

Handout 2

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 (namáčecí prostředek *Namo*, 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 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 (*Karlštejské*, *Pálava*, *Karlovice ohnivě*, *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).

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). 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 syr*. Onymický formant je takový formant, který se podílí na vyjádření pojmenovacích motivů ve jméně (*Kubko* – syr nazvaný podle pohádkové postavy Kubka, proto SM jen S x *Poličan* SM, Sd, ST -an).

Pojmenovací postupy: Při tvoření chrématonym se hojně uplatňuje kompozice (*Čokopena* – CB, ADS) a tvoření zkratkových jmen (*Lasyr*, tj. lahůdkový syr, CBa), tvoření víceslovných jmen (*Bánovecká nátierka neochutená* – VM A + B + C, SM ADd + S + ADd), specifikum – jména s elipsou základního členu *Tami Tradičný jahoda* (D + C + 0 + C; podle mne i B), tj. Tami 'jméno firmy' Tradiční (jogurt) jahoda.

Analýza

VM A, A: *Gorovec* (syr vyrobený poblíž vrchu G.), *Oravan údený* (A + C), *Tekov – strúhaný syr* ((A)+ C+ B).

VM B, B: *Tvarohový dezert malina* (C + B + (C)), *Ovčí jogurt* (C + B); **VM C, C:** *Minimaslo* (CB), *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), tzv. honorifikace běžná i v jiných třídách proprií.

Model. analýza názvů produktů přírodní kosmetiky (d.p. Pešková, 2021)

VM A: poloha, místo původu výrobku (jinak motivační model)

VM B: druh výrobku

VM C: vlastnosti výrobku, jeho účel a použití

VM D: vztah k osobě, přivlastňování, typ cílového spotřebitele

Vlastní analýza

VM A není v pozici hlavního členu častý: VM A: *Orient* (masážní olej s orientální esencí).

+ A + je poměrně častý:

A+B: *Marocký jíl* (červený jíl pocházející z Maroka, používá se v péči o pleť i vlasy).

A+B +C +C +C: *Český krém pro vytiženou pleť* (vytvořen z lokálních ingrediencí, slunečnice, máku, meduňky...).

Vhodné řešení předložkových vazeb ve funkci nesh. přívl.

VM B je velmi častý, a to jako hlavní motiv.

C+B: *Meruňkový olej*;

B+C+C: *Pomáda na opary*;

Velké množství několikaslovných názvů:

C+B+C+C+C+C: *Hydrofilní olej s růží a mimózou*;

•

VM C je nejčastější model v této práci.

VM C: **složení produktu** – *Levandule* (masážní olej s esencí levandule).

C+C: *Santalové dřevo* (květinová voda se santalovým dřevem).// C+B ?

Růžové dřevo (odličovací olej se silicemi z růžového dřeva)

Vůně produktu nebo její absence –

C: *Grep* (sprchový olej s vůní grepu).

Kvalita produktu, exkluzivnost nebo tradice –

C+C: *Bambucká fantazie* (bambucké máslo).

D+C+C: *Havlíkův přírodní zázrak* (všestranná mast vhodná pro problematickou pokožku).

Způsob nebo účel použití –

C: *Nosánek* (dětský olej pomáhající uvolnit dýchací cesty).

Časově vymezené použití –

C+C: *Sněhová vločka* (pleťový krém na zimní období).

Slibovaný účinek –

C: *Satén* (sprchový olej na holení, výsledkem má být pokožka hebká jako satén).

Multifunkčnost –

C+C: *Kapka rosy* (osvěžující odličovací voda).

Početný je VM +C+ (shodný a neshodný přívlastek). –Typologie.

VM D je *druhý nejméně zastoupený model*.

Pojmenování produktu podle určité osoby -

C+D: *Šípková Růženka* (pleťový krém s růží).

D+C+C: *Havlíkův přírodní zázrak* (podle názvu firmy *Havlíkova přírodní apotéka* nazvaná podle českého lékárníka z minulého století).

Podle cílového spotřebitele -

C+D+B: *Jemný dětský olej*.

Vysoká kvalita výrobku

D+B: *Hraběňčino sérum*.

Modelová klasifikace je použitelná pro všechny druhy propriet, vyžaduje však modifikace podle specifických rysů pojmenovaných objektů.

Podmínka správného zařazení k modelu: správný výklad jména (motivace i tvoření).

3.3 K vývoji názvů výrobků

Dějinnám chrématonymie v českých zemích dosud nebyla věnována téměř žádná pozornost. Jedním z toho mála příspěvků k uvedenému tématu je důležitá studie J. Matúšové (1989), která na základě 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 sílicí 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 – *Berthéův sirup 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 – přímídlový 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 (*Javal* – 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.

3.4 TYRONYMA – NÁZVY SÝRŮ V ČEŠTINĚ

3.4.1 Jedna z nejstarších studií o českých chrématonymech (I. Honl: O tyronymech – názvech sýrů, Zpravodaj Místopisné komise ČSAV – dále jen ZMK, VII, 1966, 5-9) podává svědectví o tom, jak byly tyto mléčné výrobky dříve pojmenovávány. Mj. dosvědčuje, že zájem českých onomastiků o chrématonymii se datuje od r. 1960, kdy J. Svoboda zařadil chrématonyma „do celkového schématu jednotlivých onomastických složek, uveřejněného v ZMK I, 1960“.

