

**ZOONIMIA SCHRONISKOWA
W PERSPEKTYWIE JĘZYKOWEJ I KULTUROWEJ
(NA PRZYKŁADZIE NAZW PSÓW W ROSJI)**

PAWEŁ SMOLKO

Maria Curie-Skłodowska University in Lublin

Shelter Zoonymy from a Linguistic and Cultural Perspective (Based on Dog Names in Russia). The study analyzes the onomastic and cultural context of names given to dogs housed in Russian shelters in 2024. The aim of the study is to demonstrate that these names serve not only an identifying function, but also cultural and emotional ones, expressing human empathy for animals. The theoretical section of the article presents the basic characteristics of zoonymy as a subdiscipline of onomastics. The empirical section analyzes a catalog of 145 names of Russian shelter dogs, classifying them semantically. The research material was gathered on 17–18 March 2024 from the *Podberi sobaku* project platform. The results indicate that zoonyms inspired by human names are most frequently chosen, reflecting the process of humanizing animals and changing social perceptions of their role.

Keywords: onomastics, zoonymy, animal names, culture, shelter, empathy, linguistics

DOI: <http://dx.doi.org/10.17951/zcm.2026.15.147-155>

Tematem opracowania są imiona psów z rosyjskich schronisk. W codziennym życiu problematyka ta bywa pomijana zarówno przez społeczeństwo, jak i środowisko naukowe. Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na sytuację zwierząt schroniskowych oraz zbadanie procesu nadawania imion, który dotąd nie był szerzej analizowany. Imiona tworzone przez doświadczonych pracowników schronisk mają istotne znaczenie – pomagają promować zwierzęta i zwiększać ich szanse na adopcję.

Opracowanie ma charakter teoretyczno-empiryczny. W części teoretycznej omówiono zoonimie jako subdyscyplinę onomastyki oraz jej podziały. Część praktyczna obejmuje analizę semantyczną imion psów z katalogu rosyjskiego projektu schroniskowego *Собаки и щенки в дар – в добрые руки* (Podberi Sobaku 2024) oraz klasyfikację zoonimów wraz z uzasadnieniem

ich motywacji. Badanie zostało przeprowadzone w okresie 17–18 marca 2024 roku. W ramach wspomnianej inicjatywy na platformie *Подбери собаку* ustalono wspólnie 145 imion psów. Uznano, że stosunkowo niewielka liczba imion wyselekcjonowanych do analizy jest jednak dobrym przykładem do ustalenia kierunku tendencji nazewnictwa psów we współczesnych rosyjskich schroniskach. W analizie wyróżniono m.in. zoonimy motywowane antroponimami, apelatywami, toponimami, chrematonimami, mitonimami i zoonimy zestawieniowe.

ZOONIMIA JAKO SUBDYSCYPLINA ONOMASTYKI

Wśród subdyscyplin onomastyki szczególne znaczenie dla niniejszego opracowania ma zoonimia, czyli dział językoznawstwa zajmujący się nazwami własnymi zwierząt – ich imionami lub przydomkami – niezależnie od środowiska życia, a więc zarówno zwierząt domowych, dzikich, jak i tych przebywających w ogrodach zoologicznych.

Zgodnie z definicją G. Kowalowa, zoonim to *imię (przydomek) zwierzęcia, zazwyczaj oswojonego przez człowieka*. Badacz podkreśla jednak, że w badaniach językoznawczych termin ten bywa błędnie utożsamiany z potoczną *nazwą zwierzęcia*, czyli z wyrazami pospolitymi, takimi jak kot, koń, świnia, miś czy wrona (Kovalev 2023: 113–114).

Mimo trudności w ich systematyzacji, zoonimy stanowią cenny materiał językoznawczy. Analiza imion zwierząt pozwala bowiem na poznanie historycznego rozwoju języka, procesów etnolingwistycznych, regionalnych różnic dialektalnych oraz wpływu czynników pozajęzykowych na praktyki nazewnicze (Madieva & Suprun 2015: 68–69).

