

Wyższa Szkoła Pedagogiczna w Bydgoszczy

**ONOMASTYKA POLSKA
A NOWE KIERUNKI JĘZYKOZNAWCZE**

Bydgoszcz 2000

WYŻSZA SZKOŁA PEDAGOGICZNA W BYDGOSZCZY

**ONOMASTYKA POLSKA A NOWE KIERUNKI
JĘZYKOZNAWCZE**

**MATERIAŁY Z XI OGÓLNOPOLSKIEJ KONFERENCJI ONOMASTYCZNEJ
15 – 17 CZERWCA 1998 BYDGOSZCZ – PIECZYSKA**

POD REDAKCJĄ

MAGDALENY CZACHOROWSKIEJ I LUCJI MARII SZEWCZYK



BYDGOSZCZ 2000

Komitet Redakcyjny

przewodniczący – Eugeniusz Rogalski, sekretarz – Grażyna Jarzyna,
Maksymilian Grzegorz, Juliusz Jundziłł, Andrzej Prószyński, Włodzimierz Jastrzębski

Recenzenci

prof. dr hab. ALEKSANDRA CIEŚLIK
prof. dr hab. CZESŁAW KOSYL
prof. dr hab. EWA RZETELSKA-FELESZKO

Redaktor

GRAŻYNA JARZYNA

© Copyright by Wydawnictwo Uczelniane Wyższej Szkoły Pedagogicznej
w Bydgoszczy 2000

ISBN 83-7096-338-2

Wydawnictwo Uczelniane WSP w Bydgoszczy
ul. Ogińskiego 16, 85-092 Bydgoszcz
tel./fax. (052) 341-11-67
Rozpowszechnianie (052) 340-09-42
Druk: Dział Poligrafii WSP w Bydgoszczy
Poz. 855
Ark. Wyd. 19,65, Zam. 51/2000

Nominácia výrobkov Lykotexu Revúca

Tradícia textilnej výroby v Muránskej doline siaha ďaleko do minulosti. V rámci remeselnej výroby, ktorá sa spomína už v 14. storočí, sa vyčlenilo popri železiarstve aj súkenníctvo a tkáčstvo. Revúcki tkáči boli známi výrobou gúb a kobercov. V 16. a 17. storočí sa remeselníctvo rozšírilo o cechy kožušníkov, valchárov, ševcov, koželuhov a ďalších. Svedectvom tejto doby sa stali pečatidlá a výsadné listiny jednotlivých cechov, cechové artikuly (napr. z roku 1834 sa zachovali artikuly revúckych tkáčov), zvolávacie tabuľky - tzv. obsielky (Dubovský, 1993, s. 14-15).

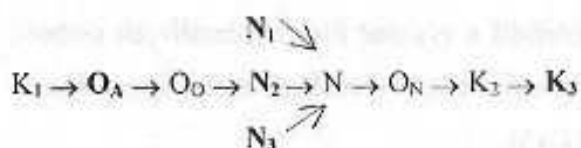
Na túto tradíciu nadviazal r. 1948 základný závod v Revúcej, v ktorom spracovávali ľan. Roku 1967 bol podnik premenovaný na Lykové textilné závody n. p. Revúca. V roku 1995 bola založená akciová spoločnosť Lykotex, ktorá sa stala majiteľom bývalých Lykových textilných závodov. Pozornosť v tomto príspevku budeme venovať výrobkom tohto závodu od roku 1971, kedy začali vyrábať podlahové textilie, všívané, mechanicky vzorované koberce značky REKOS. Od vzniku výroby podlahových textílií eviduje Lykotex Revúca vyše 170 výrobkov. Okrem toho vyrábajú v závodoch v Revúcej, Hlinnom, Vojanoch a Kokave nad Rimavicou ďalšie produkty určené pre domácu spotrebu i export - sklenené tkaniny, netkané textilie a ľanárske produkty.

