

**Piotr Tomasik**

Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

## **Kilka uwag o tytułach wydarzeń miejskich (na przykładzie Bydgoszczy)**

Jednostki leksykalne, których wstępnego badania zamierzam się podjąć w niniejszym tekście, doczekały się już swojego terminu. Nazwy wydarzeń kulturalnych niektórzy badacze określają mianem *eventonimów* (np. Романова 2019, 287–289)<sup>1</sup>. Użycie tego terminu pozostaje kwestią sporną. Termin *eventonim* nie został włączony także do Listy ICOS kluczowych terminów onomastycznych (Grupa Terminologiczna ICOS International Council of Onomastic Sciences 2018). W niniejszym referacie odstąpię od wykorzystania wspomnianego terminu, a będę posługiwał się wyrażeniem opisowym – będę mówił o tytułach wydarzeń kulturalnych. Taką decyzję motywuję także tym, że wśród analizowanych jednostek leksykalnych różny będzie poziom onimizacji. Jednoznaczne zaklasyfikowanie wszystkich zebranych przeze mnie wyróżników do kategorii *eventonimów* mogłoby zakłócić tok narracji. Konieczna jest jeszcze jedna uwaga wstępna. Celem niniejszego artykułu nie jest analiza konkretnej grupy przypadków, a jedynie próba nakreślenia ogólnych założeń badawczych.

Poniższe przykłady tytułów imprez kulturalnych zaczerpnąłem z portalu *Visit Bydgoszcz* ([visitbydgoszcz.pl](http://visitbydgoszcz.pl)): *Metropolia za pół ceny*; *Życie w ruinach Aleppo2019 – Warszawa1944 – otwarcie wystawy*; *Przeźrocza Festiwal Filmowy 2019: Walka: Życie i zaginiona twórczość*; *Konferencja Nauczyciel bibliotekarz – praca – rozwój*; *Weekend seniora z kulturą 60 +*; *X Ogólnopolski Zlot Autostopowiczów – Bydgoszcz 2019*; *Shuwa: japoński język migowy – Bydgoskie Spotkanie z Popkulturą*; *Przeźrocza Festiwal Filmowy 2019: Spoj-*

---

<sup>1</sup> Por. ros. *ивентоним*. Termin ten można by przenieść na grunt polskich badań onomastycznych właśnie w postaci eventonimu. Jego budowa jest jasna i czytelna.

*rzenie na wschód – Białoruś; XV Integracyjne Zawody w Tenisie Stołowym; Festiwal Prapremier 2019/Nie/obecne – The Silent House/ Cichy dom; Regionalny Kongres Kobiet – wykład dr Moniki Opióły – Szpulka; Bydgoska Masa Krytyczna; Duża Rajska Kawa – promocja płyty pt. Trzecie skrzydło – Światłownia; 57 BYDGOSKI FESTIWAL MUZYCZNY – WOKALIZY SREBRNEGO EKРАНU; Premierowy koncert duetu Salimara; Weekend z R. spektakl komediowy; Wesele Figara itd.<sup>2</sup>*

