

Citation:

Walkowiak, J. B. (2020). Jeszcze o apelatywizacji imienia *Janusz*. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej*, 55, Article 1879. <https://doi.org/10.11649/sfps.1879>

Justyna B. Walkowiak
(Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu)

Jeszcze o apelatywizacji imienia *Janusz*

Wstęp

Apelatywne użycie imienia *Janusz* jest zjawiskiem na tyle nowym, że niepodobna go analizować w oparciu o dane Narodowego Korpusu Języka Polskiego (NKJP) – w tekstach z lat 2008–2010 znajdujemy tam zaledwie jeden wynik, w dodatku mało reprezentatywny:

O szkodliwości dymka i alkoholu nie trzeba nikogo przekonywać. Jedno i drugie rujnuje życie nie tylko używającym, ale także ich rodzinom. Papierosy i alkohol generują też wielkie wydatki w służbie zdrowia, przyczyniając się powiększania czarnej dziury budżetowej. Zatem, drogie Ziomki z poziomek i janusze tysięczne – kiedy możemy spodziewać się kolejnej inicjatywy ustawodawczej? (*Narodowy Korpus Języka Polskiego*, b.d.).

Na podstawie zacytowanego fragmentu tekstu można by wnioskować, że *janusz* to po prostu typowy, przeciętny Polak. Precyzyjniej fenomen *janusza* (*Janusza?*) ujmuje redakcyjny komentarz wydawnictwa PWN (sygnowany [PS]),

dotyczący faktu pojawienia się wspomnianego apelatywu wśród wyrazów zgłoszonych w plebiscywie PWN na młodzieżowe słowo roku 2016:

Janusz, Grażyna i Sebastian, to imiona, które w ostatnich latach skupiły na sobie liczne stereotypy. Janusz to mężczyzna w średnim wieku, otyły, z wąsami, którego ulubioną rozrywką jest oglądanie telewizji i picie piwa. Grażyna to nie grzesząca inteligencją, lubiąca się w zakupach i plotkach życiowa partnerka Janusza. Ich syn Sebastian kiedyś byłby nazwany dressem, a dziś jest po prostu Sebą lub Sebixem. Ogołony na łyso lub z bardzo krótkimi włosami jest osiedlowym cwaniakiem, który czasem zagra w piłkę. Rodzina taka skupia na sobie główne negatywne cechy Polaków, które sami zauważamy i których najbardziej się wstydzimy. Tak jak kiedyś telewizyjna rodzina Kiepskich, tak teraz Janusz z rodziną są źródłem żartów i drwin (*Galeria*, b.d.).

Podobne konotacje wiążące się w memach internetowych z imionami *Janusz* i *Seba* (*Sebastian*) odnotował A. Siwiec, analizując użycie tych i pewnych innych imion (np. *Bożena*, *Grażyna*, *Elżbieta*, *Krystyna*, *Halina*; obok *Seby* – *Mati*, *Adi*; obok *Janusza* – *Andrzej*, *Wiesiek*) jako „symboli dyskursowych i kolektywnych” (Siwiec, 2017, s. 687). Stereotypowość postaci Janusza, Grażyny czy Bożeny podkreśla również M. Rutkowski (Rutkowski, 2018). O częściowo zapelatywizowanym imieniu *Janusz/Janusz* wspomniani językoznawcy, badający nowe media z punktu widzenia mediolingwistyki i analizy dyskursu, piszą przede wszystkim jako o imieniu bohatera memów internetowych. W niniejszym artykule natomiast zostanie podjęta próba odpowiedzi na dwa istotne pytania: dlaczego właśnie to imię symbolizuje określone cechy swego denotatu oraz w jakim stopniu nastąpiła jego apelatywizacja.

W związku z nieprzydatnością NKJP do analizy fenomenu *Janusza* posłużymy się danymi Google, powstrzymując się jednak od wniosków o charakterze ilościowym i statystycznym. Wyjątek zrobimy dla narzędzia, jakim jest Google Trends; dzięki niemu można zauważyć wyraźny wzrost liczby użycia wyrazu *Janusz/Janusze* (w liczbie mnogiej, stanowiącej jeden z wykładników apelatywizacji tego antroponimu) już pod koniec roku 2014. Mamy zatem do czynienia ze zjawiskiem nowym, co więcej – wykorzystującym dla pomnażania swojej frekwencji możliwości, jakie daje współczesna technologia informacyjna. Zapewne nieprzypadkowo apelatyw *Janusz* cieszy się ogólnopolską popularnością w stopniu, w jakim nigdy nie stało się to udziałem jego poprzedników w gwarach. Do kwestii zapelatywizowanych imion w gwarach (oraz w socjolektach) jeszcze zresztą powrócimy.

Konotacje związane z imieniem Janusz

Janusz to szczególny rodzaj Polaka. Gdyby na podstawie danych internetowych¹ pokusić się o sporządzenie jego portretu, wyglądałby on mniej więcej tak (w wyróżnionych kursywą cytatach zachowano pisownię oryginału):

- jest to mężczyzna w średnim wieku lub starszy, otyły, z wąsami, ewentualnie z czerwoną twarzą, ubrany niegustownie, niemodnie i/lub nieestetycznie; latem nosi koszulkę na ramiączkach lub w miejscach publicznych paraduje z gołym torsom (*Janusz to pan w skarpetach i sandałach, który popija Żubry i Harnasie, narzekając na warunki pracy w tym kraju i podatki*);
- „Polaczek-cwaniaczek” (*Halyna nazwijmy dzieciaka Żeronimo-Martin usłyszają o nas i może jeszcze jakie darmowe zakupy dostaniemy*);
- lubi piwo i grilla (*narąbane jak bąki Janusze nie potrafią już ustać na nogach; Janusze grilla uważają się za Gordonów Ramsay’ów kuchni, choć na co dzień z trudem udaje im się usmażyć jajecznicę*);
- lubi piłkę nożną, ale na mecze nie chadza, bo taniej obejrzeć je w telewizji (*Po co jeździć na te mecze skoro to samo można w telewizorze obejrzeć?*);
- najbardziej kocha to, co swojskie (*na co komu Egipty i Tunezje wypoczynek na działce najlepszy*);
- nie zna angielskiego ani w ogóle języków obcych (*Janusz i Halina na wycieczce są pierwszy raz. Pierwszy raz lecieli samolotem. Trochę zestresowani, wszystko ich paraliżuje, najbardziej – obcy język*);
- śmieje się z wegetarian i z zagranicznych potraw, sam najbardziej lubi tradycyjne polskie jedzenie: schabowego, rosół (*Grażyna gdzie ja w tym Szarlem Szejku schabowego dostane*);
- chętnie robi zakupy w sklepach dyskontowych (*Wojewódzki z reklamówką z dyskontu bawi się w „Janusza”*);
- zawłaszcza dla siebie/swojej rodziny kawałek plaży, odgradzając się od innych parawanem (*Janusz ma parawan*²);
- po wylądowaniu samolotu bije brawo pilotowi (*Klaszcz, Grażyna, lądujemy!*);

¹ Jak wspomniano wyżej, strony internetowe w języku polskim (w tym artykuły w mediach elektronicznych, fora, blogi, strony domowe, wpisy w mediach społecznościowych itp.) indeksowane przez wyszukiwarkę Google potraktowano jako olbrzymi korpus.