Podlahové textilie Lykotexu Revúca sa predávajú pod registrovanou ochrannou známkou¹ REKOS, ktorá je vlastne značkou zo združeného pomenovania *revúcky koberec syntetický*. Samotný vznik názvu výrobku prechádza niekoľkými fázami: 1) pripravovaná vývojová vzorka vystupuje pod názvom REKOS, ku ktorému sa priradí číslo vzorky, 2) vyvíjanej vzorky sa priradia 3 až 4 názvy, z ktorých sa vyberie jeden, ktorý sa stane názvom nového výrobku, 3) nový výrobok sa začne sériovo vyrábať podľa výrobného príkazu, ktorý obsahuje názov výrobku a všetky potrebné technické parametre. Vývojová vzorka

¹ B. Häckl (1989) rozlišuje ochranné známky a značky - za hlavné rozlišovacie kritérium pokladá registráciu ochrannej známky, ktorá je tak, na rozdiel od značky, právne chránená.

v počiatočnej fáze má len všeobecné označenie², pretože technická (kvalitatívna) stránka výrobku nie je dostatočne stabilizovaná. Po následnej stabilizácii nasleduje druhá fáza. Názov výrobku totiž reprezentuje aj jeho kvalitatívnu stránku. Pri zmene parametrov musí dôjsť aj ku zmene názvu výrobku.³

Proces proprializácie nového výrobku postupuje teda od vývojového pracovníka cez vedúceho smeny k jednotlivým robotníkom a trvá niekoľko dní. Teoreticky môžeme tento proces naznačiť schémou podľa R. Šrámka (1989), ktorú však treba doplniť o ďalšie články (vyznačené tučným typom písma):



K_1 = spoločenská komunikačná situácia

O_A = spoločensky podmienené vydelenie objektu, ktoré reprezentuje názov REKOS a technické parametre

O_O = spoločensky podmienené vydelenie objektu pomenovaného apelatívne, vznik onymického objektu

N_1, N_2, N_3 = priradenie niekoľkých potencionálnych proprií

N = akt propriálnej nominácie

O_N = systémové upevnenie nominácie, vznik propriálneho významu

K_2 = začlenenie O_N do spoločenskej komunikácie v rámci výroby (závodu)

K_3 = začlenenie O_N do spoločenskej komunikácie v rámci predaja⁴

² V tomto prípade nejde o "čisté" apelatívum, pretože vzorky majú názov REKOS s výrobným číslom, ale v skupine vzoriek je proprium REKOS apelatívom.

³ Takouto technickou zmenou bol vynútený názov LYVEC, ktorý vznikol z názvu LYKOVEC. Nový výrobok sa (navonok) neodlišoval od svojho predchodcu - vzorka, povrchová úprava, farebnosť boli zhodné. Jeho hmotnosť však bola nižšia, preto z pôvodného názvu vypustili slabiku *ko*. Podobne sa zmenili názvy všívaných koberec s hláskovou predponou TA (o nich neskôr) - TAMÍR, TAVER, TAMOS..., pretože výrobný materiál začal podnik nakupovať u iného výrobcu a jeho jemnosť nezodpovedala tejto norme.

⁴ Špecifikom niektorých názvov výrobkov (v našom prípade koberec) je, že názov funguje u spotrebiteľa len v momente kúpy (uplatňuje sa tu pragmatická zložka motivácie propria).

