma jednak pewne ograniczenia. Podstawowym problemem była konieczność stworzenia maksymalnie zwięzłego, a zarazem informatywnego formularza, ponieważ nie istniała możliwość późniejszego doprecyzowania wątpliwych kwestii. Kolejnym problemem był dobór pytań zawartych w metryczce, tak aby nie zniechęcić respondentów pytaniami o informacje podlegające ochronie bądź po prostu zbyt szczegółowymi (z tego powodu zrezygnowano np. z pytania o wykształcenie rodziców). Ostatecznym powodem, dla którego zdecydowano się na zbieranie materiału badawczego przez internet, było wynikające z sytuacji epidemiologicznej ograniczenie działalności przedszkoli i związane z tym utrudnienia w przeprowadzeniu wywiadów „na żywo”.

4	Osoby z najbliższego otoczenia	Członkowie rodziny, koleżanki i koledzy
5	Zoonimy	Popularne imiona zwierzęce
6	Cechy zewnętrzne	Wygląd, kolor, ubranie, materiał, zachowanie, sposób działania itp.
7	Odgłosy	Dźwięki wydawane przez zwierzę zabawkę lub przez postać, którą zabawka przedstawia
8	Funkcja zabawki	Do czego zabawka służy
9	Podobieństwo i przyległość	Nazwy motywowane metaforycznie i metonimicznie
10	Abstrakcyjne kreacje dziecięce	Nazwy nieistniejące w leksykonie języka polskiego
11	Nazwy konwencjonalne	Utarte nazwy typów zabawek
12	Nazwy konwencjonalne zmodyfikowane	Utarte nazwy typów zabawek twórczo zmodyfikowane przez dzieci
13	Nazwy marketingowe	Nazwy produktów opatentowane przez ich producentów
14	Nazwy marketingowe zmodyfikowane	Nazwy produktów opatentowane przez ich producentów twórczo zmodyfikowane przez dzieci
15	Nazwy niejasne	Nazwy występujące w polskim leksykonie, lecz niewykazujące uchwytnej relacji z obiektem nazywanym

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne.

Motywacje nazw ustalono na podstawie wyjaśnień podawanych przez rodziców oraz własnej wiedzy językoznawczej i ogólnej. W celu ustalenia możliwych inspiracji nazewniczych posiłowano się również kwerendą internetową ze szczególnym uwzględnieniem informacji o bajkach i utworach dla najmłodszych. W analizie jakościowej imion polskich pomocny okazał się rejestr osób żyjących bazy PESEL (*Lista imion męskich; Lista imion żeńskich*). Ze względu na duże prawdopodobieństwo, że przedszkolaki nie rozpoznają rzadko występujących antroponimów⁵ jako imion ludzkich, uznano że nadanie przez dziecko takiego imienia zabawce stanowi przesłankę do potraktowania innych możliwych motywacji jako bardziej prawdopodobnych.

⁵ Na potrzeby analizy za rzadkie uznano imiona występujące nie częściej niż w połowie promila populacji (odpowiednio mniej niż 10 019 mężczyzn o danym imieniu oraz mniej niż 10 549 kobiet).

Wyniki badań

Zgromadzono 103 ankiety, z których uzyskano materiał nazewniczy liczący 1938 chrematonimów i zoonimów, brak odpowiedzi zanotowano 123 razy, w 4 przypadkach dzieci nadały zabawkom po 2 różne imiona. W badanej grupie znalazło się 56 chłopców (54%) i 47 dziewcząt (46%). Najliczniej reprezentowane były sześciolatki – 41 dzieci (40%). Najmniej z kolei było pięciolatek – 28 dzieci (27%). Grupa czterolatek liczyła 34 dzieci (33%). Większość objętych badaniem mieszkała na wsi – 66 (64%), w miastach liczących do 25 tys. mieszkańców mieszkało 13 dzieci (13%), a w miastach większych – pozostałe 24 dzieci (23%). Ponadto zdecydowana większość dzieci uczęszczała do przedszkoli, jedynie 8 (8%) nie było wychowankami tych instytucji.

Materiał do nazywania składający się z 20 zdjęć został podzielony na 4 grupy. W pierwszej znalazły się **zabawki humanoidalne** – dwie plastikowe lalki typu Barbie – Barbie (ilustracja 1) i Ken (ilustracja 2), lalka „szmacianka” (ilustracja 5), plastikowa figurka żołnierza (ilustracja 4) oraz lalka Elsa⁶ (ilustracja 3), wzorowana na postaci z serii filmów animowanych. Drugą grupę stanowiły zdjęcia pięciu **zwierząt**, które powinny być rozpoznawalne dla dzieci w wieku przedszkolnym (niedźwiadek, szczenię, kocię, papuga i kucyk). Trzecia grupa obejmowała **zabawki niewzorowane na istotach żywych**. Były to kolejno: samochód wywrotka (ilustracja 6), samolot (ilustracja 7), skakanka (ilustracja 8), piłka plażowa (ilustracja 9) oraz samochód sportowy Zygzak McQueen⁷ (ilustracja 10). W ostatniej grupie umieszczono fotografie **pluszowych zwierzątek** o różnym stopniu antropomorfizacji (miś, piesek, orka, jednorożec na bieżakach oraz pluszowy Kubuś Puchatek). Ze względu na obszerność zgromadzonego materiału badawczego, w tym opracowaniu przeprowadzono analizę nazw zabawek humanoidalnych oraz niewzorowanych na istotach żywych. Pozostałym dwóm grupom zostanie poświęcony osobny artykuł.

⁶ Bohaterka pełnometrażowych filmów *Kraina Lodu* i *Kraina Lodu 2* (Walt Disney Animation Studios 2013 i 2019) oraz krótkometrażowej produkcji *Gorączka Lodu* (Walt Disney Animation Studios 2015).

⁷ Zantropomorfizowany samochód wyścigowy, bohater serii trzech animowanych filmów pełnometrażowych *Auta*, *Auta 2* i *Auta 3* (Pixar Animation Studios 2006, 2011, 2017) oraz animowanego serialu telewizyjnego (2008–2014).



Ilustracja 1. Lalka Barbie
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.



Ilustracja 2. Lalka Ken
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.



Ilustracja 3. Lalka Elsa
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.



Ilustracja 4. Plastikowy żołnierz
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.



Ilustracja 5. Lalka „szmacianka”
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.



Ilustracja 6. Zabawka samochód wywrotka
ŹRÓDŁO: Pxfluel. <https://www.pxfluel.com/en/free-photo-xclro> [data dostępu: 10.07.2020].



Ilustracja 7. Zabawka samolot
ŹRÓDŁO: Pixabay. <https://pixabay.com/illustrations/aircraft-vehicle-transport-toy-3964858/> [data dostępu: 10.07.2020].



Ilustracja 8. Skakanka
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.



Ilustracja 9. Piłka
ŹRÓDŁO: Needpix.com. <https://www.needpix.com/photo/1693803/beach-beach-ball-ball-beach-accessories-fun-free-vector-graphics> [data dostępu: 10.07.2020].



Ilustracja 9. Zabawka samochód Zygzak McQueen
ŹRÓDŁO: Archiwum autorki.