² Por. tekst piosenki DJ Farad – *Janusz ma parawan*, 2016.

- jest oszczędny do granic skąpstwa (*Grażyna i Janusz nie ogarniają, że idziesz wydawać kasę, skoro na miejscu masz wszystko za darmo; Synek nie wyrzucaj torebki jeszcze ze trzy herbaty się zrobi; Brajanku zrobiłam tobie kurczaki z KFC według przepisu z internetu*).

Dodatkowo wypada przypomnieć, za M. Łazińskim, że „Janusz to także ‘ignorant’ w szerszym znaczeniu” (*Galeria*, b.d.) – można tu jeszcze dodać: ‘nieudacznik’. Jak się wydaje, to szersze znaczenie dotyczy tylko użycia apelatywu *janusz* w liczbie mnogiej: *janusze nart* / *janusze stoku* nie potrafią korzystać z wyciągu lub wręcz zakładają narty tyłem do przodu; *janusze budownictwa* stawiają słup na środku ścieżki rowerowej, a wznoszone przez nich budynki walą się z hukiem; *janusze biznesu* spektakularnie bankrutują na skutek własnej głupoty.

Janusz na tle innych zapelatywizowanych imion w Polsce

Imię *Janusz* jako źródło równobrzmiącego apelatywu stanowi przypadek szczególnie wśród innych zapelatywizowanych imion w Polsce, gdyż nie mamy tu do czynienia z imieniem konkretnej postaci historycznej, biblijnej, literackiej ani mitologicznej. Nawet jeśli początkowo istniał jakiś eponimiczny³ Janusz o konotacjach stanowiących źródło późniejszego apelatywu, to obecnie niepodobna dociec jego tożsamości⁴, choć niektóre źródła internetowe (*Janusz Ławrynowicz / Advice Pole*, b.d.; zob. też Majdan, 2012) sugerują istnienie realnej postaci – policjanta, bohatera memów. W języku literackim znajdujemy niewiele podobnych przykładów. Z reguły bowiem, jak podkreśla K. Długosz-Kurczabowa, „apelatywizacji ulegają imiona związane z różnymi dziedzinami: mitologią, historią, literaturą, geografiją” (Długosz-Kurczabowa, 1990, s. 5).

³ O niejasnym znaczeniu pojęcia *eponim* i o roli W. Kopalińskiego w przekształceniu tego znaczenia w świadomości przeciętnego odbiorcy wspomina E. Rudnicka (Rudnicka, 2005, ss. 112–119), odgraniczając też eponimy od powstałych w wyniku ich apelatywizacji eponimizmów (Rudnicka, 2006). O istotnej różnicy między apelatywizacją a (nieprowadzącą do powstania apelatywu) deonimizacją pisze M. Rutkowski (Rutkowski, 2007a).

⁴ W pewnym sensie popkulturowy fenomen *janusza* znajduje swoje paralele nie tylko w popkulturze polskiej (np. fenomen Józefa Tkaczuka, por. Sulima, 1995), ale i światowej (np. napis na murach *Kilroy was here*, por. Crystal, 1995, s. 181). Być może można go zatem traktować jako swoistą (onomastyczną?) odmianę tzw. wirusa umysłu.

Przywołana badaczka przytacza między innymi następujące przykłady apelatywów odnoszących się do osób:

- mitologia: *cerber* ‘srogi, czujny dozorca’, *megiera* ‘kobieta zła, kłótniwa, piekielnica’, *sfinks* ‘człowiek tajemniczy, zagadkowy, nieprzenikniony’;
- historia: *krezus* ‘bogacz, milioner’, *mecenas* ‘opiekun, obrońca; adwokat’;
- literatura: *alfons* ‘sutener’, *donżuan* ‘uwodziciel, bałamut, flirciarz’, *mentor* ‘doradca, doświadczony wychowawca; człowiek lubiący ciągle kogoś pouczać, prawić morały’.

Mechanizm apelatywizacji, oparty na określonych konotacjach, szczegółowo opisuje E. Rudnicka:

Stwierdzenie, że apelatywizacja jest przekształceniem semantycznym, może w pierwszej chwili wydawać się wewnętrznym sprzeczne, gdyż nazwom własnym, które są poddawane apelatywizacji, zgodnie z powszechną opinią językoznawców nie przysługuje znaczenie leksykalne. Należy jednak wziąć pod uwagę fakt, że niektóre z nazw własnych mają przypisaną w powszechnej świadomości użytkowników pewną stereotypową, na ogół niewyraźnie określoną treść, swoistą asocjację parasemantyczną [...]. W dokonywanym przekształceniu semantycznym ta właśnie treść jest obiektem operacji, której produktem końcowym jest znaczenie leksykalne jednostki *a*’przenośne w stosunku do treści asocjacyjnej. Wydaje się nawet, że jeśli takiej asocjacji czy konotacji nie ma, to apelatywizacja jest niemożliwa (Rudnicka, 2005, s. 111).

Imię *Janusz* nie posiada tego typu oczywistych asocjacji; nie odnosi się również do niego konotacja encyklopedyczna, która „dopuszcza istnienie pewnej ponadnarodowej «wspólnoty intelektualnej», ponieważ można przyjąć, że ludzie na określonym poziomie będą mieć podobne konotacje encyklopedyczne” (Rudnicka, 2005, s. 11). Na podstawie praktycznej wiedzy o modach imienniczych w Polsce można co najwyżej z pewnym prawdopodobieństwem próbować odgadnąć typowy wiek osób o tym imieniu.

