JAROMÍR KRŠKO – MÁRIA IMRICHOVÁ – PAVOL ODALOŠ

Sociálny kontext onymie

Editor
JAROMÍR KRŠKO

Univerzita Mateja Bela Banská Bystrica
Fakulta humanitných vied
Pedagogická fakulta

Prešovská univerzita
Fakulta humanitných a prírodných vied

Banská Bystrica
2006

Autori:
doc. Mgr. Jaromír Krško, PhD.
PhDr. Mária Imrichová, PhD.
prof. PaedDr. Pavol Odaloš, CSc.
© 2006

obálka: Ing. Jozef Lomnický
© 2006

Recenzenti:
prof. PhDr. Ivor Ripka, DrSc.
doc. PhDr. Ľuba Sičáková, CSc.

Vydavateľ:
Univerzita Mateja Bela, Fakulta humanitných vied
Banská Bystrica
© 2006

Tlač:
Bratia Sabovci s.r.o.
Zvolen
© 2006

Táto monografia vznikla vďaka finančnej podpore Vedeckej grantovej agentúry Ministerstva školstva SR a Slovenskej akadémie vied VEGA, grantu č. 1/0189/03 – Sociálny kontext onymie.

ISBN 80-8083-195-5

OBSAH

Predslov 4
Komparácia slovenských a poľských žiackych prezývok 6
Komunikačný register grafitistov 15
Obchodné meno v jazykovo-komunikačných súvislostiach 31
Dynamika premien urbanonymie 74
Bibliografia grantových prác 122
Summary 128

PREDSLOV

Publikácia *Sociálny kontext onymie* je výsledkom spolupráce troch vysokoškolských pracovísk – katedier slovenského jazyka a literatúry Fakulty humanitných vied UMB v Banskej Bystrici, Fakulty humanitných a prírodných vied PU v Prešove a Pedagogickej fakulty UMB v Banskej Bystrici. Zjednocujúcim predmetom záujmu vedeckých pracovníkov týchto pracovísk je vlastné meno, konkrétne jeho začleňovanie a fungovanie v spoločenskej komunikácii.

Predkladaná monografia je zavŕšením grantového projektu VEGA č. 1/0189/03, v rámci ktorého členovia riešiteľského tímu prezentovali výsledky svojho vedeckého bádania na mnohých domácich a zahraničných konferenciách: Banská Bystrica, Bratislava, Prešov, Modra, Šintava; v Poľsku: Pobierowo, Lublin, Lodž, Bydgoszcz; v Čechách: Ústí nad Labem, Ostrava, Olomouc, Plzeň; v Maďarsku: Budapešť...

Sumarizácia najzávažnejších vedeckých výstupov tohto grantu predstavuje variabilitu vlastných mien v spoločenských premenách od roku 1989 po súčasnosť. Sociálny rozmer a prepojenie onomastiky so sociológiou, psychológiou a ďalšími spoločenskými vedami je dominantné v prvej štúdii Jaromíra Krška, v ktorej autor analyzuje tvorbu a používanie školských prezývok žiakov základných škôl na slovensko-poľskom pohraničí. V tomto nominačnom procese sa odzrkadľuje sociálne postavenie jednotlivca v kolektíve, jeho fyzické a psychické danosti. Z niektorých prezývok môžeme analyzovať postupný prechod od detského nazerania na svet k dospievajúcim a dospelým. Problematiku komunikačného registra marginálnej kultúry grafitistov skúmal Jaromír Krško. V tejto kapitole sa zameral na analýzu prevzatých anglicizmov v apelatívnej sfére komunikácie a ich začleňovanie do slovenskej deklinačnej sústavy. Pozornosť však venoval aj propriálnej oblasti – označovania legálnych a ilegálnych miest stretnutí a pôsobenia tejto subkultúry.

Hlboké spoločenské a ekonomické zmeny po roku 1989, ktoré súviseli najmä s nástupom súkromného podnikania, si v propriálnej

sfére všíma ďalšia autorka monografie *Sociálny kontext onymie*. Mária Imrichová sa niekoľko rokov venuje tvorbe a analýze tzv. logoným – vlastných mien podnikateľských firiem. Z pragmatického hľadiska ide o veľmi závažný moment podnikania, pretože v názve firmy sa často odzrkadľuje meno majiteľa, zameranie podnikateľských aktivít, región pôsobenia atď. Pri vzniku logonymá sa uplatňuje pozitívna konotácia s pôvodným apelatívnym východiskom.

Azda najvýraznejšie zmeny po roku 1989 sa prejavili v politickej oblasti – pád totalitného režimu a nástup demokratických zásad riadenia spoločnosti sa odrazil aj v politicky (či ideologicky) citlivej oblasti vlastných mien – v názvoch ulíc, námestí, mestských častí a pod. Pavol Odaloš – autor poslednej štúdie tejto monografie analyzuje procesy premenúvania ulíc na Slovensku po roku 1989. Jeho záber je však širší – synchrónne i diachrónne, pretože nominačné procesy si všíma nielen po roku 1989, ale tieto tendencie skúma od vzniku Česko-Slovenskej republiky r. 1918. Širší synchrónny záber vyplýva z analýzy premenúvania ulíc v rámci celého Slovenska, miestami i so záberom v rámci vtedajšieho Česko-Slovenska.

Zámerom autorov predkladanej monografie *Sociálny kontext onymie* je prezentovať výsledky čiastkových výskumov slovenskej onomastiky, poukázať na vplyvy spoločenských zmien aj v oblasti pomenúvania a zvýrazniť prepojenie rôznych sfér spoločnosti v zložitej štruktúre socioonomastických vzťahov. Monografia je ladená ako súbor samostatných štúdií. Aby sa nestratila súvislosť štúdie s použitou literatúrou, po každej štúdii sa samostatne uvádza literatúra, ktorá sa stala podkladom pre napísanie danej štúdie.

Naše poďakovanie patrí recenzentom publikácie – prof. PhDr. Ivorovi Ripkovi, DrSc. a doc. PhDr. Ľube Sičákovej, CSc. za cenné a konštruktívne pripomienky, ktoré pomohli túto monografiu a naše dielo skvalitniť. Za grafickú úpravu obálky ďakujeme Ing. Jozefovi Lomnickému.

V Banskej Bystrici 28. februára 2006 *Jaromír Krško*

KOMPARÁCIA SLOVENSKÝCH A POĽSKÝCH ŽIACKYCH PREZÝVOK

Jaromír Krško

Výskumu žiackych prezývok sa v onomastike venovala v minulosti dostatočná pozornosť. Tieto neoficiálne označenia žiakov, študentov ale i učiteľov sú však výborným predmetom štúdia aj v súčasnosti. Ich prepojenie na sociolingvistiku je zrejmé, pretože prezývky predstavujú výsledok spontánneho napätia individuálneho a spoločenského hodnotenia osobnosti.

Na označenie sekundárneho neúradného pomenovania jednotlivca sa používa termín *prezývka*, ktorý je v Slovníka slovenského jazyka definovaný takto: „prezývka – 1. trvalé, obyčajne posmešné pomenovanie, meno niekoho, dané podľa charakteristických povahových a telesných vlastností, používané popri bežnom mene; 2. nadávka, ktorú je bolestné a urážlivé počúvať“ (Slovník slovenského jazyka, 1963, s. 529-530). V. Patráš definuje prezývku zo sociolingvistického hľadiska ako „lexikálnu jednotku s výraznou motivačno-nominačnou, identifikačno-charakterizačnou a psychosociálno-komunikačnou úlohou.“ (Patráš, 2002, s. 73).

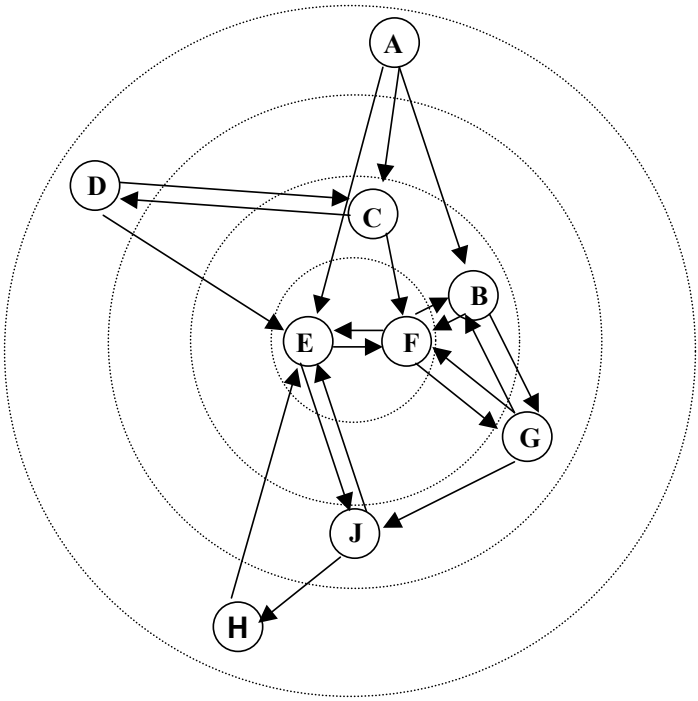
Nositelia prezývok v školskom kolektíve sú súčasťou sociálnej štruktúry, ktorá sa utvára v procese socializácie pri vzniku kolektívu. Miesto jednotlivca v rámci sociálnej štruktúry je vymedzené jeho statusom a rolou. Status získava jednotlivec po vstupe do skupiny[1], rolu, ako dynamický aspekt statusu, vykonáva, hrá. Rola je súbor určitých povinností, obmedzení, predpísaného správania, ale aj súbor privilégií.[2] Človek sa od narodenia

[1] Status získavame napr. absolvovaním školy – určitý stupeň vzdelania nám vymedzí status v povolaní – z neho vyplýva ďalší druh statusu – socioekonomický status (mesačný príjem, služobné auto, sekretárka apod.). Iný status má človek v rodine (voči svojim rodičom, iný voči deťom), partii kamarátov…

[2] Roly sú vymedzené statusom – status dieťaťa mu „predpisuje“ poslúchať rodičov, pomáhať v domácnosti, nepozerať večerné televízne programy a pod. Status riaditeľa podniku mu predpisuje správať sa kultúrne k zákazníkom, chodiť vhodne oblečený, byť diplomatický vo vyjadrovaní…

učí hrať roly, v ktorých sa postupne ocitá – človek sa socializuje. Porušenie noriem rolového správania vedie k sankciám – tie môžu mať rôznu intenzitu – od napomenutia, výsmechu až po právne tresty.

Z hľadiska školských prezývok nás budú zaujímať malé sociálne skupiny, v rámci ktorých dochádza k osobným vzťahom medzi jej členmi. Malá sociálna skupina pozostáva z vodcu (vodcov), pomocníkov (satelitov), členov a tzv. outsiderov, ktorý sú v skupine izolovaní a vytlačení na periférium. Na základe sociálnych interakcií (pozitívneho/negatívneho výberu) môžeme zostaviť sociogram, ktorý nám zobrazí jednotlivých členov sociálnej skupiny. V tomto smere sa nám pre zobrazenie prezývok jednotlivcov javí ako najvhodnejší terčový (kruhový) sociogram s uplatnením hierarchie statusov jednotlivých členov. Na ilustráciu ukážeme sociogram deväťčlennej skupiny s 5 pozitívnymi výbermi (podľa Petrusek, 1969, s. 178):



Situácia v skupine je takáto: skupina má 2 vodcov, pričom F predstavuje situačného (formálneho) vodcu; E je najpopulárnejšia osoba (má 5 pozitívnych výberov), čiže je sociometrickým vodcom; B, C sú ich sateliti; G, J sú členmi a A, D, H predstavujú izolovaných členov (outsiderov).

