

## 5. Obchodní jméno

**5.1** Náleží do systému chrématonym, a to do jejich subsystému institucionym, tj. pojmenování různých podniků, závodů, firem, obchodů apod. Někdy se **o.j.** užívané v hospodářské oblasti života společnosti specifikuje jako hospodářské chrématonymum. Název firmy, společnosti nebo organizace bývá uváděn v speciální výtvarné úpravě zvané logo, které bývá využíváno na výrobcích firmy, jejich propagačních materiálech, v reklamě apod. Pod obchodním jménem jsou zapsány podnikatelské subjekty v obchodním rejstříku.

**5.2 Při vytváření o.j. se uplatňují dvě základní tendence**, a to jednak navázání na někdejší tradice těchto názvů (tabák, pivnice) se snahou o reklamní ozvláštnění jistou jazykovou komikou (*Osvěžovna, Sázková kancelář KLIKA*), jednak snaha vyvolat dojem novosti, cizosti, světovosti a vyvolat tak kladný vztah zákazníků k firmě; využívají se hlavně výrazy cizího původu (*Trend, Styl, Elegant, Second hand, Free shop*). Součástí **o.j.** se stávají módní slova jako *Ateliér, Salon* (pro kadeřnictví, kosmetiku, ale i výstavy), popř. rovnou anglické názvy (kadeřnictví). Z hlediska vznikové motivace a utvářenosti se rozlišují: **5.2.1 o.j. deantroponymická**, utvořená 5.2.1.1 z plného osobního jména podnikatele (*Josef Mach, pekař, Zlatnictví Jan Závěský*), 5.2.1.2. z iniciálového označení podnikatele (*VYP = Vyhlička Petr, autoklempíř*), 5.2.1.3 z počátečních slabik jména a příjmení podnikatele (*JUROX = JU(řina) RO(bert) + x*), 5.2.1.4. odvozením ze zkráceného základu příjmení podnikatele (*BENEX – Bendovi textil + -ex*), 5.2.1.5 ze zkrácených základů příjmení podnikatele či podnikatelů (*BASE = Batelka + Sedláček, FABL = Fiala + Brendl*); **5.2.2. o.j. utvořená z části příjmení podnikatele a z části naznačující věcné zaměření či místo podnikání**, 5.2.2.1 zkratková sylabická **o.j.** (*VELORA = oprava velocipedů + Rameš, SEMBY = Semerádová Bystřice*), 5.2.2.2 složená **o.j.** (*FIROTOUR = Fisek Roman + tour*); **5.2.3. o.j. věcná**, a to 5.2.3.1 popisná, popř. lokalizující (*Vše pro domácnost, Restaurace Pod lipou*), 5.2.3.2 odvozená (*NÁPOJKA = nápoj + -ka, INSTALEX = instalační služby + -ex*), 5.2.3.3 zkratková, a to 5.2.3.3.1 zkracující základové slovo (*INSTALA, AKU – akumulátory*) nebo 5.2.3.3.2 utvořená z počátečních slabik popisného názvu (*VYZMA = výrobky z masa*), 5.2.3.4 iniciálová (*ERS = elektro + revize + servis*);

**5.2.4. o.j. symbolická**, naznačující věcné zaměření podniku, 5.2.4.1. popisná pojmenování domácího původu (*ZELENÉ ZDRAVÍ – prodejna léčivých bylin, ŠIJU, PLETU SAMA – galanterie, Rychlé občerstvení HOP*), 5.2.4.2 z apelativ či proprií cizího původu (*AMOR – půjčovna svatebních šatů, CERBER – bezpečnostní agentura, RAVENA – pizzeria, VEGA – turistické nakladatelství, Trend – výrobní koupelnového nábytku*). Jak praxe ukazuje, prestiž **o.j.** vždy roste nejen s dobrou pověstí nabízeného a prodávaného zboží či služeb, ale i s obecnou srozumitelností a známostí **o.j.**

Literatura: KNAPPOVÁ, M. Jméno obchodní jako fenomén onomaziologický a sociologický. *SaS* 56, 1995, 276-284; TÁŽ. Proměny hospodářských chrématonym. In ŽEMLIČKA, J. (ed.), *Termina 94*, 1995, 152-157; TÁŽ. Obchodní jméno jako fenomén jazykový a sociologický. In CZARCHOWSKA, M. & L.M. SZEWCZYK (eds.), *Onomasztyka polszka a nowe kierunki językoznawczce*, 2000, 123-131;

TÁŽ. Prestižní aspekty pojmenování v Česku. In DAVID, J. & M. ČORNEJOVÁ AD. (eds.), *Mnohotvárnost a specifická onomastika*, 2010, 242-248; MAJTÁN, M. Klasifikácia chrématonymie. In KUBA, L. & R. ŠRÁMEK (eds.), *CHHTP*, 1989, 7-13; MITTER, P. Možnost aplikace vztahových modelů u názvů restaurací. *AO* 44, 2003, 48-52.