Jak wspomniałem, już pobieżna analiza nazw wydarzeń kulturalnych (np. tych zaplanowanych w wybranym mieście na najbliższy czas) pozwala zauważyć, że wyróżniki tych wydarzeń nie zawsze spełniają kryterium idealnej nazwy własnej (Grodziński 1973, 22). Wiele z nich przypomina wyrażenia pospolite, część odnosi się nie do jednego obiektu, a do wielu (tj. nie do konkretnego, jednorazowego wydarzenia, a do cyklu wydarzeń czy wydarzenia regularnego). Należy się zastanowić, czy wyrażenie *Targi Ogrodnicze* zaliczyć należy do kategorii nazw własnych. Czy taki wyróżnik dostatecznie indywidualizuje obiekt? Jeśli przyjąć założenie, że tego rodzaju określenie imprezy nie należy jeszcze do zbioru onimów, a jest jedynie nazwą pospolitą, to trzeba zastanowić się, co powoduje możliwość włączenia wyrażenia do kategorii onimów. Można przecież wyobrazić sobie wiele wyróżników (przykład hipotetyczny): *Targi Ogrodnicze, Bydgoskie Targi Ogrodnicze, Bydgoskie Targi Ogrodnicze 2019*. Z pewnością ostatni jego element jest nazwą własną. Spełnia on kryterium jednoznacznej identyfikacji obiektu, tj. wskazuje jedno, konkretne wydarzenie<sup>3</sup>. Wydaje się, że należy przyjąć założenie rosnącego stopnia onimizacji w takich szeregach. Można więc mówić o nazwach mocnych i słabych (Gałkowski 2011, s. 184). Wytyczenie wyraźnej granicy pomiędzy nazwą własną, a nazwą pospolitą skazane jest w tym wypadku na niepowodzenie. Jak wspomniałem, ów różny stopień onimizacji tytułów nazw wydarzeń kulturalnych spowodował, że odstępuję od stosowania terminu *eventonim*. Termin ten jednoznacznie sugeruje, że poddawane analizie jednostki są (lub przynajmniej powinny być) nazwami własnymi, onimami.

Zebrany przeze mnie materiał nie ogranicza się jedynie do zaprezentowanych wyżej przykładów. Wśród wyekscerpowanych jednostek znaleźć można

---

<sup>2</sup> Ze względu na ograniczoną objętość artykułu zawężam liczbę podawanych przykładów (zaprezentowałem pierwszą część listy imprez zaplanowanych na 27.09.2019 r., tj. na godziny 8:00–19:00). Ponieważ w niniejszej analizie nie stosuję metod statystycznych, jestem przekonany, że takie ograniczenie w żaden sposób nie wpływa na wyniki badań.

<sup>3</sup> W tym wypadku nazwę określić należy mianem deskrypcji.

wyróżniki trzech typów. Pierwszą grupę stanowią tytuły wydarzeń jednorazowych, imprez organizowanych jeden raz. Drugim typem są wyróżniki imprez cyklicznych, takich, które organizowane są regularnie lub nie, ale stanowią pewien cykl. Trzecią grupę stanowią wyróżniki (tytuły) konkretnych edycji imprez czy wydarzeń powtarzalnych. W drugiej grupie (tytuły imprez cyklicznych) nierzadko znajdują się wyróżniki, które stanowią już pewną markę, są dobrze rozpoznawalne (np. *Ster na Bydgoszcz*, *Święto Śliwki*). Pozostałe dwie grupy zwykle zawierają nazwy mniej trwałe, nierzadko „świeższe”, niekiedy bardziej pomysłowe, dopasowane do konkretnego czasu. Zebrany materiał można także pogrupować ze względu na zasięg wydarzenia. Niektóre z wydarzeń mają charakter ogólnopolski lub międzynarodowy, niektóre są imprezami lokalnymi znanymi jedynie w mieście i jego najbliższej okolicy. Część wydarzeń ogranicza się do dzielnicy czy osiedla. Interesującą perspektywą badawczą może być porównanie tytułów imprez z ich zasięgiem i cyklicznością.

