

Kraków, dnia 3 października 2024 r.

dr hab. Tomasz Majtczak
Zakład Japonistyki i Sinologii, Instytut Orientalistyki
Wydział Filologiczny Uniwersytetu Jagiellońskiego
tomasz.majtczak@uj.edu.pl

Recenzja rozprawy doktorskiej
Semiotyka i poetyka lingwistyczna japońskich nazw przedsiębiorstw
autorstwa mgra Kenjiego Miury

Przedłożona do recenzji rozprawa poświęcona jest analizie japońskich nazw przedsiębiorstw z punktu widzenia semiotyki i poetyki. Oprócz noty redakcyjnej, tekstu „Od autora” i wprowadzenia składa się ona z czterech rozdziałów głównych, podsumowania, indeksu terminów i nazwisk, bibliografii oraz streszczenia po angielsku i po japońsku. Ogółem obejmuje 283 strony formatu A4.

Pod względem treści Wprowadzenie (s. 15–46) zawiera informacje o temacie rozprawy i jej celach, o tle kulturowym i językowym badanego materiału, jak również objaśnienia terminologiczne. Rozdział pierwszy (s. 47–88) poświęcony jest aspektom semiotycznym i graficznym nazw przedsiębiorstw, a także narzędziom lingwistycznym i pozalingwistycznym służącym do ich opisu. Druga część (s. 89–129) omawia kwestie pragmatyczne nazw przedsiębiorstw, skupiając się na ich strukturze wewnętrznej w powiązaniu z semiotyką, na przekazywaniu informacji i performatywności, wreszcie na ich funkcji jako marek handlowych i symboli kulturowych. Trzeci rozdział, najobszerniejszy (s. 131–206), to analiza wybranych nazw przedsiębiorstw, należących do następujących kategorii: banki, branża farmaceutyczna, branża motoryzacyjna, elektroniczna, wydawnictwa, sektor usług, instytucje. Ostatni rozdział (s. 207–235) skupia się na poetyce nazewniczej i jej funkcjach, w tym m.in. na nacechowaniu i zróżnicowaniu stylistycznym, na składni i słowotwórstwie nazw, grach słownych i związkach poetyki z pragmatyką. W Podsumowaniu (s. 237–258) znalazły się uwagi o cechach i funkcjach nazw przedsiębiorstw, o realizowanych przez nie schematach nazwotwórczych, jak też o zagadnieniach związanych z ich przekładem na język polski.

Problemem podstawowym, z jakim próbował zmierzyć się Doktorant, była przynależność nazw przedsiębiorstw do kategorii *nomina propria*, a w zasadzie ogólna istota nazw własnych. W kilku miejscach rozprawy wskazał on na dwie powtarzające się w literaturze przedmiotu cechy tych nazw: to, że są one jednostkowe, odnoszą się do pojedynczego obiektu, oraz to, iż tylko denotują obiekt, pozbawione są natomiast możliwości konotowania jego cech. Wskazał także na problemy wynikające z takiego sposobu definiowania, nie rozwiązując oczywiście tego problemu, bo nie to było celem pracy. Można jedynie ubolewać, że Doktorant

nie odniósł się w żaden sposób do jeszcze jednego sposobu określenia nazw własnych, autorstwa Witolda Mańczaka, ani nawet o nim nie wspomniał. Otóż Witold Mańczak ujmował istotę nazw własnych i kwestię ich odróżnienia od nazw pospolitych w aspekcie translatorskim, a mianowicie wskazywał na zasadniczą przetłumaczalność nazw pospolitych wobec zasadniczej nieprzetłumaczalności nazw własnych, podnosząc, iż od tak sformułowanej definicji jest statystycznie najmniej wyjątków¹. Byłoby to o tyle istotne i ciekawe, że niemalą część pracy doktorskiej zajmują rozważania nad sposobami przekładu japońskich nazw przedsiębiorstw na język polski, wraz ze sporą ilością własnych propozycji Doktoranta w tym zakresie.

Trzeba jednak w związku z tym podkreślić, że tradycja japońskich badań onomastycznych różni się znacząco od onomastyki europejskiej, zarówno pod względem metod, jak i zagadnień badawczych, na co słusznie (choć może zbyt często) zwraca uwagę Doktorant. W takiej sytuacji umiejscowienie nazw przedsiębiorstw w obrębie obu tych tradycji będzie różne, z czego wynikają nieuniknione trudności definicyjne i klasyfikacyjne.

