

Chrématonyma – handout 5

5 Obchodní jména

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, jejích 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, prestiže 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); těch v ČR hojně přibývá.

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 specifičnost onomastiky*, 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.

6. 6. LOGONYMA (na Slovensku též firemní a obchodní jména)

6.1 Od 90. let 20. stol. vzrůstá ve slovanské onomastice zájem o tento druh proprií. Jeho nárůst vyvolaly společenské změny po r. 1989.

Např. v **Polsku** se touto problematikou zabývá E. Rudnicka-Fira (1996). Firemní názvy rozděluje do dvou základních skupin: 6.1.1 **Jména domácího původu**, ta se dále dělí na deapelativní a depropriální, zvláště deantroponymická. Motivace jménem majitele konotuje, že „to, co je soukromé, je lepší, kvalitnější“.

6.1.2 Jména cizího původu expandují. Nejsilnější vliv má angličtina. Vedle cizích slov se též uplatňují tzv. kontaktní prvky, kterými se přetvářejí domácí slova do cizí podoby: užívá se grafém *c* místo *k*, *v* místo *w*, *x* místo *ks*, užívají se moderní kváziformanty *ex*, *imp*, *eko*, *trans*, *impex* atd. – Při tvoření vhodného a účinného logonyma je třeba vycházet ze spojení poznatků z onomastiky, psychologie, reklamy a marketingu.

6.1.2.1 **Podle Knappové** mají vliv na vznik logonyma též mimolingvistické faktory (pragmatické, psychologické, konotační, reklamní atd.), jejichž úkolem je pozitivně ovlivnit zákazníka. Základní tendence při tvorbě českých logonym: využívání osobního jména podnikatele, prosazování cizích slov, zvláště amerikanismů, a psychologicky skrze logonymum/obchodní jméno působit na potenciálního zákazníka; logonymum zároveň slouží jako reklama propagující podnik. Také v ČR je podle Čechové (1994 – analýza názvů cestovních kanceláří) v českých firemních názvech nápadná převaha cizích slov a prvků, mezinárodních pravopisných podob, jejich výsledkem je pak pravopisná, grafická i výslovnostní anarchie (*Ideáلتour, Travel Agency*). Za výhodné názvy pro cestovní kanceláře považuje Čechová (1996) opisné podoby s komponenty *tour* či *travel*.

6.1.3 Na Slovensku (podle Imrichové 2003) je logonomastika považována za samostatnou onomastickou disciplínu a je definována jako „nauka o pojmenování institucí a využívání jazykových prvků v logu; jejich hlavní úlohou je zkoumat existující pojmenovací typy“. Tuto definici podal Horecký (1994) a týž představuje jejich základní pojmenovací typy: 6.1.3.1 využívání slov již existujících v daném národním jazyce; 6.1.3.2 tvoření rozličnými typy zkracování, popř. univerbizací; 6.1.3.3 tvoření ze specificky derivačních prvků upravených pro potřeby logonymie. Pro ni je charakteristická především „jazyková umělost“, tj. jde o jména vytvořená uměle, tvoření nejnápadnějších názvů bez rozlišování domácích a převzatých složek, přitom převládají složky převzaté nebo adaptované z cizích jazyků. Zřetelný vysoký stupeň internacionalizace.

Literatura: Imrichová, M.: Logonymá v systéme vlastných mien. In: Vlastné meno v komunikácii. 15. slovenská onomastická konferencia, 2003, s. 269–273.