W analizie tytułów wydarzeń kulturalnych z całą pewnością przeszkadza istotny czynnik – brak możliwości jednoznacznego wskazania formy tytułu wydarzenia kulturalnego. Ekscerpcja materiału jest utrudniona przede wszystkim ze względu na bardzo częste występowanie tytułów w różnych formach, wariantach. Oboczności, a czasami znaczące różnice, odnajdujemy pomiędzy nazwami publikowanymi w rozmaitych źródłach. Nierzadko inna nazwa widnieje na plakacie, inna w ogłoszeniu prasowym, inna prezentowana jest na stronach internetowych, a jeszcze inna może widnieć w oficjalnych dokumentach (np. zgłoszeniu imprezy kulturalnej). Przykładem niech będzie informacja o wydarzeniu kulturalnym zamieszczona na portalu internetowym *Bydgoszcz.pl*. Zaprezentowano tam plakat imprezy wraz z tytułem oraz nagłówki, jak należy się spodziewać, dodany przez redaktora portalu. Na plakacie widnieje napis (którego całość, lub część, stanowi tytuł wydarzenia kulturalnego): *Obiady czwartkowe, EKSPERYMENTALNE FORMY IMPROWIZOWANE, „TWIX”, 26.09.2019 / 19:00*. W nagłówku strony internetowej impreza przedstawiana jest jako *Improwizowane Obiady Czwartkowe: TWIX* ([www.bydgoszcz.pl](http://www.bydgoszcz.pl))<sup>4</sup>.

Warto przyjąć następujące założenie: konieczne jest rozpatrywanie tytułu wydarzenia wraz z plakatem, z miejscem, na jakim jest prezentowane. Tytuł jest nieodłącznie związany z obrazem. Plakat zwykle zawiera dodatkowe elementy będące wskazówkami do interpretacji, odczytania tytułu. Może to być

<sup>4</sup> Problem z wyznaczeniem postaci i granicy nazwy własnej (tu: tytułu) jest zjawiskiem dość powszechnym, bardzo często występuje w chrematonimii (np. Badyda 2011).

krój pisma, kolorystyka, jakiegokolwiek inne elementy graficzne. Wydaje się, że nie warto się zastanawiać, czy w tym wypadku tekst jest dopełnieniem obrazu, czy obraz jest dopełnieniem tekstu. Wszystkie elementy należy traktować jako jedność, całość. Analiza tytułów wydarzeń kulturalnych jest więc badaniem interdyscyplinarnym (powinna być prowadzona przez zespoły specjalistów), nie można poprzestawać na analizie językowej. Często przekaz (zestaw komunikatów) nie ogranicza się do słowa pisanego czy obrazu przedstawionego na plakacie. Niejednokrotnie plakat jest jedynie jedną z form przekazu. Oprócz niego są np. reklamy radiowe. Można więc mówić o istnieniu przestrzeni hybrydowej (Nacher 2009, s. 106–107). Niezbędne wydaje się więc nakreślenie perspektywy badawczej uwzględniającej daleko posunięte badania interdyscyplinarne włączające analizę tekstu w szerokim tego słowa znaczeniu, analizę językoznawczą, obrazu, dźwięku, a może nawet, w niektórych wypadkach, zapachu (lub innych czynników).

Zaprezentowane poniżej wnioski nie mogą pretendować do miana kompletnej analizy. Mogą stanowić jedynie jej niewielki wycinek. Chciałbym zwrócić uwagę na funkcję tytułów wydarzeń kulturalnych. Już pobieżny rzut oka na takie wyróżniki pozwala na wyłonienie trzech dominujących funkcji. Prymarna jest funkcja wyróżniająca. Na drugim miejscu jest funkcja informacyjna. Trzecia funkcja związana jest z zaskoczeniem odbiorcy komunikatu. Druga i trzecia funkcja zdają się wykluczać, a nierzadko współistnieją w jednej nazwie. Współistnienie funkcji wydaje się celowe i zamierzone. W tym miejscu można posłużyć się metodami badawczymi wykorzystywanymi w chrematonimii. Te tytuły wydarzeń kulturalnych, które zdecydujemy się zakwalifikować do kategorii nazw własnych, lokować należałoby właśnie w podgrupie chrematonimów. Tego typu onimy Mariusz Rutkowski określił mianem „nazw na sprzedaż” (Rutkowski 2003, 239). Wydarzenie artystyczne, impreza, event to, używając terminologii marketingowej, produkty. Ich nazwy są narzędziem służącym do sprzedaży, tj. wzbudzenia zainteresowania – uczestnika imprezy, sponsora, mediów. Nawet jeśli wydarzenie jest bezpłatne (dla uczestników), ma cel charytatywny, społeczny, to zawsze organizatorom zależy na jak największym rozgłosie, popularności, zainteresowaniu potencjalnych adresatów lub instytucji finansujących. Chodzi o rozgłos, rozpoznawalność wydarzenia. Nazwa jest więc narzędziem i zwykle bywa kluczem do sukcesu.

