

Chrématonyma – handout 2

APELATIVIZACE – proces, kdy se z vlastního jména (*propria*) stává obecné jméno / apelativum: *švejk*.

PROPRIALIZACE / ONYMIZACE – proces, kdy se z obecného jména (*apelativa*) stává vlastní jméno: osada *Smrk, Habry*.

TRANSONYMIZACE – proces, kdy je vlastní jméno jednoho objektu přeneseno na jiný jedinečný objekt: typické pro chrématonyma (salám *Vysočina* z podle oblasti *Vysočina*).

3. DRUHY CHRÉMATONYM

3.1 PRAGMATONYMA, tj. jména spotřebních či užitkových předmětů. Tato jména jsou prostředkem kontaktu mezi spotřebitelem a výrobcem.

3.1.1 P. je vlastní jméno sériově vyráběného průmyslového výrobku (**sérionymum**), tj. výrobku jednoho typu (prášek na praní *Ariel*, hodinky *Prim*, auto *Škoda Superb*). Pro jejich vytváření jsou typické určité postupy. Jako **p.** se volí **3.1.1.1** jiná *propria*, nejčastěji antroponyma (tvarohový krém *Miša*, cigarety *Petra*, časopis *Katka*, svetr *Claudia*), dále toponyma (sluneční brýle *Sahara*, pivo *Staropramen*, okurky *Znojmia*), **3.1.1.2** apelativa, obvykle s věcným vztahem k výrobku a jeho vlastnostem, např. též z oblasti fauny, flory (pivo *Platan*), mineralogie (nápoj *Magnesia*), z výrazů vyjadřujících vlastnost výrobku jako např. jeho složení (*Čokopiškoty*), tvar (sušenky *Esíčka*), vzbuzující různé asociace a konotace, např. dojem rychlosti (noviny *Blesk*); patří sem i apelativní popisná pojmenování označující druh a složení výrobku a obvyklá u potravinářských výrobků (*Zakysaná smetana, Pomazánka a la krab*); **3.1.1.3** uplatňují se i různé slovtvorné postupy, často na principu neologismů a bez sémantického vztahu k výrobku (odmašťovač *Bril*); **3.1.1.4** využívají se cizí jaz., zvláště angl. (*Body Lotion*), kompozita, zkratková jména apod. jsou obvyklá v oblasti kosmetiky a farmaceutiky (*Vitasprint B12, Biofax*).

3.1.2 P. je (podle M. Knappové) též vlastní jméno polnohospodářsky vypěstovaných odrůd (jablko *Spartan*, brambora *Radka*) a plemen (slepice *Vlaška*, králík *Český strakáč*). I tato **p.** vznikají ze základu *propriálního*, antroponymického i toponymického, označujícího místní původ výrobku. Propracované jsou např. systémy **p.** českých a moravských odrůd vinné révy a z ní vyráběných lahvových vín. V jejich názvech se uplatňují jak antroponyma (víno *Ludmila, Svatý Urban, Dačického pohár*), tak i toponyma se vztahem k oblasti pěstování révy

či výroby vína (*Karlštejnské, Pálava, Karlovičské ohnivé, Mikulovská romance, Valdický sylván*). Jména sériově vyráběného lahvového vína stojí na hranici prostupné se sérionymy.

3.2 Modelová analýza pragmatonym (pokus Garančovské, 2010, Acta onomastica 51, 470-496).

Zpravodaj Místopisné komise ČSAV, Onomastický zpravodaj ČSAV, Onomastický zpravodaj, od 1995 Acta onomastica.