Trudności, jakich naraża próba wyjaśnienia wyboru akurat imienia *Janusz* jako kwintesencji wspomnianych wyżej cech, potwierdzają badania Cz. Kosyła (Kosyl, 1974, s. 94), który zanalizował blisko półtorej setki form odimiennych z gwary studenckiej z lat 60.–70. i bodaj jako pierwszy wspomniał o przypadkowości wyboru imion jako bazy odimiennych apelatywów oznaczających ogólnie kobietę (10 jednostek) bądź mężczyznę (7 jednostek).

Jeszcze wyższą liczbę apelatywów odantroponimicznych wywiedzionych od imion, a oznaczających ogólnie kobietę lub konkretnie prostytutkę odnotowuje J. Obara w odniesieniu do socjolektu przestępczego (Obara, 2003a, s. 107).

Jak podkreśla wspomniany badacz, zmetaforyzowane imiona bywają w funkcji konotacyjnej wykorzystywane rzadko i wiąże się to wtedy z zanikiem ich funkcji denotacyjnej. W oparciu o materiał pochodzący z badań nad socjolektami różnych grup środowiskowych i zawodowych, głównie na Dolnym Śląsku, Obara (Obara, 2003a, s. 105) przytacza między innymi następujące przykłady: *józek* ‘jakikolwiek mężczyzna’, *feluś* ‘taksówkarz’, *stasia* ‘ciapowata kobieta’ czy liczne zapelatywizowane imiona męskie o znaczeniu ‘policjant’ (*adam*, *adaś*, *antek*, *michaś*, *oleś*, *wacusz*, *władek*, *władzio*⁵, *włodek*, *jacek*, *kornel*). Według wspomnianego badacza tego typu grupa jest niejednorodna i „stwarza wrażenie przypadkowego zbioru jednostek leksykalnych mających znaczenia nie dające się wywieść z ich podstaw” (Obara, 2003a, s. 107).

Analogiczne do apelatywu *janusz* przypadki apelatywizacji imion nieszonych przez postaci historyczne, biblijne, mitologiczne ani literackie nie są z reguły rozpoznawalne na skalę ogólnopolską, gdyż funkcjonują jedynie lokalnie, na przykład w mowie (niektórych) mieszkańców Poznania:

Przykładem przenoszenia imion do kategorii przezwisk jest zanotowane w *Słowniku...* [Gruchmanowa & Walczak, 1997] określenie prostaczki, kobiety brzydkiej, źle ubranej: *Takom Pelache przyprowadziłeś, gdzie ty masz oczy?; Siedziała tam tako Pelacha i nikogo nie wpuszczala*. Ekspresywność tego przezwiska ujawnia się szczególnie mocno przy zestawieniu go z neutralnym imieniem [...]. Imię Pelagia stanowiące podstawę przezwiska ma długą tradycję w gwarach. Zmianę jego wartości emocjonalnej po przeniesieniu do klasy przezwisk należy wiązać z megalomanią mieszkańców miasta manifestowaną w stosunku do przybyszów ze wsi (Sarnowska-Giefing, 2015, s. 81).

Nie znaczy to oczywiście, że zapelatywizowane imiona spotyka się jedynie w gwarach miejskich. Z. Abramowicz i D. Kosior znajdują je na przykład w podbiałostockich wsiach: „[...] *Kasiula*, *Kasia* (≤ Katarzyna) – plotkarka, kobieta biegająca po chałupach, *Gabrynia* (≤ Gabriela) – była bardzo otyła. Dwa ostatnie przezwiska uległy apelatywizacji i stały się synonimami kobiety-plotkarki (*Kasiula*) i kobiety otyłej (*Gabrynia*)” (Abramowicz & Kosior, 1998, s. 17). Sporo podobnych przykładów gwarowych, również funkcjonujących wyłącznie w skali regionalnej, wyekscerpowala – głównie ze *Słownika gwar polskich* – R. Kucharzyk (Kucharzyk, 2010, ss. 40–72). Ich uważna lektura dowodzi, że w zasadzie nie występują one w sferze apelatywnej

⁵ Żartobliwa adidecja od ap. *władza*.

współczesnego języka literackiego. Pewna ich część odnosi się do człowieka w sensie ogólnym, np. oznacza młodą dziewczynę (*fruzia, gierka, hania, haniak, hanka, helisia, helisienia, heliś, kaśka, maryna, marysia, maryśka, oliś*) bądź chłopaka (*fryc, karlik, karlus, karlusek, karolus, szczepanek*); jak podkreśla Kucharzyk, tylko nieliczne takie eponimizmy – by posłużyć się terminologią zaproponowaną przez E. Rudnicką (Rudnicka, 2005, 2006) – są nacechowane zdecydowanie pejoratywnie. Inne wyekscerpowane przez Kucharzyk wyrazy odantroponimiczne mieszczące się w polu semantycznym „Człowiek” odnoszą się do konkretnych cech fizycznych lub cech osobowości, do narodowości lub miejsca zamieszkania, albo określają pozycję bądź funkcję w społeczeństwie, np. *butrym* ‘człowiek otyły’, *tekla* ‘kobieta złośliwa, plotkarka’, *jakub* ‘krzykacz’, *frank* ‘mieszkaniec Lubawy i Brodnicy’, *piłat* ‘tracz’⁶. Jednakże powiązanie znacznej części wyekscerpowanych przez wspomnianą badaczkę apelatywów odantroponimicznych, z których tu przytoczono jedynie niewielki ułamek, z określonym wyglądem lub cechami charakteru wydaje się arbitralne, a jego powody – niejasne, podobnie jak w przypadku imienia *Janusz*. Jeśli pierwowzorem apelatywu *tekla* była rzeczywiście kłótniwa plotkarka o równobrzmiącym imieniu, a apelatywu *jakub* – jakiś autentyczny Jakub, krzykliwy mieszkaniec którejś z okolicznych wsi, to dziś nie sposób już tego ustalić.

Podobnie lokalny, a nie ogólnopolski charakter mają niektóre zapelatywizowane antroponimy w gwarze uczniowskiej, będące przedmiotem analizy dokonanej przez A. Chłudzińskiego (Chłudziński, 2006, ss. 43–44). Poniżej uwzględniono wyłącznie wyekscerpowane przezeń eponimizmy o znaczeniu osobowym oparte na imionach polskich bądź międzynarodowych w postaci polskiej⁷, ale z wyłączeniem tych utworzonych od nazw postaci historycznych czy literackich: *adolfina* ‘dziewczyna, kobieta, z którą wiązą kogoś więzy przyjacielskie; przyjaciółka’, *celina* ‘starsza nauczycielka’, *edek* ‘osoba nieinteligentna’, *janusz* [!] ‘osoba bardzo głupia, ograniczona intelektualnie’, *matylda* ‘matka [pseudoapelatywizacja, adideacja?]; osoba tęga’ i wiele innych.