Zwróć uwagę na kilka wybranych przykładów tytułów wydarzeń kulturalnych. Pierwszym jest *Otwieracz*. W ten sposób wyróżniony jest organizowany w drugiej połowie czerwca koncert, będący powitaniem lata i wakacji szkolnych. W wypadku tej nazwy (bo to już bez wątplenia jest nazwa własna)

mamy do czynienia z pewnymi przesunięciami semantycznymi. Słowo *otwieracz* zwykle kojarzy się nam z urządzeniem, przyrządem do otwierania czegoś. Jest otwieracz do konserw, otwieracz do butelek. Otwieracz to coś materialnego, namacalnego. Na plakacie widnieje rysunek prostego otwieracza do butelek kapslowanych. Przeniesienie semantyczne<sup>5</sup> jest więc jak najbardziej zamierzone. W wypadku nazwy koncertu spodziewać się można byłoby raczej informacji o rozpoczęciu czy otwarciu lata (porównajmy to z ustabilizowanym wyrażeniem „otwarcie sezonu”). Użycie słowa *otwieracz* nie zaburza rozumienia komunikatu, jest czytelne, jasne, ale zaskakujące, nowoczesne, dzięki temu przyciąga uwagę. Nazwa realizuje (lub realizowała na początku<sup>6</sup>) cel, tj. wzbudza zaskoczenie, zwraca uwagę. Dobra nazwa może dawać nadzieję na dobrą zabawę, potencjalny uczestnik może pomyśleć: „o, przemyśleli nazwę, to na pewno dobrze przemyśleli imprezę”. Nazwa, jeszcze przed rozpoczęciem wydarzenia, może czynić je bardziej atrakcyjnym. Tu warto podkreślić, że nazwa zdecydowanie wyprzedza pojawienie się obiektu. W tym wypadku nazwa *Otwieracz* sugeruje więc, że koncert jest narzędziem służącym (a może nawet niezbędnym) do rozpoczęcia (otwarcia) lata.

Interesujące jest to, że bardzo podobne wydarzenie, tj. koncert plenerowy organizowany corocznie na pożegnanie lata, zakończenie wakacji szkolnych, nie ma zaskakującej, świeżej nazwy. Na plakacie obok wyrażenia *POŻEGNANIE LATA* widnieje napis *BABIE LATO*. Pozostałe elementy są takie same, jak na plakacie zapraszającym na wspólne powitanie lata<sup>7</sup>, tj. wymienieni są wykonawcy, zaprezentowane są ich fotografie, wskazane jest miejsce i czas organizowania koncertu, przedstawieni są organizatorzy i sponsorzy. Zwykle to właśnie porównanie plakatów (czy innych nośników informacji o planowanym wydarzeniu) pozwala na wskazanie elementów, których dotyczy ten artykuł, tj. tytułów wydarzeń kulturalnych. Tytułami imprez będą w naszym wypadku elementy *Otwieracz* i *Babie lato*. Na plakatach z 2018 roku prezentowane są te same wyróżniki. Traktować należy je więc jako tytuły imprez cyklicznych. Wyróżnikiem konkretnego koncertu jest data roczna. Porównanie jednostek leksykalnych *otwieracz* i *babie lato* prowadzi do interesujących wniosków. W pierwszym wypadku mamy do czynienia z nazwą kreatywną, zaskakującą. Użycie wyrażenia *babie lato* nie zaskakuje. *Babie lato* to zjawisko meteorologiczne pojawiające się często późnym latem i wczesną jesienią.

<sup>5</sup> Mam świadomość różnych punktów widzenia badaczy na problem znaczenia nazw.