Skoro przy klasyfikacjach jesteśmy, wytknąć można Doktorantowi niekiedy niewystarczającą uwagę w ich konstruowaniu bądź stosowaniu. I tak np. prezentując różne typy przedsiębiorstw z elementem *kaisha* 会社, dosł. ‘firma’ (s. 42–44), wyróżnia on między innymi „zrosty z pierwszym komponentem, nazywającym charakter działania bądź branżowy typ aktywności” (B1) oraz „zrosty z pierwszym komponentem, nazywającym świadczoną przez przedsiębiorstwo usługę” (B5), nie precyzując jednak granicy między nimi. Można się zastanawiać, czy firma transportowa to na pewno B1, skoro biuro podróży to B5, a także jak duża jest różnica między firmą inwestycyjną (B1) a firmą brokerską, powierniczą czy pośredniczącą na rynku pożyczek krótkoterminowych (wszystkie w B5). Inny przykład to nazwy wydawnictw pogrupowane według pochodzenia ich pierwszego komponentu (s. 183–189), który może być sinojapoński (osobno wyróżniono tu nazwy geograficzne), rodzimy (osobno m.in. nazwy drzew, toponimy czy nazwiska) bądź też obcy, głównie anglojapoński. Wśród sinojapońskich toponimów znalazły się błędnie *Kiinokuni* 紀伊国 oraz *Sagano* 嵯峨野 (s. 186; *Sagano* zresztą powtórzone, tym razem słusznie, wśród toponimów rodzimych na s. 188), z kolei rodzime *Izumi* (s. 188) z uwagi na zapis 和泉 jest zapewne toponimem albo inną nazwą własną i nie ma bezpośredniego związku z apelatywem *izumi* 泉 ‘źródło’ (choć pewnie ma związek pośredni). Nazwa *Ochanomizu* 御茶の水 (s. 188) jest oczywistą hybrydą międzysystemową i nie znajdzie się dla niej miejsce w takiej klasyfikacji. Uznanie toponimu *Chikuma* 筑摩 za sinojapoński (s. 186), a nazwiska *Tokuma* 徳間 za rodzime (s. 189) jest tyleż odważne, co pozbawione podstaw bez dogłębnych badań etymologicznych. Takich usterek nie ma jednak wiele w pracy.

¹ Witold Mańczak poświęcił temu zagadnieniu około dziesięciu tekstów, m.in. *Le nom propre et le nom commun* (w: *Revue Internationale d'Onomastique*, 1968, t. 20, s. 205–218), *La notion de nom propre* (w: *Proceedings of 13th International Congress of Onomastic Sciences*, red. K. Rymut, Uniwersytet Jagielloński 1982, s. 101–106), *Nazwy własne a rzeczowniki pospolite* (w: *Nazwy własne a wyrazy pospolite w języku i tekście. Materiały z Międzynarodowej Konferencji Onomastycznej w Opolu-Szczedrzyku*, red. H. Borek, WSP im. Powstańców Śląskich 1986, s. 155–164), *Najstarszy i największy problem onomastyki. Istota nazw własnych* (w: *Toponimia i oronimia*, red. A. Cieślíkowa, Wydawnictwo Naukowe DWN 2001, s. 25–30).

Na bardzo wysokie uznanie zasługuje częste odnoszenie się Doktoranta do strony graficznej tekstu japońskiego, w tym do zapisu nazw przedsiębiorstw. To problematyka pomijana bodaj zupełnie w onomastyce europejskiej, a mająca w Japonii podstawowe znaczenie dla interpretacji i odbioru niemal każdego komunikatu pisanego, o czym nigdy nie wolno zapominać. Szkoda jedynie, że Doktorant nie ustrzegł się tutaj powielania pewnego błędnego, stereotypowego obrazu rzeczywistości, pisząc (s. 33):

Ponieważ jednak w języku ojczystym w średniowiecznej Japonii tworzona była głównie rodzima poezja bądź też proza o charakterze mniej prestiżowym, a bardziej swójskim, osobistym, nieoficjalnym i twórczość taka była głównie domeną wykształconych dam dworu, to taka sytuacja prowadziła do określania tej odmiany pisma [chodzi o kanę] terminem *onnade* 女手 '(znaki pisane) kobiecą ręką'.