Jde v podstatě o jeden z prvních pokusů o modelovou analýzu chrématonym (k modelové analýze obecně a toponym, viz Šrámek, k modelové analýze obecně a anoikonym, viz Pleskalová, viz též NESČ). Vzhledem k tomu, že VM postihují obecné pojmenovací principy, jsou použitelné i pro chrématonymii. Jde jen o jejich správnou aplikaci s ohledem na specifické rysy chrématonym. Materiálové východisko tvoří 1250 pragmatonym. Autorka je ponechává v autentické podobě (i s pravopisnými chybami). Pragmatonymický materiál je velmi rozmanitý, tvoří ho jednoslovná i víceslovná jména (tvořená na základě více motivačních podnětů). **VM B, SM S: Bryndza**; C+C+B, SM ADd + ADd + **S**: Údený salámový sýr. Onymický formant je takový formant, který se podílí na vyjádření pojmenovacích motivů ve jméně (*Kubko* – sýr nazvaný podle pohádkové postavy Kubka, proto SM jen S x *Poličan* SM, Sd, ST -an). Při tvoření chrématonym se hojně uplatňuje kompozice (*Čokopena* – CB, ADS) a tvoření zkratkových jmen (*Lasyr*, tj. lahůdkový sýr, CBa), tvoření víceslovných jmen (*Bánovecká nátierka neochutená* – VM A + B + C, SM ADd + S + ADd), specifikum – jména s elizí základního členu *Tami Tradičný jahoda* (D + C + 0 + © (podle mne i B), tj. Tami 'jméno firmy' Tradiční (jogurt) jahoda. Analýza: **VM A, A: Gorovec** (sýr vyrobený poblíž vrchu G.), *Oravan údený, Hriňovský zákys, Tekov – strúhaný sýr* ((A)+ C+ B), *Bryndza – Slatina* (B + (A)). **VM B, B: Tvarohový dezert malina** (C + B + (C)), *Ovčí jogurt*; **VM C, C: Minimaslo** (CB), *Dobrôtka, Mana pikant* (CBa + (C), tj. maslová nátierka, připomíná biblickou manu ('pokrm seslaný z nebe Židům na poušti'; rostlinného původu); **VM D, D: Monika – smetanová nátierka** (D a C + B – podle jména nově narozené vnučky jednoho z majitelů mlékárny).

3.3 K vývoji názvů výrobků

Chrématonyma ze 17. stol. – pivo *Samec, Podskalské víno* (B. Balbín).

Dějinnám chrématonymie v českých zemích dosud nebyla věnována téměř žádná pozornost. Studie J. Matúšové (1989), založená na průzkumu inzerce zboží v Národních listech (NL) z let 1863–1941, analyzuje rozvoj názvů výrobků v českých zemích od 60. let 19. stol. do začátku 2. světové války. Autorka ukázala, že v jejich vývoji lze vysledovat určité tendence obecnějšího charakteru, **jež souvisí se společenským a hospodářským rozvojem**. Názvy tehdejších výrobků tvoří v podstatě dva typy: **3.3.1 popisné názvy, 3.2.2 pragmatonyma v užším smyslu**.

3.3.1 Popisné názvy mají v základu apelativum označující výrobek; to je dále rozvíjeno podle **3.3.1.1 podle místa nebo původu výrobku** (*Štýrští kapouni, Ceylonský čaj*), s připojením dalších údajů (*Bílinská léčivá kyselka, Spravedlivé karlínské Davidovo thé*); místní určení je v různé míře konkrétní nebo jen obecné. Jeho úlohou je vzbudit pocit cizosti a světovosti (*Pravé americké petroleum, Původní americký kráslicí elixír – na plet*), popř. známosti – u výrobků českého původu (*Pražská všeobecná domácí mast, Zaječická hořká voda*). Tento typ se užíval a užívá dodnes především pro potravinářské výrobky. **3.3.1.2 Podle jména výrobce** včetně jeho titulů, tj. šlechtických nebo vědeckých; jméno mělo vzbudit dojem kvality a solidnosti výrobku. Často bylo doplňováno dalšími údaji, které měly přesvědčit zákazníka ke koupi (*Dra. Otty šlechtice z Trnkoczy silící hořký likér, D. Langa líčící pasta, srov. dnes lékárny Dr. Max*). Taková pragmatonyma označovala nejčastěji léčiva nebo kosmetické výrobky. Jméno zde mělo podpořit důvěryhodnost výrobku. **3.3.1.3 Podle vzhledu a jiných vlastností výrobku, podle jeho užití nebo určení**; tyto údaje se mohou kombinovat, popř. ještě mohou být rozvíjeny dalšími informacemi (*Bílý sirup pro prsa G. A. W. Maye ve Vratislavi, Káva císařská*).