Obara (Obara, 2003b, s. 156) podkreśla, że choć z upływem czasu zapelatywizowane nazwy własne pomału stają się równoprawnymi synonimami innych apelatywów, rzadko ich apelatywny status jest aż tak pewny, by same mogły służyć do objaśniania innych wyrazów. W charakterze wyjątku przywo-

⁶ To raczej wynik adideacji niż konotacji biblijnych (tracz posługuje się wszak piłą).

⁷ Pominięto zapelatywizowane imiona obce: *Clark, Larry, Michael, Peggy*.

łuje jednak apelatyw *stefan* ‘żołnierz, który skrupulatnie wykonuje polecenia przełożonych’, użyty przez jednego z ankietowanych do objaśnienia innego socjolektalnego elementu leksykalnego.

Bodaj jedyne przypadki zapelatywizowanych imion znane na skalę ogólnopolską zdają się dotyczyć pogardliwych odniesień etniczno-narodowych – typu *helmut* ‘Niemiec’, *icek* ‘Żyd’:

Czeski *Pepik* i *Pepiczek* – żartobliwe przezwiska Czechów w Polsce – to właściwie zdrobniałe formy imienia *Jósef* [...]. Imiona *Franciszek* i *Józef* tak bardzo są rozpowszechnione, że na ulicach Złotej Pragi można usłyszeć ulicznego sprzedawcę wykrzykującego: „Pro Frantika, pro Pepika!”, czyli „Dla każdego, dla wszystkich!”. Niemcy w czasie ostatniej wojny żołnierzy radzieckich nazywali *Iwanami*, a Rosjanie Niemców – *Frycami* (Cienkowski, 1992, s. 58).

Tekstowe wskaźniki apelatywizacji imienia *Janusz*

W analizowanym materiale można wyróżnić, wzorując się na dokonanej przez R. Przybylską (Przybylska, 2014, ss. 317–318) analizie apelatywizacji imienia *Mojżesz*, następujące wskaźniki tekstowe sygnalizujące odbiorcy, że ma do czynienia ze znaczeniem niedosłownym:

- 1) Użycie wspomnianego imienia (zwykle w liczbie mnogiej) z przydawką dopełniaczową – jest to bardzo częsty typ użycia tego zapelatywizowanego imienia: *Janusze budownictwa*, *Janusze budowy*, *Janusze tatuażu*, *Janusze fryzur*, *Janusze biznesu*, *Janusze inwestowania*, *Janusze siłowni*, *Janusze polskości*, *Janusz wczasowania*, *Janusze Bałtyku*, *Janusze plaży*, *Janusze parawanów*, *Janusze turystyki*, *Janusze tuningu*, *Janusze transportu* i in.
- 2) Użycie imienia z przymiotnikiem typu *nowy*, *współczesny*, *drugi*, *polski* (i inne przymiotniki odnoszące się do narodowości) jest niezwykle rzadkie, co nie dziwi, ponieważ ten typ użycia jest właściwy dla związków frazeologicznych zawierających antroponimy, które posiadają tylko jeden desygnat (np. *drugi Einstein*, *polski Machiavelli*), a *Janusz* takim antroponimem nie jest. Jednak istnieją przymiotniki, które często spotykamy w prepozycji w związku frazeologicznym z tym imieniem – np. *prawdziwy*, *typowy* (uwaga ta dotyczy również zaimka *taki*) – co upodabnia onim *Janusz* do rzeczowników pospolitych (por. *prawdziwy dżentelmen*; *typowa kobieta*; *mój brat to taki samotnik*):

*Czy nosisz skarpety i sandały, jak na prawdziwego Janusza przystało?
Prawdziwi Janusze mechaniki! Zobacz jak naprawiają swoje samochody.
Kuba Wojewódzki idzie na plażę... Jak Typowy Janusz!
Moi rodzice to trochę taka grażynka i janusz.*

- 3) Użycie imienia w orzeczniku – X (nie) jest Januszem, X to (nie) Janusz (w filozofii języka od czasów Arystotelesa stanowi to tradycyjny wyznacznik rzeczownika pospolitego, w odróżnieniu od nazwy własnej, której w charakterze orzecznika użyć niepodobna):

Czy taki Janusz wie że jest Januszem?

Kiedy tata jest Januszem.

Bez reklamówki to nie janusz.

Bardzo fajny domek, mnóstwo ludzi w takim mieszka i nie są Januszami.

Każdy może zostać Januszem, nawet Ty!

Kolejny przepis który pozostanie martwy – janusz pozostanie januszem i żaden przepis tego nie zmieni.

Nie bądź Januszem, zjedz na mieście!

- 4) Użycie imienia *Janusz* w wyrażeniu porównawczym:

Nie bądź jak Janusz i Grażyna. Nie trać życia na zakupy.

200zł. Serio? Warto dopłacać, skoro lot trwa 2 godziny i zanim się rozsiądzie, to już się wysiada? Bądź jak Janusz, nie daj sobie wmówić, że czegoś potrzebujesz, jeśli wiesz, że nie potrzebujesz.

- 5) Użycie imienia *Janusz* w liczbie mnogiej – to również bardzo typowe dla omawianej apelatywizacji. Co ciekawe, z reguły jest to forma deprecjatywna (por. Skowrońska, 2012) *janusze/Janusze*, nie *januszowie/Januszowie*:

Filozofia dla januszy.

Moi rodzice to typowe Janusze herbu kwitnącej cebuli.

Nie obrażajmy ludzi o imieniu Janusz, janusze niekoniecznie są Januszami.

Tak pracują prawdziwi Janusze projektowania.

Mecz rewanżowy powinien potwierdzić to że Januszom Siatkówki bliżej do czołówki Ligi niż ich rywalom.

Nie wszyscy Polacy to Janusze. Na szczęście.

Grażyny i Janusze szabrują darmowe PĄCZKI na otwarciu galerii!