<sup>6</sup> *Otwieracz* stał się imprezą cykliczną, a nazwa stanowi rozpoznawalną markę.

<sup>7</sup> W tym miejscu porównuję plakaty obu wydarzeń z 2019 r.

Wyróżnik *Babie lato* jest często wykorzystywany, np. w tytułach piosenek (rozrywkowych i ludowych), tytule obrazu; jest nazwą akcji wyprzedażowej w sklepie. To wyrażenie popularne, silnie związane z jesienią. Można zastanowić się nad powodami takiego doboru wyróżników. Powitanie lata może wydawać się imprezą weselszą, rozpoczęciem wakacji, okresu wypoczynku, ograniczonego stresu, czasu wyczekiwanego przez młodzież i dorosłych. Pożegnanie zwykle jest uroczystością smutną, rozpoczyna okres tęsknoty, żalu. Czy te emocje zostały przeniesione na tytuł wydarzenia organizowanego na pożegnania lata? Analizę powodów, jakie wpłynęły na użycie typowego wyrażenia do wyróżnienia (zatytułowania) imprezy kończącej wakacje, rozważenie ich związku z kulturą, można traktować jako nieodległą perspektywę badawczą. Badania takie powinny przynieść odpowiedź na pytanie, dlaczego nie zastosowano zaskakującej nazwy wydarzenia kończącego lato. Można przecież wyobrazić sobie nazwę analogiczną do otwieracza, np. *zamykacz*. Warto zauważyć, że zarówno *Otwieracz*, jak i *Babie lato* to tytuły imprez, które zdobyły już swoją markę, są rozpoznawalne. Ich rozpoznawalność świadczyć może o tym, że propozycja zgłoszona przez nominatorów okazała się dobrym pomysłem.

Drugim przykładem, któremu chciałbym przyjrzeć się bliżej, jest tytuł imprezy cyklicznej – jarmarku produktów ekologicznych, regionalnych i wyrobów rękodzielniczych. Impreza znana jest w Bydgoszczy od 2013 roku, od niedawna jest wydarzeniem odbywającym się raz w tygodniu. Wydarzenie znane jest pod nazwą *Frymark bydgoski*. Dziś stosowany jest standardowy zapis, wcześniej pojawiały się wersje z wyróżnioną (poprzez zapisanie wielkimi literami) częścią *mark*. Przywołam dwa tytuły prasowe z internetowych portali: *Ostatni listopadowy fryMARK w bydgoskiej Kamienicy 12* (KK 2016a), *Ostatnie wakacyjne spotkanie fryMARKowiczów w Kamienicy 12* (KK 2016b). Drugi przykład jest szczególnie ciekawy. Tytuł wydarzenia kulturalnego stał się podstawą słowotwórczą do utworzenia wyrazu wskazującego uczestników tego wydarzenia. Zachowana została nawet specyficzna pisownia. *Frymark* jest przykładem jednostki leksykalnej, która ewaluowała wraz z uzyskaniem popularności przez wydarzenie, które wskazywała. W tytule *Frymark bydgoski* użytkownik języka może odnaleźć elementy, które kojarzą się z wolnością (ze względu na podobieństwo fonetyczne z języka angielskim „free” – wolny) oraz z jarmarkiem („mark”). Związek z Bydgoszczą jest wyrażony wprost za pomocą przymiotnika *bydgoski*<sup>8</sup>. „Słownik języka polskiego PWN” podaje trzy