3.3.2 Pragmatonyma v užším smyslu neobsahují apelativní označení výrobku. Jde o názvy metaforické, metonymické, převzaté z apelativní nebo propriální slovní zásoby české i cizí: *Slunce* – plynová žárová tělesa, *Rychlík* – prostředek na mytí. Vznikají také skládáním (*Wattproof*, tj. izolace do betonu, < *watt*, to asi z angl. *water + proof* 'odolný'), odvozováním (*Darmol* – projímadlo; < *Darm* něm. 'střevo' + *-ol*), reduplikací (*Kokolín* – přírodní máslo z kokosového ořechu). Osobní jména a názvy bohů mají v názvech asociační funkci (*Mia* – blůza).

3.2.3 Další vývoj: V poslední třetině 19. století ještě převažovaly názvy popisné, ale na počátku 20. století začaly ustupovat pragmatonymům v užším smyslu (*Astra* – dětská moučka); ta ve 20. letech 20. stol. zcela převládla. Ústup popisných pragmatonym způsobily

následující hospodářské a společenské změny: **3.2.3.1 změna způsobu výroby** (ubývají malovýrobci a s nimi i popisné názvy výrobků obsahující jejich jméno – *Berthéiv syrup Kodiumový*), **3.2.3.2 zvyšoval se repertoár výrobků jednoho druhu**, bylo třeba je od sebe odlišit (radiopřijímače: *Arie, Viola, Song, Hymnus, Big Ben*), **3.2.3.3 nárůst výrobků** vyžaduje jména, s nimiž lze snadno manipulovat (potřeba jazykové úspornosti). – V rámci popisných jmen se názvy výrobků s přívlastkovým určením vyvíjely směrem k jednoslovným názvům (*Velleprima ementálský sýr* – dnes *ementál*), popisná označení výrobků podle výrobce se mění. Namísto přívlastňovacího adjektiva se uplatňuje jméno výrobce v nom. (1863 *nezmařitelné Palmerstonovy peněženky* x 1920 *při zkřivení páteře – přimidlový aparát Haas*). **3.2.3.4 Pragmatonyma se měnila i po stránce jazykové.** Do 90. let 19. stol. převládaly názvy vytvořené na základě latiny a řečtiny (ústní voda *Fluid ozon*, srov. lat. *fluidus* 'tekoucí, tekutý' a *ozon* přeneseně 'svěží, čistý vzduch'), v 90. letech se prosadily hlavně názvy pocházející z francouzštiny (fotoaparát *Mignon*, ve 20. a 30. letech 20. stol. se projevuje silnější vliv angličtiny (*Waterproof*, viz výše). Německá pragmatonyma jsou řídká, pouze pro výrobky rakouských firem (*Javol* – prostředek na vlasy). Od konce 19. stol. začíná přibývat i českých názvů (*Nekašli* – kokasyrup proti kašli, *Capart* – dětská obuv), ale ve srovnání s názvy cizího původu jsou ve výrazné menšině. **Struktura pragmatonym se v průběhu let 1863–1941 mění.** Objevují se jednoslovné názvy podle místních jmen (*Luisiana* – nápoj), od počátku 20. stol. podle osobních jmen (*Elis, Ondra* – punčochy) a podle mytických, pohádkových bytostí, podle literárních postav (*Kanimura* – elektrický svítící nos, kamna *Prometheus, Kolumbus* – dětské vlněné ponožky od Bati). Ve 30. letech 20. století je repertoár pragmatonym již velmi pestrý.

Z uvedeného vyplynulo, že antroponyma úzce souvisela se způsobem výroby. Pragmatonyma odrážela charakter obchodních vztahů i celkové ideové klima společnosti.

3.2.3.5 Příklady víceslovných pragmatonym: *Výtečně přiléhající drillové podvlékačky, Prof. CH. Theodora cibule na vousy, Aromatické pasti na krysy a myši – nepřekonatelné, chytají po dobu týdnů bez dohledu.*

LITERATURA: Matúšová, J.: K vývoji názvů výrobků. In CHHTP, 1989, 59–66.