Ogólne tendencje nazwotwórcze

Spśród wszystkich zabawek lalki wydają się najbardziej predestynowane do posiadania indywidualnych imion. Są najbardziej antropomorficzne ze wszystkich dostępnych dzieciom przedmiotów zabawy. Występują w wielu rozmiarach i typach – lalki plastikowe i szmaciane; niemowlęta, przedszkolaki, nastolatki i osoby dorosłe; zwykłe i interaktywne. Można powiedzieć, że są wszechobecne w życiu dziecka, któremu łatwo jest się z nimi identyfikować i wyznaczać dowolne role w świecie wyobraźni. W zebranych materiale można znaleźć częściowe potwierdzenie tego wniosku. Lalki uzyskały najwięcej imion oryginalnych, tj. tych kreacji nazewniczych, które nie są równe nazwom konwencjonalnym ani marketingowym – 242 (47%), jednocześnie jednak zanotowano w wypadku tej grupy najwyższy odsetek niewypełnionych odpowiedzi – 39 (7,5%; dla porównania, w wypadku zwierząt odsetek ten wyniósł tylko 3,5%). Na drugim miejscu znalazły się zwierzęta, którym dzieci nadały 212 nazwy oryginalne (41%), a na trzecim, z niemal identycznym wynikiem – „pluszaki”, wśród których odnotowano 211 takich nazw (40,5%). Zabawki niewzorowane na żywych istotach uzyskały zaledwie 134 nazwy oryginalne (26%). Dzieci podały łącznie 478 nazw oryginalnych (92,5%); jedna czterolatka nadała 2 imiona żołnierzycowi.

Odsetek nadanych imion zależy od wielu czynników i różni się nie tylko, jeśli chodzi o poszczególne grupy zabawek, ale też w przypadku zabawek należących do tej samej grupy. Ważny jest stopień identyfikacji z zabawką, ale niezwykle istotne jest też to, czy dzieci znają już zabawkę danego rodzaju pod jakimś imieniem. Przykładowo w grupie zabawek humanoidalnych większość dzieci nie uznała za konieczne nadania imienia lalce Barbie, zadowolając się przeniesieniem imienia *Barbie* (48) bądź użyciem określeń konwencjonalnych (17), a tylko 34 nazwy były oryginalne. Podobnie było z lalką Elszą, którą 40 dzieci nazwało po prostu *Elsa*. Jeden z rodziców skomentował to następująco: „zna ją z bajki i nie może inaczej się do niej zwrócić”. Dla porównania, najwięcej oryginalnych nazw uzyskała lalka „szmacianka” (77).

Zabawki humanoidalne

Tabela 2 przedstawia liczbowy i procentowy rozkład typów motywacyjnych nazw w grupie zabawek humanoidalnych. Najliczniej reprezentowane były nazwy marketingowe (blisko 30%). Zanotowano także dużo nazw konwencjonalnych – około 17%. Często występowały również imiona ludzkie (blisko jedna ósma określeń), a twórczość dla dzieci stanowiła podstawę motywacyjną kolejnych 10% materiału nazewniczego.

TABELA 2. Motywacja nazewnicza – zabawki humanoidalne

Lp.	Motywacja	Barbie		Ken		Lalka „szmacianka”		Żołnierzyk		Elsa		Łącznie	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	Twórczość i przedmioty dla dzieci	10	10	2	2	31	30	4	4	6	6	53	10
2	Internet	–	–	2	2	–	–	–	–	–	–	2	–
3	Imiona	12	12	19	18	16	16	14	14	3	3	64	12
4	Osoby z najbliższego otoczenia	7	7	11	11	6	6	6	6	1	1	31	6
5	Zoonimy	–	–	2	2	–	–	1	1	–	–	3	1
6	Cechy zewnętrzne	–	–	–	–	7	7	3	3	–	–	10	2
7	Odgłosy	–	–	–	–	–	–	2	2	–	–	2	–
8	Funkcja zabawki	–	–	–	–	4	4	–	–	–	–	4	1
9	Podobieństwo i przyległość	3	3	–	–	–	–	–	–	–	–	3	1
10	Abstrakcyjne kreacje dziecięce	2	2	7	7	10	10	13	13	5	5	37	7
11	Nazwy konwencjonalne	16	16	13	13	17	17	34	33	7	7	87	17
12	Nazwy konwencjonalne zmodyfikowane	–	–	7	7	3	3	14	14	–	–	24	5
13	Nazwy marketingowe	48	47	24	23	–	–	–	–	75	73	147	29
14	Nazwy marketingowe zmodyfikowane	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
15	Nazwy niejasne	1	1	7	7	–	–	–	–	1	1	9	2
Brak odpowiedzi		4	4	9	9	9	9	11	11	5	5	38	7
Razem		103	100	103	100	103	100	104	100	103	100	514	100

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne.

Nazywając lalki, sześciolatek dzieci podały najwięcej onimów w przeliczeniu na jedno dziecko (94%) – łącznie 194 nazwy. Dla porównania, czterolatki podały 158 chrematonimów (92,5%), a pięciolatki – 127 chrematonimów (90%). Najwyższy odsetek nazw oryginalnych – 54% (111) również zanotowano w grupie sześciolatek, młodsze dzieci podały o ok. 10% mniej nazw oryginalnych, w grupie czterolatek nazwy te stanowiły 45% (77 nazw), a w grupie pięciolatek – 42,5% (60 nazw).

Grupa sześciolatek

Sześciolatki najchętniej sięgały po imiona (nie wiadomo, skąd zaczerpnięte), jak m.in. *Piotrek*, *Antek*, *Kacper*, *Tomek*, *Olek*, *Beatka*, *Bożena*, *Dominika*, *Lila*, *Maja*, *Ola*, *Gustaw* (łącznie dwadzieścia sześć imion, w tym pięć nadanych Barbie oraz po siedem Kenowi, „szmaciance” i żołnierzykowi). Bardzo rzadko nadawane były nazwy pochodzące od określeń lub imion członków rodziny; w formularzu znalazły się jedynie trzy potwierdzone odniesienia – *Tata*, *Sebastian* (wujek) i *Dominika* (siostra). Zanotowano dwanaście transnimizacji z bajek oraz z piosenki dla dzieci. Lalce Barbie nadano imię *Rozzpunka*⁸, „szmaciance” imiona *Elsa*, *Zosia*⁹ (2¹⁰), *Zuzia* (3) i *Zuzia Cała ze Szmatek*¹¹, żołnierzyk otrzymał imiona *Harry*¹² oraz *Sam*¹³, a *Elsę* nazwano *Dżasminą*¹⁴. Nazwy konwencjonalne podało sześć dziewczynek, w tym aż pięć dla żołnierzyka – *Szeregowiec*, *Żołnierz* (2) oraz *Żołnierzyk* (2). Nazw marketingowych użyto trzydzieści dwa razy – *Barbie* (14), *Ken* (9) i *Elsa* (9). Określenia z pozostałych grup były używane maksymalnie po trzy razy. Warto zwrócić uwagę na trzy z imion wymyślonych przez dziewczynki dla żołnierzyka: *Miecz*, *Pilot* i *Sam*. Pierwsze z nich to metonimiczne przesunięcie: broń za osobę używającą broni (NARZĘDZIE ZA UŻYTKOWNIKA). Interesujący jest również fakt doboru jako zamiennika archaicznej broni białej, a nie na przykład karabinu, który figurka trzyma w rękach. Dwa pozostałe imiona stanowią dobór na zasadzie podobieństwa – piloci i strażacy noszą mundury.