Prezývky v takejto modelovej sociálnej skupine vznikajú v dvoch smeroch – odstredivým smerom ich dávajú osoby so statusom satelitov, v menšom množstve členovia. Prezývky dostávajú členovia a outsideri. Ide o expresívne, hanlivé prezývky, ktoré „majiteľa" zosmiešňujú a potvrdzujú jeho nižší spoločenský status. Dostredivým smerom dávajú prezývky členovia a outsideri. V interakcii člen – vodca ide o prezývky odvodené od krstného mena, priezviska, prípadne od druhu športu, v ktorom dosahuje vodca úspechy. Tieto prezývky sú viac neutrálne (informatívne), prípadne sú pozitívne emocionálne (vyjadrujú obdiv). V interakcii satelit – vodca ide o prezývky vyjadrujúce obdiv, a preto môžu byť čiastočne (pozitívne) expresívne.

V procese nominácie prezývky je rozhodujúca motivácia – motivačný činiteľ (telesné a duševné vlastnosti budúceho nositeľa prezývky) alebo motivačný príbeh (situácia, ktorá vyvolala proces tvorby prezývky). V tomto druhu prezývok si ju obyčajne nedáva nositeľ sám (na rozdiel od prezývok v tzv. internetových chatoch)[3], musí však reagovať na jej vznik a formu. V. Patráš tento proces nominácie hodnotí z tohto pohľadu tak, že túto nositeľovu „reagenciu potom spätne ‚zhodnocuje' školský kolektív. Buď žiaci na prezývke trvajú a vzniknutá lexikálna jednotka sa vžije a funguje, alebo (ak ide o odmietnutie zo strany potenciálneho nositeľa pre jej expresívno-dehonestujúcu charakteristiku, teda faktickú nadávku) akceptujú postoj jednotlivca a celý selektívno-nominačný rituál sa opakuje." (Patráš 2002, s. 73).

[3] Odlišnosť týchto druhov prezývok vyplýva z pohľadu na nositeľa prezývky – v „klasickom" druhu školskej prezývky vníma jej nositeľa kolektív a nominátor – jednotlivec, ktorý navrhne prezývku a kolektív ju potom akceptuje. V internetovej prezývke sa odzrkadľuje vlastný postoj používateľa – tak sa vníma sám. Formou prezývky chce poukázať na seba.

Výskum žiackych prezývok sme uskutočnili na slovensko-poľskom pomedzí – na slovenskej Základnej škole v Bobrove v 7. a 8. ročníku a na poľskom Gymnáziu[4] v Lipnicy Wielkiej v 2. a 3. ročníku. Vekový rozdiel medzi slovenskými a poľskými žiakmi nebol, napriek tomu sme však zaznamenali rozdiely v motivácii a tvorbe prezývok. Celkovo sme získali 73 dotazníkov zo slovenskej strany, v ktorých sme zaznamenali 82 prezývok u 50 nositeľov; na poľskej strane sme získali 76 dotazníkov, v ktorých sme však zaznamenali len 48 prezývok[5] u 47 nositeľov.

M. Knappová (1996) rozdeľuje tvorbu školských prezývok do 5. základných skupín. Podľa tohto triedenia môžeme získané prezývky rozdeliť takto:

1. Prezývky motivované rodným menom nositeľa:

Tento druh prezývok tvorí v oboch skupinách približne 10% všetkých prezývok. Pomenúvateľom môže byť člen triedneho kolektívu, učiteľ, v niektorých prípadoch aj samotný nositeľ (ak sa nenachádza na periférii society a skupina túto prezývku akceptuje). Zo slovenskej strany sme zaznamenali prezývky *Sisa* (< Silvia), *Opička* (< Sonička), *Mary* (< Mária), *Rajo* (inverzia z Jaro), *Simson* (značka motorky) (< Simona), *Deňa* (< Denisa – pomenovala učiteľka). Medzi poľskými študentami to boli: *Adzik* (< Adam), *Merfi* (< Marcin), *Misiu* (< Michal), *Bety* (< Beata), *Stanley* (< Stanisław), *Norris* (< Norbert).

2. Prezývky motivované priezviskom nositeľa:

Tento typ prezývok sa viac vyskytoval na slovenskej strane. Celkovo tvoril takmer 25% slovenských prezývok. Tu sme zaznamenali aj vysokú mieru polyonymie u jednotlivých nositeľov, čo svedčí o nie celkovom stotožnení jednej podoby prezývky v kolektíve: (Bomba >) *Granát*, *Bombička*, *Bombuľka*; (Budzeľ >) *Buzik*, *Fúzik*, *Budzik*;

[4] Podľa platného školského systému Poľskej republiky gymnázium zodpovedá slovenskej základnej škole (5. – 9. ročník). Gymnázium v našom chápaní sa v Poľsku označuje slovom lyceum.

[5] Nižší počet prezývok na poľskej strane bol zapríčinený tým, že kolektívy oboch tried boli kompaktnejšie, nedochádzalo teda k veľkému rozptylu v používaní prezývok a druhým faktom bolo to, že nie všetky dotazníky sa dali dobre čítať.

(Svetláková >) *Svetielko*, *Žiarovka*, *Neónka*; (Svrček >) *Srky*, *Cvrky*; (Čajková >) *Čajo* (rod!), *Čajkuľa*; (Dúhová >) *Dúha*, *Ahud* (inverzia); (Dedinský >) *Dedo*, *Dedinka*; (Hullová >) *Hula hup*, *Huľa*; (Bodorík >) *Bodka*; (Štiak >) *Šerbeľ*, *Ština*[6]. Poľské priezviská motivovali 10% prezývky: (Lichosyt >) *Lipa*; (Slezak >) *Sledź*; (Owsiak >) *Owsik*, *Owsianka*; (Lasak >) *Leśny*. Od iniciálok M. L. vznikla prezývka *Myly*. Problémom tohto druhu prezývok bolo, že dotazníky boli anonymné a študenti nie vždy uviedli priezvisko nositeľa prezývky.

3. Prezývky označujúce telesné vlastnosti nositeľa:

Táto skupina je bohato zastúpená v oboch skúmaných skupinách, pretože telesné vlastnosti sú veľmi častým motívom vzniku prezývky. V podmienkach slovenskej základnej školy tvorili okolo 22% prezývok. V poľskej strednej škole to však bolo až 35%. Rozdiel je prirodzený – mladší nositelia sa viac sústreďujú na hru so slovom, dospievajúci skôr abstrahujú a všímajú si (už) aj dominantné telesné vlastnosti ľudí: *Pudlík* (podľa účesu), *Kačka* (podľa zadku), *Jalovica* (podľa zadku), *Pinochio* (chudá a drevená – nemotorná), *Rudolf* (v zime má červený nos ako Santa Klaus, ale prezývku dostal podľa jedného z jeho sobov[7]), *Zajac* (podľa zubov), *Elvis* (podľa účesu), *Párky* / *Sumo* (tučný), *Buchta* (tučná), *Panáčik* (malý), *Žirafa* (vysoká), *Ryšavec* (farba vlasov), *Pavúk* (dlhé nohy), *Fúzač* (prvé fúzy – v 7. triede), *Tekvica* (podľa postavy), *Vajco* (podľa tvaru hlavy), *Kleopatra* (podľa výrazného nosa). Poľskí študenti vytvorili tieto prezývky: *Dynia* (podľa tvaru hlavy), *Longer* (dlhý), *Małpa* / *Szympans* (podľa podoby), *Indor* (< indyk – pravdepodobne podľa podoby, chôdze a pod.), *Koza* (ďaleko skákal), *Ursus* (silný), *Żabka* (veľké oči), *Kiełbasa* (tučný), *Malutka* (malá), *Chomik* (chomik = škrečok; prezývku dostal podľa zubov), *Trolek* (malý a hlúpy), *Lysy* (je lysý), *Koń* (podľa smiechu), *Kulfon* („bo ma kulfoniasty nos“), *Czorno* („bo ma czarne własy“), *Bioło*[8] (má biele vlasy).

[6] Keďže ide o veľmi expresívnu prezývku, samotný nositeľ ju síce priznal, ale sám neuviedol motiváciu.

[7] Ide o metonymickú prezývku.

[8] Išlo o dvojicu kamarátov, preto významnú úlohu pri vzniku prezývky zohrala nielen ich farba vlasov, ale aj opozícia palety farieb.

4. Prezývky označujúce duševné a iné charakteristické vlastnosti nositeľa:

Na slovenskej strane tvorili tieto prezývky 17% celkového počtu, v poľskej komunite len 10%. Do tejto skupiny môžeme zaradiť tieto prezývky: *Slintoš* (stále slintá), *Radiátor* (je mu zima, opiera sa o radiátor), *Kretén* (hlúpy), *Teľa* (nerozumie a stále sa pýta), *Varecha* (často presadí svoj názor), *Bifľa* / *Mudruľa* / *Mudrc* / *Mudroš* (najlepšie sa učí), *Šrotovník* (stále rozpráva), *Blcha* (všetkých „otravuje"), *Pupuš* (má zženštilé správanie), *Jogy a Bubu* (dve nerozlučné kamarátky), *Komentatorki* (všetko komentuje), *Wyscigówka* („jest bardzo szybka"), *Profesor* (dobre sa učí) *Mrówka* (usilovný).

5. Symbolické prezývky motivované aktuálnymi udalosťami:

Tieto tvoria najpočetnejšiu skupinu na oboch stranách. Najčastejšie vznikajú podobnosťou na nejakú známu osobnosť, môžu byť motivované určitou príhodou, spôsobom výslovnosti, prejavu, blízkym príbuzným a pod. Na základnej škole tvorili 21% celkového počtu prezývok, poľskí študenti ich využili v 31%. *Kičiliky* (podľa skomolenia hudobnej skupiny Čiki-liki-tu-a), *Bolďo* (podľa mena starého otca Leopolda), *Ignác* (ujo Ignác), *Oňo* (brat Ondrej), *Silvester* (otec Silvester), *Gabika* (mama Gabika), *Igor* (otec Igor), *Džepeto* (prezývka brata), *Saša* (podľa psa Sašu), *Kuko* (podľa speváka skupiny Horkýže slíže), *Gypsuľa* (pripravila projekt zo sadry – gypsu), *Koudy* (podľa pesničky, ktorú spieval hrdina seriálu Krok za krokom), *Korvín* (podľa historickej postavy Mateja Korvína), *Spomalený film* (je pomalý), *Koniar* (rod! – mala rada kone), *Pyžamo* (mikina pripomínala pyžamo), *Zaspatý* (zaspal na vyučovaní), *Inkubátor* (často hovoril, že je hlúpy ako inkubátor).

Poľskí študenti vo väčšej miere využívali motiváciu prezývky spoločenskými súvislosťami, prežitými situáciami, podobnosťou s inou osobou…: *Bin Ladin* (nebol v škole 11. 9. 2001!), *Szakira* (podoba so speváčkou), *Hannas* (pije pivo Hannós), *Hitlerka* (sympatizantka), *Elektryk* („od zavodu ojca"), *Gusty* (poľa mena otca), *Piekarz* (býva pri pekárni), *Mungo* (podľa literárnej postavy), *Ptasznik* („bo lubi

Ptaszki“), *Salas* (podľa značky košele), *Silver* (od priezviska deda), *Pius* (podľa mena deda), *Mafia* (boja sa ho), *Kiwi* (namiesto vulgárnych slov hovorí kiwi).

Sledovanie procesu tvorby prezývok u žiakov strednej školy v Poľsku a žiakov základnej školy na Slovensku je sondou do procesu pomenúvania členov školských kolektívov. V tomto nominačnom procese sa odzrkadľuje sociálne postavenie jednotlivca v kolektíve, jeho fyzické a psychické danosti. Z niektorých prezývok môžeme analyzovať postupný prechod od detského nazerania na svet k dospievajúcim a dospelým.

Analýza prezývok môže učiteľovi pomôcť pochopiť nielen ich nositeľov ale život celého školského kolektívu.

Poďakovanie patrí kolegyni Mgr. D. Slovikovej, ktorá získala prezývky slovenských a poľských žiakov tvoriacich základ tohto príspevku.