Według W. Supruna zoonimy:

odróżniają konkretne zwierzę od innych przedstawicieli gatunku (np. ważnego byka od pozostałych), pomagają w rozróżnianiu linii hodowlanych, stanowią część regionalnych dialektów i mikrosystemów językowych, odzwierciedlają skład narodowościowy i dialektalny społeczności, która je tworzy, są nośnikami kontaktów międzykulturowych, często odzwierciedlają etnograficzne i kulturowe cechy danej społeczności. (Madieva & Suprun 2015: 70)

KLASYFIKACJA SEMANTYCZNA PRZEBADANYCH ZOONIMÓW I MOTYWACJA ICH UŻYCIA

W zgromadzonym materiale językowym na podstawie inicjatywy *Собаки и щенки в дар* wyodrębniono następujące grupy semantyczne zoonimów:

Grupy semantyczne zoonimów jednoczłonowych	Liczba	Przykłady
Zoonimy odantroponimiczne	68	Миша, Мила, Эмма, Джесси
Zoonimy odtoponimiczne	22	Верона, Венеция, Юта, Фая
Zoonimy odchrematonimiczne	27	Рикотта, Бренди, Аврора, Капа, Ода, Дайкири
Zoonimy odmitonimiczne	9	Фортуна, Гера
Zoonimy odfitonimiczne	3	Василёк, Астра, Фиалка
Zoonimy odkosmonimiczne	2	Луна, Эрос
Grupa jednoczłonowych zoonimów pragmatycznych	12	Мими, Тата

Na osobne omówienie zasługują również zoonimy dwuczłonowe, wyróżniające się zarówno niecodziennym charakterem, jak i specyfiką swojej budowy formalnej, polegającą na występowaniu dwóch elementów leksykalnych, a tym samym na zwiększonej liczbie komponentów nazewniczych. Wyróżnia się je oddzielnie jako grupę związaną ze strukturą onimów:

Grupa zoonimów dwuczłonowych	2	Чёрная Жемчужинка, Медовая Девочка
Wszystkie grupy	145	

Zaproponowana klasyfikacja opiera się częściowo na propozycjach klasyfikacyjnych Agnieszki Kołodziej (Kołodziej 2018: 234–239).

ZOONIMY POCHODZĄCE OD ANTROPONIMÓW

Najliczniejszą grupę w zgromadzonym zbiorze nazw stanowią zoonimy pochodzące od antroponimów, czyli imion ludzkich (67). Wśród nich pojawiają się zarówno imiona typowo rosyjskie i słowiańskie, np. *Мила* (Mila) czy *Миша* (Misza), jak i imiona o rodowodzie zachodnim, takie

jak *Эмма* (Emma) czy *Джесси* (Jessie). Popularność tych ostatnich może być związana z rosnącym wpływem kultury zachodniej, szczególnie amerykańskiej, na codzienne praktyki językowe i społeczne.

Częste wykorzystywanie imion ludzkich w odniesieniu do zwierząt może mieć kilka przyczyn. Z jednej strony w schroniskach, gdzie przebywa duża liczba podopiecznych, oryginalne i spersonalizowane imiona są trudne do wymyślenia, dlatego pracownicy chętnie sięgają po znane i łatwe do zapamiętania formy. Z drugiej strony, nadanie psu imienia ludzkiego sprzyja jego *uczłowieczeniu* w percepcji adoptującego. Współcześnie psy coraz częściej postrzegane są jako członkowie rodziny, a imię ludzkie wzmacnia to wrażenie, budując więź emocjonalną i empatyczną relację pomiędzy człowiekiem a zwierzęciem.