Oficiálny systém názvoslovía podlahových textílií vychádzal a vychádza z podnikovej smernice Zásady tvorby názvov jednotlivých druhov všívajúcich koberec REKOS. Táto smernica platí od počiatku výroby (1971) prakticky podnes. Celkovo obsahuje 10 hláskových predpôn, prípon, prípadne samostatných hlások, ktoré vyjadrujú technickú stránku výrobku, pôvod materiálového zloženia a k týmto hláskam sa pridávajú časti RE- (revúcky), -REX (revúcky exportný) a ďalšie. Technické zloženie materiálu obsiahnuté v spomínaných hláskach je predmetom výrobného tajomstva, ale pre ilustráciu môžeme uviesť jedno zloženie - predpona TA sa dáva podlahovým textíliám, ktorých zloženie je „POP pásková podkladovka s PAD alebo POP káblikom 4000 dtex, alebo tiež mix (POP + PAD) a kovratexový náter“.⁵ Takéto technické zloženie majú koberce TAMÍR, TANUREX, TAVER, TAKLON, TAREX, TAPYLEN, TAMOS. Predponu RE- majú koberce RELON, RELUX, RERIS, REMUR, RESVIT, REPEN, REBAL, REPYLEN, RESTAV.

Pracovníci Lykotexu, ktorí mali a majú na starosti nomináciu jednotlivých výrobkov by však nevystačili s jednou, prípadne dvoma predponami. Zmena predpony je vyvolaná zmenou materiálového zloženia, jemnosti, dĺžky vlasu, ale i dodávateľa. Na začiatku výroby dovážali káblik z firmy Enka Glanzstoff. V čase normalizácie sa však prestal dovážať, preto muselo dôjsť ku zmene hlásky G (REGLAN, REGLOT, REGIT, REGLES) na iné hláskové skupiny. Koberce RELON, RELUX, RERIS, REMUR, RESVIT, REPEN, REBAL, REPYLEN, RESTAV obsahujú predponu RE-, ktorá zároveň reprezentuje revúcky podnik. Ďalšie predpony vyjadrujúce materiálové zloženie výrobku sú SA- (SARAS), VE- (VELEN, VEDEN, VENOR, VEKREN), PO- (POLAREN), -PEN (REPEN, TAVERPEN, VELPEN, BADEPEN, NODEPEN), BA- (BADEN, BADEPEN), NO- (NODEN, NODEPEN), PA- (PALAS, PAREX).

Nedôslednosť týchto zásad tvorby názvoslovía však je, že niektoré výrobky obsahujú hlásky, ktoré nereprezentujú predpísané materiálové zloženie - napr. VELEN

Neskôr sa výrobok označuje len apelatívom - spotrebiteľ nepotrebuje rozlišovať, že v jednej izbe má koberec Lykovec, v druhej Hamar a v tretej Reglan.

⁵ Skratka POP znamená polypropylén, PAD je polyamidové vlákno (káblik) a 4000 dtex je dĺžková jemnosť.

nepatri do kategórie s predponou VE-, ale je motivovaný technickým spracovaním (velúrovým - rezaným vlasom), BADEPEN je zaradený pod predponu BA- i príponu -PEN, podobne aj koberec NODEPEN.

Z hľadiska onomastiky sú najcennejšie názvy, ktoré vznikli nedodržaním názvoslovných zásad podniku pod vplyvom subjektívnych alebo objektívnych okolností. Možno vysloviť domnienku, že pracovníci so stredoškolským odborným vzdelaním a ženy skôr uplatnili v názvosloví vlastnú iniciatívu a fantáziu. V takomto názvosloví sa skôr uplatnila aj pragmatická stránka pomenovania, pretože v procese nominácie autor názvu prihliadal na to, aby už samotný názov vzbudil u zákazníka pozitívne pocity a motivoval ho ku kúpe výrobku. Motivácia takýchto pomenovaní výrobkov je veľmi pestrá - niektoré koberce majú ženské mená, aby výrobky oslovili túto časť spotrebiteľov, pretože podľa marketingových prieskumov najmä ženy určujú výber kobercov do domácnosti. Do tejto kategórie patria koberce SOFIA, KLAUDIA, ZORA, ANDREA, LÍVIA, DORIS, ale aj FATIMA, ktorý radíme do skupiny motivovanej orientom.