Literatúra:

Klimeš, L. 1971. Přezdívky žáků v 3. – 9. třídě ZDŠ. In: Zpravodaj Místopisné komise ČSAV, XII., 1971, č. 3 – 4, s. 367 – 376.

Klimeš, L. 1973. Přezdívky žáků v 6. – 9. třídě ZDŠ. In: Zpravodaj Místopisné komise ČSAV, XIV., 1973, č. 2 – 3, s. 314 – 319.

Knappová, M. 1996. Tvorba přezdívek stále živá. In: *12. Slovenská onomastická konferencia a 6. seminár „Onomastika a škola*“. Prešov 25. – 26. 10. 1995. Zborník referátov. Prešov : Pedagogická fakulta UPJŠ; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1996, s. 122 – 125 ISBN 80-88885-04-3

Krško, J. 2000. Sociálno-psychologické aspekty pomenovania. In: *Vlastné mená v jazyku a spoločnosti. Zborník referátov zo 14. slovenskej onomastickej konferencie, Banská Bystrica 6.-8. 7. 2000*. Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB v Banskej Bystrici, 2000, s. 75-84. ISBN 80-8055-429-3

Oliva, K. 1974. K problematice tvoření přezdívek v dětském kolektivu. In: Zpravodaj Místopisné komise ČSAV, XV., 1974, s. 185-194 .

Patráš, V. 2000. „Niky v chate“ (Pohľad na internetové prezývky cez okienko sociolingvistiky). In: *Vlastné mená v jazyku a spoločnosti. Zborník referátov zo 14. slovenskej onomastickej konferencie, Banská Bystrica 6. – 8. 7. 2000*. Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB v Banskej Bystrici, 2000, s. 209 – 223. ISBN 80-8055-429-3

Patráš, V. 2002. *Interdisciplinárne kooperácie*. Banská Bystrica : Univerzita Mateja Bela, 2002, 103 s. ISBN 80-8055-684-9

Peciar, Š. a i. 1963. *Slovník slovenského jazyka*. III. diel. Bratislava : Vydavateľstvo SAV, 1963. 912 s.

Petrusek, M. 1969. *Sociometrie – teorie, metoda, techniky*. 1. vyd. Praha : Nakladatelství Svoboda, 1969. 262 s.

Wachtarczyková, J. 2000. Virtuálna identita ľudí na internete a ich mená. In: *Vlastné mená v jazyku a spoločnosti. Zborník referátov zo 14. slovenskej onomastickej konferencie, Banská Bystrica 6. – 8. 7. 2000*. Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB v Banskej Bystrici, 2000, s. 224 – 230. ISBN 80-8055-429-3

WARCHOL, S. 1996. Strukturalno-semantyczna charakterystyka przezwisk uczniów i nauczycieli szkół podstawowych gminy Ostrówek, województwo Lubielskie. In: *12. Slovenská onomastická konferencia a 6. seminár „Onomastika a škola“, Prešov 25. – 26. 10. 1995. Zborník referátov*. Prešov : Pedagogická fakulta UPJŠ; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1996, s. 130 – 135. ISBN 80-88885-04-3

KOMUNIKAČNÝ REGISTER GRAFITISTOV

Jaromír Krško

Narodenie človeka znamená, že prichádza na svet do rodiny, ktorá ho bude sprevádzať a formovať dlhé obdobie, rovnako sa stáva aj súčasťou spoločnosti, v ktorej sa bude pohybovať. Každá spoločnosť si vytvára určitú kultúru, tradície, ktoré odovzdáva svojim jednotlivým členom. Tí ich buď akceptujú a posúvajú ďalším členom alebo sa s nimi nestotožňujú a bojujú proti nim.

Existuje mnoho definícií pojmu kultúra. Vo všeobecnosti ju môžeme charakterizovať podľa E. Mistríka, ktorý hovorí, že kultúra je „sociálne odovzdávané poznanie vlastné určitej sociálnej skupine“ (Mistrík - Haapanen - Heikkinen - Jazudek - Ondrušková - Räsänen, 1999, s. 24). Kultúra vo všeobecnosti obsahuje určité normy, vzorce správania, hodnotové orientácie, skúsenosti sociálnej skupiny, ktorá je nositeľkou tejto kultúry. Kultúra sociálnej skupiny obsahuje zároveň určitý svetonázor, ovplyvňuje fungovanie ďalších inštitúcií akými sú rodina, prípadne ovplyvňuje výchovu ďalších (najmä mladších) členov skupiny.

Fungovanie človeka, ako základného článku sociálnej skupiny, je teda výrazne ovplyvnené kultúrou. Prispôsobovanie sa človeka kultúre – teda spoločenským zásadám, tradíciám, hodnotám, normám…, sa nazýva socializácia. Neprispôsobenie sa kultúrnym hodnotám, vedomé i nevedomé porušovanie noriem, prináša so sebou (zo strany väčšiny) určité sankcie.

Ľudská spoločnosť sa člení na menšie sociálne skupiny, ktoré sa môžu deliť na ďalšie menšie celky. Kultúra celej spoločnosti obsahuje v sebe funkciu kolektívneho vedomia – ide o zovšeobecnené a platné základné zásady a normy správania, svetonázoru, spoločenských hodnôt, ktoré vyznáva väčšina spoločnosti. Funkciou kolektívneho vedomia kultúry sa upevňuje začlenenie jednotlivca do spoločnosti.

Spoločnosť sa snaží šíriť a upevňovať kultúrne hodnoty medzi členmi spoločnosti prostredníctvom menších sociálnych skupín, akými sú rodina, škola, záujmové skupiny a pod. Členovia spoločnosti si osvojením a uznaním kultúrnych hodnôt vlastného spoločenstva uvedomujú odlišné hodnoty iného spoločenstva. Z vnútornej diferenciácie spoločnosti na menšie sociálne skupiny na jednej strane a integrácie týchto skupín do jednoliatej spoločnosti vyplýva integračno-diferenciačná funkcia kultúry.

Členenie spoločnosti na menšie sociálne skupiny zároveň znamená, že tieto skupiny môžu uznávať miestami posunuté hodnoty kultúry, ktoré sa však v globále zovšeobecňujú. Z toho hľadiska môžeme charakterizovať kultúru spoločnosti ako heterogénny systém, ktorý je vytváraný mnohými kultúrami jednotlivých sociálnych skupín.

E. Mistrík vydeľuje niekoľko vrstiev kultúry: dominantnú, konzervatívnu, alternatívnu a marginálnu kultúru. Dominantnú kultúru predstavujú všeobecne uznávané normy a hodnoty a reprezentujú ju stredné spoločenské vrstvy spoločnosti. Konzervatívna kultúra[9] sa vyznačuje uznávaním tradičných kultúrnych hodnôt a preto je z tohto pohľadu spoločensky uzavretá. Alternatívne kultúry predstavujú opozíciu voči dominantnej kultúre a často stoja aj v opozícii navzájom. Tieto kultúry sú súčasťou jednotlivých sociálnych skupín. Medzi alternatívne kultúry môžeme zaradiť aj kultúru graffiti, ale i ďalších sociálnych skupín (hip-hop, skinheads, skejtbordistov, anarchistov…). Posledná skupina – marginálne kultúry predstavuje taktiež opozíciu voči dominantnej kultúre, ale na rozdiel od alternatívnych kultúr sa vyznávači týchto kultúr pohybujú na hranici zákona, preto predstavitelia dominantnej kultúry používajú voči týmto skupinám rôzne represívne opatrenia. Medzi marginálnu kultúru môžeme zaradiť kultúru drogovo závislých ľudí (Gálisová, 2001).

[9] Pri pojmoch dominantná kultúra a konzervatívna kultúra môžeme používať singulárnu formu, pretože ide (väčšinou) o jednu kultúru, pričom konzervatívnu kultúru chápeme ako časť dominantnej kultúry. Alternatívnych a marginálnych kultúr je v spoločnosti niekoľko – počet závisí od množstva sociálnych skupín, ktoré danú kultúru vyznávajú,

Vývoj sociálnych skupín je úzko spojený s vývojom kultúrnych hodnôt, ktoré, ako sme už spomínali, sa odovzdávajú ďalším generáciám. Odovzdávanie kultúrnych hodnôt úzko súvisí s kultúrnymi tradíciami. Odovzdané kultúrne hodnoty nová generácia neustále prehodnocuje a modifikuje a prispôsobuje svojím cieľom a záujmom. To je prirodzený vývin kultúry, ktorý nie je hatený spoločnosťou.

Vzájomná sociálna previazanosť jednotlivých členov sociálnych skupín vytvára kultúrnu identitu. Ide o stotožnenie sa jednotlivých členov sociálnej skupiny so societou samotnou a cez ňu aj s jej kultúrou. Príslušník skupiny si uvedomuje históriu skupiny, využíva sociálne teritórium skupiny, prispôsobuje sa sociálnym vzťahom, komunikuje s ostatnými členmi spoločenstva.

A. Gálisová (2001) hovorí, že každá kultúra „je podmienená jestvovaním a používaním semiotického systému“ (Gálisová, 2001, s. 5). Pod semiotickým systémom chápe súbor určitých gest, mimiky, symbolov, signálov, archetypálnych obrazov a jazykový materiál a jeho spracovanie členmi sociálnej skupiny. „Poznanie, ovládanie a schopnosť používať semiotické systémy vlastnej kultúry umožňujú efektívnu komunikáciu smerom dovnútra, t. j. v rámci spoločenstva. Efektívnosť intrakultúrnej komunikácie má pozitívny vplyv na život spoločnosti, jej pokojný vývoj a vzájomné porozumenie medzi členmi. Poznanie, ovládanie a schopnosť používať semiotické systémy iných kultúr umožňujú efektívnu komunikáciu smerom von, t. j. s inými kultúrami. Medzikultúrna komunikácia je dôležitým prostriedkom na obohacovanie vlastnej kultúry, je predpokladom vzájomného porozumenia a rešpektovania viacerých kultúr.“ (Gálisová, 2001, s. 6).

Súčasťou semiotického systému každej sociálnej skupiny je jazykový materiál – ako pripomína A. Gálisová (2001, s. 6) – všetky zložky jazykového znaku. Členovia sociálnej skupiny musia dokonale ovládať skupinový jazykový systém, aby nedochádzalo k rôznym sémantickým posunom, ktoré by znejasňovali komunikáciu v rámci skupiny. Zo sociolingvistického hľadiska hovoríme o tzv. sociolekte,

ktorý v sebe zahŕňa slang, profesionalizmy a argot (Odaloš, 1997, s. 14). D. Slančová (1999) používa termín komunikačný register, ktorý chápe ako „súbor rečových variet spojených so skupinami ľudí, ktorí sa vyznačujú spoločnými záujmami alebo profesiou. V tomto chápaní ide teda už nielen o súbory lexikálnych prostriedkov, ale register sa chápe aj ako spôsob používania lexém a frazeologizmov a v niektorých prípadoch aj špeciálnych gramatických konštrukcií." (Slančová, 1999, s. 95). Komunikačný register teda zachytáva celú lexiku viazanú na určitú sociálnu skupinu, a to ako apelatívnu lexiku, tak aj propriálnu. V propriálnej lexike sa však v onomastike udomácňuje termín sociálne toponymá, prípadne sociálne onymá (Krško, 1998).

Kultúra graffiti je pomerne mladou kultúrou. Počiatky tohto hnutia siahajú do šesťdesiatych rokov minulého storočia do východnej časti New Yorku. Odtiaľto sa graffiti začalo šíriť do ostatných častí USA, neskôr sa rozšírilo do západnej Európy. Prvé prejavy graffiti v strednej Európe (Česko, Slovensko, Poľsko, Maďarsko) sme zaznamenali v deväťdesiatych rokoch – po politických a spoločenských udalostiach roku 1989 a následnom otvorení sa Západu.

Podstata graffiti ako sociálneho a kultúrneho hnutia spočíva vo zviditeľňovaní sa prostredníctvom nápisov, podpisov (*tagov*) a obrazov na rôznych plochách v mestách – stenách budov, výkladoch obchodov, mostoch, pilieroch, ale aj vlakoch, autobusoch a električiek.