ZOONIMY POCHODZĄCE OD TOPONIMÓW

Liczną kategorię stanowią zoonimy wywodzące się od toponimów (zo) – nazw miast, regionów lub obszarów geograficznych, takich jak *Юта* (Juta), *Фая* (Faja), *Верона* (Werona) czy *Венеция* (Wenecja). Nazwy te często budzą pozytywne skojarzenia i charakteryzują się przyjemnym brzmieniem, co mogło wpłynąć na decyzję o ich wykorzystaniu. W niektórych przypadkach wybór toponimu może mieć charakter osobisty – być pamiątką po podróży lub miejscem o szczególnym znaczeniu dla nadającego imię.

Popularność nazw związanych z miejscowościami turystycznymi może również wynikać z ich rozpoznawalności i atrakcyjności fonetycznej. Onimy tego typu mogą być atrakcyjne dla osób aktywnych, dla których pies jest towarzyszem wypraw i symbolem przygody.

ZOONIMY POCHODZĄCE OD CHREMATONIMÓW

Kolejną często występującą grupę w katalogu stanowią chrematonimy (z8), czyli nazwy produktów, marek lub przedmiotów. Przykładami mogą być *Капа* (Капа) – od słowa *капучино* (*capuccino*) – oraz *Нивея* (Nivea), będąca nazwą popularnej marki produktów kosmetycznych. Wybór takich imion bywa motywowany pozytywnymi skojarzeniami – z luksusem, elegancją, estetyką, prestiżem bądź nostalgią. Niekiedy nazwy te odzwierciedlają również wygląd zwierzęcia, np. jego umaszczenie w odcieniach kawy.

W niektórych przypadkach wybór imienia ma charakter emocjonalny lub sentymentalny – np. nazwa psa *Нивея* może wynikać ze skojarzeń z delikatnością z którą próbuje być kojarzona w swoich reklamach marka. Część zoonimów stanowi też efekt indywidualnych zainteresowań

i kreatywności osób nadających imiona: miłośnik literatury może nazwać psa *Ода* (Oda), a pasjonat sztuki barmańskiej – *Дайкири* (Dajkiri), na pamiątkę popularnego koktajlu.

W grupie zoonimów motywowanych chrematonimami znalazły się też nazwy pochodzące od produktów spożywczych, np. *Рикотта* (Rikotta) czy *Брэнду* (Brendi). Takie imiona najczęściej odnoszą się do wyglądu lub cech zewnętrznych zwierzęcia – *Рикотта* jest białym serem o tej nazwie, natomiast *Брэнду* ma ciemne, brązowe umaszczenie przypominające kolor trunku.

Inną podgrupę stanowią apelatywy wywodzące się od nazw przedmiotów codziennego użytku lub obiektów, np. *Аврора* (Awrora) – to imię (zwłaszcza w rosyjskich warunkach) może kojarzyć się ze znanym rosyjskim krążownikiem (rzadziej, choć również jest to możliwe z rzymską boginią jutrzeńki). Wybór takich imion może wynikać z chęci wyróżnienia zwierzęcia w sposób zabawny, oryginalny i przyciągający uwagę. Imiona o niecodziennym charakterze mają potencjał marketingowy – ułatwiają zapamiętanie zwierzęcia przez odwiedzających schronisko i mogą sprzyjać nawiązaniu emocjonalnej więzi z potencjalnym adoptującym.

ZOONIMY POCHODZĄCE OD MITONIMÓW

Interesującą i semantycznie bogatą kategorię tworzą zgonimy odmitonimiczne, czyli imiona pochodzące od nazw bóstw i postaci mitologicznych. Przykładowo, imię *Фортуна* (Fortuna) może symbolizować wiarę w szczęście i pomyślność, natomiast *Гера* (Hera) – podkreślać opiekuńczy charakter lub emocjonalność zwierzęcia. Tego typu nazwy niosą ze sobą ładunek symboliczny i kulturowy, nadając zwierzętom pewien wymiar wyjątkowości oraz znaczeniowej głębi. Ich wybór często wiąże się z próbą nadania imieniu powagi, majestatu lub szczególnego znaczenia w oczach człowieka.