Wspomniana forma deprecjatywna jest w swej istocie podobna do zjawiska analizowanego przez I. Kamińską-Szmaj, aczkolwiek dotyczącego nazwisk (np. *Urbany, Michniki, Miłosze, Hłaski, Rydzyki*), a nie imion:

Bardzo popularnym sposobem obrażania przeciwnika politycznego, w tekstach pochodzących zarówno z okresu międzywojennego, jak też z czasów PRL i tych ukazujących się po roku 1989, jest użycie jego nazwiska w liczbie mnogiej i często też w formie niemęskoosobowej. Taki zabieg swoistej apelatywizacji, oparty na środku stylistycznym zwanym synekdochą, polega na przeniesieniu cech wtórnych, konotacyjnych przypisywanych konkretnej osobie na całą grupę, której – zdaniem nadawcy – jest reprezentantem, z którą nosiciela nazwiska łączą wspólne poglądy, interesy polityczne, świat wartości. Przy czym, co warto podkreślić, użycia nazwiska w liczbie mnogiej wcale nie musi oznaczać, że intencją nadawcy jest wskazanie istnienia jakiejś grupy osób [...] lecz zabieg apelatywizacji służy przede wszystkim wyrażeniu negatywnych emocji i napiętnowaniu nosiciela nazwiska (Kamińska-Szmaj, 2006, s. 109).

6) Użycie imienia w konstrukcji *ktoś ma swojego X-a*:

Opowiadanie im o beznadziejnych samotnych facetach, których poznajesz na swojej drodze, zawsze uskrzydla facetów w związkach, bo oto oni właśnie są tymi lepszymi, normalniejszymi. A ich kobietom schlebia fakt, że nie muszą tak jak ty już szukać i błądzić. Mają tego swojego Janusza i dobrze jest.

Na uwagę zasługuje również niewspomniana przez Przybylską konstrukcja typu imię + wyrażenie przyimkowe: „*Janusze*” na wakacjach, *Polscy Janusze nad morzem, Janusze bez ziemi*.

Nie w pełni ustabilizowany apelatywny status *janusza* sprawia, że równie niekonsekwentna jest jego pisownia (wielką bądź małą literą, w cudzysłowie bądź nie), niekiedy nawet w tym samym zdaniu: *Moi rodzice to tacy typowi janusze ale akurat w tej kwestii na szczęście nie są Januszami*. Potwierdza to ustalenia I. Kosek, stwierdzającej, że ortografia większości badanych przez nią zapelatywizowanych onimów jest niestabilna, przy czym dotyczy to nie tylko wahań wielka/mała litera, ale i użycia łącznika, przecinka i cudzysłowu, a także pisowni łącznej bądź rozdzielnej (Kosek, 2006, ss. 22–23, 25). Wspomniana badaczka wyciąga stąd wniosek, że „przy apelatywizacji nazw własnych ortografia w niewielkim stopniu pomaga w ustaleniu statusu poszczególnych jednostek” (Kosek, 2006, s. 27).

R. Przybylska (Przybylska, 2014, s. 316) na skali obrazującej przechodzenie jednostek z kategorii nazw własnych do pospolitych wyróżnia pięć grup:

- 1) antroponimy w pełni ustabilizowane w funkcji apelatywów, odnotowane przez słowniki, pisane małą literą,
- 2) antroponimy wchodzące w skład stałych związków frazeologicznych, nieużywane samodzielnie,
- 3) antroponimy zasadniczo nienotowane przez słowniki, ale używane znacząco często w tekstach w nieonimicznych funkcjach znaczeniowo wtórnych,
- 4) antroponimy wykorzystywane jako nośniki znaczeń wtórnych sporadycznie, na użytek konkretnego tekstu,
- 5) antroponimy jedynie potencjalnie możliwe do użycia w funkcjach metaforycznych.

Na powyższej skali *janusz/Janusz* plasuje się wysoko – w grupie pierwszej i/lub trzeciej, z całkowitym jednak pominięciem grupy drugiej (z uwagi na niewchodzenie w skład stałych związków frazeologicznych). Dlatego można wysunąć ostrożne przypuszczenie, że ze względu na nietypowo przyspieszony (przez medium propagacji – internet) „cykl życiowy” tego słowa oraz na jego proveniencję *janusz/Janusz* nie zachowuje się w sposób typowy dla wcześniejszych zapelatywizowanych antroponimów.

Derywaty od apelatywu *janusz*

Apelatyw *janusz* doczekał się już także własnych derywatów, przede wszystkim czasownika *januszować*, przymiotnika *januszowaty* i rzeczownika *januszostwo*. Według definicji Obserwatorium Językowego Uniwersytetu Warszawskiego (*januszować*, 2016), *januszować* (od którego pochodzi deverbativum *januszowanie*) to ‘zachowywać się w sposób prostacki, uważany za charakterystyczny dla *janusza*’, a *januszowaty* to ‘mający cechy typowe lub uchodzące za typowe dla *janusza*’. Powyższe definicje wymagają rzecz jasna zdefiniowania samego apelatywu *janusz*: według OJ UW jest to ‘niezbyt urodziwy mężczyzna uosabiający stereotypowe, negatywne cechy przypisywane Polakom: rubaszość, zamiłowanie do alkoholu, brak ogłady i tandetny styl ubioru; także w odniesieniu do przedstawicieli innych narodów’. Wszystkie te trzy hasła opatrzone kwalifikatorami *pot. dezapr.*, a czasownik dodatkowo adnotacją *lub żart*.

Warto w tym miejscu odwołać się do zaproponowanego przez A. Skudrzykową i K. Urban (Skudrzykowa & Urban, 2002) podziału na dwa wyraźnie różne strukturalnie typy wyrazów odimiennych (*czy, inaczej, derywatów ono-*

mastycznych): derywaty słowotwórcze, w których wyraźnie widać wykładnik derywacji (zwykle jest to formant przyrostkowy) – np. *januszować*⁸, *januszostwo*, oba powstałe już jako wyrazy pospolite; oraz derywaty semantyczne jednoleksemowe. Te ostatnie mogą być, według przywołanych badaczek, dwojakiego rodzaju: pozornie tożsame formalnie z nazwą własną, jednak wnoszące nową treść, np. *wenus* ‘piękna kobieta’, *wersal* ‘kurtuazja’; oraz wyrazy, w których wykładnikiem apelatywizacji jest nowy typ fleksyjności, np. *ludlummy*, *hitlery* („urzeczowienie” nazwiska). Jak się wydaje, *janusz* kwalifikuje się do obu tych kategorii – zarówno wnosi nową treść, jak i ujawnia nowy typ fleksyjności (*janusze* zamiast spodziewanej postaci *januszowie*).

W analizowanym materiale *januszować/januszowanie* szczególnie często odnosi się do skąpstwa lub przynajmniej (zbyt) daleko posuniętej oszczędności. Ilustrują to poniższe przykłady.