Grafity môžu striekať jednotlivci[10] alebo skupiny, ktoré tvoria väčšinou traja až šiesti členovia. Títo súťažia s ostatnými skupinami nielen o teritórium, kde sa môžu výtvarne prejaviť, ale súťažia aj medzi sebou o najlepšie výtvory. Najlepší *writer* spomedzi všetkých skupín je vážený a uznávaný a jeho kresby nesmú prestriekať ostatní členovia. Výber vedúcej osobnosti sa deje prostredníctvom vzájomného súťaženia skupín. Ak dôjde k prestriekaniu niektorej kresby inou skupinou, dochádza k tzv. *stylwar* alebo *battle* – teda

[10] Samostatné pôsobenie *writera* v rámci existencie graffiti je málo pravdepodobné. Jednotlivci sa spájajú do skupín (*crew*) – „writer musí mať svoju crew, svoj štýl, celkom dobrú kvalitu striekania a dosť výtvorov – pieceov." Jednotlivec tak vlastne reprezentuje celú svoju skupinu, ktorá ho zároveň chráni navonok.

k vojne štýlov alebo otvorenej vojne. Nejde však o fyzické napádanie, ale o súťaženie. Znepriatelené skupiny sa stretnú a musia vytvoriť kresby, ktoré posúdia nezávislí členovia ďalších skupín graffiti. Víťaz môže ovládnuť toto teritórium a porazená skupine si musí hľadať nový objekt. Aj z tohto vyplýva, že hnutie graffiti nemá militantnú podstatu, napriek tomu, že nezainteresovaná verejnosť mnoho prejavov graffiti hodnotí ako vandalizmus.

Členmi subkultúry grafitistov sú predovšetkým mladí ľudia vo veku 15 až 25 rokov. Ide vlastne o určitý prejav dozrievania mladej osobnosti. Mladí ľudia protestujú proti zaužívaným spoločenským stereotypom, snažia sa vymaniť zo spoločenských šablón a poukázať na to, že sú tu, snažia sa, aby ich dospelí akceptovali. Toto „vynucovanie" akceptácie sa deje aj prostredníctvom určitej formy vandalizmu.

Pocit „nepochopenia" zo strany dospelých vedie k tomu, že mladí ľudia sa združujú a hľadajú si seberovných členov, ktorí majú podobné „problémy" ako oni, ktorí ich dokážu pochopiť.

O vzájomnom nepochopení marginálnej kultúry (kultúra grafitistov) a dominantnej kultúry („kultúra dospelých"[11]) svedčí aj výpoveď jedného člena skupiny grafitistov: „Veď grafity pre dnešných ľudí je niečo nové. Hlavne pre tých starších. Ľudia idú po ulici, popod most, popri stene, vidia nejaký *pies, bombing, tag, panel, wholecar* atď. A vravia: ‚Aha pozrite sa, aj tu boli tí vandali, tí mladí nevychovaní fagani.' Tu sa ukazuje problém, grafity robia iba mladí ľudia. To nie je pravda. No ľudia, ktorí nerobia grafity, to nevidia. Oni v tom vidia iba počmárané mosty, steny, vlaky atď. *Writer*, ten v tom vidí niečo iné, vidí štýl, ktorý ten konkrétny *writer* používa. O ktorý vlastne v grafity ide."

Pôvod grafity výrazne ovplyvnilo aj lexikálny systém, ktorý využívajú členovia jednotlivých skupín. Ak hovoríme o sociolekte alebo komunikačnom registri, musíme tieto pojmy zúžiť na slang a v menšej miere na profesionalizmy. Napriek tomu, že grafitisti často

[11] Ako „kultúra dospelých" myslíme dominantnú kultúru, ale z pohľadu dospievajúcich.

využívajú aj nedovolené plochy a miesta, v ich komunikácii sme nezaznamenali prvky argotu. Profesionalizmy, ako časť sociolektu, využívajú vo veľmi malej miere – táto časť lexiky sa obmedzuje najmä na technickú stránku striekania (používanie rôznych druhov sprejov, veľkosť trysiek a pod.). Názvy sprejov používajú podľa jednotlivých značiek, ktoré uvádza výrobca. Napriek tomu, že ide o typové označenia výrobkov (chrématonymá) v komunikácii dochádza k deproprializácii a tieto propriá fungujú ako apelatíva: *plasticote* (charakteristická farba s dobrým tlakom, najlepšie farby sú strieborná a čierna, ostatné farby hodnotia ako riedke), *kimtec* (charakterizujú ju slabým tlakom, ale farby si cenia), *multona* (farba, ktorá prekryje všetky farby, má dobrú hustotu), *belton* (málo odtieňov), *sparvar* (dosť odtieňov, ale „sparvarom neprekryješ multonu."), *Mr. spray* (cenia si najmä striebornú farbu) a *latex*, ktorý sa používa ako základný podkladový náter. Na označenie rôznej hrúbky trysiek sa používajú označenia: *skina* – tenká stopa, *super skina* – veľmi tenká stopa, *amerika* – tryska, ktorá pri striekaní blízko steny je tenká, ďalej od steny necháva hrubšiu stopu, *ruža* – tryska s hrubou stopou, *červeň* – tryska s hrubou stopou. Z posledných profesionalizmov vyplýva, že niektoré názvy sú aj slovenského pôvodu, teda, že nie všetky termíny preberajú graffiti z angličtiny.

Najväčšiu časť lexiky grafitistov tvoria slangizmy, pretože ide o aktuálne výrazy viazané na sociálnu skupinu grafitistov. Tieto výrazové prostriedky sa vyznačujú vysokou expresivitou a variantnosťou. „Expresivita sa následne prejavuje v nenormatívnosti slangizmov, ktoré sú často aj štruktúrne nápadné." (Odaloš, 1997, s. 15). Slangizmy tvoria jadro celej slovnej zásoby grafitistov – cez túto lexiku manifestujú príslušnosť k tejto marginálnej kultúre a zároveň vyjadrujú odpor a nesúhlas so zaužívanou lexikou dominantnej kultúry.

Príslušníci skupín grafitistov používajú najčastejšie slangizmy na základné označenie členov skupiny, ich hierarchie a pod. – *writer* (z angl. writer) – človek, ktorý strieka grafity. Writeri sa delia na *toyov*

(z angl. toy – hračka) – mladý, začínajúci writer a na *kingov* (z angl. king) – najuznávanejší writer na veľkom území (napr. v niekoľkých štátoch)[12], *bite* (z angl. bite) – označenie writera (často začiatočník), ktorý len kopíruje štýl niekoho iného, *crew* (z angl. crew) – skupina writerov, ktorí striekajú spolu jeden výtvor. Ak sa striekajú grafity vo veľkom množstve – ide najmä o presadenie sa novej skupiny na novom území, tento spôsob prezentácie označujú slovom *kill* (z ang. kill – zabíjať). Na označenie priestoru, kde striekajú nápisy alebo kresby sa využívajú slangizmy *avenue* (z angl. avenue) – cesta, ulica. Rôzne druhy grafity delia podľa miesta, kde ho nakreslia, prípadne podľa toho, či ide o ilegálny alebo legálny grafit, prípadne nápis – *tag* (z angl. tag – menovka, visačka) – ide o charakteristický podpis writera, ktorý sa môže vyskytovať samostatne (len ako nápis) alebo je súčasťou nastriekaného obrazu. *Battle* (z angl. battle) označuje bitku dvoch alebo viacerých skupín grafitistov alebo jednotlivých writerov – ide o charakteristické prestriekavanie kresieb(tzv. *going over*); *bombing* (z angl. bomb – bomba) – striekanie jednoduchých nápisov, kresieb na nepovolené miesta (často na steny budov, výklady)[13]; *ilegál* – grafit umiestnený na nepovolenom mieste – opakom je *legál*. *Piece* (z angl. piece – obraz) označuje nastriekaný obrazec (najčastejšie z viacerých farieb). Pred samotnou kresbou používa každý writer *pice book* – zošit, v ktorom na nakreslené jednotlivé kresby (tzv. *sketch* – náčrt). Ak spoja niekoľko samostatných kresieb podkladom, označujú to slangovým výrazom *production*. V rámci jednotlivých kresieb rozoznávajú niekoľko druhov prejavov: *panel* – označuje kresbu nastriekanú na vlaku len popod okno, ale nie od začiatku po koniec. Grafity nastriekané popod okná od začiatku vlaku až po koniec sa označuje termínom *end to end*. Kresba, nastriekaná na celom vagóne od začiatku po koniec (aj cez okná) sa nazýva *wholecar* (z angl. whole – celý a car – auto). Ak nasleduje prestriekanie celej vlakovej súpravy

[12] Keďže ide o označenie farieb, predpokladáme, že tieto lexikalizmy fungujú najmä u grafitistov na Slovensku. V iných krajinách môžu fungovať iné označenia sprejov.
[13] Podľa jedného z informátorov – na Slovensku nie je ani jeden writer vyhlásený za kinga.

(minimálne však troch vagónov), hovoria o tzv. *wholetrain* (z angl. whole – celý a train – vlak) alebo *whole end to end*. Podľa zobrazenia rozoznávajú grafitisti tzv. *charakter* – ide o kresbu tváre alebo postavy. Prvé grafity, ktoré vznikli v New Yorku boli tzv. *in memory* – teda kresby, ktoré vznikli na pamiatku niekoho, kto zomrel. V takýchto kresbách sa často nachádza tzv. *dedication* – venovanie alebo odkaz. Najlepšie kresby – *burner* (z angl. burner – horák) reprezentujú najuznávanejších writerov, ktorí u ostatných členov skupín užívajú *fame* – slávu a uznanie. Ďalšie lexikalizmy, ktoré sa vyskytujú medzi grafitistami sú napr. *buff* (z angl. buff – koža) – prostriedok, ktorým sa dá zmazať grafit z vlaku, *throw up* (z angl. *throw up* – nahodiť) – obrysy budúcej kresby na stene (náčrt). Ak writer ukradne inému členovi nápad, alebo štýl, označujú to termínom *rack*. Mnoho kresieb (najmä legálnych) vzniká na spoločných stretnutiach writerov nazývaných *jam* (z angl. jam – tlačenica). Najcennejším objektom na maľovanie pre všetkých grafitistov je vlaková súprava, ktorú nazývajú *Red Bean*, pretože ide o najstráženejší vlak a preto je ťažké nastriekať naň kresby.

Lexika, charakteristická pre skupiny grafitistov, funguje v ich bežnej komunikácii. Preto sa nemôže používať len v nominatíve, ale sa začleňuje do celej paradigmy. Slovenčina, ako flektívny jazyk, „núti“ používateľov jazyka ohýbať jednotlivé slová a zapájať ich do vetnej stavby. Prejav predstaviteľ grafitistov vyzerá takto: „Tagovaním sa writer dostáva do povedomia ostatných writerov. A zároveň sa vyššie vynáša spolu so svojou crew v očiach ostatných writerov. Nie je tag ako tag pre tých nezasvätených. Bombing je ulica, mesto, adrenalín. Bombingy sa striekajú všade, kde sa dá. Pri bombovaní si writer zdokonaľuje kvalitu a rýchlosť striekania. Ak niektorí writeri alebo crew striekajú bombingy vo veľkom množstve, tak na to sa používa výraz kill. Do piecu writeri striekajú svoje mená občas aj crew. Piece si writeri veľmi cenia (väčšinou). Z piecov writeri robia aj production. Pre bežných ľudí je to najkrajšie a najlepšie, čo so sebou graffiti prináša.“

Flexia anglicizmov sa v komunikácii vyznačuje tým, že na vytvorenie nového slovného druhu slúži anglický výraz (napr. substantívum) a slovenským slovotvorným postupom sa vytvorí nové slovo (slovný druh) – *tag* (substantívum) → *tagovať* (sloveso) – striekať tagy, tagovanie (slovesné podstatné meno); *bombing*[14] (z angl. bombe) – *bombovať* – striekať graffiti na nelegálnych otvorených plochách.