7 POREJONYMUM

Jméno sériově vyráběného průmyslového výrobku **sloužícího jako pravidelný dopravní spoj**. **P.** náleží do systému chrématonym, a to do jejich subsystému vlastních jmen pojmenovávajících výsledky společenské činnosti. **P.** jsou tvořena obvykle z antroponym a toponym. Patří sem jména 7.1 kolejnicových dopravních prostředků jezdících po železnici, pojmenovaných nejčastěji 7.1.1. jmény významných osobností (expres: *Jaroslav Hašek*, jezdící na trase: Praha – Budapešť, *Leoš Janáček*: Praha – Žilina, *Jan Jesenius*: Budapešť – Praha – Hamburk), 7.1.2 jmény obyvatelskými (*Ostravan*: Třinec – Praha, *Košičan*: Praha – Košice), 7.1.3 jinými antroponymy (*Slovan*: Bratislava – Praha), 7.1.4 názvy geografickými, a to hydronymy (*Jadran*: Praha – Split, *Punkva*: Brno – Praha), oronymy (*Beskyd*: Praha – Žilina, *Praděd*: Brno – Jeseník), oikonymy (*Hungaria*: Berlín – Praha – Budapešť).

Mnohá hnací vozidla lokomotiv parních, motorových i elektrických získávají též slangové propriální označení, které se často užívá i ve významu apelativním a je na hranici propriálnosti, což se odráží i v pravopisu těchto **p.** (*Cecilka/cecilka*, *Karkulka/karkulka*, *Hurvínek/hurvínek*, *Hektor/hektor* aj.; u vlakového spoje označovaného služebně SC *Pendolino* se *pendolino* užívá již rovněž jako apelativum).

Nově byla vlastní jména vlakových spojů zpracována v monografii Ficnarové (2013).

Dále do porejonym patří 7.2 jména vodních dopravních prostředků plujících jednak na vnitrostátních vodách (parníky *Vyšehrad*, *Orlík*, *Lipno*), jednak užívaných též v námořní

dopravě (parníky *Ostrava, Lidice*). Stálá obměna, inovace a doplňování zejména námořního lodního parku si vyžaduje i odpovídající dynamický vývoj porejonym, a to s akceptováním mezinárodních legislativních aspektů jejich volby, přičemž některá pojmenování téže lodi se (podle Kuby, 2007) v závislosti na historickém vývoji vícekrát měnila (např. něm. kolesový parník *Bismarck* přejmenovaný na *Heernkretschien* (= Hřensko), získaný po 1. světové válce v ČSR v rámci finanční náhrady válečných škod, byl nasazen na vltavskou linku jako *Palacký*, po opravě lodi byl přejmenován na *Štěchovice*).

Jako pravidelný dopravní spoj slouží i autobusy, které získávají (podle názoru M. Knappové) jen neoficiální slangová označení v podobě obyvatelských jmen místa, kde mají konečnou stanici (např. spoj Praha – Špindlerův Mlýn je zván *Špindlák*, podobně autobus Praha – Vrchlabí je pro pasažéry *Vrchlabák*).

Pojmenování sériově vyráběných dopravních prostředků nesloužících jako pravidelné dopravní spoje, jakými jsou automobily, motocykly a některá letadla, nepatří do p., ale do sérionym.

Lit.: FICNAROVÁ, M. *Vlastní jména vlakových spojů (porejonyma) na území ČR v letech 1993–2013*, 2013; HUBÁČEK, J. K propriím na železnici. In Harvalík, M. & E. Minářová ad. (eds.), *Teoretické a komunikační aspekty proprií*, 2009, 283–286; KNAPPOVÁ, M. *Namen von Sachen (Chrematonymie)*. In *NEIHO II*, 1996, 1567–1572; KUBA, L. *Proces přejmenovávání lodí*. In Moldanová, D. & M. Čechová ad. (eds.), *Konec a začátek v jazyce a literatuře*, 2001, 140–148; KUBA, L. *Proces nominace dopravních prostředků provozovaných na území našeho státu*. *AOn* 48, 2007, 79–107.

7.3 Názvy plavidel provozovaných na českých tocích v letech 1922–1988

(z diplomové práce M. Šonky *Chrematonomastikon plavidel provozovaných na českých tocích v letech 1922–1988*, PF Ústí n. Labem: In *Onomastický zpravodaj* 31, 1990, 126–129).

Analyzováno 400 názvů užívaných ve zkoumané době různými společnostmi v Čechách.