Chłopcy, podobnie jak dziewczęta, często sięgali po imiona, a w większości przypadków były to potwierdzone przeniesienia – imiona osób z najbliższego otoczenia: *Karolina*, *Kasia*, *Ela* (matki), *Darek*, *Tomek* (ojcowie), *Dominika*, *Michalina*, *Weronika* (siostry), *Pamela* (ciotka) oraz *Ola* (koleżanka). Jeden z chłopców

⁸ Tytułowa bohaterka baśni opublikowanej po raz pierwszy przez braci Grimm w 1812 roku, znana również z wielu adaptacji filmowych.

⁹ Bohaterka serialu animowanego *Jej Wysokość Zosia* (Disney Television Animation 2013–2018).

¹⁰ Cyfra podana po nazwie oznacza liczbę odnotowanych wystąpień tej nazwy w wypadku omawianej kategorii, przy czym informacja ta jest zamieszczana tylko wówczas, kiedy wspomniana liczba wyniosła więcej niż 1.

¹¹ Z piosenki *Zuzia lalka nieduża* (oryginał – zespół Fasolki 1998). Piosenka ta jest, jak się zdaje, dosyć częstą inspiracją nazewniczą wśród dzieci (por. Tomecka-Mirek, 2007, s. 536–537).

¹² W tym przypadku możliwych motywacji jest kilka – oprócz serii powieściowej J.K. Rowling *Harry Potter* (1997–2007) imię może pochodzić z bajki dla młodszej widowni *Harry i waderko pełne dinozaurów* (2005–2008) lub nawet od członka brytyjskiej rodziny królewskiej, księcia Harry’ego, który niespełna trzy miesiące przed prezentowanymi tu badaniami nagrał wstęp do jednego z odcinków popularnej bajki dla dzieci (*Książę Harry nagrywa dla Netfliksa*).

¹³ Tytułowy bohater serialu animowanego *Strażak Sam* (1987–2008).

¹⁴ Bohaterka filmu animowanego *Alladyn* (Walt Disney Studios Motion Pictures 1992). Postać ta pojawiała się również w dwóch kontynuacjach (1994, 1996), serialu animowanym (1994) oraz w aktorskiej wersji *Alladyna* wyprodukowanej w 2019 roku.

nazwał lalkę Kena własnym imieniem – *Kacper*. Chłopiec, który nadał żołnierzowi własne imię (*Karol*), „znobilitował” je przez dodanie epitetu *Bohater*, a inny nazwał tę figurkę *Stanisławem*, po dziadku, który był wojskowym. Ponadto dwaj chłopcy nazwali lalkę Kena *Tatą*. Łącznie sześciolatki nadały piętnaście nazw od osób z najbliższego otoczenia, w tym zdecydowaną większość lalkom (Kenowi – pięć, Barbie i „szmaciance” – po trzy razy). Trzy z pozostałych czterech nazw z tej kategorii przypadły żołnierzowi. Zanotowano osiem imion o niepotwierdzonym pochodzeniu. Były to: *Edek* (Ken), *Lucynka*, *Lila*, *Ania* i *Julka* („szmacianka”) oraz *Józef*, *Wojtek*, *Jacek* (żołnierz). Chłopcy użyli sześciu przeniesień z bajek, po dwa dla Barbie, Kena i „szmacianki”. Były to kolejno *Elsa* i *Suzie*¹⁵, *Ben*¹⁶ i *Thomas Wachowski*¹⁷ oraz *Zuzia* i *Dorotka*¹⁸. Sześciolatki użyły dwunastu nazw konwencjonalnych – najwięcej na określenie żołnierzyka (*Żołnierz*, 4) i Barbie (*Lalka*, 3). Ponadto dziewięć kolejnych nazw konwencjonalnych zostało poddanych przez nich różnym modyfikacjom. Dotyczyło to Kena (*Lalka Chłopak Franek*, *Pan Fajny*, *Pan Lalka*) oraz żołnierzyka (*Pan Żołnierz*, *Żołnierz Polak-Rodak*, *Żołnierz Marek*, *Żołnierz Kuba*, *Żołnierz Strzelacz*, *Figurka Żołnierza*). Nazwy marketingowe wystąpiły dwadzieścia sześć razy. Co interesujące, nazywając lalkę płci męskiej, tylko dwóch chłopców nadało jej imię *Ken*, podczas gdy imienia *Barbie* użyło ośmioro dzieci, a *Elsa* – aż piętnastoro. Każda z zabawek humanoidalnych otrzymała przynajmniej jedno imię na podstawie podobieństwa lub przyległości. Trzy takie imiona otrzymał żołnierz (*Armik*, *Harcierz*, *Koleś*), dwa imiona Ken (*Mr Smart*, *Wymądrzak*) oraz po jednym Barbie (*Dama*) i „szmacianka” (*Dzidziusiowa*).

Grupa pięciolatek

Dziewczynki w wieku pięciu lat nadały zabawkom humanoidalnym jedenaście imion przeniesionych z twórczości dla dzieci, przy czym zjawisko to zostało zanotowane wyłącznie w wypadku lalek postaci żeńskich. „Szmaciankę” nazwa-

¹⁵ Antropomorficzna owieczka, bohaterka brytyjskiego serialu animowanego *Świnka Peppa* (od 2004).

¹⁶ Ben Tennyson – tytułowy bohater serialu animowanego *Ben 10* (Cartoon Network 2005–2008), bohater kilku filmów pełnometrażowych oraz gier. Tytuł (wym. ‘ben ten’) to rymowana gra słów oznaczająca zarówno skrót od nazwiska głównego bohatera, jak i liczbę „supermocy”, które posiada.

¹⁷ Jeden z bohaterów łączącego animację komputerową z grą aktorską filmu familijnego *Sonic. Szybki jak błyskawica* (Paramount Pictures 2020) opartego na serii gier komputerowych.

¹⁸ Imię ze znanej piosenki dla dzieci *Dorotka*, słowa Janina Porazińska, melodia tradycyjna (por. *Dorotka*).

no tak dziewięciokrotnie: *Elsa*, *Lusi*¹⁹, *Margolcia*²⁰, *Pipi Langstrump*²¹, *Zuzia* (5), a lalkę Barbie trzykrotnie (*Ariel*²², *Rozpunka*, *Zosia*). Siedem nazw pochodziło od imion ludzkich, po dwa dla Barbie (*Kasia*, *Kunegunda*²³) i *Kena* (*Tymek*²⁴, *Alfons*²⁵) oraz po jednym dla pozostałych zabawek z tej grupy. Dziewczynki użyły sześciu nazw konwencjonalnych – wszystkich na określenie plastikowej figurki (*Ludzik*; *Pan*; *Żołnierz*, 4). Najwięcej określił to nazwy marketingowe – *Barbie* (6), *Ken* (7) i *Elsa* (13).