Spostrzeżenie to odnoszone bywa zwykle do okresu Heian (lata 794–1185), który w historii literatury japońskiej dość powszechnie zaliczany jest do późnej starożytności, a nie średniowiecza², ale to sprawa mało istotna. Gorzej wygląda rzekoma dominacja kobiet, czy wręcz „wykształconych dam dworu” w ówczesnej poezji czy prozie. W odniesieniu do poezji jest to zupełna bzdura, wystarczy tu wskazać choćby na pierwszą antologię cesarską *Kokin waka shū* 古今和歌集 z początku X wieku. Na 652 zamieszczone tam wiersze znanego autorstwa (reszta jest anonimowa) aż 578 zostało napisanych przez mężczyzn, a ledwie 74 przez kobiety, i to bez względu na ich zawód (co daje stosunek 88,65% do 11,35%)³. Proza jest dużo trudniej mierzalna ze względu na ogromne różnice w objętości poszczególnych utworów, ale nawet tam nie można mówić o dominacji, co najwyżej o wyrównanej rywalizacji. Prace naukowe, a do takich zalicza się rozprawa doktorska, powinny walczyć ze stereotypami, a nie je powielać. Całe szczęście, że to zagadnienie ma dla tematyki pracy znaczenie znikome.

Dużo poważniejszym uchybieniem jest niemal całkowity brak w rozdziale trzecim i czwartym (s. 131–235) odsyłaczy bibliograficznych, co dyskwalifikowałoby jakąkolwiek pracę naukową. Wprawdzie ta część rozprawy poświęcona jest analizie zebranego materiału nazewniczego oraz omówieniu jego poetyki i funkcjonowania, a Doktorant rzetelnie poinformował (s. 19), że:

Z uwagi na brak miarodajnych opracowań z poszerzonej dziedziny onomastyki japońskiej, szczegółowe informacje na temat pochodzenia nazw przedsiębiorstw musiały być czerpane z oficjalnych stron internetowych poszczególnych firm, dostępnych w internecie. [...] Ponieważ strony te są powszechnie dostępne w internecie nie zostały one odrębnie wyeksponowane w bibliografii.

jednakże pominięcie ich w bibliografii końcowej nie oznacza, że nie powinny się one znaleźć choćby w przypisach do poszczególnych informacji podanych w tych rozdziałach. Z drugiej

² Mikołaj Melanowicz, *Historia literatury japońskiej*, PWN 2011, s. 5 i 18.

³ *Kokin wakashū. The first imperial anthology of Japanese poetry*, translated and annotated by Helen Craig McCullough, Stanford University Press 1985, s. 370.

strony nieustające zmiany w Internecie, dotyczące zarówno adresów stron, jak i ich treści, zmuszają nas do zaufania Doktorantowi, iż rzeczywiście w momencie analizowania poszczególnych nazw przedsiębiorstw jego źródła podawały to, co zreferował w pracy. Żadnych narzędzi weryfikacji i tak nie mamy – niezmiennie adresy URL czy archiwizacja kolejnych wersji danej strony wraz z sygnaturą czasową pozostają jedynie pobożnymi życzeniami. Nie zmienia to faktu, że brak adresu bibliograficznego dla długiego cytatu na s. 79 należy surowo potępić.

We wspomnianych dwu rozdziałach nie dostrzegłem wprowadzić poważniejszych błędów, ale trzeba pamiętać, że zawarte w nich treści mają niejednorodny charakter. Są tam zarówno naukowe etymologie nazw, jak i motywacje, czy lepiej: intencje, jakie dane przedsiębiorstwo chciałoby zawrzeć w przybieranej nazwie. To rozróżnienie, z którego Doktorant doskonale zdaje sobie sprawę (por. np. s. 169, 208–209). Dlatego też tę część informacji, która pochodzi ze strony internetowej przedsiębiorstwa, należy traktować jako akt performatywny, nie podlegający ocenie naukowej. Ale jednocześnie są tu komentarze, analizy, objaśnienia pochodzące od samego Doktoranta, których poprawność powinno się osądzić. Jediną wskazówką co do rodzaju treści byłyby właśnie odsyłacze bibliograficzne, których tutaj brak.