Kvetový vzor motivoval názvy MAGNÓLIA, JAZMÍN, HORTENZIA, LYKOVEC (ide o kvet Lykovca muránskeho, ktorý rastie len v Muránskej doline), IRIS, DALIA, SALIX (vrba).

Z hydronym, oronym, choronym a podobne sa UPLATNILI ŠÍRAVA, MORAVA, SÍLŇAVA, KASPIK, BALTÍK, ATLANTÍK, JALTEX (Jalta + textília), BAJKAL, PAMÍR, WINNIPEG⁶. Niekoľko názvov bolo motivovaných pomenovaniami úspešných výrobkov. Vzhľadom na technologické zmeny však išlo o nové výrobky - napr. LYVEC (z LYKOVEC), HORTEX (z HORTENZIA + textília), SUPREX (zo SUPREME). Koberce s uplatneným potlačovaným orientálnym vzorom začal Lykotex Revúca vyrábať pre odberateľa zo ZSSR. Požiadavka odberateľa bola, aby sa všetky dovezené koberce označovali názvom KEŠAN⁷. Neskôr vznikli koberce OÁZA, FATIMA, KRELON,

⁶ WINNIPEG bol nazvaný na požiadanie kanadského odberateľa, ktorý vyrábal koberce značky SUPREME. Revúcke koberce tohto druhu mali názov SUPREX (SUPREME + revúcky + export).

⁷ Pri tomto výrobku sa prejavila apelativizácia propria, pretože pri reklamáciách nebolo možné určiť výrobcu nekvalitného výrobku. Preto pristúpili jednotlivé podniky

ORION (ide o motiváciu z apelatíva orient). Podľa uplatnenia okrajovej bordúry vznikli názvy BORDAN, BORDUX, podľa aplikácie drobného vzoru - TRIPOT (trojpotlač), RETRIP (revúcka trojpotlač).

Kvalitatívna stránka vstupných materiálov a uplatnená farba podmienila názvy BRILANT (brilantne zafarbený, lesklý), FRIXEN (použitie vysokozákrutového - frissé káblíka), REZPOP (rezaný polypropylénový vlas), UNIKOR (jednofarebný - unikolorovaný revúcky), UNILOP (jednofarebný - "unifarba"), UNIFRIX (jednofarebný frissé káblík). Zmes rôznych farieb a materiálov ("mix") motivovala názvy kobercov TAMIX, REMIX. V niektorých názvoch sa musel uplatniť názov dodávaného materiálu, prípadne značky - SUPREX (SUPREME), SVITEX (materiál z Chemosvitu Svit + textília), BELTREX (antistatické vlákno v káblíku značky BELTRON z Chemlonu Humenné + textília), HOLTEX (Holíčska podkladová textília).

Názov kobercov AUTOTEX bol motivovaný ich použitím - v osobných automobiloch, koberec ADMIRÁL sa používajú do kasín, herní a reštauračných zariadení podnikov Admirál (požiadavka zákazníka), ANTIK (určený do múzeí a kostolov). Pragmatická stránka propria motivovala názvy REKORD (cenovo dostupný, kvalitný výrobok, ktorý mal lámať rekordy v predaji), REKORD E bol určený na export, FAVORIT (bol favoritom v predajnosti), ŠAMPIÓN (víťaz viacerých textilných výstav), MONET (podľa francúzskeho maliara - impresionistu Clauda Moneta, koberec sa vyznačuje impresionistickým štýlom), EXOTIK sa vyznačuje exotickým vzorom.