V souvislosti s rozvojem lodního parku a vytížeností labské cesty byly v rámci podniku ČSPLO v r. 1963 zrušeny názvy lodí, plavidla byla zařazena do skupin podle druhů a označena číselnými kódy: např. MN 11 603 – motorová nákladní loď o nosnosti 1100 tun, s motorem o výkonu 600 koňských sil, 03 pořadové číslo ve výrobní sérii. „Klasické“ názvy měly jen lodi osobní dopravy. Ale od r. 1990 sílí tlak po návratu ke „klasickým názvům“.

Pojmenovací motivy: Názvy jsou motivovány 7.3.1 postavami českých národních pověstí (ev. RKZ) a typickými slovanskými jmény: *Libuše, Lumír, Šárka, Vlasta*; 7.3.2 jmény významných

postav české vědy a kultury (*Aleš, Bezruč, Diviš, Kollár, Smetana, Tyrš* – obdoba s vlaky!); 7.3.3 jmény osobností české historie (*Karel IV., Masaryk, Dr. Beneš, Fučík*); 7.3.4 hydronymy (*Balaton, Bečva*); 7.3.5 oronymy (*Ještěd, Sněžník, Blaník*); 7.3.6 oikonymy včetně názvů hradů (*Lovosice, Poděbrady, Vyšehrad*); 7.3.7 jmény dějišť významných událostí, památných dní apod. (*Stalingrad, Dukla, 7. listopad*); 7.3.8 jmény novin a časopisů, zvl. krajských deníků (*Rovnost, Palcát, Pochodeň*); 7.3.9 jmény souvisejícími s ideologií socialistického státu (*Družba, Lod' mládeže, Pionýr*); 7.3.10 názvy různých živočichů, zejména spojených s vodním prostředím (*Delfín, Racek*); 7.3.11 zkratková pojmenování a alfabético-numerické symboly: viz výše.

Objevily se i „skupinové motivace“: řada v Holandsku zakoupených plavidel z konce 40. let 20. stol. byla pojmenována podle severomoravských středisek těžkého a těžebního průmyslu, v první republice byly parníčky nazvány podle pražských vltavských přístavů. Podobné motivace mají „sesterské lodi“ – *Šumava – Tatra*.

7.4 Obdobné motivace vykazují názvy německých lodí (klasické postavy řec. a řím. pověstí, významné postavy německé a rakouské historie, vědy, kultury atd., jména kontinentů, správních a historických území, motivace vlastními jmény).

8 Názvy společenských institucí a organizací

8.1 Je to věcná skupina, která se téměř živelně rozrůstá a je velmi proměnlivá. Zápis těchto jmen činí z hlediska pravopisného potíže (psaní velkých písmen). Jak ukázal M. Dokulil (K problematice názvů společenských institucí a organizací, in CHZHTP, 1989, s. 44–54), jsou tyto problémy odrazem nejasnosti podstaty sledovaných názvů. Tyto názvy představují zvláštní typ pojmenování: jsou to většinou pojmenování mladá, která se vyznačují ne zcela jasnou motivací a strukturací. V převážné většině se jedná o popisná víceslovná pojmenování, která označují skutečnosti relativně (tj. v určitém časoprostoru) individuální, popř. individualizované (lokálním či jiným individualizujícím příznakem), u nichž však tento individuální charakter, jedinnost svého druhu bývá v jazyce zdůrazňována tím, že se takové pojmenování chápe jako náhrada chybějícího jména vlastního. Signálem tohoto přehodnocení obecného pojmenování ve vlastní je v psaném jazyce velké počáteční písmeno u prvního slova takového víceslovného pojmenování (které je zároveň signálem počátku, počáteční hranice pojmenování).