3.4.2 Z historie sýrů v českých zemích. Že staří Čechové znali sýr odedávna, dokládá Kosmova kronika: „(Přemysl) On je vlídně jako hostitel pozval k snídani, vyňal z lýkové mošny plesnivý chléb a kus sýra...“ Po něm Dalimil a další kronikáři. Později mluví o sýrech Aeneáš Silvius (Enea Silvio Piccolomini). Jako Ital zvyklý na jinou kuchyni si povšiml, že Češi jí sýr po hostině při pití, kdežto v Itálii se v té době při takové příležitosti podávaly cukrovinky. O tom, že byly české sýry známy i za hranicemi, svědčí např. basilejská Münsterova kosmografie z r. 1550 (= popisný zeměpis a hvězdářství), v níž se uvádí, že Klatovy vynikají výbornými sýry. Sýry byly vyráběny po domácku i živnostensky. Nejběžnější názvy sýrů byly pojmenovávány podle místní provenience nebo podle tvaru. Mezi první patřily královéhradecké tvarůžky a krkonošské sýry. *Královéhradecké tvarůžky* byly oblíbeny zejména v 15. a 16. století, a dokonce se objevily i na svatební hostině Vladislava Jagellonského r. 1502. Krkonošské sýry byly zase oblíbenou pochoutkou ruských a polských velmožů. Podle tvaru se sýry nazývaly bochníky (velké kotouče), syrečky (malé kotouče), homolky (nahore zaoblené kužely). Způsob pojmenování sýrů podle výrobce byl u nás před 1. světovou válkou zastoupen jmény feudálů: *harrachovský smetanový sýr, schwarzenberský sýr* (vznikaly v sýrárnách na příslušném panství). **3.4.3 Názvy sýrů v polovině 20. stol.** Častá jsou popisná pojmenování (*Tavený ovčí sýr, Tavený máslový sýr, Tavený sýr se šunkou*), názvy motivované místem výroby (*Aidam*, u nás se píše *eidam* –

podle holandského města sv. od Amsterodamu, *Ementál* – pochází z údolí švýcarské řeky Grosse Emme, *Gouda*, správně [chauda] pochází holandského města téhož jména), podle vynálezce (*Gervais*, dnes psáno *žervé*), podle „kvality“ (*Blatácké zlato*). **3.4.4 Současná tyronyma** (podle stejnojmenného článku L. Michálkové, *Acta onomastica*, AOn, XLI–XLII, 193–202). Zpráva o dipl. práci (obhájena 1999). Pokus o sumarizaci názvů českých mléčných výrobků s hlavním zaměřením na tyronyma a stanovení jejich hlavních pojmenovacích typů. Analýza tyronym z let 1996–1998. **3.4.4.1 Klasifikace z hlediska věcného. (Srovnat se zařazením podle VM.)** **3.4.4.1.1 Názvy “fantazijní”** – spíše pragmatonyma (v užším smyslu) názvy metaforické a metonymické, převzaté z apelativní nebo propriální slovní zásoby, nebo názvy vzniklé odvozováním, skládáním či zkracováním. Většina těchto názvů byla doplněna popisným označením; na ně v klasifikaci nebyl brán zřetel. **3.4.4.1.1.1 Inherentní vlastnosti výrobků** – barva (*Zlato, Topas*), tvar (*Knak* – sýr v podobě silného válečku, z něm. ‘buřt’), tvar a způsob ochucení (*Dařbuján* – sýr ve tvaru jitrnice s jitrnicovým kořením), povrch (*Hermelín* – podle zimní bílé kožešiny hranostaje, která lemovala královské pláště + exkluzivita), chuť (*Pikant*), složení a způsob ochucení (*Dunaj* – s dunajskou klobásou), množství (*Uno* ital. ‘jeden’). **3.4.4.1.1.2 Postavení výrobků na trhu, jeho vysoká kvalita** (*Dukát, Primátor, Rex*). **3.4.4.1.1.3 Spotřebitelský charakter zboží** (orientace na dětského spotřebitele – *Katka, Tomík*, na mládež – *Junior*, na náročného spotřebitele – *Gurmán, Labužník*, určení výrobku – *Mistr Pizza* – sýr určený, k výrobě pizzy). **3.4.4.1.1.4 Původ výrobku** (*Želetavan, Lipno, Modrava, Vysočina*), **historické souvislosti** (*Tambor* < *tambor* ‘vojenský bubeník’, tamboři procházeli Klatovy, kde je sýr vyráběn). **3.4.4.1.1.5 Informace o výrobcí** (*Madeta* < Mlékařské družstvo táborské, *Madeland* < *Madeta* + *land* angl. ‘země’). **3.4.4.1.1.6 Vztah ke sportu**, srov. heslo „Zdraví, sílu, najdeš v sýru“, s tím jsou spojeny pojmy soutěž, boj, vítězství (*Atlet, Maratonec, Sport, Triumf, Vítěz*). **3.4.4.1.1.7 Názvy evokující „zdravost“ prostředí, z kterého výrobky pocházejí** (*Lučina, Niva*, tj. ‘rovná (úrodná) plocha polní, luční’). **3.4.4.1.1.8 Z kosmonym** (*Orion, Vega*). **3.4.4.1.1.9 Názvy stromů** (*Jasan* – u tohoto klatovského výrobku bylo třeba nahradit ochrannou známkou *Javor*, která přešla na původního výrobce, mlékárnu ve Dvorci. Na jiném místě ČR se vyráběl obdobný sýr pod názvem *Světlan*. Proto byl pro klatovský sýr obdobné kvality nazván *Jasan*, tedy název stromu, ale vytvořený zkracováním: *Javor* + *Světlan*). **3.4.4.1.1.10 Antroponyma a já dodávám toponyma.** *Vladan, Zlatan* podle *Jasan*, ač název stromu, viz výše. Ale to není ten pravý příklad. Chtělo by to skutečné antroponymum, např. *Kubík*, toponymum *Lipno*. **3.4.4.1.1.11 Názvy z mytologie a historie:**