Nominatívne anglické tvary sa do slovenskej paradigmy začleňujú pomocou slovenských prípon: *writer – writeri* (N. pl.) (teda nie náležité anglické *writers*), *writerov* (L. pl.) („tagovaním sa writer dostáva do povedomia ostatných writerov"), *pre writera* (G. sg.), *medzi writermi* (I. pl.), *piece – do piecu* („do piecu writeri striekajú svoje mená"), *pieceov* (G. pl.) (writer musí mať… dosť výtvorov – pieceov"), *wholecar – wholecarom* (I. sg.) („wholecarom získava writer veľký rešpekt"), *pri wholecari* (L. sg.) („pri wholecari pomáhajú aj ostatní writeri z crew"), *toy – toyov* (G. pl.) („writeri neznášajú toyov").

Zaujímavosťou je, že niektoré slangizmy graffiti v komunikácii neskloňujú – napr. skupina writerov nazývaná *crew* („a zároveň sa vyššie vynáša spolu so svojou crew v očiach ostatných writerov", „pri wholecari pomáhajú aj ostatní writeri z crew").

Propriálnu sféru komunikácie medzi graffiti možno hodnotiť ako sociálne onymá, v rámci ktorých môžeme rozlišovať sociálne toponymá a sociálne antroponymá.

Sociálne toponymá pomenúvajú oficiálne (legálne) miesta, na ktorých môžu príslušníci graffiti striekať svoje kresby. V Banskej Bystrici existujú len tri oficiálne povolené miesta. Apelatívne sa takéto miesta v komunikácii grafitistov označujú termínom *legal* alebo *legal zone*. Grafitisti však rozlišujú miesta, kde tvoria. Propriálnu stránku označenia tvorí bližšia charakteristika objektu podľa názvu mestskej časti (alebo podľa sociálneho toponyma viazaného na skupinu

[14] Tento spôsob striekania spôsobuje najviac nedorozumení, pretože toto možno označiť ako vandalizmus. Grafitisti spájajú bombing so vzrušením, adrenalínom a podľa závažnosti miesta je medzi nimi dosť cenený. V slovenčine to hodnotíme ako slovesné podstatné meno – presný preklad by mal byť „bombovanie".

Banskobystričanov) a apelatívna zložka legálnej zóny: *Legal zone v Radvani, Legal zone na Huštáku* a *Legal zone pri benzinke*[15].

Sociálne antroponymá reprezentujú jednotlivé tagy writerov. Keďže ide o charakteristický podpis autora, ide zároveň o jeho „umelecké" meno – napr.: OSA, 2. B., NAC, DMC, GUN, 2. C., OSC, TBC. Tieto sociálne antroponymá najčastejšie vznikajú (ako skoro celý sociolekt grafitistov) z angličtiny – OSA = Old School Art, GUN = zbraň… Grafitisti svojím menom môžu vyjadrovať postoj k určitým spoločenským javom – napr. nesúhlas (Anarchista).

Grafity ako druh marginálnej kultúry a ako umenie má svoj život. Posun v tejto kultúre sme zaznamenali aj na Slovensku. Pôvodná podoba grafity ešte zotrváva, ale popri tradičných kresbách a nápisoch sa začínajú objavovať (najmä v prostriedkoch verejnej dopravy) vopred pripravené nálepky. Ide o umenie, ktoré sa označuje ako street art.[16]

V závere možno zhrnúť – grafitisti v komunikácii využívajú profesionalizmy, ktoré slúžia na presné odlíšenie niektorých dôležitých termínov spojených najmä s technickou stránkou výtvarného prejavu. Slangizmy využívajú najmä na charakteristiku svojej sociálnej skupiny. Pomocou tejto lexiky zároveň vyjadrujú protest voči tradičnej lexike používanej v dominantnej kultúre. Kultúra grafitistov v dnešnej dobe predstavuje síce marginálnu kultúru, ale v niektorých západoeurópskych štátoch sa ozývajú hlasy o začlenení tejto kultúry do štúdia dizajnu. Tento trend len potvrdzuje, že existencia marginálnych kultúr môže posunúť dominantnú kultúru dopredu.

[15] Sociálne onymá sú vlastné mená, ktoré sa používajú v (relatívne) uzavretej sociálnej skupine a nie sú známe príslušníkom iných sociálnych skupín, ktorí nepatria do tejto sociálnej skupiny (bližšie k tejto problematike Krško, 1998).

[16] V názve *Legal zone pri benzinke* ide o bližšiu charakteristiku pomocou dominantného objektu (benzinka – benzínové čerpadlo) – v toponymii hovoríme o tzv. relačnom objekte (Krško, 2001, s. 12-15). Ak by existovalo viacero takýchto legálnych miest pri benzínovom čerpadle (prípadne pri viacerých čerpadlách), proces proprializácie by pokračoval.

Literatúra:

Gálisová, A. 2001. *Sociolekty vybraných alternatívnych a marginálnych kultúr*. Rukopis diplomovej práce. Prešov : Filozofická fakulta PU v Prešove, 2001. 141 s.

Gálisová, A. 2002. *K sociolektom vybraných alternatívnych a marginálnych kultúr*. Jazykovedný časopis, roč. 53, 2002, č. 2, s. 97 – 110.

Hochel, B. 1993. *Slovník slovenského slangu*. 1. vyd. Bratislava : HEVI, 1993. 185 s. ISBN 80-85518-05-8

Košta, J. 1993. *Úvod do sociológie*. Bratislava : Ekonomická univerzita v Bratislave, 1993. 111 s. ISBN 80-225-0509-9

Krško, J. 1998. Mikrosociálne toponymá. In: *13. Slovenská onomastická konferencia : Zborník referátov z 13. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Modre-Piesku, 2.-4. 10. 1997*. Bratislava : Filozofická fakulta UK v Bratislave; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1998, s. 115-119. ISBN 80-85586-11-8

Krško, J. 2001. *Terénne názvy z Muránskej doliny*. 1. vyd. Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB Banská Bystrica, 2001. 232 s. ISBN 80-8055-577-X

Michalewski, K. 1998. Graffiti łódzkie. In: *Acta Univeritatis Lodzienzis, Folia Linguistica 37, Język w mieście. Problemy kultury i poprawności*. Łódź, 1998, s. 73 – 82.

Mistrík, E. – Haapanen, S. – Heikkinen, H. – Jazudek, R. – Ondrušková, N. – Räsänen, R. 1999. *Kultúra a multikultúrna výchova*. Bratislava : IRIS, 1999. 347 s. ISBN 80-88778-81-6

Odaloš, P. 1997. *Sociolekty v basketbalovom a penitenciárnom prostredí*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta UMB, 1997. 92 s. ISBN 80-8055-031-X

Odaloš, P.: *Dynamika špecifických sfér komunikácie*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta, 2002. 159 s. ISBN 80-8055-631-8

Ostromęcka – Frączak, B. 1999. Dowcip językowy w graffiti. In: *Miasto – teren koegzystencji pokoleń*. Łódź, 1999, s. 144-155.

Slančová, D. 1999. Potrebuje reflexia súčasnej slovenskej jazykovej situácie pojem register? In: *Retrospektívne a perspektívne pohľady na jazykovú komunikáciu. I. diel. Materiály z 3. konferencie o komunikácii, Banská Bystrica – Donovaly, 11. – 13. septembra 1997*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta UMB a Fakulta humanitných vied UMB, 1999, s. 93 – 100. ISBN 80-8055-287-8
Svobodová, D. – Kavalová, E. 1999. O jazyce autorů grafity. In: *Naše řeč*, 82, 1999, č. 5, s. 245 – 254.

Príloha:

Sketch – náčrt:



Charakter:





Piec – nastriekaný obrazec:







Tag – charakteristický podpis writera:



Wholetrainl – grafit nastriekaný na celej vlakovej súprave (minimálne však na troch vagónoch):



Wholecar – grafit nastriekaný na celom vagóne od začiatku po koniec:









Prejavy grafitistov ako umeleckého štýlu (zábery sú z Paríža):









OBCHODNÉ MENO V JAZYKOVO-KOMUNIKAČNÝCH SÚVISLOSTIACH

Mária Imrichová

Úvod

V dnešnom svete je každý jednotlivec vystavený množstvu podnetov a z nich plynúcich informácií. Na každom kroku sa stretávame s množstvom potrebných i nepotrebných údajov, ktoré musíme selektovať podľa svojich potrieb. Máme na mysli najmä množstvá bilbordov, pútačov, reklamných textov, sloganov, no najmä texty, ktoré sú predmetom tohto príspevku, a to obchodno-firemné názvy – logonymá. Nekonkurenčné prostredie v minulosti sa v sústave obchodov a podnikov odrážalo aj v nepotrebnosti boja o zákazníka. Napríklad *potraviny* boli v každom meste *potravinami* a nebolo potrebné ich osobitnými reklamnými prostriedkami (ani lákavým názvom, ani invenčným [nezriedka však aj násilným a neadekvátnym] reklamným sloganom vo výklade či na vývesnej tabuli, ani výhodnejšou cenovou ponukou aspoň jedného tovaru) odlišovať od iných obchodov toho istého druhu. Aj tieto okolnosti prispievali k pokojnejšiemu životnému trendu; množstvo rozličných údajov, ktorými sú doslova oblepené všetky možné plochy, a to aj na firmách a obchodoch, nedovolí človeku „ponárať sa do vlastných úvah“ a pokojne prejsť po ulici; oznam o nízkej cene sa stáva dôvodom stresujúceho pocitu najmä v prípade, ak ide o tovar či službu, ktoré dotyčný potrebuje, no nemá dostatok informácií o cene v iných obchodoch a navyše ho „tlačí“ aj zvyčajné časové obmedzenie ponuky. Pridať sa môže aj duševný nepokoj a nespokojnosť plynúca z úvah, že by mohlo ísť len o reklamný ťah. Tieto fakty uvádzame preto, že aj logonymá a ich prípadné sprievodné slogany považujeme za texty, ktoré patria do oblasti reklamy a okrem funkcie identifikátora sú aj prostriedkom na ovplyvnenie zákazníka.

Vymedzenie logoným a ich funkcie

Logonymá patria do triedy chrématoným (mien objektov, ktoré vznikli ľudskou činnosťou, a preto nie sú pevne fixované v teréne). Ich špecifickou vlastnosťou je spätosť s výrobnou a kultúrnou činnosťou a svojou povahou sa najviac približujú apelatívam. V systéme vlastných mien majú osobitné postavenie; sprostredkúvajú informáciu medzi autorom (často majiteľom firmy) a príjemcom a vo veľkej miere využívajú význam motivujúceho slova. V porovnaní s antroponymami, pri ktorých sa lexikálny význam motivujúceho apelatíva stáva irelevantným od momentu, keď sa stáva oficiálnym menom, priezviskom, mnohé logonymá sú tvorené s cieľom využiť význam motivanta a prostredníctvom neho s príjemcom „komunikovať". Stávajú sa sprostredkovateľom informácie medzi firmou a príjemcom. Miera identifikačno-sprostredkovateľskej priezračnosti závisí od typu logonyma, kontextu a komunikačných okolností. Sémantiku motivujúceho apelatíva či apelatív (domácich i cudzích) možno využiť v skupine logoným utvorených proprializáciou (problematickejšie v tejto skupine sú názvy metonymické a symbolické) a kompozíciou. V logu sa prejavuje kreativita a estetické vnímanie reality, slovo sa stáva firemným reprezentantom aj reklamou, preto motivantmi logoným sú najmä slová vyvolávajúce u používateľov príjemné pocity, pripomínajúce veľkoleposť, exkluzívnosť, ale aj spoľahlivosť, odbornosť a pod. Pri tvorení logoným napríklad akronymizáciou sa prihliada na jeho konečnú zvukovú kvalitu; na jednej strane na ľubozvučnosť, na druhej strane na reprezentatívnejšiu „internacionálnu" strohosť.