Vývojový pracovník často cíti s výrobkom, ktorý navrhol. Vtedy môžeme hovoriť o subjektívnom (citovom) faktore motivácie názvu. Počas heuristického výskumu sme mali možnosť zistiť túto stránku motivácie. Koberec LUNET má sivomodrú farbu, ktorá pripomínala pracovníčke večernú oblohu so zatiahnutým Mesiacom - Lunou. SOLAR je žltej farby, ktorá vyvoláva príjemné teplé pocity. Vlnený koberec SONET je veľmi jemný na dotyk, pracovníčka tento pocit prirovnala k jemnosti sonáty. Jazyková výstavba názvov podlahových textílií Lykotexu Revúcka pozostáva najmä zo štruktúrno - typologickej analýzy, slovných základov, morfematickej stavby a príslušných formantov.

k špecifikácii a identifikácii kobercov KEŠAN - revúcky výrobok mal označenie KEŠAN R (KEŠAN revúcky).

Typologicky môžeme tieto chrématonymá rozdeliť na názvy vytvorené podľa smernice *Zásady tvorby názvov jednotlivých druhov vsívaných kobercov REKOS* - teda s využitím desiatich hláskových predpôn, prípon, prípadne samostatných hlások, ktoré vyjadrujú technickú stránku výrobku a pôvod materiálového zloženia a na názvy vytvorené z rôznych apelatív a proprií, prípadne uplatnenia vzorov, farby, účelu použitia kobercov⁸.

Morfematická stavba jednotlivých chrématonym Lykotexu Revúca sa opiera predovšetkým o morfému⁹ *re-* (revúcky) - RELUX, REGLAN, RERIS, REMUR, RESVIT, REPEN, REGLAN, *-ex* (exportný ale i textilný) - HORTEX, SUPREX, TAREX, POPREX, PAREX, PERLEX, AUTOTEX, HOLTEX, TANUREX, *-e* (exportný - používa sa na rozlíšenie rovnakej značky určenej pre domáci a zahraničný trh) REKORD E, FATIMA E, *-lux* (luxusný) - RELUX, *perl-* (perleťový lesklý materiál) - PERLON, PERLEX, *uni-* ("unifarba") - UNIKOR, UNILOP, UNIFRIX, *trip-* (trojpotlač) - TRIPOT, RETRIP, *-mix* (zmiešanie rôznych druhov a farieb vstupných materiálov) - TAMIX, REMIX. K názvotvorným morféмам musíme pripočítať aj už spomínaných 10 morféम vyjadrujúcich technické zloženie výrobkov - *re-*, *-g-*, *ta-*, *sa-*, *ve-*, *po-*, *-pen*, *ba-*, *mo-*, *pa-*. Takto možno vydeliť názvy utvorené skladaním. Pri chrématonymách motivovaných apelatívami, prípadne propriami môžeme určiť derivačné morféмы, ktoré sú typické pre tieto slová: *-a* pre názvy utvorené zo ženských osobných mien - SOFIA, KLAUDIA, ZORA, ANDREA, HORTENZIA, LÍVIA, ŠÍRAVA, MORAVA, SLŇAVA, *-o* pre

⁸ V internom podnikovom tlačive Metodický pokyn pre názvoslovie a kódovanie výrobkov v a. s. Lykotex Revúca sa pre názvoslovie vsívaných podlahových textílií (kobercov) uvádza, že "každý druh podlahovej textílie má pomenovanie názvom skladajúcim sa z max. 8 písmen, číslom dezénu a číslom koloritu. Názvoslovie sa určuje: podľa slovenských, resp. zahraničných názvov mien, kvetov a pod., spojením skratiek, ktoré charakterizujú druh používaného materiálu na zhotovenie výrobku, špeciálnych povrchových a rubových úprav, určenia použitia a pod., názvom podľa požiadavky odberateľa". Na základe tohto materiálu teda môžeme konštatovať, že nominácia výrobkov Lykotexu Revúca sa po vzniku a. s. značne "zvoľnila", čo treba kladne hodnotiť.