---

<sup>8</sup> W żadnym innym polskim mieście nie udało mi się odnaleźć imprezy, w tytule której znajdowałoby się słowo *frymark*. *Frymark* jest więc najprawdopodobniej jedynym wydarzeniem

definicje słowa „frymark”: „1. «w dawnej Polsce: wymiana dóbr szlacheckich na królewskie», 2. daw. «handel zamienny», 3. daw. «czynienie przedmiotem handlu lub targu czegoś, co nie powinno być źródłem zysku»”. Najbliższa wydaje się definicja nr 2. Impreza służy nie tylko sprzedaży produktów, to także miejsce spotkań osób pasjonujących się nowoczesnym sposobem gotowania i wegetarian, wymieniających poglądy, przepisy kulinarne. Organizatorzy wydarzenia w następujący sposób wyjaśniają pochodzenie onimu: „nazwa imprezy to wypadkowa historii, gwary i pochodzenia Bydgoszczy. *Frymaczyć* to «targować się» – słowo pochodzi z języka niemieckiego, ale weszło do stałego użytku w dawnej Bydzi. A my skorzystaliśmy z tego dziedzictwa”<sup>9</sup>.

Często cechą wyróżniającą tytuły imprez kulturalnych jest ich krótkotrwałość. Specyfika ta zauważalna jest w wypadku tytułów wydarzeń jednorazowych i tytułów poszczególnych edycji wyrażen cyklicznych. Sądzić można, że niektóre z imprez cyklicznych pierwotnie mogły być planowane jako jednorazowe. Tytuły wydarzeń kulturalnych zwykle cechuje także duża ekspansywność. Ekspansywność ta jest krótkotrwała, po niej zwykle następuje okres zapomnienia. Na krótko przed imprezą kulturalną w miastach pojawiają się plakaty reklamowe, środki masowego przekazu nadają reklamy i zaproszenia. Tytuł wydarzenia na kilkanaście dni staje się bardzo popularnym wyrażeniem. Zwykle po zakończeniu wydarzenia, przez kilka dni, prezentowane są komentarze, publikowane są recenzje. Później tytuł popada w zapomnienie. Ta krótkotrwałość i wysoka ekspansywność (realizowana przez krótki okres) wyróżnia tytuły imprez kulturalnych spośród innych, podobnych nazw własnych. Tytuły imprez można określić proponowanym przez przedstawicieli donieckiej szkoły onomastycznej porównaniem do drozofili, tj. muszki owocowej. Valerij Kalinkin uważa:

w każdej nauce bardzo ważne jest znalezienie takiego obiektu badań, który szybko i dokładnie pozwoli dać odpowiedzi na postawione pytania. Takim obiektem dla badań dziedziczności i przeobrażeń genetycznych stała się muszka owocowa. Przechodzi ona pełen cykl życia w ciągu 4 dni. W ten sposób w ciągu 400 dni można obserwować procesy zachodzące w genetyce na przestrzeni 100 pokoleń. Otrzymane w ten sposób dane można ekstrapolo-

---

z takim tytułem w Polsce. Element *bydgoski* nie wyróżnia (spośród innych frymarków), a jedynie dodaje lokalnego charakteru wydarzeniu.

<sup>9</sup> Cytat pochodzi z odpowiedzi e-mailowej na pytanie zadane za pomocą formularza znajdującego się na stronie internetowej wydarzenia <http://frymarkbydgoski.pl/> (data dostępu: 30.11.2019), zaznaczenia PT.

wać na badania genetyczne człowieka. Taką muszką-drozofilą dla filologii jest nazwa własna. Badając je, można odpowiedzieć na setki pytań interesujących filologów, od fonetyki do lingwistyki tekstu [tłum. P. Tomasiak]<sup>10</sup>.

Chciałbym zaproponować rozwinięcie tej myśli. W grupie nazw własnych tytuły imprez kulturalnych mogą być uznawane za takie, posługując się metaforą V. Kalinkina, drozofile. Tytuły imprez kulturalnych mogą być znakomitymi „testerami” metod, zabiegów nazwotwórczych. Podobnie, jak muszki owocowe, nazwy imprez (szczególnie tych niepowtarzalnych, nie cyklicznych) żyją krótko<sup>11</sup>. Z drugiej strony błyskawicznie można ocenić powodzenie tytułów nazw, ich odbiór przez grupę docelową. Takie doświadczenia można później przenieść na inne nazwy, na nazwy trwalsze, np. nazwy produktów. Warto więc badać to, co zmienne, ulotne, krótkotrwałe. W wypadku analizy tytułów wydarzeń miejskich trudnością jest wskazanie postaci onimu. Wyzwaniem badawczym może być opracowanie reguł postępowania w takich wypadkach. Ustalenie zasad ekscerpacji pomoże w przeprowadzaniu badań porównawczych.