Logonymá plnia tri základné funkcie:

1. Základné jazykové funkcie (funkcie spoločné pre apelatíva a propriá [logonymá]), a to

a/ nominačnú (pomenúvaciu) funkciu, ktorá zbližuje apelatíva a propriá, pričom pri nominácii firmy sa objektu pripisuje znak, ktorý sa jednak stáva novým znakom, no pri priezračnejších typoch (napr.

sémantických alebo derivovaných) sa uvedomuje znak v znaku, čiže motivant v logonyme;

b) informačnú funkciu, ktorú plnia názvy utvorené s cieľom informovať príjemcu; zachováva sa v nich vzťah medzi propriálnym designátorom a pôvodným apelatívnym alebo propriálnym významom motivujúceho designátora. Logonymá nechápeme iba ako nálepky, etikety objektov. Ich obsah tvoria onymické príznaky, ktoré sú relevantné v propriálnom kontexte (porov. napr. Blanár, 1994, s. 52), a navyše niektoré logonymá sú aj významovo priezračné, teda informatívne.

2. Všeobecnú onymickú funkciu (charakteristickú pre všetky skupiny vlastných mien), a to identifikačnú/diferenciačnú funkciu, ktorá je základnou, spoločensky podmienenou funkciou proprií a vyplýva z potreby pomenovať, identifikovať prvky daného súboru ako samostatné objekty. Potreba odlíšiť a možnosť identifikovať firmu je determinovaná spoločenskou relevanciou: administratívnou a právnou potrebou identifikácie samostatného podnikateľského subjektu (zápis do obchodného registra) a z hľadiska používateľa potrebou identifikovať, pomenovať obchod, firmu. Obidva momenty sú pragmatického charakteru.

3. Špecifické funkcie, a to

a) reklamnú, ktorej súčasťou je funkcia psychologická a estetická. Cieľom firemných a obchodných názvov je zaujať a upútať pozornosť a to sa realizuje prostredníctvom formálnych a významových zložiek jazyka, najmä jeho hláskovou stavbou, formálnou podobou grafém, dĺžkou slova, rytmom, zapojením rozličných kódov, jazykovou hrou, ale aj výberom takých motivantov, ktorých lexikálny význam vyvoláva príjemný pocit či predstavu, alebo vyvoláva dojem európskosti, svetovosti, a teda aj zaručenej kvality a odbornosti. Logonymá slúžia na usmernenie prijímateľa, sú tvorené s cieľom ovplyvniť rozhodnutie adresáta prostredníctvom obsahu v ňom prítomnej informácie;

b) charakterizačnú funkciu plnia logonymá, ktoré si zachovávajú a využívajú sémantiku motivantov (ich pôvodný význam), nepriamo

charakterizujú firmu, jej činnosť, zameranie. Často je to zámer autora, ktorý vedome a cielene vyberá motivujúce slovo či slová umožňujúce komunikáciu s prijímateľom a poskytujúce informáciu o činnosti firmy;

c) orientačnú funkciu plnia logonymá motivované miestom sídla a pôsobnosti firmy či obchodu. Táto funkcia je obligatórnou vždy v čase a priestore a sú priezračnými u respondentov danej lokality či mesta v danom čase;

d) honorifikačnú funkciu majú názvy obsahujúce v rozličnej podobe meno majiteľa, resp. majiteľov firmy. Meno majiteľa v názve je adekvátne využité vtedy, keď pomáha používateľom ľahšie identifikovať subjekt, ako napríklad v menších lokalitách, kde sa ľudia poznajú a kde má firma (často najmä dedičským následníctvom) už tradíciu.

Typy logoným

Základným znakom vlastných mien je ich jedinečnosť. Firemné pomenovanie nadobúda tento znak v momente zápisu do obchodného registra na príslušnom okresnom alebo krajskom úrade. Registrácia firiem je administratívno-právny úkon a je povinná. Na označenie nového subjektu sa pritom nesmie použiť názov, ktorý bol už v príslušnom obchodnom registri predtým zaznamenaný. Pri pomenúvaní firmy môže majiteľ požiadať o registračnú ochrannú známku ®, čím si zabezpečí, aby sa na území republiky nemohla už žiadna ďalšia firma zaregistrovať pod rovnakým menom. V propriálnom pomenúvacom akte je pomenúvateľ v prevažnej miere aj tvorcom názvu, autorom logonyma. Názov tvorí buď na mieste v okamžiku zápisu (výsledkom takéhoto priebehu pomenovacieho aktu sú zväčša nenápadné, klišéovité tvary, keď sa logonymom stáva meno majiteľa alebo blízkeho príbuzného [vrcholom „tvorivosti“ sú slabičné akronymické tvary motivované menom a priezviskom]), alebo si majiteľ podobu logonyma (obchodného mena) vopred premyslí. V tomto procese

autor zámerne volí pomenovací motív i jeho jazykové spracovanie, pričom rozhodujúci vplyv tu má reklamná, estetická a charakterizačná funkcia. Výsledkom takéhoto pomenovacieho postupu sú významovo priezračné („komunikujúce“, teda informujúce) a slovotvorne zaujímavé a nápadité obchodné mená. Autor si uvedomuje čo a prečo chce pomenovať, vyberá si motivujúce slovo, ktoré často dotvára tak, aby sa úplne nestratila sémantika motivujúceho apelatíva, ale ani propria. O tom, že si majitelia firiem uvedomujú funkciu a dôležitosť jazykovej podoby loga svojej firmy, svedčí fakt, že niektorí si dávajú vypracovať návrhy na ich podobu u jazykových odborníkov.

Logonymá sú výsledkom pomenúvacích schopností autora, ktoré zahŕňajú myšlienkové spracovanie jedinečného denotátu a z neho vychádzajúce jazykové stvárnenie, zodpovedajúce identifikačným a nominačným potrebám. Autor hľadá a nachádza v rozsahu zmyslu motivujúceho výrazu a denotátu viac či menej priezračný myšlienkový prienik, ktorý pomenuje a použije ako identifikačný, niekedy aj informačný prvok, teda ako názov. Možno konštatovať, že každé logonymum je motivovaným slovom. „Lexikálny význam slova (slovného spojenia) má pri vzniku vlastného mena rozhodujúci význam. Pri pomenúvaní sa jeden z charakteristických znakov objektu stáva pomenovacím motívom a vlastným menom tohto objektu sa stáva slovo (slovné spojenie), ktorého lexikálny (apelatívny) význam v danej jazykovej situácii najlepšie zodpovedá pomenúvacej potrebe“ (Majtán, 1994, s. 17). Pomenúvacím motívom pri logonymách sa spravidla stáva tá okolnosť, ktorá odkazuje na oblasť podnikania, na charakter služieb. Autor si vyberá príznak zo svojho pohľadu najvýraznejší, ale to neznamená, že je objektívne podstatný a najzreteľnejší. Tézu J. Dolníka (1990, s. 149), že „poznať motiváciu slova znamená vedieť odpovedať na otázku, aká vlastnosť slova umožňuje vyjadriť daný význam, t. j. prečo práve táto forma vyjadruje daný význam“, možno v prípade logonym doplniť zdôraznením, prečo práve touto formou chce autor vyjadriť istý význam. „Základnou otázkou smerovanou na lexému teda nie je otázka *Čo je X?*, lež *Prečo sa X volá tak?* A odpoveď

na takto položenú otázku existuje takmer pre každú lexikálnu jednotku príslušného jazyka“ (Furdík, 2004, s. 23). Túto otázku sme kládli autorom logoným (zväčša ide o majiteľov firiem), zisťovali sme pomenúvacie motívy, sledovali slovotvorný proces a jeho výslednú slovotvornú štruktúru, ktorá niekedy kompenzuje nejasnosť významu logonyma (porov. Furdík, 1993). Pri skúmaní logoným sme postupovali od formy k významu, teda semaziologicky.

Forma je základným kritériom klasifikácie logoným. Vychádza sa z faktu, že príjemca má k dispozícii hotový slovný tvar, z ktorého vyvodzuje možné významy (ak mu to forma logonyma a znalosť pomenovacích okolností umožní), a preto aj klasifikácia vychádza z formálnej jazykovej štruktúry. Ako východisko sme použili typológiu J. Furdíka (2004), ktorý navrhol a rozpracoval typy lexikálnej motivácie v slovenskom jazyku. Pomáha uchopiť rôznosť a roztrieštenosť spôsobov pomenúvania nových firiem, vnáša do zdanlivo nesystémového súboru nových lexém systémovosť, pomáha zachytávať a objasniť tendencie v pomenúvaní, aj naznačiť istý vývinový proces.

Logonymá majú jednoslovnú a viacslovnú podobu. Vychádzajúc z vyššie uvedenej klasifikácie sa jednoslovné logonymá členia na

1. sémantické logonymá
   a) lexikálne logonymá
      aa) informačné logonymá
      ab) charakterizačné logonymá
      ac) asociačné logonymá
   b) kontaktové logonymá
   c) propriálne logonymá
2. derivované logonymá
   a) afixoidné logonymá
   b) kompozitné logonymá
      ba) úplné a neúplné kompozitné logonymá
      bb) kvázikompozitné logonymá
   c) akronymické logonymá

ca) iniciálové logonymá
cb) stvárňované logonymá
cc) pseudoslovné logonymá

3. polymotivované logonymá

Viacslovné logonymá sa členia na

1. subordinačne syntakticky viazané
2. koordinačne syntakticky viazané
3. vetné

1. Sémantické logonymá

Sémantickými logonymami pomenúvame sémanticky motivované logonymá, t. j. názvy motivované istým sémantickým príznakom lexikálneho významu apelatíva. Motivujúcim činiteľom nie je forma slova, ale jeho význam a prenášanie významu sa realizuje metaforicky alebo metonymicky. Jeho úlohou nie je preniesť význam na novú skutočnosť, ale odkázať späť na skutočnosť obsiahnutú v príznaku. Takéto logonymum využíva význam apelatíva, a tak okrem toho, že objekt identifikuje ako jedinečný, sprostredkúva aj informáciu. To sa však stane až vtedy, keď si percipient uvedomí, že ide o logonymum (t. j. najprv si uvedomí sémantiku vlastného mena, až potom si uvedomuje význam motivujúceho apelatíva). O sémantickej motivovanosti logoným svedčí to, že nejde o priame, nemotivované pomenúvanie, ale o zámerný výber niektorého viac či menej typického znaku, ktorým sa firma, resp. obchodná jednotka vyznačuje. Tomuto výberu v celom súbore sémanticky motivovaných logoným predchádza myšlienkové spracovanie pomenúvanej skutočnosti. V skupine sémanticky motivovaných logoným sa význam motivanta spravidla nestáva irelevantným; asociácia propria s významom motivujúceho apelatíva sa využíva v najväčšom rozsahu, a preto lexikálne sémanticky motivované logonymá patria do skupiny logoným s najvyššou informačnou hodnotou. Miera ich informatívnosti, a teda aj komunikatívnosti závisí od rozsahu a spôsobu využitia lexikálneho významu i konotácie motivujúceho apelatíva.

a) Lexikálne logonymá

Lexikálne logonymá vznikli z apelatív proprializáciou a rozdeľujú sa podľa miery spätosti lexikálneho významu motivujúceho apelatíva s obsahom denotátu označeného onymizovaným apelatívom (logonymom) na tri podtypy.