⁹ Pri morfematickom rozbere sa nedá presne špecifikovať druh morféмы z morfematického hľadiska, pretože tu dochádza k veľmi zaujímavému kríženiu jazykového hľadiska a technicko - pragmatického hľadiska. Z pohľadu jazyka ide o morféмы (prevažne o derivačné a koreňové), z hľadiska výrobcu však tieto časti predstavujú technické zloženie výrobku, prípadne jeho určenie (na export a pod.).

chrématonymá utvorené z apelatív a proprii mužského rodu - HOREC, LYKOVEC, LYVEC, z hydroným - BALTIK, KASPIK, ATLANTIK. Pri vzniku nového propria motivovaného názvom z apelatívnym pôvodom dochádza niekedy ku kontaminácii apelatívneho základu a zaužívanej morfémy - HORTENZIA > HORTEX.

Syntagmatické spojenia názvov vstupujú do komunikácie (pri obchodných jednaniach, reklame, kúpe a predaji) vždy s apelatívom *koberec*¹⁰, pretože "čisté" proprium bez náležitého apelatívneho vydelenia by stratilo komunikačnú potenciú.

Na záver možno konštatovať, že analýza chrématonym je dvojstranne prospešná - pre onomastika je veľmi cenným zdrojom vedeckého bádania a pre výrobcu sú rady onomastika cenným návodom pri vytváraní ďalších názvov.

Literatúra:

Blanár V., *Motivačný model v onomastike*, *Jazykovedný časopis*, 41, 1990, s. 113-120.

Dubovský D., *Revúca - kolíska slovenského stredného školstva*, Mestské kultúrne stredisko Revúca, 1993, s. 303.

Häckl B., *Problematika tvorby slovních ochranných známek a značek*, In: *Chrématonyma z hlediska teorie a praxe*, Sborník z 3. celostátního semináře *Onomastika a škola*, Ústí nad Labem 21. - 22. 6. 1988, red. R. Šrámek a L. Kuba, Brno 1989, s. 39-44.

Majtán M., *Motivácia a lexikálna sémantika*. In: *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*, XI. Slovenská onomastická konferencia, Nitra 19. - 20. 5. 1994. Zborník referátov, red. E. Krošláková. Bratislava - Nitra, JÚLŠ SAV, VŠP v Nitre, 1994, s.15 - 19.

Šrámek M., *Chrématonymický objekt*. In: *Chrématonyma z hlediska teorie a praxe*, Sborník

¹⁰ Komunikácia s "čistými" propriami je možná len vo veľmi úzkom okruhu ľudí - odborníkov priamo zainteresovaných na výrobe.

z 3. celostátního semináře „Onomastika a škola“, Ústí nad Labem 21. - 22. 6. 1988, red. R. Šrámek a L. Kuba, Brno 1989, s. 13-20.

Zusammenfassung

Im Beitrag beschäftigen wir uns mit dem Prozeß der Benennung von Erzeugnissen in Lykotex Revúca AG - im Betrieb der Bodentextilien.

Wir analysieren den Prozeß der Nomination in Bedingungen des Betriebes und auf Grund der heuristischen Forschung, in deren Rahmen wir fast 200 Teppichbenennungen ansammelten, informieren wir über die Motivationsfaktoren und den strukturell-typologischen und sprachlichen Aufbau der Benennungen von Erzeugnissen.

Ein Teil von Benennungen entstand mit Hilfe der Präfixe und Silben, die die technische Zusammensetzung der Erzeugnisse abbilden. Die Liste dieser Präfixe ist Bestandteil der Betriebsdirektive Prinzipien der Bildung von Benennungen einzelner Arten der Teppiche REKOS. Die Nicht-Einhaltung dieser Prinzipien erklären wir dadurch, daß mehrere Benennungen der Bodentextilien auf Grund der Veränderung der im Druckmuster abgebildeten Appellativa zu Eigennamen entstanden (zum Spezifikum des Betriebes gehört die Darstellung der Motive von wertvollen, nur auf diesem Gebiet wachsenden Pflanzen - Lykovec muránsky...); die Benennungen enthalten auch Frauennamen, exotische Appellativa und Eigennamen bei Mustern des Morgenlandes.