Podajmy trzy przykłady, w których komentarz Doktoranta nie odróżnia się od intencji przedsiębiorstwa bądź też komentarza chyba brakuje i zaprezentowano wyłącznie wersję przedsiębiorstwa. Nazwa *Tokimekku* トキメック wywodzona jest od czasownika *tokimeku* 時めく ‘trafić na swój czas; wykorzystywać świetnie sprzyjający czas; prosperować; rozkwiatać...’ w złożonym procesie, obejmującym transpozycję zapisu ideograficznego najpierw na katakanę, a następnie na alfabet łaciński (wraz z apokopą samogłoski *u*), wreszcie powrotną transkrypcję na katakanę (s. 51–52) – trudno uwierzyć, by cały ten opis pochodził ze strony internetowej firmy, która zresztą tej nazwy nie używa już od 2008 roku; coś jest zapewne objaśnieniem Autora rozprawy. Dalej: przedsiębiorstwo farmaceutyczne *Asuterasu* アステラス (używające też angielskiej wersji: *Astellas*) odwołuje się do trzech wyrazów: greckiego *ἀστήρ* ‘gwiazda’, łacińskiego *stella* ‘ts.’ i angielskiego *stellar* ‘gwiazdny’ (s. 152) – ale nawet we trójkę nie wystarczają one na pełną etymologię, niewyjaśniona pozostaje końcowa sylaba *-su*, co Doktorant powinien był zauważyć. Odwrotnie jest z marką samochodową *Vehicross*, która ma być w intencji producenta połączeniem trzech wyrazów angielskich: *vehicle* ‘pojazd’, *vision* ‘wizja’ oraz *cross* ‘przejeżdżać’ (s. 162) – tutaj przydałby się z kolei komentarz Autora, że *vision* pozostaje bodaj wyłącznie intencją przedsiębiorstwa, w nazwie nie ma po tym elemencie ani śladu, więc nie należy on do rzeczywistej etymologii tej nazwy.

Istotnym i bardzo cennym elementem rozprawy są polskie tłumaczenia nazw przedsiębiorstw, niekiedy podawane bez jakiegokolwiek wprowadzenia, niekiedy natomiast poprzedzane uwagą: „proponowany przekład polski” (czy jest między nimi różnica?). Doktorant powinien jednak przejrzeć ponownie całość tych tłumaczeń i co najmniej część z nich zweryfikować. Większość opiera się na nazwie japońskiej, ale część wyraźnie została przetłumaczona

z angielskiej wersji nazwy (s. 151: *Farmacja Nichi-iko S.A.*). Niektóre zostały nadmiernie skrócone (s. 177: *Funai Denki Kabushikigaisha* 船井電機株式会社 → *Funai S.A.*, s. 230: *Toyota Jidōsha Kabushikigaisha* トヨタ株式会社 → *Toyota*), niektóre rozbudowane poza swoją wersję oryginalną (s. 96: *Alkohole Japońskie Gekkeikan S.A.*, s. 100: *Zakłady Mleczarskie Yakult S.A.*), niektóre zaś dublują w sobie zachowany element japoński i jego odpowiednik polski (s. 149: *Zakłady Farmaceutyczne Fuso Yakuhin S.A.*, s. 228: *Wydawnictwo Gakuyo Shobo S.A.*), nie mówiąc o sytuacjach, w których nazwa japońska i jej polski przekład nie mają ze sobą nic wspólnego (s. 86: *Kabushikigaisha Momiji Kōgyō* 株式会社もみじ工業 „Usługi Budowlano-Mieszkaniowe S.A.”). I wreszcie konieczna jest decyzja co do uwzględniania bądź pomijania długości samogłosek w komponentach nieprzekładalnych (s. 49: *Koleje Elektryczne Hankyū S.A.*, s. 95: *Kikkōman S.A.* — s. 93: *Fujitsu S.A.*, s. 99: *Przędzalnia Toyo* — s. 49: *Centralny Sklep Oonoya sp. z o.o.*) oraz co do usuwania bądź zachowywania elementów generycznych (tuż obok siebie na s. 229: *Kōgakusha* 好学社 → *Kōgaku*, *Kenkyūsha* 研究者 [sic! zamiast 社] → *Kenkyūsha*).