aa) Informačné logonymá

Informačné logonymá zreteľne sprostredkúvajú informáciu o zameraní firmy a charaktere jej služieb. Takúto schopnosť majú tie obchodné mená, ktorých formálno--sémantická štruktúra je zhodná s jazykovou, ale najmä s významovou štruktúrou základového apelatíva signalizujúceho orientáciu firmy. Najrozsiahlejší súbor tvorí typ motivovaný predmetom činnosti, vyjadrenom najčastejšie tovarom alebo časťou tovaru, ktoré zreteľne reprezentujú predmet činnosti; na charakterizovanie činnosti využívajú jasne konotujúceho „reprezentanta“, napr. *Gerbera, Hokejka, Nitka, Pralinka* atď. K informačným logonymám patria aj tie, ktoré do istej miery informujú, ale vyžadujú si jazykovú invenciu a imagináciu percipienta. Motivujúce apelatívum i pomenovaný objekt využívajú spoločný onomaziologický príznak, ktorý je schopný sprostredkovať informáciu o podnikateľskej orientácii. Informačnosť logonyma je tým vyššia, čím výraznejší je príznak charakterizujúci denotát motivanta. Takým je napríklad slovo, ktoré odkazuje svojím sémantickým centrom na obchodné zameranie firmy, napr. *Akord* → hudba ← hudobniny, *Rozprávka* (hračky), *Skalka* (záhradkárske potreby) atď. Vysokú informačnú hodnotu majú názvy oslovujúce „svojho“ zákazníka čiže len istú skupinu ľudí, napr. *Muzikant, Moletka*. Menej sa, napriek vysokej priezračnosti, využívajú apelatíva, ktorých význam je obsahom denotátu označeného daným logonymom a zreteľne poukazuje na povahu onymického objektu. Sú motivované príznakom činnosti (*Staviteľstvo*), výsledkom činnosti (*Stavba*), povolaním (*Vodár*).

ab) Charakterizačné logonymá

Charakterizačné logonymá nesprostredkúvajú informáciu o zameraní firmy priamo, ale len do istej miery a sprostredkovane, resp. charakterizujú iba niektorú jej vlastnosť. Motivujúce apelatívum a pomenovaný objekt majú spoločný onomaziologický príznak, ale ten nie je charakteristický; je málo čitateľný, nezreteľný, vyžaduje si bližšie poznanie pomenovacieho motívu. Ten je známy najmä ľuďom žijúcim v danej lokalite, v mieste sídla firmy. Týmto typom sa najčastejšie pomenúvajú menšie obchodné jednotky a firmy miestneho charakteru s malým teritoriálnym pôsobením a dosahom. Takými sú najmä tie, ktoré dostávajú meno podľa teritoriálno-lokalizačných špecifík, teda podľa miesta či polohy sídla firmy. Ako motivanty sa vyberajú v mieste pôsobenia všeobecne známe lokalizačné body (toponymá), výrazne sa teda dostáva do popredia ich orientačná funkcia, ktorá má pomôcť charakterizovať miesto pôsobenia firmy, lokalizáciu obchodu (*Semafor, Pri kaštieli* atď.). Ako pomenovací motív slúži často nejaká okolnosť typická pre dané miesto, niekedy aj pomenovanie daného miesta v reči miestnych obyvateľov.

Logonymá motivované abstraktnými substantívami i napriek ich významovej neurčitosti a schopnosti vzťahovať sa na takmer každý denotát a charakterizovať tak jeho vlastnosť vykazujú vysokú mieru informatívnosti. Usúvsťažnenosť s konkrétnym pojmom a zovšeobecnené významové príznaky motivanta poukazujú, odkazujú na istý denotát, napr. *Grácia* (odevy), *Mladosť* (kozmetika) atď. Je pravda, že niektoré charakterizačné logonymá percipient musí pri identifikácii najprv myšlienkovo spracovať a mnohé sú nepochybne zreteľné až po získaní informácie o charaktere firmy, čiže pochopenie motivácie slova predpokladá poznanie denotátu. Tým sa odlišujú od tretej skupiny logonym.

ac) Asociačné logonymá

Asociačné logonymá využívajú tú časť významu motivujúceho apelatíva, ktorá je z hľadiska celkového významu periférna a u percipienta vyvoláva rôzne (zväčša príjemné) asociácie.

Nesprostredkúvajú žiadnu informáciu o zameraní firmy, a preto z tohto hľadiska hovoríme o ich nižšej informačnej hodnote. Sú to logonymá – symboly, ktorých funkciou je najmä identifikovať firmu; možno tvrdiť, že tieto názvy sú z hľadiska pomenovacích motívov najsubjektívnejšie, pretože výber motivanta nezriedka ovplyvňujú súkromné okolnosti a pomerne zreteľne sa v nich odrážajú osobnostné rozmery autora. Pomenovací motív a pomenovacie okolnosti ostávajú percipientom neznáme. „Manipulácia s významom“ a využívanie konotácie motivanta je proces, ktorého cieľom je vytvoriť príjemné a priaznivé asociácie, napr. obraz exkluzívnosti a vznešenosti (*Lord, Prominent*), vyvolať pocit pokoja a dôvery (*Eden, Mama*), určenosti (*Praktik, Sedemnástka*). V pomenúvaní firiem sa výrazne prejavuje komerčný aspekt a vznik logoným je motivovaný sociálnymi a psychickými činiteľmi, snahou ovplyvniť príjemcov tým, že zdôraznia kvalitu a vlastnosti služieb, kladne hodnotia vlastnú firmu a zároveň sú znakom kreatívnejšieho potenciálu tvorcov. V tomto type je už názov do istej miery reklamou kvalitných, rýchlych služieb, akostného či lacného tovaru, solídnosti a zodpovednosti firmy.

Sémanticky motivované lexikálne logonymá využívajú význam a konotáciu motivujúceho apelatíva a podľa rozsahu a výberu sémantického príznaku priamo, sprostredkovane alebo symbolicky pomenúvajú denotát. Pri pomenúvacom akte je v tejto skupine logoným dôležitá podnikateľská oblasť, charakter firmy a rozsah jej pôsobnosti. Do výberu motivanta výrazne zasahuje charakter objektu. Mimolingvistické príznaky (tvar budovy a pod.) považujeme za súčasť lexikálneho významu a vychádzame z makrolingvistického prístupu ku skúmaniu vzťahu lingvistických a mimolingvistických príznakov. Z výskumov vyplýva, že tento typ logoným sa využíva na pomenovanie menších firiem a obchodov s malou pôsobnosťou, často lokálneho charakteru a s jediným typom služieb.

b) Kontaktové logonymá

Kontaktové logonymá sú názvy vyjadrené cudzím slovom. Vysoký podiel slov cudzieho pôvodu v skupine logoným je síce tiež výsledkom procesu internacionalizácie ako všeobecnej tendencie charakteristickej pre všetky jazyky, ale ak vezmeme do úvahy základné funkcie logoným, teda nielen identifikovať, ale aspoň minimálne informovať, a to, že sú určené v prevažnej miere domácemu používateľovi, pokladáme túto formu a najmä frekvenciu pomenúvania za neadekvátnu. Kontaktové logonymá hodnotíme v procese pomenúvania firiem ako módny prvok. Okrem identifikačnej funkcie kontaktové logonymá plnia funkciu reklamnú, propagačnú. Už pri pomenúvaní firiem sa totiž uvažuje o možnej spolupráci so zahraničným partnerom alebo sa berie ohľad na solventnejšieho zahraničného turistu. Prinajmenšom zvláštne vyznievajú takéto logonymá ako obchodné nápisy v rázovitej dedinke, kde poukazujú skôr na nekultúrnosť majiteľa, než na vzdelanosť a svetovosť. Z hľadiska pôvodu má pri tvorbe kontaktových logoným dominantné postavenie jednoznačne angličtina.

Pomenúvanie kontaktovými logonymami prebieha štvorakým spôsobom:

1. výber motivačného príznaku, jeho pomenovanie slovom z domácej slovnej zásoby a následný preklad do zvoleného cudzieho jazyka (*Pub, Milk, Baker*);
2. motivácia cudzím, často pomerne známym slovom, ktoré v niektorých prípadoch stručnejšie (jednoslovne) vyjadrí pomenovací zámer než slovenský ekvivalent, alebo motivácia logonymom zahraničnej materskej firmy pôsobiacej na Slovensku (*Consult, Kronospan Slovakia*);
3. motivantom je cudzie slovo obsahujúce prvotný motivačný príznak a upravené do výslednej podoby derivačným alebo kompozičným postupom (*Consulta, Sporting*);
4. motivantom sú prevzaté slová obohatené o cudzie jazykové prvky, a nadobúdajúce tak cudziu formu alebo sa prevzaté slová používajú vo svojej pôvodnej pravopisnej podobe (*Apotheke, Domino´s*).

Základným typom kontaktových logoným je cudzie slovo v pôvodnej pravopisnej podobe a bez morfologických adaptácií, pričom jednoznačne dominuje angličtina. Stáva sa, že takéto názvy síce majú správnu pravopisnú podobu, ale odlišný význam, než aký autor „predpokladal“, a spojenie formálne správnych slov je aj po preklade nezrozumiteľné a často nelogické. Sú to významové nedostatky, ktoré zavádzajú najmä percipientov ovládajúcich daný jazyk, napr. *Team electric* (oprava a montáž satelitov) je použité s cieľom vyjadriť spojenie „tím elektrikárov“. Slovo *electric* je však v angličtine adjektívum s významom *elektrický* a slovo *elektrikár* má v angličtine odlišnú podobu. Výsledkom je „elektrický tím“. Pri pomenúvaní je rozšírená aj tendencia formálne adaptovať cudzie slová. Tieto logonymá nehodnotíme ako chybné, pretože ide o zámerný, vedomý postup, o mechanické preberanie cudzích slov, ktoré sa však neuskutoční dôsledne. Najčastejšie sa používa písaná podoba zvukovej realizácie cudzieho slova, a preto možno hovoriť o procese zdomácňovania slova. Proces je však veľmi rýchly a nedôsledný a spravidla sa formálne adaptujú pre domáci jazyk nepotrebné slová, preto sa pri nich stále silno pociťuje ich cudzí pôvod, napr. *treid, treiding, šroten* atď. K cudziemu slovu alebo slovotvornému základu motivujúceho slova, ktoré niekedy bývajú pravopisne upravené, sa pripája slovenský formant (derivačná a relačná morféma), a logonymum sa jednoduchšie a rýchlejšie zaradí do istého skloňovacieho typu, pretože nadobúda charakter domáceho slova (*Glasko, Wating*). Okrem výraznej módnosti badať pri využívaní cudzích slov istú uniformitu. V logonymách sa opakujú niektoré cudzie slová (*shop, market, business, trade, trading, company, press, consult, fruct, fashion*), ale najmä už adaptované prevzaté slová v pôvodnej cudzej podobe (*service, centre, boutique, computer, mode, style, team, sport, design, studio, pharmacy*).

Kontaktové logonymá sú v súčasnosti najfrekventovanejším typom logoným. V našich podmienkach to hodnotíme ako módny prvok, ktorý je charakteristický pre všetky postkomunistické krajiny. Ťažko hovoriť o ich funkčnosti a z hľadiska slovanských jazykov

o estetickosti a ústrojnosti tvarov. Nepovažujeme ich ani za obohatenie slovnej zásoby, ani za skutočný prínos do slovnej zásoby nášho jazyka. Navyše, názov by mal zodpovedať požiadavkám jazykovej kultúry, preto nemožno súhlasiť s takouto formou šírenia chybných pravopisných tvarov ani s expanziou cudzích slov. Jazyková globalizácia a internacionalizácia síce zbližujú jazyky, ale hromadenie (aj cudzích) synonymných tvarov spôsobuje používateľom prinajmenšom istú námahu pri výbere vhodného vyjadrenia, teda brzdí a komplikuje dorozumievanie, a preto ich nepovažujeme za obohacovanie jazyka. Navyše logonymá sú určené pre všetky komunikačné sféry. Počítače si kupujú aj počítačoví neexperti; logonymum by malo informovať nielen potenciálneho zákazníka.

c) Propriálne logonymá

Propriálne motivované logonymá sú motivované iným vlastným menom. Rozlišujeme tri spôsoby propriálnej nominácie:
a) proprializácia (deapelativizácia; na pomenovanie sa používa apelatívum), napr. *Gerbera*;
b) antroponymizácia (na pomenovanie sa vyberá jeden prvok zo súboru administratívno--úradne a spoločensky ukotvených proprií), napr. *Ľudovít Štúr*;
c) reproprializácia (na pomenovanie sa používa vlastné meno iného jedinečného objektu); v skupine logoným napríklad *Baťa, Afrodita, Balkán.*

Repropriálne logonymá sú motivované iným vlastným menom. Reproprializáciou vlastné meno prechádza do „sekundárneho“ podsystému a nadobúda nové onymické príznaky zreteľné iba v kontexte, pretože jeho základná, pôvodná onymická sémantika nezaniká, percipient si ju zreteľne uvedomuje. Tento jav nazývame onymickou polysémiou. Reproprializácia nie je nový jav. V prípade logoným motivovaných antroponymami možno hovoriť o istom vývinovom procese. V polovici 20. storočia sa tak pomenúvali

súkromné firmy a meno samotné bolo reklamou a značkou odbornosti a kvality. Po roku 1989 sa na Slovensku niektoré znovu objavili (*Baťa, Škoda, Jelinek,* v západných krajinách mnohé fungujú dodnes a sú známymi „značkami“, napr. *Ford*) a dnešné menom majiteľa motivované logonymá na túto tradíciu nadväzujú. Výskumy však ukazujú, že takto sa v súčasnosti pomenúvajú skôr malé firmy. Príčinu vidíme v spoločenskej situácii a pomerne veľkom tlaku na podnikateľov, ktorí z rôznych príčin nechcú byť identifikovaní. Platí to najmä o firmách s celoštátnou pôsobnosťou. Kým v minulosti bolo meno v logonyme zárukou kvality, v súčasnosti vyvoláva v ľuďoch aj negatívne pocity.