Pięcioletni chłopcy przenieśli na lalki sześć imion z bajek – lalka Barbie zyskała miano *Baleriny*²⁶, a „szmacianka” została nazwana *Chelsea*²⁷ (‘czelsi’), *Kopciuszkciem*, *Zuzią* (2) oraz *Zosią*. Sześć razy nazwali również zabawki z tej grupy (głównie lalki) imionami ludzi – Barbie została *Mają* i *Marzeną*, Kena nazwano *Adrianem*²⁸, *Sebastianem* lub *Patrykiem*, a żołnierzek zyskał imię *Dawid*. W podgrupie chłopców wystąpiła wysoka frekwencja nazw konwencjonalnych – najczęściej zyskała plastikowa figurka (*Żołnierz*, 5; *Żołnierzek*, 2). Pięć jednobrzmiących nazw nadano „szmaciance” (*Lalka*), kolejne cztery otrzymała Barbie (*Dziewczynka*; *Lalka*, 3), a dwie Ken (*Lalka*, *Pan*). Dwadzieścia jeden określeń użytych przez chłopców stanowiły nazwy marketingowe (*Elsa*, 13; *Barbie*, 7; *Ken*). Sześć odpowiedzi chłopców nosiło znamiona metaforycznego lub metonimicznego doboru.

¹⁹ Lalka typu Barbie produkowana przez firmę Defa.

²⁰ Szmaciana lalka, bohaterka programu dla dzieci *Margolcia i Miś zapraszają dziś* (TVP 2014–2019) oraz *Przyjaciele Misia i Margolci* (od 2019).

²¹ Pippi Langstrump (w Polsce znana również jako Pippi Pończoszanka). Bohaterka serii powieści Astrid Lindgren oraz kilku adaptacji filmowych i serialowych.

²² Bohaterka trzech pełnometrażowych filmów animowanych *Mała syrenka* (Walt Disney Pictures 1989, 2000, 2008) oraz serialu animowanego (1992–1994), postać wzorowana na baśni Hansa Christiana Andersena.

²³ Imię niezwykle rzadkie – w rejestrze PESEL występuje obecnie zaledwie 1210 Polek o tym imieniu. Najprawdopodobniej dziecko usłyszało je w serialu *Korona Królów* (TVP, od 2018), w którym pojawia się postać Kunegundy, córki króla Kazimierza III Wielkiego.

²⁴ Imię to znajduje się na 104. miejscu wśród najczęstszych imion męskich w Polsce, więc dziecko mogło się z nim spotkać. Inna możliwość to zaczerpnięcie go z audycji YouTube *Tosia i Tymek*.

²⁵ Zapewne ze względu na negatywne konotacje imię to jest rzadko spotykane w Polsce – 2971 osób, dlatego interesujące jest, skąd dziecko je zaczerpnęło. Niestety nie udało się ustalić tego z zadowalającą pewnością. Prawdopodobnym pierwowzorem wydaje się twórca elektronicznej muzyki tanecznej Alfons, którego teledyski można obejrzeć w serwisie YouTube.

²⁶ Tytuł francusko-kanadyjskiego filmu animowanego (*L’Atelier Animation* 2016), którego bohaterką jest wychowanka sierocińca pragnąca zostać tancerką baletową.

²⁷ Lalka produkowana przez firmę Mattel (postać kilkuletniej dziewczynki z długimi blond włosami), jednocześnie jedna z bohaterek serialu animowanego *Barbie Dreamhouse Adventures* (Mattel Creations, od 2018), w którym pojawia się jako siostra Barbie.

²⁸ Alternatywną motywacją może być postać Adriana Agreste’a / Czarnego Kota z serialu animowanego *Miraculum. Biedronka i Czarny Kot*, jednak przy braku informacji dodatkowych od rodziców oraz wysokiej frekwencji imienia Adrian w Polsce (ponad 143 000 nosicieli), nie zdecydowano się zaklasyfikować go jako motywowanego twórczością dla dzieci.

Były to: *Księżniczka* (Barbie, zapewne ze względu na elegancką sukienkę, w którą jest ubrana), *Facet* (Ken), *Dziwolędzka* („szmacianka”), *Harcerzyk* i *Strzelec* (żołnierz) oraz *Słońce* (Elsa, imię nadane na zasadzie przeciwieństwa).

Grupa czterolatek

Pięć imion w grupie czteroletnich dziewczynek pochodziło z bajek i od nazw produktów dla dzieci. Barbie nazwano *Andrą*²⁹ i *Anną*³⁰, „szmacianka” została *Elsą*, *Lali*³¹ i *Zuzią*. Jedenaście wpisów stanowiły nazwy osobowe. Najwięcej razy określono tak „szmaciankę” (*Agnieszka*, *Hania*, *Lilka*, *Werka*), trzy imiona otrzymał Ken (*Antoś*, *Andrzej*, *Bartek*), kolejne dwa żołnierz (*Antek*, *Bartosz*). Pozostałe nadano lalce Barbie (*Malwina*) i Elsie (*Ania*³²). Zarejestrowano osiem nazw konwencjonalnych – po trzy dla Kena (*Pan*, 3) i figurki żołnierza (*Pan*; *Żołnierz*, 2), a „szmacianka” zyskała określenia *Lala* i *Lalka*. Siedemnaście z zarejestrowanych określeń stanowiły nazwy handlowe – *Elsa* (10), *Barbie* (5) i *Ken* (2). Ponadto dziewczynki cztery razy zmodyfikowały nazwy handlowe, dzięki czemu powstały określenia: *Barbinka*, *Pan Barbink*³³, *Ken Krezus* oraz *Moja Elsa*. Osoby z najbliższego otoczenia posłużyły jako pierwowzory czterech imion – dla Barbie były to *Kasia* (mama) i *Mariola* (ciocia), dla Kena – *Tata* oraz dla żołnierza – *Alan* (kolega). W ankietach czteroletek znalazło się pięć określeń metonimiczno-metaforycznych, a były to: *Księżniczka* (Barbie), *Lekarz* (Ken) oraz *Strzelak*, *Policjant*, *Rycerz* (żołnierz).

Chłopcy w grupie czteroletków dziewięć razy przenieśli na zabawki humanoidalne określenia z bajek, przy czym niemal wszystkie te określenia dotyczyły lalek płci żeńskiej. „Szmacyanka” zyskała pięć imion (*Zuza*; *Zuzia*, 4), Barbie – jedno

²⁹ Lalka z serii zabawek konstrukcyjnych Lego Friends wprowadzonej na rynek w 2012 roku. W 2014 roku bohaterki tej serii doczekały się serialu animowanego kontynuowanego w 2016 i od 2018 do chwili obecnej. W salonach prasowych dostępne jest również czasopismo pod tym samym tytułem.

³⁰ Użycie oficjalnej wersji *Anna* zamiast któregoś z najczęstszych zdrobnień wskazuje, że określenie to powinno raczej być sklasyfikowane nie jako imię ludzkie, lecz jako nazwa przeniesiona z innego źródła. Najbardziej prawdopodobne wydaje się, że był nim któryś z serii filmów animowanych *Kraina Lodu* (Anna jest jedną z głównych postaci – księżniczką, siostrą Elsy).

³¹ Firma, która specjalizuje się w produkcji lalek imitujących niemowlęta i kilkuletnie dzieci; także członek nazw tych lalek, np. Lali Bobas.