Nie do końca przemyślana, czy też może porzucona w połowie, była również decyzja dotycząca segmentacji wyrazowej nazw japońskich w ich postaci transkrybowanej. Doktorant ograniczył się do wskazania, iż udźwięcznienie nagłosowej spółgłoski drugiego członu będzie odczytywał jako znak bliższego połączenia obu elementów i transkrybował je łącznie, np. *kabushikigaisha* 株式会社 ‘spółka akcyjna’, nie zaś *kabushiki-gaisha* czy *kabushiki gaisha* (s. 7, 44). Na tym jednak poprzestał, nie zauważywszy, że w bardziej rozbudowanych nazwach gwałci w ten sposób wewnętrzną strukturę i wzajemne powiązania między członami, bo przykładowo *Seimei Hokengaisha* 生命保険會社 ‘firma ubezpieczeń na życie’ (tak na s. 87) to nie ⟨seimei⟩ ‘życie’ + ⟨hokengaisha⟩ ‘firma ubezpieczeniowa’, jak wskazywałoby rozmieszczenie spacji, lecz ⟨seimei hoken⟩ ‘ubezpieczenia na życie’ + ⟨gaisha⟩ ‘firma’.

Całkowicie niepotrzebna, choć nie wprost błędna, była natomiast innowacja transkrypcyjna, zgodnie z którą długą samogłoskę /o:/ postanowił Doktorant zapisywać jako *oo*, jeśli w oryginale stoi (w uproszczeniu) おお, natomiast *ô* stosować tylko wówczas, gdy w oryginale pisze się (znowu w uproszczeniu) おう, stąd *Tōkyō*, ale *Oosaka* (s. 8). Tę drugą wersję, czyli *ô*, zastosował również do transkrypcji sekwencji オー (s. 107: *hōmupēji* ホームページ), choć w kolejności alfabetycznej jest ona w języku japońskim zrównywana z おお, nie z おう. Można by to uznać za dopuszczalną modyfikację przyjętego standardu, gdyby dała się ona konsekwentnie zastosować, ale tutaj Autor zastawił na siebie pułapkę, w którą następnie sam wpadł. Opisuje on bowiem niejednokrotnie różne sposoby zapisu tego samego wyrazu, za czym ma się kryć różna intencja piszącego – w tym wypadku właściciela firmy. Stąd np. nazwa /o:kura/ może być notowana znakami chińskimi, hiraganą czy też katakaną, choć chodzi zawsze o ten sam wyraz. W rozprawie znajdziemy jednak obok wersji *Ookura* 大倉 i *Ookura* オークラ (obie na s. 126) także *Ôkura* オークラ i *Ookura* 大倉 (na s. 201). Niezrozumiały jest dla mnie zysk z tej innowacji, natomiast widzę, jakie przyniosła ona ze sobą kłopoty.

Pozostając przy interpretowaniu warstwy graficznej tekstu, warto podnieść sprawę strony semantycznej nazwy własnej. W kilku miejscach pracy Doktorant pisze o semantycznym zastosowaniu znaków chińskich tam, gdzie znaczenie nazwy raczej nie wchodzi w rachubę. Przykładowo toponim *Yamato* zanotowany jako 大和 (dosł. ‘wielki’ + ‘harmonia’) opiera się rzekomo „na zasadzie semantycznego doboru ideogramów” (s. 126), ale czy *Yamato* naprawdę oznacza ‘wielką harmonię’? Podobnie w tabeli na s. 159–162 wielokrotnie mowa jest o „ideo-graficzno-semantycznej” transpozycji nazwy japońskiej na grunt chiński, jednak czy np. *Toyota* トヨタ (pierwotnie 豊田) przetransponowana na chińskie *Fēngtián* 丰田 rzeczywiście polega na znaczeniu? Znaki 豊田 = 丰田 oznaczają dosłownie ‘żyzne pole ryżowe’, ale nie jest to przecież sens nazwy *Toyota*. Wydaje się, że lepiej byłoby mówić tu o transpozycji czysto ideograficznej. Na marginesie można dorzucić, że jakkolwiek uwagi na temat słowackich i chińskich adaptacji nazw przedsiębiorstw czy marek samochodowych (s. 158–162) są niezmiernie ciekawe i pouczające, to ich omówienie w tym miejscu trudno uzasadnić strukturą pracy.

Kończąc niniejszą recenzję trzeba koniecznie podkreślić, że na bardzo wysokie uznanie zasługuje zamieszczenie w rozprawie indeksu, który moim zdaniem stanowi nieodzowny element każdej większej publikacji naukowej i jest ważniejszy nawet niż spis treści, a którego często w pracach doktorskich nie ma.

Pomimo wszystkich wskazanych powyżej uchybień uważam, że przedłożona mi do recenzji rozprawa **spełnia warunki stawiane pracom doktorskim**, dlatego oceniam ją **pozytywnie** i **wnoszę o dopuszczenie Doktoranta do dalszych etapów przewodu**.

Tamara Majsterek.