Farao, Zeus, Kleopatra. **3.4.4.1.1.12 Názvy inspirované literaturou a filmem:** *Atos, Jura* (Jurský park). **3.4.4.1.1.13 “Názvy vzniklé z čistě praktických důvodů” (obměny názvů jiných, tj. z jiných tyronym v důsledku ztráty ochranné značky):** jména mají připomínat původní jména, která si však zaregistroval dříve někdo jiný: *Maratonec* > *Matador* ‘zápasník s býky, který nakonec býka zabíjí’. Sem patří i názvy cizích sýrů (původní název nemohl být – vzhledem k zákonu o ochranných známkách – použit. *Eidam*, česká varianta holandského sýra, namísto holand. *Aidam* (pův. název města, v němž byla vyvinuta technologie výroby). **3.4.4.1.2 Názvy popisné:** obsahují apelativum označující výrobek. Dále podávají informace o **3.4.4.1.2.1 charakteru výrobku a jeho vlastnostech** (*Jemný tavený sýr česnekový*), **3.4.4.1.2.2 informace o původu výrobku, často se kombinují s údaji o charakteru výrobku** (*Želetavský tavený sýr se žampiony*).

3.4.4.2 Z hlediska tvoření tyronym: Názvy jednoslovné tvoří 66 % z celkového počtu analyzovaných tyronym. Výhoda: lépe se s nimi v komunikaci manipuluje. Z toho **75 %** je slovotvorně nemotivovaných (z toho 93 % deapelativních a z jiných slovních druhů, tj. ze slov domácích a zdomácnělých – zde uplatňováno vágní hledisko). Časté sufixy: *-ka* ve funkci přechylovací a hyp. (*Lučanka, Katka*), *-ík* (*Tomík*), *-an* ve funkci nositelské, nebo tvořící názvy obyvatelské (*Světlan, Želetavan*), *-ec* (*Pálivec*), ale vedle jejich skutečných funkcí zde často hraje roli jen její nápodoba s cílem vytvořit jméno podle určitého už užívaného modelu (výrobní preferují jisté základy nebo slovotvorné prostředky). **Tvoření zkratkových jmen:** krácením – *Apet* < *Apetit*, *Soma* < *sojové maso*, připodobnění: *Kamadet* < (sýr typu Camembert vyráběný v Madetě). **Názvy víceslovné tvoří 44 %:** typy: *Král Šumavy, Desertní sýr, Delicato lighth* (angl. *delicate*, tj. *delikət*), *Jemný tavený sýr česnekový, Jemný tavený ochucený sýr s ořechy, Rovenský sýr balkánského typu*.

3.4.5 Vývojové tendence v tyronymii ČR: Lze rozlišit sféru stabilní (*Niva, Hermelín*) a sféru proměnnou (řada názvů zanikla a nové naopak vznikly). Nejvýraznější změny se týkají změny výrobce. Se zánikem soukromého vlastnictví a zrušením soukromého podnikání (1948) prudce klesly názvy obsahující jméno výrobce, jejich počet se zvyšuje až po r. 1990. Dále postupně narůstá počet názvů, které podávají informace o inherentních vlastnostech výrobků. Novelizovaný zákon o ochranných známkách (č. 137/1995 Sb.) nedovoluje „pochvalná označení“, která charakterizují jakost, kvalitu výrobku typu *Triumph, Lux, Extra*. Dříve to šlo. Ke konci 20. stol. se zvýšil počet názvů motivovaných vztahem ke sportu, což se k mléčným

výrobkům hodí (*Sport*). V průběhu 20. stol. se měnil podíl cizích slov na tvoření tyronym. V době okupace měly některé sýry názvy česko-německé (*Šumavská perla – Böhmerwald Perle*), po válce i ruské, lat., francouzské atd. (*Regina, Cyklámen – z řeč.*).

Úkol: Napište, a) který způsob pojmenování sýrů vám připadá nejvhodnější a b) vytvořte „ideální“ tyronymum.