Pozwólmy przedsiębiorcom na niewielkie januszowanie. To się opłaca! Gdy przedsiębiorca januszuje... to gmina na tym zyskuje.

Dlaczego niektórzy uważają, że pomidorówka na niedzielnym rosole to obciach i januszowanie?

Orange się wkurzyło i ukróci „januszowanie” na roamingu.

Pomimo tego, to nie jest powód, żeby nazywać prześmiewczo takie osoby jak ja „Januszami” albo cwaniakami. Cwaniactwo wymaga jednej rzeczy – świadomości, że kogoś się swoim podstępny czynem wykiwa. Tymczasem ja nie mam pojęcia, kto i ile zarabia lub traci na moim abonamencie.

Jak ktoś chce januszować i szukać bzdurnych oszczędności to niech lepiej kupuje gotowe...

Co ciekawe, stopień oderwania apelatywu *janusz* od proprialnego pierwowzoru sprawił, że obecnie *januszostwo* już niekoniecznie bywa wyłącznie domeną Polaków:

Niemieccy Janusze ubierają się równie tragicznie jak ich polskie odpowiedniki.

Inna sprawa, że zagraniczni janusze biznesu chamsko obchodziliby ten zakaz, np. Auchan zostałby przemianowany na stację benzynową (bo faktycznie sprzedaje paliwo).

⁸ Czasownik ten wpisuje się w pewną tradycję językową, której przykładem może być czasownik *hamletyzować*, a także *ezopować* – derywat ten spotykamy u J. Lelewela (por. Jaros, 2018).

Trzeba jednak przyznać, że amerykańscy „Janusze” i „Bożeny” mają lepszy stan uzębienia w porównaniu [z] angielskimi.

Imiona generacyjne?

Imię *Janusz* nie jest jedynym objętym stygmatyzacją – w mniejszym, choć zauważalnym stopniu dotknęła ona również imion *Grażyna* (‘kobieta, zwykle starsza, której zachowanie, ubiór, upodobania itp. uważane są za prostackie i prowincjonalne’) i *Sebastian* (zwany też *Sebą* lub *Sebixem* ‘młody mężczyzna uosabiający stereotyp mieszkańca blokowisk i przedstawiciela miejscowej subkultury, często przypisywane mu atrybuty to noszenie odzieży sportowej, prawicowe poglądy, brak zatrudnienia, działalność w środowisku kibicowskim’)⁹. Jednakże stopień zapelatywizowania i ustabilizowania w systemie leksykalnym tych onimów nie jest tak wysoki: w roli żony Janusza występuje czasem również *Halina/Halyna*, *Bożena* lub *Jolanta*, w roli syna – również *Pioter/Pjoter* (sic!). Wśród imion symbolizujących podobne cechy co imię *Janusz* pojawiają się (lub wcześniej pojawiały) też *Marian*, *Andrzej*, a zwłaszcza *Mirek*, jednakże żadne z tych imion nie uległo apelatywizacji w takim stopniu jak *Janusz*. Z kolei w pokoleniu młodszym obok *Seby* spotyka się też imię jego partnerki życiowej (*Karina/Karyna*), a także imię ich dziecka – *Brajan*.

Analiza popularności tych imion w minionych dekadach wskazuje, że szczyt popularności imienia *Janusz* przypada na połowę lat 60. (najwyższe – dziewiąte – miejsce w rankingu imion męskich zajął w 1964 r.), imienia *Grażyna* – na rok 1957 (miejsce szóste wśród żeńskich), a imienia *Sebastian* – na rok 2001 (miejsce czternaste), choć imię to cechowała podobna liczba nadań już od połowy lat 70. Najwyższą (41.) pozycję imienia *Karina* w rankingu odnotowano w roku 1975¹⁰.

Wolno przypuszczać, że imię tak obrosłe negatywnymi konotacjami będzie stopniowo traciło na atrakcyjności jako potencjalne imię dla dziecka. Jednakże ponieważ apelatywny debiut *Janusza* przypadł na okres, w którym i tak popularność tego imienia malała, trudno oddzielić fluktuacje naturalnej mody imienniczej od wpływu tej apelatywizacji. Ta sama uwaga dotyczy oczywiście również imion członków „rodziny” *Janusza*, w stopniu adekwatnym do

⁹ O konotacjach kulturowych wokół imienia *Seba* pisze A. Siwiec, 2017.

¹⁰ Dane MSW, za: <http://bankimion.pl/rankings/map> (dostęp 8.07.2018).

stopnia ich zapelatywizowania. Upewniają o tym losy imion *Alfons*, *Nestor*, *Dawid*. Pierwsze z nich, silnie stygmatyzowane wskutek pejoratywnego znaczenia równobrzmiącego apelatywu, doświadczyło po wojnie dramatycznego spadku popularności. Spadek frekwencji imienia *Nestor* nie był tak dramatyczny – nigdy nie było to imię zbyt popularne, a sam apelatyw *nestor* nie ma bynajmniej negatywnego znaczenia – lecz i tak jest widoczny (nie można zresztą wykluczyć, że więcej Polaków rozumie znaczenie apelatywu *alfons* niż *nestor*). Z kolei apelatyw *Dawid* ‘strona słabsza, skazana z góry na porażkę’ (Rutkowski, 2007b)¹¹, jest używany rzadko, jakby wysoka (i gwałtownie rosnąca) frekwencja równobrzmiącego imienia uniemożliwiła stabilizację w języku analogicznego apelatywu.

Podsumowanie – wnioski

Wszystkie powyższe rozważania pozwalają na próbę odpowiedzi na oba pytania badawcze postawione we wstępie: jakie były przyczyny wyboru akurat imienia *Janusz* oraz w jakim stopniu dokonała się apelatywizacja tego antroponimu. Zapewne w znacznej mierze zdecydował przypadek, o czym zdają się zaświadczać analogiczne użycia innych zapelatywizowanych imion analizowanych przez przywołanych wyżej badaczy. Jednakże trzeba pamiętać, że w odróżnieniu od imienia *Janusz*, wszystkie wyrazy pospolite takie jak np. *cerber*, *krezus* bądź *alfons* – podobnie zresztą jak zapelatywizowane biblijne nazwy własne, stanowiące główny przedmiot rozważań K. Długosz-Kurczabowej (Długosz-Kurczabowa, 1990) – za punkt wyjścia mają konkretne, znane wykształconym odbiorcom¹² postaci (biblijne, mitologiczne, literackie bądź historyczne), a „apelatywizacja dokonuje się w ten sposób, że jeden (lub kilka) ze składników sfery konotacyjnej nazwy własnej stabilizuje się jako znaczenie nazwy pospolitej” (Kosek, 2006, s. 22). W przypadku imienia *Janusz* brak jest natomiast czytelnej sfery konotacyjnej.

