

## Bómbómy z dekla

Była taka reklama.... *U nás do krepli dodawajóm proszku do pieczenia...*, potem *no, tsza dodać czszý jajká*, a na sękacz to *barzo dużo jajæk* .... i tak „cała Polska” w różnych gwarach piekła. Pięknie. Smacznie kulinarnie i lingwistycznie, czyli język dopieszczony pod każdym względem.

Dlaczego tak teraz o tym? Ze względu na Halloween. Nasze coraz bardziej tradycyjne polskie święto☺ Tradycyjne tak samo jak słowa, wyrażenia, frazy z angielskiego/amerykańskiego, które przenikają do polszczyzny i – krócej, dłużej – ją zamieszkują, czego obawiać się nie należy, ale ostrożność jest zalecana, owszem. Bo trzeba pamiętać, że **wprowadzając jakiś element języka obcego, adaptujemy dużo większą częśćkę kulturową**, niż by nam się wydawało. Pomyślcie choćby o zmianach społeczno-językowych związanych z mieszkaniami – teraz nie mamy siermiężnych mieszkań w blokach, mamy apartamenty w plazach. Ba!, nawet mikroapartamenty 11 m<sup>2</sup>, dawniej nazywane pokojami. Ale apartament to apartament: jest światowo, elegancko, luksusowo, że wow. Mówimy inaczej – czujemy się lepiej.

W podobnie szerszym kontekście społeczno-kulturowym można rozpatrywać przejęcia całych konstrukcji składniowych, często pojawiających się w reklamach, przykładowo:

- *suszarka dla zdrowych włosów* – włosy stają się podmiotem, są najważniejsze, lecz z drugiej strony – jeśli suszarka jest dla zdrowych włosów, to zniszczonym i farbowanym zostaje już tylko schnąć na wietrze;
- *myć zęby z pastą* – pasta przestaje być związkami chemicznymi w tubce, już jest naszym partnerem, dentystą, opiekunem, patronem pięknego uśmiechu...

Czy *jestem z tym okej?* Chyba nadal nie. *A beauty blender?* Drodzy Czytelnicy, 10 sekund do namysłu... *Beauty blender* to.... Kobiety mają fory. 1, 2, 3.... 10 sekund minęło. Nie, to nie mikstura botoksowa, nie mikser do koktajli młodości (czy raczej: *smoothies*). Tak!, gąbka do makijażu. Początkowo jako nazwa marki, potem – tak jak adidas czy elektrolux – jako rzeczownik pospolity.



Nasz stosunek do angielszczyzny przeszedł wyraźną ewolucję\*; kiedyś wystarczyło wrzucić angielskie słówko, i gotowe, tak powstało dużo nazw typu: *New Kmicic*. Teraz jesteśmy... na wyższym *levelu*. Wchodzimy w angielskie gry językowe. Kilka nazw punktów gastronomicznych: ***Boys Meat Girls; Love Zdrowe, Hurry Curry***\*\*... to już jest sprawność na poziomie języka ojczystego, równie wysoko punktowana jak rodzima: ***Bulwa Nać*** .... A z drugiej strony, dla odmiany... zagraniczni właściciele tworzą lub utrzymują polskojęzyczne nazwy sieci sklepów: Żabka, Biedronka. My po ichniemu, oni po naszymu. Ja tę przewrotność, wielorakość, wielobarwność, multicząsteczkowość uwielbiam. Ale o rozsądek się też dopraszam.

No dobrze, my tu gadu-gadu, a tam bómbómy na dekle stygną. A zatem – czym są. Bo ich nazwa brzmi bardziej egzotycznie niż zapożyczenia, prawda? Niszowo. Ale dla mnie bombowo. To w gwarze kociewskiej cukierki, które zastygają na pokrywie i z tej pokrywy są później zajadane. Lokalny specjał. W repertuarze kulinarnym Kociewia są jeszcze na przykład *ślizge pampki* (dla *blublusiów*)\*\*\*... o racuchach kociewskich to już sami, poczytajcie, ech...☺.

Czy można połączyć własne tradycje, w tym językowe, z obcymi? Ja uważam, że warto próbować. Chcąc zatem się otworzyć na inne obyczaje, a własnych nie zaniechać, wraz ze zbliżającymi się Halloween/Dziadami do wyboru zostawiam Wam:

***Trick or treat. Cukierek albo psikus. Bómbóm albo bajzel.***

Cukierkowo smacznego, halloweenowo straszego, mickiewiczowsko klimatycznego listopada życzę wszystkim.

Wasza  
dk

\* Tematyka zapożyczeń w konstrukcjach nazw obiektów w przestrzeni miejskiej była poruszana podczas XI Forum Kultury Słowa 2017;

\*\* Przykłady z wystąpień prezentowanych podczas ww. Forum.

\*\*\* *ślizge pampki* to maślaki, a *blublusiami* Kociewiaczy nazywają strojnisiów.