ZOONIMY PRAGMATYCZNE

Zoonimy pragmatyczne są określane przez A. Kołodziej jako *nazwy w swej formie i treści łatwe do zapamiętania, miłe w brzmieniu, często krótkie* (Kołodziej 2018: 238). Określa je również jako *struktury w większości sztuczne*. W tym tekście reprezentowane są one min. przez zoonimy takie jak *Tata* (Tata) czy też *Хана* (Hana), łatwe do wymówienia i zapamiętania, co czyni je praktycznymi w codziennej komunikacji. Nie niosą one dodatkowych odniesień kulturowych, są więc neutralne i uniwersalne. Ich miękkie, melodyjne brzmienie sprawia, że zwierzę postrzegane jest jako bardziej przyjazne, udomowione i bliższe człowiekowi. W konkluzji swoich badań A. Kołodziej stwierdza zmniejszającą się liczbę *imion tradycyjnych, rodzimych, które pojawiają*

się najczęściej w nazwach umotywowanych wielkością, tuszą, sposobem poruszania się zwierzęcia, a coraz częściej pojawiają się nazwy pragmatyczne, czyli imiona modne, miłe w brzmieniu bądź krótkie (Kolodziej 2018: 247).

ZJAWISKO ANTROPOMORFIZACJI I PERSONIFIKACJI ODZWIERCIEDLONE W ZOONIMII.

ATRAKCYJNOŚĆ IMIENIA JAKO JEDEN Z CZYNNIKÓW WARUNKUJĄCYCH ADOPCJĘ

Popularność zoonimów inspirowanych antroponimami jako zjawisko nie budzi dziś wątpliwości, a wiele nazw mieszczących się w innych kategoriach również – w różnym stopniu – odwołuje się do sfery ludzkiej, zarówno pod względem językowym, jak i kulturowym. Imiona zwierząt mogą być tworzone od toponimów, czyli nazw miejscowości, od chrematonimów, a więc nazwy twórców kultury (marek, produktów, instytucji), czy od mitonimów, odnoszących się do bóstw i postaci mitologicznych. Wszystkie te typy nazw łączy wspólne odniesienie do świata człowieka – jego kultury, symboli, wyobraźni i wartości. Wskazuje to bez wątpienia na antropocentryczne podejście do nazywania zwierząt.

Popularność ta nie ogranicza się wyłącznie do nazw psów schroniskowych. A. Kijak-Mantas odnotowała, że w analizowanym przez nią materiale zoonimicznym *znalazło się 1821 imion osobowych, co stanowi nieco ponad 31% wszystkich zoonimów: 63% spośród nich to formy podstawowe, pozostałe to imiona od nich pochodne, często hipokorystyczne. Te pierwsze stanowią niecałe 20% wszystkich omawianych zoonimów* (Kijak-Mantas 2024: 117).

A. Kolodziej wskazuje, że nadający nazwę ludzie mają ograniczone jedynie przez wyobraźnię możliwości nazwotwórcze, gdyż mogą odnosić się do dowolnych czynników wewnętrznych bądź zewnętrznych, związanych z dowolnymi źródłami bądź motywacjami. Badaczka stwierdza, że *urbozoonimy reprezentują kategorię bionimów niekodyfikowanych, nazw niestabilnych, ulotnych* (Kolodziej 2018: 243).

Zwierzęta w kulturze nie są pojmowane jako istoty wyłącznie użytkowe czy też element środowiska podporządkowany ludzkim potrzebom. Zwierzęta domowe zajmują coraz ważniejszą pozycję – nie jako przedmioty opieki czy towarzysze zabawy, lecz jako pełnoprawni członkowie rodziny, co widać na podstawie pojawienia się słowa *psiecko*, definiowanego jako *psa utrzymanego w domu, traktowanego jako pełnoprawnego członka rodziny* (WSJP, 02.01.2025). Badania psychologiczne dowodzą, że kontakt ze zwierzętami może łagodzić poczucie osamotnienia, redukować stres i wzmacniać poczucie społecznej przynależności (Brown & McConnell 2016: 56). W tym kontekście praktyka nadawania imienia staje się jednym z mechanizmów budowania więzi – aktem o charakterze zarówno emocjonalnym, jak i symbolicznym.