³² To imię mogło zostać przeniesione od bohaterki *Krainy Lodu*, Anny. Użycie zdrobnienia zamiast pełnej formy, pod którą występuje w filmie, wskazuje wprawdzie, że nazwa może pochodzić z innego źródła, jednak przy ekstensywnym użyciu deminutiwów przez przedszkolaków nie można mieć co do tego pewności.

³³ Imiona tego typu, choć nieczęste, zdają się funkcjonować w puli nazewnictwa przedszkolaków od co najmniej kilku lat – być może przejmowane przez kolejne pokolenia kilkulatków od starszego rodzeństwa lub kolegów. Przykładowo Anna Tomecka-Mirek odnotowała wystąpienie imienia *Barbinka* w materiale zebranym w 2006 roku (Tomecka-Mirek, 2007, s. 537).

(Elsa), a Elsa – dwa (*Barbie, Celestyna*³⁴). Żołnierzyk zaś otrzymał imię *Ramzes*³⁵. Pięć kolejnych onimów pochodziło od imion – *Marcysia* (*Barbie*), *Kuba*, *Rafał*, *Tomek* (*Ken*) oraz *Julia* (*Elsa*). Chłopcy licznie używali nazw konwencjonalnych – łącznie trzydzieści siedem określeń. Po dziewięć z nich przypadło lalce *Barbie* (*Lala*, 2; *Lalka*, 7) i żołnierzykowi (*Pan*; *Wojskowy*; *Żołnierz*, 4; *Żołnierzyk*, 3). Nieco mniej nazw zanotowano w wypadku pozostałych trzech zabawek: *Kena* (*Chłopak*; *Chłopczyk*; *Człowiek*; *Pan*, 3), „szmacianki” (*Dziecko*; *Dziewczynka*, 2; *Lala*; *Lalka*, 3) i *Elsy* (*Lala*; *Lalka*, 2; *Pani*, 2). Dzieci zmodyfikowały pięć kolejnych nazw konwencjonalnych – *Kena* nazwano *Panem Lalką*, a plastikową figurkę – *Żołnierzem Drugim*, *Żołnierzem Ninja*, *Żołnierzem Wojtusiem* oraz *Żołnierzem z Pistoletem*. Nazw marketingowych użyto dwadzieścia razy, przy czym najwięcej na określenie lalki *Elsy* (9). O jedną nazwę mniej zanotowano dla *Barbie* (8), a tylko trzy dla *Kena*. W materiale znaleziono pięć abstrakcyjnych neologizmów dziecięcych: *Lula*³⁶ (*Barbie*), *Liko* (*Ken*), *Toli* („szmacianka”), *Tolik* (żołnierzyk) i *Eżwa*³⁷ (*Elsa*). Poza pierwszym, wszystkie zostały podane przez jedn dziecko. Imiona pochodzące od osób z najbliższego otoczenia zabawki uzyskały pięciokrotnie – *Elsę* nazwano *Mamą*, *Ken* zyskał imiona *Arek* (tata) oraz *Tato*, „szmaciance” dziecko nadało imię po siostrze, jednak być może ze względu na to, że lalki są zazwyczaj małe, podało dodatkowe określenie (*Nikola Córeczka*), a żołnierzyk został *Wujkiem*. Osiem odpowiedzi zaliczono do kategorii podobieństwa i przyległości – po trzy imiona lalki „szmacianki” (*Dzidziuś*, *Dziewczynka*, *Księżniczka*) i żołnierzyka (*Policjant*, *Strażnik*, *Strzelec*) oraz po jednym lalki *Kena* (*Inżynier*) i *Elsy* (*Lodowiec*).

Zabawki niewzorowane na istotach żywych

Blisko 60% onimów z grupy zabawek niewzorowanych na istotach żywych stanowiły nazwy konwencjonalne, a kolejne 8% – ich modyfikacje. Stosunkowo liczne w tej grupie były też nazwy marketingowe (10%) oraz abstrakcyjne kreacje dziecięce (7%). Pozostałe typy motywacyjne nie przekraczały 4% (tabela 3).

³⁴ Imię *Celestyna* nosi obecnie mniej niż 800 Polek, dlatego też znacznie bardziej prawdopodobnym pierwowzorem jest postać z filmu animowanego *Ernest i Celestyna* (2012). Film jest adaptacją serii książek dla dzieci autorstwa belgijskiej rysowniczkii Gabrielle Vincent, które jednak nie były prawdopodobnie dotychczas tłumaczone na język polski.

³⁵ Faraon z filmu *Księżę Egiptu* (DreamWorks SKG 1998).

³⁶ Być może jest to *deminutivum* jednego z imion zaczynających się od cząstki *Lu-* (por. Rada Języka Polskiego, 2011), jednak nie sposób tego stwierdzić z pewnością.

³⁷ Możliwe, że chłopiec zniekształcił nazwę marketingową *Elsa*, jednak ze względu na to, iż dwanaście z pozostałych dziewiętnastu nazw przez niego podanych zakwalifikowano do abstrakcyjnych neologizmów dziecięcych, ten chrematonim również został tak sklasyfikowany.

TABELA 3. Motywacja nazewnicza – zabawki niewzorowane na istotach żywych

Lp.	Motywacja	Wywrotka		Samolot		Skakanka		Piłka		Samochód wścigowy Zygzak		Łącznie	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	Twórczość i przedmioty dla dzieci	3	3	8	8	-	-	1	1	7	7	19	4
2	Internet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	Imiona	1	1	3	3	3	3	2	2	1	1	10	2
4	Osoby z najbliższego otoczenia	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-
5	Zoonimy	-	-	2	2	1	1	-	-	-	-	3	1
6	Cechy zewnętrzne	1	1	3	3	2	2	5	5	3	3	14	3
7	Odgłosy	4	4	-	-	-	-	-	-	-	-	4	1
8	Funkcja zabawki	-	-	2	2	4	4	-	-	-	-	6	1
9	Podobieństwo i przyległość	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10	Abstrakcyjne kreacje dziecięce	11	11	10	10	7	7	3	3	5	5	36	7
11	Nazwy konwencjonalne	62	60	62	60	74	72	73	71	20	19	291	57
12	Nazwy konwencjonalne zmodyfikowane	13	13	5	5	3	3	13	13	7	7	41	8
13	Nazwy marketingowe	-	-	-	-	-	-	-	-	54	52	54	10
14	Nazwy marketingowe zmodyfikowane	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15	Nazwy niejasne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brak odpowiedzi		8	8	7	7	9	9	6	6	6	6	36	7
Razem		103	100	103	100	103	100	103	100	103	100	515	100

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne.

Jak w poprzedniej grupie, tak i tutaj z nazywaniem najgorzej poradziły sobie dzieci pięcioletnie – nadały imiona w 88% przypadków (123 nominacje), a w ich odpowiedziach znalazły się tylko 23 nazwy oryginalne (16%). Dla porównania, czterolatki podały 158 nazw (93%), w tym 34 oryginalne (20%), a sześciolatki – 199 (97%), w tym 77 (38%) oryginalnych.