8.2 Neproblematické typy: 8.2.1 názvy států – *Česká republika*, 8.2.2 názvy mezinárodních organizací – *Organizace spojených národů*, 8.2.3 názvy státních orgánů, především jejich

oficiální názvy – *Kancelář prezidenta republiky, Poslanecká sněmovna, Sejm* (v Polsku), *Nejvyšší soud ČR*, 8.2.4 názvy společenských organizací – *Strana zelených, Konfederace politických vězňů*, 8.2.5 názvy vědeckovýzkumných, vzdělávacích, kulturních, tělovýchovných a zdravotnických institucí a organizací – *Česká lékařská komora, Ústav pro jazyk český AV ČR, v.v.i., Masarykova univerzita, Národní divadlo, Památník národního písemnictví*. 8.2.6 Tato pojmenování jsou v podstatě popisnými, lexikálně-syntakticky motivovanými a strukturovanými souslovnými (víceslovnými) pojmenováními obecnými, která však bývají transponována do funkce vlastních jmen, protože označované objekty většinou jméno nemají, činí si však – vzhledem ke své společenské důležitosti – na takové jméno nárok. **Na rozdíl od apelativ, která se stala pravými vlastními jmény** (obchodní domy *Máj, Kotva*, hračkářství *Dráčík*), **u nichž je apelativní význam buď zcela zrušen, nebo aspoň oslaben v pouhou konotaci, podržela si jména našeho typu plně svůj popisný význam** (*Klub přátel výtvarného umění* je skutečným klubem, tj. organizovaným sdružením občanů, kteří se zajímají o výtvarné umění). Z uvedeného vyplývá, že taková jména mají stejný individuální denotát, ať už je chápeme jako obecná (název třídy, která má v daném případě pouze jeden prvek), nebo jako vlastní (jako přímé pojmenování individuálního objektu). V druhém případě přistupují k pojmenování individuálního objektu ještě ty pragmatické rysy, které jsou vlastní propriím, tj. rys jedinečnosti a s ním spjatý rys důležitosti, významnosti. V psaném jazyce se toto hodnocení manifestuje signálem velkého písmene u prvního slova názvu. Pojmenování daného typu plní dvojí funkci: a) primárně designují obecné (druhovité) pojmy tak, že postihují jejich podstatné znaky a zároveň denotují třídy (druhy) předmětů, jejichž společné vlastnosti tyto pojmy odrážejí; b) sekundárně jsou tato pojmenování spjata přímo s předmětem (denotátem), který jakožto apelativa popisují a v rámci příslušné předmětné kategorie (v našem případě veřejných institucí, společenských a vědeckovýzkumných organizací) diferencují, k němuž skrze jeho pojmový odraz odkazují a který identifikují – stejně jako pravá jména vlastní. V tomto druhém případě se k individuálnímu pojmenování druží rys hodnotící, v našem případě rys společenské významnosti a prestiže (to je pro chrématonyma charakteristické). Taková pojmenování jsou tedy zároveň obecná i vlastní.

8.3 Tendence vedoucí k přehodnocování popisných pojmenování ve vlastní jméno: 8.3.1 zřetel k věcné kategorii (a tím i onymické soustavě), do níž se předmět zařazuje. Např. vytvořila se věcná kategorie společenských institucí a spolu s ní jazyková kategorie institucionálních názvů. U některých z těchto institucí si jejich výjimečný charakter a z něho vycházející potřeba

jejich vyčlenění vynutily transpozici obecného jména v proprium: *Národní divadlo, Jihočeská galerie*. Propriální charakter, signalizovaný v psané podobě jazyka velkým počátečním písmenem názvu, se pak postupně začal chápat jako podstatný a neoddělitelný znak individuálních názvů institucí téže kategorie (galerie, divadla), a proto se hodnotí jako vlastní i názvy méně významných divadel a galerií (*Galerie Václava Špály*). V poslední fázi vyúsťuje tato tendence v konvenci každý institucionální název jako proprium.

(Dnes je to nutné i z hlediska ekonomického.) 8.3.2 moment společenské prestiže. Mít vlastní jméno se dnes hodnotí jako atribut společenské významnosti a závažnosti.