¹¹ Również ‘synonim Żyda’ (Długosz-Kurczabowa, 1990).

¹² Na marginesie wypada zauważyć, że wiele eponimów omówionych przez K. Długosz-Kurczabową (Długosz-Kurczabowa, 1990) ma charakter zdecydowanie literacki, współcześnie są nieużywane lub rzadkie (np. *ananiasz* ‘kłamca’). Jak podkreśla B. Dereń, poziom znajomości eponimów o bazie literackiej, mitologicznej czy biblijnej jest niski nawet wśród studentów filologii, a co więcej, „na 1100 haseł [w słowniku Kopalińskiego z 1996 r.] tylko kilka pochodzi z okresu powojennego” (Dereń, 2005, s. 10).

Na tę przypadkowość wyboru konkretnych imion jako bazy apelatywów zwrócił uwagę już Cz. Kosyl (Kosyl, 1974), a J. Obara (Obara, 2003a) stawia w odniesieniu do analizowanego przez siebie materiału pytania, które pozostają aktualne także w odniesieniu do *Janusza*: dlaczego w funkcji rzeczownika pospolitego zostało w ogóle użyte imię, a nie neologizm/neosemantyzm? Jak to się stało, że imię zaczęło w ogóle coś znaczyć? Dlaczego akurat to imię, a nie inne (np. dlaczego *józek*, a nie *roman* czy *marian*)? oraz czy zaobserwowane zjawisko jest całkowicie przypadkowe i spontaniczne, czy też rządzą nim jakieś trudno uchwytnie mechanizmy?

W jakimś stopniu „karierze” apelatywnej *Janusza* sprzyjała asocjacja z określoną generacją. Jak podkreśla M. Rutkowski, „[i]miona są tu nie bez znaczenia – wszystkie reprezentują bowiem dawniejszą modę imienniczą”, można więc mówić o autostereotypie „bezpiecznie oddalonym”, „zdystansowanym” w stosunku do młodego odbiorcy (Rutkowski, 2018, s. 106).

To prawda, że dziś, w oparciu o nowe podejścia mediolingwistyki, lepiej rozumiemy, jak zachowują się nazwy w multimedialnym przekazie internetowym:

Osadzone w takim kontekście nazwy funkcjonują, z jednej strony, jako znaki odsyłające do pewnych realnych desygnatów (nierzadko: rozmytych, nieostrych, nieokreślonych – co zdaje się zaprzeczać samej idei *nomina propria* jako sztywnych desygnatorów o jednostkowej referencji [...]), z drugiej zaś – stanowią formalną podstawę kreatywnych nawiązań czy „przekształconych odtworzeń” (remiksów) (Rutkowski, 2018, s. 105).

Wydaje się jednak, że wpływ nowego medium, czyli internetu, ogranicza się w tym przypadku do (nowego) trybu i (szerszego niż w czasach przedinternetowych) zasięgu rozpowszechniania nowego zapelatywizowanego onimu, jak również do jego utrwalenia w formie pisanej (zauważmy, że zapelatywizowane imiona z wcześniejszych badań funkcjonowały zasadniczo w formie mówionej, co bez wątplenia przyczyniało się do ich ulotności), podczas gdy sam mechanizm psychologiczny ich tworzenia pozostaje podobny. Z racji właściwości internetu zapelatywizowane imiona nie zatrzymują się w wąskim kręgu środowiskowym, ale na wczesnym etapie deonimizacji przekraczają próg lokalny, rozprzestrzeniając się błyskawicznie na skalę ogólnopolską, co wcześniej, w ramach tradycyjnych kanałów propagacji, nie byłoby możliwe.

Bibliografia

- Abramowicz, Z., & Kosior, D. (1998). Nieoficjalne nazwy osobowe na polsko-wschodniosłowiańskim pograniczu. W S. Warchoł (Red.), *Przezviska i przydomki w językach słowiańskich* (Cz. 1, ss. 11–26). Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Chłudziński, A. (2006). Najnowsza warstwa eponimów odantroponimicznych zawarta w *Nowym słowniku gwary uczniowskiej*. W Z. Abramowicz & E. Bogdanowicz (Red.), *Onimizacja i apelatywizacja* (ss. 39–46). Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Cienkowski, W. (1992). *Tajemnice imion własnych*. Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.
- Crystal, D. (1995). *The Cambridge encyclopedia of the English language*. Cambridge University Press.
- Dereń, B. (2005). *Pochodne nazw własnych w słowniku i tekście*. Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- DJ Farad – Janusz ma parawan (Audio) tekst i teledysk. (2016). Hity Disco Polo. <https://hitydiscopolo.pl/audio/dj-farad-janusz-ma-parawan-audio/>
- Długosz-Kurczabowa, K. (1990). *Apelatywizacja biblijnych nazw własnych w języku polskim*. Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Galeria Młodzieżowe słowo roku 2016: Janusz/janusz. (b.d.). PWN. <https://sjp.pwn.pl/ciekawostki/haslo/janusz-janusz;5899758.html>
- Gruchmanowa, M., & Walczak, B. (1997). *Słownik gwary miejskiej Poznania*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Janusz Ławrynowicz / Advice Pole. (b.d.). Encyklopedia Internetica. http://pl.encyklopediainternetica.wikia.com/wiki/Janusz_%C5%81awrynowicz/_/Advice_Pole
- januszować. (2016). Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego: Najnowsze Słownictwo Polskie. <http://nowewyrazy.uw.edu.pl/>
- Jaros, V. (2018, październik 4–6). *Eponimy w języku narodowym Joachima Lelewela* [Wystąpienie konferencyjne]. XXI Międzynarodowa i Ogólnopolska Konferencja Onomastyczna, Lublin.
- Kamińska-Szmaj, I. (2006). Apelatywizacja nazw własnych w inwektywach politycznych. W Z. Abramowicz & E. Bogdanowicz (Red.), *Onimizacja i apelatywizacja* (ss. 103–111). Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Kopaliński, W. (1996). *Słownik eponimów, czyli wyrazów odimiennych*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Kosek, I. (2006). O ortografii w kontekście apelatywizacji. *Prace Językoznawcze*, 8, 21–27.
- Kosyl, C. (1974). O przechodzeniu nazw własnych do kategorii nazw pospolitych (na materiale gwary studenckiej). *Onomastica*, 19, 85–104.
- Kucharzyk, R. (2010). *Słownictwo odantroponimiczne w gwarach polskich*. Lexis.
- Majdan, K. (2012). *Janusz Ławrynowicz vel „Pan Andrzej”: Internet go zniszczył: Miał stan przedzawałowy i chodził do psychiatry*. naTemat.pl. <https://natemat.pl/26741,janusz-lawrynowicz-vel-pan-andrzej-internet-go-zniszczyl-mial-stan-przedzawalowy-i-chodzil-do-psychiatry>