Niezależnie od rodzaju relacji człowieka ze zwierzęciem, tj. czy jest ona pozytywna (jak w przypadku psa Lassie z powieści E. Knighta) bądź negatywna (jak w przypadku Moby Dicka z powieści H. Melvilla), nadanie imienia zwierzęciu stanowi akt, który przenosi istotę nie-ludzką w sferę ludzkiej komunikacji i kultury, wyraz uznania jej odrębności, tożsamości oraz wpływu na nasze życie, nawiązania relacji z tą istotą. J. Serpell podkreśla głębokie związki emocjonalne rodzaju ludzkiego ze zwierzętami, przywołując między innymi monumentalne nagrobki, które cesarz Hadrian wznosił na grobowcach swoich ulubionych psów oraz wspomina płacz Hortensjusza Hortalusa, gdy umarła jego ulubiona płastuga (Serpell 1986: 47). Wydaje się, że pierwszym krokiem do nawiązania głębokiej relacji między człowiekiem a zwierzęciem może być nadanie mu imienia. Należy zauważyć, że u ludzi występuje korelacja między pozytywnymi relacjami ze zwierzętami a pozytywnymi relacjami z innymi. Im cieplejsze stosunki człowiek ma ze zwierzęciem, tym większa szansa, że nawiąże serdeczne stosunki z ludźmi (Serpell 1986: 38). Wskazuje to na zanikanie barier między ludźmi a ich pupilami.

W materiałach opracowywanych przez schroniska oraz organizacje zajmujące się dobrostanem zwierząt podkreśla się, że odpowiednio dobrane imię może pełnić istotną funkcję marketingową, zwiększając szanse zwierzęcia na adopcję. Jak zauważają autorzy pracujący z psami w schroniskach, pozytywny wydźwięk imienia wpływa na odbiór psa przez potencjalnych opiekunów, budując jego atrakcyjniejszy wizerunek i wzmacniając emocjonalną reakcję odbiorcy (Animal Farm Foundation: n.d.). W tym wypadku imię funkcjonuje na podobnej zasadzie jak reklama bądź inne narzędzie komunikacji w warunkach marketingowych, tj. ma na celu wywołać skojarzenia z pozytywnymi cechami, tj. przyjaznym charakterem lub wyjątkowością zwierzęcia. Wskazuje się, że nazwy nacechowane negatywnie lub zbyt surowe mogą nieświadomie obniżać szanse adopcyjne, natomiast imiona o pozytywnym brzmieniu przyciągają uwagę i skłaniają do nawiązania więzi. W sytuacji pracy ze zwierzętami zamieszkującymi w schroniskach imię można uznać za element szerszej strategii prezentacji zwierzęcia – obok fotografii, opisu zachowania czy historii podopiecznego – i może realnie wpływać na decyzje osób rozważających adopcję. Być może jest to powód, dla którego zwierzęta w schroniskach częściej otrzymują imiona pochodzące od antroponimów niż w normalnych warunkach.¹ Oznaczałoby to, że pracownicy schronisk, świadomie bądź nie, uznają nadawanie psom imion odantroponimicznych za jeden z czynników warunkujących adopcję.

¹ Według A. Kijak-Mantas (2024: 117) w warunkach domowych 31% zwierząt otrzymuje imiona pochodzące od antroponimów, w warunkach schroniskowych sięga to około 46%.

PODSUMOWANIE

Analiza zebranych zoonimów pokazuje, że nazwy własne zwierząt stanowią wielowymiarowy materiał do badań językoznawczych, w którym widoczne są zarówno procesy kulturowe, jak i społeczne. Zoonimy odzwierciedlają antropocentryczną wizję świata – znakomita większość z nich to nazwy odantroponimiczne oraz inne nazwy nawiązujące do wytworów bezpośrednio powiązanych z kulturą lub będących wytworem kultury ludzkiej: toponimów, mitonimów czy chrematonimów.