Grupa sześciolatek

Dziewczynki w wieku sześciu lat inspirowały się twórczością dla dzieci – wywrotka została nazwana *Bobem Budowniczym*, samolot zyskał miano *Marszala* czy *Pana Samolocika*³⁸, piłka została *Zumq*³⁹, a wyścigówkę nazwano *Blaze*⁴⁰ ('blejz'). Dzieci nierzadko przenosiły na zabawki imiona ludzkie – wywrotka zyskała imię *Jarek*, samolot nazwano *Marcinem* oraz *Mają*, skakanka została *Julq* i *Olq*, piłka zyskała imiona *Antek* i *Patrycja*, natomiast samochód wyścigowy stał się *Joachimem*. Niemal połowa określiła to nazwy konwencjonalne (*Autko*, 4; *Auto*, 5; *Samochodzik*, 2; *Samochód*, 2; *Wywrotka*, 3; *Samolocik*; *Samolot*, 9; *Skakanka*, 14; *Piła*; *Piłka*, 6; *Piłka Plażowa*, 2). Sześciolatki nie wykazały się inwencją, nazywając samochód z bajki pt. *Auta* – ponad jedną trzecią chrematonimów stanowiły nazwy marketingowe (*Zygzak*, 5; *Zygzak McQueen*, 2; *McQueen*). Jedna dziewczynka użyła abstrakcyjnych kreacji do nazwania wszystkich zabawek w tej grupie – *Ou* (wywrotka), *Fus* (samolot), *Kommou* (skakanka) czy *Paun* (piłka), *Hak* (samochód wyścigowy). Również inne sześciolatki posłużyły się trudnymi do zinterpretowania tworam: *Bumbas*, *Drono* (wywrotka) oraz *Sinen* (samolot).

Zabawki niewzorowane na istotach żywych w nazewnictwie chłopców niezbyt często przejmowały imiona z twórczości dla dzieci. Jedynymi przykładami takich chrematonimów były *Samolot Daisy*⁴¹ ('dejzi'), *Samolot Stasio*⁴², *Mucholot*⁴³ oraz *Cars* ('kars'). Ponad połowę nazw związanych z wyglądem i sposobem działania uzyskała piłka, którą nazwano *Kręciółkiem*, *Odbijaczką* czy *Skoczkiem*. Chrematonimy związane z odgłosami to *Brum* i *Wywrotka Puf Puf*. Niemal połowę stanowiły nazwy konwencjonalne (*Autko*; *Auto*, 2; *Wywrotka*, 5; *Samolocik*, 2; *Samolot*, 6; *Skakaneczka*; *Skakanka*, 12; *Pileczka*; *Piłka*, 7; *Piłka Plażowa*, 4). Częste

³⁸ Aluzja do *Pana Samochodzika* – serii powieści dla młodzieży autorstwa Zbigniewa Nienackiego. Powieści były wielokrotnie wznawiane (również w drugiej dekadzie XXI wieku), doczekały się kilku ekranizacji, a po śmierci autora cykl był kontynuowany przez innych pisarzy. Dziecko mogło usłyszeć tytuł od rodziców lub starszego rodzeństwa.

³⁹ Inspiracją imienia mógł być tytuł gry logiczno-zręcznościowej, w której zadaniem gracza jest usuwać z planszy kolorowe kulki poprzez ustawianie obok siebie co najmniej trzech jednakowych. Nazwa mogła być też motywowana imieniem postaci z *Psiego Patrolu* – szczeniaka labradora pełniącego funkcję ratownika wodnego. Tę drugą możliwość uznano za bardziej prawdopodobną, ze względu na to, że dziecko nazwało też dwie inne zabawki imionami z tego serialu.

⁴⁰ Czerwona ciężarówka *monster truck* – tytułowy bohater serialu animowanego *Blaze i megamaszyny* (od 2014).

⁴¹ Znaleziono trzy możliwe motywacje, wszystkie jednak sytuują powyższą nazwę w tej samej kategorii: 1) Upsy Daisy – bohaterka serialu edukacyjnego dla najmłodszych *Dobranocny ogród* (2007–2009); 2) stworzona w 1937 roku przez Disneya Kaczka Daisy (w sprzedaży można znaleźć samolot kaczki Daisy i Myszki Minnie, produkowany przez firmę Fisher-Price); 3) produkowana przez firmę Mattel lalka Daisy.

⁴² Zabawka z serii Dumel Discovery – samolot Stasio Akrobata.

⁴³ Z piosenki *Mucha w mucholocie* (wykonawca Aida, 2011).

były również nazwy konwencjonalne zmodyfikowane, m.in. *Piaseczkowa Ciężarówka*, *Autko A26*, *Latacz Samolocik*, *Samolot Wojenny*, *Piłka Zmyłka*. Samochód z bajki *Auta* był przez chłopców (z jednym wyjątkiem) określony nazwami marketingowymi (*McQueen*, 5; *Zygzak*, 8; *Zygzak McQueen*, 5). Niewielu chłopców posłużyło się kreacjami metaforycznymi, odnotowano jedynie trzy przykłady: *Lot*, *Śmigłowiec*, *Żwirek*.

Grupa pięcioletków

Większość pięcioletnich dziewczynek posłużyła się nazwami konwencjonalnymi (*Autko*, 3; *Auto*, 4; *Ciężarówka*, 2; *Samochodzik*; *Samolocik*, 3; *Samolot*, 5; *Skakanka*, 10; *Piłka*, 8; *Piłka Plażowa*, 2). Jedna pięcioletka nazwała wywrotkę *Matizem* (być może od nazwy samochodu rodziców), druga – *Śmieciarką*. Samolotowi nadano nazwę *Magiczny*, a piłka zyskała jedną interesującą nazwę metaforyczną – *Tęcza*. Wyścigówka tylko przez dwie dziewczynki została określona za pomocą nazwy marketingowej.

Podobnie jak w przypadku dziewczynek, pięcioletni chłopcy najczęściej używali nazw konwencjonalnych (*Autko*, 4; *Auto*; *Ciężarówka*, 2; *Samochód*; *Samolot*, 12; *Skakanka*, 13; *Pileczka*; *Piłka*, 11; *Piłka Plażowa*, 2). Kilku chłopców zainspirowało się bajkami, stąd nazwy *Wywrotka Grusia*⁴⁴, *Lotka*⁴⁵, *Cars*, *Cars McQueen*, *Jerry*⁴⁶.

Grupa czterolatków

Cztery nazwy nadane przez czteroletnie dziewczynki inspirowane były bajkami – samolot zyskał imiona *Daisy Samolocik* oraz *George*⁴⁷, podczas gdy wyścigówkę nazwano *Belle*⁴⁸. Ponad połowę nazw stanowiły twory konwencjonalne – *Autko*, *Auto* (4), *Ciężarówka* (4), *Piłka* (6), *Piłka Dmuchana*, *Piłka Plażowa* (2), *Samochód* (2), *Samolot* (7), *Skakanka* (7), *Wywrotka* (2). Ponadto piłka i wyścigówka zyskały po dwie nazwy konwencjonalne zmodyfikowane – *Piłka do Nadmuchiania*, *Piłka na Plażę*, *Samochód z Bajki*, *Samochód Amus*. Stosunkowo niewiele w tej grupie wiekowej dziewczynek odnotowano nazw marketingowych – zaledwie trzy wystąpienia (*McQueen*, *Zygzak McQueen*, *Zygzak*) i jedno prawdopodobne zniekształcenie (*Makino*). W zestawieniu pojawiły się też cztery chrematonimy

⁴⁴ Wyjaśnienie rodziców: „Podobne kolory ma betoniarka z bajki *Super Wings*” (serial animowany z 2014 roku).