## Literatura

- Badyda E., 2011, *O problemach z ustaleniem postaci chrematonimu – na przykładzie nazw polskich wyrobów cukierniczych*, [w:] *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, pod red. M. Biolik i J. Dumy, Olsztyn, s. 31–41.
- Gałkowski A., 2011, *Chrematonomastyka jako autonomizująca się subdyscyplina nauk onomastycznych*, [w:] *Chrematonimia jako fenomen współczesności*, pod red. M. Biolik i J. Dumy, Olsztyn, s. 181–193.
- Grodziński E., 1973, *Zarys ogólnej teorii imion własnych*, Warszawa.
- Grupa Terminologiczna ICOS International Council of Onomastic Sciences, 2018, *Lista ICOS kluczowych terminów onomastycznych*, tłum. i oprac. A. Gałkowski, U. Bijak, Łódź – Kraków, [www.onomastyka.uni.lodz.pl](http://www.onomastyka.uni.lodz.pl)
- KK, 2016a, *Ostatni listopadowy fryMARK w bydgoskiej Kamienicy 12*, Wiadomości Bydgoszcz. Nasze miasto, <https://bydgoszcz.naszemiasto.pl/ostatni-listopadowy-frymark-w-bydgoskiej-kamienicy-12/ar/c8-3931724> (data dostępu: 28.11.2016).
- KK, 2016b, *Ostatnie wakacyjne spotkanie fryMARKowiczów w Kamienicy 12*, Wiadomości Bydgoszcz. Nasze miasto, <https://bydgoszcz.naszemiasto.pl/ostatnie-wakacyjne-spotkanie-frymarkowiczow-w-kamienicy-12/ar/c8-3839587> (data dostępu: 29.08.2016).

---

<sup>10</sup> Valeriy Kalinkin, korespondencja prywatna.

<sup>11</sup> Listę podobieństw można przedłużyć. Tytuł imprezy często prezentowany jest w wielu miejscach, co może być dokuczliwe dla użytkowników przestrzeni miejskiej, podobnie jak dokuczliwe są muszki.



- Nacher A., 2009, *Mobilne, wirtualne, realne. Rekonfiguracja doświadczenia miejskiego między nowoczesnością a postnowoczesnością*, [w:] *Rekonfiguracje modernizmu. Nowoczesność i kultura popularna*, pod red. T. Majewskiego, Warszawa, s. 103–118.
- Rutkowski M., 2003, *Nazwy na sprzedaż. O nazewnictwie na usługach marketingu*, „Onomastica” XLVII, s. 239–254.
- „Słownik języka polskiego PWN”, <https://sjp.pwn.pl/>
- Романова Т.П., 2019, *Ивентоним как особый тип рекламного имени*, [w:] *Этнолингвистика. Ономастика. Этимология. Материалы IV Международной научной конференции, Екатеринбург 9–13 сентября 2019 г.*, Екатеринбург, s. 287–289.

### **Portale internetowe**

*Bydgoszcz.pl*, [www.bydgoszcz.pl](http://www.bydgoszcz.pl) (data dostępu: 26.09.2019)

*Visit Bydgoszcz*, [visitbydgoszcz.pl](http://visitbydgoszcz.pl) (data dostępu: 26.09.2019)

### **A few notes about the titles of urban events (on the example of Bydgoszcz)**

#### **Summary**

The paper is devoted to the analysis of titles of selected entertainment events in the city. I am trying to answer the question, what is the function of these types of distinctive features; what is their part; what treatments are used by nominees to build interesting names.