- Narodowy Korpus Języka Polskiego. (b.d.). <http://nkjp.pl/>
- Obara, J. (2003a). Przyczyny pojawienia się zapelatywizowanych imion w leksyce socjolektalnej i mechanizmy ich powstawania. W M. Biolik (Red.), *Metodologia badań onomastycznych* (ss. 104–114). Ośrodek Badań Naukowych im. W. Kętrzyńskiego.
- Obara, J. (2003b). Zapelatywizowane nazwy własne i ich formy pochodne w leksyce socjolektalnej. *Rozprawy Komisji Językowej Wrocławskiego Towarzystwa Naukowego*, 29, 147–156.
- Przybylska, R. (2014). Religijny ślad w języku – o metaforyzacji wybranych antroponimów biblijnych: Mojżesz. W A. Nagórko (Red.), *Sprachliche Säkularisierung: Semantik und Pragmatik* (ss. 315–326). Georg Olms Verlag.
- Rudnicka, E. (2005). Z pogranicza leksykologii i onomastyki – przyczynek terminologiczny. *Prace Filologiczne*, 50, 99–124.
- Rudnicka, E. (2006). Eponimizmy versus eponimy: Eponimizmy jako efekt mechanizmu apelatywizacji eponimów. W Z. Abramowicz & E. Bogdanowicz (Red.), *Onimizacja i apelatywizacja* (ss. 185–199). Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Rutkowski, M. (2007a). Apelatywizacja a deonimizacja: Z rozważań nad zakresem terminów. W A. Cieślakowa, B. Czopek-Kopciuch, & K. Skowronek (Red.), *Nowe nazwy własne – nowe tendencje badawcze* (ss. 63–71). Wydawnictwo Pandit.
- Rutkowski, M. (2007b). *Nazwy własne w strukturze metafory i metonimii: Proces deonimizacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Rutkowski, M. (2018). Internet jako przedmiot opisów onomastycznych i medioonomastycznych. *Onomastica*, 62, 99–112. <https://doi.org/10.17651/ONOMAST.62.5>
- Rymut, K. (1995). *Słownik imion współcześnie w Polsce używanych*. Instytut Języka Polskiego PAN.
- Sarnowska-Giefing, I. (2015). „Heluta, twoje dzieciary beblają w żyburze”: Nieoficjalne nazwy własne w mowie mieszkańców Poznania. *Kronika Miasta Poznania*, 2015(2), 73–83.
- Siwiec, A. (2017). O nacechowanych dyskursywnie użyciach nazw własnych w memach internetowych. W D. Filar & P. Krzyżanowski (Red.), *Barwy słów: Studia lingwistyczno-kulturowe* (ss. 687–711). Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
- Skowrońska, D. (2012). Formy deprecjatywne antroponimów w języku polskim. *Onomastica*, 56, 135–148.
- Skudrzykowa, A., & Urban, K. (2002). Macdonaldyzacja, bigbrotheryzacja, czyli eponimy współczesne – norma ortograficzna i uzus. W H. Synowiec (Red.), *W kręgu zagadnień dydaktyki języka i literatury polskiej: Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Edwardowi Polańskiemu* (ss. 258–263). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Sulima, R. (1995). Józef Tkaczuk i inni, czyli o imionach widywanych na murach. *Polska Sztuka Ludowa*, 49(2), 52–64.

Further Remarks on the Appellativisation of the Given Name *Janusz*

Summary

The appellativisation of a given name, especially when related to its stigmatisation, is not frequent in Polish. All the more amazing is the rapid career of the name *Janusz* as an appellative. The phenomenon was first apparent in such phrases as *janusze plaży* or *janusze polskiej gospodarki*, used on the Internet and in the print media in the early 2010s, with a clear peak of the popularity of this type of phraseology observed in 2015. The names of Janusz's wife Grażyna or of his son Seba (Sebastian) have not yet been appellativised, but they also create an image of "typical Poles", overusing beach windscreens, wearing socks with sandals, stealing pencils from Ikea or trying to impress their neighbours at all costs. Based on an analysis of corpus-type data, this article attempts to explain why this name has become a symbol of the shameful traits of Poles, what associations it evokes, and to what degree it has been subject to appellativisation.

Jeszcze o apelatywizacji imienia *Janusz*

Streszczenie

Apelatywizacja imienia, zwłaszcza wiążąca się z jego stygmatyzacją, nie zdarza się w języku polskim często. Tym bardziej zadziwia błyskawiczna kariera imienia *Janusz* jako apelatywu. Po raz pierwszy o *januszach plaży* czy *januszach polskiej gospodarki* można było przeczytać w internecie i prasie tradycyjnej bodaj na początku drugiej dekady tego wieku, przy czym wyraźny szczyt popularności tego typu frazeologizmów przypadł na rok 2015. Żona Janusza Grażyna czy syn Seba nie doczekali się jeszcze apelatywizacji swych imion, ale też kreują wizerunek typowych Polaków, odgradzających swój grajdołek

plażowy parawanem, noszących skarpetki do sandałów, kradnących ołówki z Ikei czy za wszelką cenę starających się zaimponować sąsiadom. W artykule – w oparciu o analizę danych o charakterze korpusowym – podjęta zostanie próba wyjaśnienia, dlaczego akurat to imię stało się symbolem wstydlivych cech Polaków, jakie budzi skojarzenia i w jakim stopniu uległo apelatywizacji.

Keywords: appellativisation; eponym; typical Pole; proper name; given name; name popularity

Słowa kluczowe: apelatywizacja; eponim; typowy Polak; nazwa własna; imię; popularność imienia

Justyna B. Walkowiak, Adam Mickiewicz University, Poznań, Poland

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7301-4591>

Correspondence: justwalk@amu.edu.pl

The preparation of this article was partially financed within the statutory activities of the Institute of Oriental Studies, Adam Mickiewicz University, Poznań, Poland.

Competing interests: The author has declared that she has no competing interests.