⁴⁵ Imię samolotu z bajki *Traktor Tom* (2003–2004).

⁴⁶ „Z bajki *Cars*”.

⁴⁷ Młodszy brat świnki *Peppy*.

⁴⁸ Bohaterka baśni *Piękna i Bestia* nosi w wielu wersjach imię *Belle* lub *Bella*, m.in. w najbardziej znanych adaptacjach – animowanym filmie wytwórni Disneya (1991) i jego aktorskiej wersji (2017).

motywowane metonimiczno-metaforyczne – ciężarówkę nazwano *Oplem*⁴⁹ oraz *Spycharką*⁵⁰, samolot stał się *Helikopterem*⁵¹, a barwna piłka plażowa zyskała nazwę *Ciastolina*⁵². Można zaobserwować, że nadając imiona z bajek, czteroletnie dziewczynki nie kierowały się jakimś konkretnym podobieństwem – samolocik nazwano imieniem kreskówkowych zwierzątek (kaczki i prosiaczka), a samochód imieniem człowieka, bohaterki znanej baśni.

Prawie 70% wszystkich chrematonimów wymyślonych przez czteroletnich chłopców stanowiły nazwy konwencjonalne – *Autko* (2), *Auto*, *Ciężarówka* (2), *Figurka*, *Samochodzik* (2), *Samochód*, *Wywrotka* (9), *Samolocik* (17), *Samolot*, *Skakanka* (13), *Balon*, *Pileczka*, *Piłka* (14), *Piłka Plażowa*, *Piłka Wodna*. Uzupełnieniem tej grupy są nazwy konwencjonalne zmodyfikowane, których zarejestrowano dziewięć – *Auto Wywrotkowe*, *Ciężarówka Wywrotka*, *Samochód z Przyczepką*, *Piłka Emuś*, *Piłka na Plażę*, *Samolotek*, *Skakaniec*, *Skakownica*, *Wywrotowiec* (ciężarówka). Piętnaście nazw marketingowych zostało użytych jako imię samochodu wyścigowego (*McQueen*, 3; *Zygzak*, 7; *Zygzak McQueen*, 5). Zanotowano dwie kreacje abstrakcyjne (obie stworzone przez to samo dziecko) – *Emuś* (skakanka) i *Esio S* (wyścigówka). W materiale znalazły się też trzy twory oparte na metonimii CZĘŚĆ ZA CAŁOŚĆ (wszystkie nazywały skakanekę) – *Lina*, *Sznurki*, *Sznurek*.

Podsumowanie

Dzieci uczestniczące w badaniu nadawały zabawkom humanoidalnym nazwy oryginalne zdecydowanie częściej niż tym niewzorowanym na istotach żywych, które najczęściej określały nazwami konwencjonalnymi. Trzy zabawki z drugiej grupy (samochody i samolot) stanowiły bardziej inspirujący materiał nazwotwórczy niż pozostałe dwie, w których wypadku liczba użytych konwencjonalizmów oscylowała wokół 70%.

Duża część dzieci wykazywała tendencję do nadawania nazw wszystkim zabawkom według jednego schematu – najczęściej były to nazwy konwencjonalne, jednak zdarzały się serie imion przeniesionych z bajek bądź abstrakcyjnych

⁴⁹ Nastąpiła tu zamiana elementu kategorii RODZAJE SAMOCHODÓW na element podkategorii MARKI SAMOCHODÓW, jest to więc relacja CZĘŚĆ ZA CAŁOŚĆ.

⁵⁰ Zamiana jednego elementu pola semantycznego MASZYNY BUDOWLANE na inny (ze względu na rozmycie granic pól znaczeniowych niektóre pojęcia dalekie od centrum mogą należeć do kilku pól, stąd obecność ciężarówki wywrotki zarówno wśród SAMOCHODÓW, jak i wśród MASZYN BUDOWLANYCH).

⁵¹ Przesunięcie wewnątrz kategorii MASZYNY LATAJĄCE.

⁵² Ze względu na to, że ciastolina występuje w wielu kolorach i można z niej lepić kulki.

kreacji dziecięcych. Te ostatnie niekiedy przypominały brzmieniowo wyrazy istniejące, lecz nie wykazywały żadnej uchwytnej relacji z obiektem nazywanym (np. *Fus* – określenie samolotu).

Dzieci rzadko czują potrzebę ponownego nazywania zabawek, których imiona już znają – lalka Barbie to dla nich po prostu *Barbie*, a wyścigówka z animacji Pixara pozostaje *Zygazkiem*, tak jak w filmie. Jak się okazuje, w nazewnictwie dziecięcym nazwy marketingowe często rozszerzają swój zasięg przez deonimizację. Dzięki posiadaniu elementów konotacyjnych dopełniających warstwę znaczeniową takie imiona jak *Barbie* czy *Ken* stają się określeniami wszystkich szczipłych plastikowych lalek z ruchomymi kończynami, a nie tylko tych stworzonych przez firmę Mattel, a tym bardziej nie są jednostkowymi określeniami konkretnej lalki. Ponadto nazwa *Barbie* bywa rozciągana na lalki płci męskiej (*Lalka Barbie Tylko Pan*). Są to przykłady deonimizacji tekstowej regularnej.

Rozpatrując nazewnictwo zabawek humanoidalnych, można zauważyć, że dziewczynki wykazywały odmienne tendencje niż chłopcy. O ile lalki Barbie i Elsa były nazywane podobnie (zdecydowana przewaga określeń *Barbie* i *Elsa* w obu grupach), o tyle w pozostałych trzech przypadkach uwidoczniają się różnice wynikające z odmiennych zainteresowań chłopców i dziewcząt. Chłopcy wykazywali dużą inwencję, nadając imiona plastikowemu żołnierzycy – pojawiły się tutaj takie określenia jak: *Żołnierz Polak-Rodak*, *Armik*, *Żołnierz Strzelacz*, *Koleś* czy *Karol Bohater*, oraz Kenowi: *Pan Fajny*, *Mr Smart*, *Wymądrzak* (nosi okulary, więc wygląda mądrze lub przemądrzale).

Warto zauważyć, że już u dzieci w tak młodym wieku pojawiają się inspiracje zaczerpnięte z internetu, czego dowodzą potwierdzone przez rodziców przypadki nazywania zabawek pseudonimami „youtuberów” – *Juniorski* (określenie lalki Kena użyte przez czteroletniego chłopca) oraz *Blue Jane* i *Miss Aga* (podane przez sześciolletnią dziewczynkę). Ponadto znaczna część – możliwe nawet, że większość – kreacji opartych na twórczości dla dzieci jest prawdopodobnie transmisją za pośrednictwem internetu, ponieważ wiele piosenek, filmów i seriali, z których przedszkolaki czerpały inspiracje, nie było w Polsce emitowanych w ciągu ostatnich kilku lat. Są one natomiast dostępne czy to w serwisie YouTube, czy w internetowych „wypożyczalniach” VOD⁵³.