Nadanie zwierzęciu imienia buduje relację oraz stanowi wyraz emocjonalnej bliskości i uznania jego indywidualności. Widoczna jest tendencja do *uczłowieczania* zwierząt domowych poprzez nadawanie im imion ludzkich bądź bezpośrednio przyjęcie do świata ludzi (adopcję nie jako zwierzęcia, tylko substytut dziecka). Zjawisko to współgra z rosnącą społeczną akceptacją traktowania zwierząt jako pełnoprawnych towarzyszy życia codziennego. Zoonimia służy w tym wypadku jako narzędzie do kształtowania i poszerzania relacji człowieka z otaczającymi go zwierzętami domowymi.

REFERENCES

- Animal Farm Foundation n.d.:** “Naming Dogs in Shelters: The Power of Positive Framing.” <https://www.animalfarmfoundation.org/dog-names-framing/> (accessed 12.11.2025).
- Brown & McConnell 2016:** Brown, Christina M. & Allen R. McConnell. “Thinking about Cats or Dogs Provides Relief from Social Rejection.” *Anthrozoos*, vol. 29, issue 1 (2016): 47–60.
- Kijak-Mantas 2024:** Kijak-Mantas, Agnieszka. “Personal Names as Animal Names.” [In Polish: „Imiona osobowe w funkcji zoonimów.” *Jezykoznawstwo*, no 18 (2024): 113–124.]
- Kołodziej 2018:** Kołodziej, Agnieszka. “Urban Zoonymes in Selected Western and Southern Slavic Languages.” *Onomastica*, no 62 (2018): 233–249. <https://doi.org/10.17651/ONOMAST2018.18>. [In Polish: Kołodziej, Agnieszka. „Nazewnictwo urbozoonimiczne w wybranych językach zachodnio- i południowosłowiańskich.” *Onomastica*, nr 62 (2018): 233–249.]
- Kovalev 2023:** Kovalev, G. F. “Zoonym as an Object of Study of Literary Onomastics.” *Actual Issues of Modern Philology and Journalism*, no 2 (49 / 2023): 113–120. <https://doi.org/10.36622/AQMPJ.2023.57.68.017>. [In Russian: Ковалев, Г.Ф. „Зооним как объект изучения литературной ономастики.” *Актуальные вопросы современной филологии и журналистики*, № 2 (49 / 2023): 113–120.]
- Madieva & Suprin 2015:** Madieva, G. & Suprun, V. *Theory and Practice of Onomastics*. Moscow: Flinta, 2015. [In Russian: Мадиева, Г. & Супрун, В. *Теория и практика ономастики*. Москва: Флинта, 2015.]
- Podberi Sobaku 2024:** webportal. <https://podberi-sobaku.ru/sobaki-v-dobrie-ruki> (accessed 17.03.2024). [In Russian: *Подбери Собаку!* „Собаки и щенки в дар – в добрые руки.“]

Serpell 1986: Serpell, James. *In the Company of Animals: A Study of Human-Animal Relationships*. London: Basil Blackwell, 1986. (First edititon: 1952.)

WSJP: “Psiecko.” In *Wielki słownik języka polskiego*. Instytut Języka Polskiego PAN. <https://wsjp.pl/haslo/podglad/119145/psiecko> (accessed 12.11.2025).

PAWEŁ SMÓŁKO, BA

Maria Curie-Skłodowska University in Lublin

 <https://orcid.org/0009-0008-2049-1747>

“Shelter Zoonymy from a Linguistic and Cultural Perspective (Based on Dog Names in Russia).” [Original title in Polish: „Zoonimia schroniskowa w perspektywie językowej i kulturowej (na przykładzie nazw psów w Rosji).”] *Cyrillo-Methodian Papers*, no 15 (2026): 147–155.

DOI: <http://dx.doi.org/10.17951/zcm.2026.15.147-155>