W badaniu najmniej kreatywną grupą okazały się pięciolatki – to właśnie w niej odnotowano najwyższy odsetek nieuzupełnionych odpowiedzi. Również dzieci w tym wieku podały najmniej imion oryginalnych, najczęściej zadowalały się nazwami konwencjonalnymi i marketingowymi. Być może piąty rok życia sta-

⁵³ *Video on demand* (wideo na żądanie) – usługa zezwalająca na oglądanie nadawanego materiału filmowego lub słuchanie nadawanego nagrania dźwiękowego w wybranym przez kogoś czasie, późniejszym niż czas emisji. Nadawana (także „na żywo”) audycja może być dzięki temu przesunięta w odbiorze dla pojedynczego widza i słuchacza (*Wideo na życzenie*).

nowi przełomowy wiek, kiedy dzieci mają już na tyle rozbudowane słownictwo, że dopasowanie nazw konwencjonalnych do widzianych przedmiotów zazwyczaj nie stanowi dla nich problemu – stąd mniejszy udział metonimii (synekdoch) oraz kreacji abstrakcyjnych niż u czterolatków (por. Dziurda-Multan, 2008, s. 112). Jednocześnie pięcioletnie dzieci nie mają jeszcze tak dużej wprawy w operowaniu językiem jak starsze, które dzięki temu są w stanie bardziej polegać na własnej kreatywności, a mniej na konwencjonalizmach.

Ze względu na bardzo obszerny zgromadzony materiał nazewniczy i ograniczoną objętość artykułu, jak wspomniano, zdecydowano się podzielić go na dwie części. Dane badawcze dotyczące zwierząt oraz pluszowych zabawek zostaną opracowane niebawem.

Zrezygnowano również z szerzej zakrojonych analiz, skupiając się na sklasyfikowaniu kreacji dziecięcych oraz na analizie podobieństw i różnic w umiejętnościach nominacyjnych pomiędzy grupami cztero-, pięcio- i sześciolatków. Pomięto bądź skrótowo omówiono zagadnienia, których zbadanie byłoby możliwe na podstawie danych ankietowych, jednak wymagałoby znacznie obszerniejszego opracowania, takie jak:

- związek między kolejnymi etapami rozwoju mowy dziecka a rozwojem jego umiejętności językowych w zakresie kreacji proprialnych;
- kształtowanie się świadomości dziecka dotyczącej różnic między płaszczyzną apelatywną a propriálną języka;
- różnice w zakresie umiejętności nominacyjnych między dziećmi zamieszkałymi na wsi i w mieście;
- wpływ osób z najbliższego otoczenia na rozwój umiejętności nominacyjnych dzieci w wieku przedszkolnym;
- zależności pomiędzy wiekiem i płcią a tendencjami do używania deminutywów i hipokorystyków w kreacjach nazewniczych.

Analiza tych zagadnień zostanie podjęta w przyszłości, zwłaszcza że nie zamknięto formularza i nowe ankiety wciąż są przesyłane. Ponadto grupa pięcioletniaków była najmniej liczna z badanych, przez co ogólne wnioski są obarczone możliwością błędu, ponieważ już niewielka liczba nietypowych obserwacji jest w stanie znacznie wpłynąć na wyniki. Wskazane jest powtórzenie badania na liczniejszej grupie dzieci w tym wieku.

Bibliografia

- Aspirant*. Słownik Języka Polskiego. <https://sjp.pwn.pl/szukaj/aspirant.html> [data dostępu: 17.08.2020].
- BUJAK, J. (1988). *Zabawki w Europie. Zarys dziejów – rozwój zainteresowań*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Dorotka. Biblioteka Polskiej Piosenki. <http://archiwum.bibliotekapiosenki.pl/Dorotka> [data dostępu: 17.08.2020].
- DZIURDA-MULTAN, A. (2008). *Dziecięce sposoby tworzenie nazw*. Lublin: Wydawnictwo Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego.
- GAŁKOWSKI, A. (2018). Definicja i zakres chrematonimii. *Folia Onomastica Croatica*, 27, 1–14. <https://dx.doi.org/10.21857/mwo1vcz00y>.
- KOVALCHIK, K. (2014). *Why do we call parrots „Polly”?* <https://www.mentalfloss.com/article/55350/why-do-we-call-parrots-polly> [data dostępu: 19.08.2020].
- Książę Harry nagrywa dla Netfliksa. Jest narratorem w bajce* (2020). Onet. <https://www.onet.pl/film/onetfilm/ksiazce-harry-nagral-wstep-do-bajki-tomek-i-przyjaciele/51kv4r8,681c1dfa> [data dostępu: 15.08.2020].
- Lista imion żeńskich w rejestrze PESEL stan na 21.01.2020 – imię pierwsze*. Otwarte Dane. <https://dane.gov.pl/dataset/1667,lista-imion-wystepujacych-w-rejestrze-pesel-osoby-zyjace/resource/21489> [data dostępu: 13.08.2020].
- Lista imion męskich w rejestrze PESEL stan na 21.01.2020 – imię pierwsze*. Otwarte Dane. <https://dane.gov.pl/dataset/1667,lista-imion-wystepujacych-w-rejestrze-pesel-osoby-zyjace/resource/21487> [data dostępu: 13.08.2020].
- Needpix.com. <https://www.needpix.com/photo/1693803/beach-beach-ball-ball-beach-accessories-free-vector-graphics> [data dostępu: 10.07.2020].
- OKOŃ, W. (1995). *Zabawa a rzeczywistość*. Warszawa: Żak.
- Pixabay. <https://pixabay.com/illustrations/aircraft-vehicle-transport-toy-3964858/> [data dostępu: 10.07.2020].
- Pxfuel. <https://www.pxfuel.com/en/free-photo-xclro> [data dostępu: 10.07.2020].
- Rada Języka Polskiego (2011). *Lula*. http://www.rjp.pan.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=1436:lula&catid=76&Itemid=146 [data dostępu: 15.08.2020].
- RADDEN, G., KÖVECSÉS, Z. (2007). Towards a theory of metonymy: Metonymy in language and thought. W: V. EVANS, B.K. BERGEN, J. ZINKEN (red.), *The cognitive linguistics reader* (s. 335–359), London: Equinox.
- RUTKIEWICZ-HANCZEWSKA, M. (2016). *Neurobiologia nazywania. O anomii proprialnej i apelatywnej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- RUTKOWSKI, M. (2012). *Słownik metafor i konotacji nazw własnych*. Olsztyn: Instytut Filologii Polskiej, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski.
- RUTKOWSKI, M. (2017). Nazwy własne w strukturze metafor pojęciowych. *Onomastica*, 61(2), 91–104. <https://doi.org/10.17651/ONOMAST.61.2.9>.
- TOKARSKI, R. (2013). *Światy za słowami. Wykłady z semantyki leksykalnej*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- TOMECKA-MIREK, A. (2007). Najmłodszy użytkownicy polszczyzny i ich onomastyczne wybory. Jak dzieci w wieku przedszkolnym nazywają swoje zabawki. W: A. CIEŚLIKOWA, B. CZOPEK-KOPCIUCH, K. SKOWRONEK (red.), *Nowe nazwy własne – nowe tendencje badawcze* (s. 529–540). Kraków: Pandit.
- Wideo na życzenie*. https://pl.wikipedia.org/wiki/Wideo_na_%C5%BCyzenie [data dostępu: 17.08.2020].