Propriálne logonymá sú najčastejšie motivované menom alebo priezviskom, resp. menom i priezviskom majiteľa, priezviskami viacerých majiteľov, menom rodinného príslušníka, príp. sa používa iba rodné meno; najčastejšie ide o mená detí alebo manželiek majiteľov. Pri logonymách motivovaných menom mytologickej postavy alebo známej osobnosti je významová súvislosť medzi motivujúcim propriom a denotátom. Autor zámerne využíva v propriálnom motivante prítomnú všeobecne známu semému, ktorá je spoločným významovým prienikom a ktorá odkazuje na oblasť podnikania. Je tu zreteľná významová súvislosť a možno hovoriť o polysémii. V podsystéme logonym motivovaných iným propriom možno o polysémii hovoriť vtedy, keď motivujúca mytologická postava alebo známa osobnosť symbolizuje podnikateľskú oblasť a predmet činnosti firmy (*Diana* [bohyňa lovu] – poľovnícke potreby, *Prometeus* [grécky titan, ktorý vrátil ľuďom oheň, čím ich zachránil, ale seba uvrhol do nemilosti bohov] – projektovanie tepelných a osvetľovacích zariadení. Významová súvislosť motivujúceho propria s podnikateľskou oblasťou je zreteľná v logonymách *Edison* (fyzik, vynálezca žiarovky) – predaj a servis elektrických spotrebičov, elektromontáže, *Galenos* (antický lekár, ktorý si sám pripravoval lieky) – lekáreň a i. Treba však dodať, že stupeň zreteľnosti závisí aj od stupňa vedomostí príslušného percipienta.

Menej frekventované sú logonymá motivované toponymami. Najčastejšie ide o objekty, ktoré sú pre lokalitu, v ktorej firma podniká, dominantné a charakteristické. Takéto logonymá majú hlavne orientačnú a identifikačnú funkciu, o zameraní firmy neinformujú (*Perec* [rieka], *Izra* [jazero]). Na rozdiel od tejto skupiny logoným sú logonymá motivované nedomácim logonymom viac či menej informatívne, toponymum obsahuje nejakú informáciu o tovare alebo majiteľovi (*Balkán* – cukráreň [majiteľ je Grék]). Kladne prijímané, no autormi logoným málo využívané sú mená neživých, najmä rozprávkových bytostí (*Aladin* – predaj svietidiel).

2. Derivované logonymá

Derivované logonymá sú založené na „morfematicko-sémantickej korešpondencii slov" (Furdík, 1993, s. 19), na „formálno-sémantickom vzťahu prinajmenej medzi dvoma slovami. Keďže ide o operácie v rámci slova, zaraďujeme sem i logonymá utvorené istým slovotvorným postupom z proprií. Vedie nás k tomu i prvotnosť formy pri členení logoným. To, do akej miery je logonymum schopné charakterizovať firmu, závisí od výberu motivanta a od zvolenej slovotvornej štruktúry logonyma. Istá irelevantnosť lexikálneho významu slovotvorných komponentov logoným (vlastne jedného z komponentov – sufixu alebo prefixu) umožnila tvorivé rozširovanie inventára slovotvorných afixov, logoformantov (Imrichová, 1995, s. 149) a rozličných podôb slovotvorných štruktúr logoným. Pomenúvací akt sa síce realizuje na základe uvedomovania si slovotvorných zákonitostí a noriem slovenčiny, no zároveň sa uvedomuje reklamná a pragmatická funkcia logonyma, čo podnecuje výber a používanie buď periférnych (a teda zvláštnych, nezvyčajných) slovotvorných prostriedkov, alebo takých, ktoré nemajú obdobu ani v apelatívnej lexike. Onomaziologická báza logoným je vyjadrená formantmi, ktorých funkcia a špecifický význam v príslušnom logonyme sa uvedomuje až po identifikácii slova ako propria a v propriálnom súbore ako logonyma. V derivátoch

sa využívajú domáce flektivizačné formanty a logoformanty, ktorými sú buď periférne slovotvorné prostriedky, alebo špeciálne, netypické formanty, nesúce špecifickú sémantiku. V kompozitných tvaroch je onomaziologická báza najčastejšie vyjadrená prefixoidmi alebo sufixoidmi cudzieho pôvodu, vyjadrujúcimi oblasť podnikania. Z domácich formantov sa využívajú častejšie iba relačné morfémy, zriedkavejšie spojenie derivačnej a relačnej morfémy*: -a, -o, -y, -ka, -ko, -an*. Z perifémych slovotvorných prostriedkov sa využívajú prípony *-ia, -ona, -eny, -an, -in, -it, -ea, -éria, -er, -en.* Ide najmä o sufixy cudzieho pôvodu alebo o sufixy, ktoré majú charakter domáceho formantu, ale v inventári slovotvorných prostriedkov nie sú, prípadne sú doložené veľmi okrajovo. Špecifickú sémantiku v skupine logoným majú logoformanty *-ex, -ox, -ix, -ux, -ax, -imex, -ing/-ink, -as, -os, -us, -es, -is*. Logoformanty v spojení so slovotvorným základom motivanta, resp. s radixoidom (časťou slova, ktorej hranice nedosahujú alebo mierne presahujú hranice koreňovej morfémy), a pri uvedomení si špecifickej onymickej sémantiky logonyma nesú osobitný význam „firemnosti“ plniaci špecifické nominačné ciele.

a) Afixoidné logonymá

Afixoidné logonymá vznikajú afixáciou základového slova. Frekventovanejšia, a možno tvrdiť, že pre logonymá typickejšia, je sufixácia. Repertoár sufixov je bohatý a pravdepodobne neukončený, pretože autor logonyma si uvedomuje irelevantnosť významu slovotvorných komponentov. Jednoznačne najfrekventovanejší je logoformant *-ex*, ktorý má v logonymách dva príznaky: príznak „firemnosti“ (plniaci estetizujúcu funkciu) a príznak „exportovosti“. Pripája sa k úplnému slovu (*Obalex, Martinex)*, ku koreňovej morféme (*Kamex – kamenárstvo, Stavex – stavebná činnosť*), k radixoidu (*Natex – natierať, Projex – projektová kancelária)*, ale netypicky aj k afixoidom (*Agroex – poľnohospodárske družstvo*). Produktivita

logoformantu -*ex* a jeho variantov je veľmi vysoká. Logoformant -*x* sa vyskytuje zriedkavo, dokonca i v tvaroch, v ktorých je zreteľne vydeliteľný, sa nepovažuje za sufix; napríklad v názve *Vodax* (vodné stavby) je zreteľný úplný tvar motivujúceho slova, po percepcii logonyma sa však ako sufix pociťuje -*ax*. Nazdávame sa, že takéto spracúvanie slova spôsobuje práve uvedomenie si jeho špecifickej onymickej sémantiky, možno už spomenutého významu firemnosti, a z toho plynúci záver, že nejde o vodu v jej prvotnom význame, ale o činnosti s ňou spojené a pod. Aj samotní autori logoným potvrdzujú, že nejde o mechanické pripojenie jednej grafémy, ale o samohláskové varianty sufixu. Rovnako sa pristupuje i k logoformantu -*s*. Variantné podoby logoformantu -*ex* (-*ax*, -*ix*, -*ox*, -*ux*) sa vyskytujú v približne rovnakom počte, najnižšiu frekvenciu má logoformant -*ux*

Používanie latinských a gréckych sufixov nemá v logonymách takú frekvenciu ako predchádzajúce logoformanty. Latinské a grécke formanty dávajú výslednej slovnej podobe príznak odbornosti, a teda kvalifikovanosti a profesionálnosti. Takýto charakter majú logoformanty -*is/ys*, -*us,* -*os*, -*as*; najfrekventovanejší z nich je logoformant -*os*.

Formant -*ing* považujeme za kontaktový prvok, ktorý v slovenčine nie je neznámy a nový. V logonymách sa vyskytuje vo funkcii sufixu (pričom ho za sufix považujeme iba vtedy, keď sa pripája k domácemu alebo prevzatému slovu) v dvoch formách: -*ing/-ink*. Podoba -*ink* svedčí o vysokom stupni jeho adaptácie. Aj v logonymách má najmä dejový význam s cieľom oznámiť charakter služieb („čo robíme“) a vyskytuje sa hlavne v deverbatívach (*Staving* – stavanie) alebo vyjadruje odbor činnosti (*Inžiniering* – inžinierstvo, *Želing* – železničné inžinierstvo. Morféma *ing* nemá však príznak dejovosti v akronymických logonymách, pretože vyjadruje titul majiteľa alebo skrátenú kontaktovú podobu slova inžinierstvo/ingineering (*Russing* – Ing. Rusnák, *Ingsmat* – Ing. Šmatlík).

Z domácich prostriedkov sa ako slovotvorné prostriedky pri tvorbe logoným používajú relačné morfémy, ktoré sa pripájajú ku koreňovej

morféme alebo lexéme, čím sa logonymum stáva skloňovateľným. Najfrekventovanejšie sú prípony *-a, -o* (*Čaluna* – čalúnnictvo+a). Z prevzatých slovotvorných prípon sú obľúbené prípony *-ea, -er, -éria, -ia* (*Rekrea, Butiker*). Inventár prípon pri logonymách je široký. Umožňuje to už spomínaná irelevantnosť slovotvorných prostriedkov. Okrem príznaku firemnosti sa nimi dotvára príťažlivá formálna a zvuková podoba výsledného tvaru. Využívajú sa periférne prípony strácajúce v novej funkcii svoj pôvodný význam, ale najmä prípony „majúce charakter domáceho formantu", ktoré však v inventári slovotvorných prostriedkov nie sú, alebo sú doložené veľmi okrajovo.

Morféma *pro* funguje v logonymách v niekoľkých významoch a funkciách, a to ako afixoidný radix v kvázikompozitách s významom projektovanie, projektová kancelária, ďalej ako častá akronymizácia slova profesionálnosť, profesionálny (doterajšia frekvencia nie je taká, aby sme ho zaradili medzi afixoidné radixy) a ako prefix (z lat. s významom súhlasu, napr. proexport; opozitum je anti-) s významom podporujúci, súhlasiaci, určený na podporu.

Medzi derivované logonymá zaraďujeme aj logonymá utvorené mechanickým skracovaním, trunkáciou, sprevádzanou aj sufixáciou skrátenej podoby. K mechanickému skracovaniu motivujúcich apelatív dochádza spontánne a inštinktívne, bez úvah o slovotvornej štruktúre príslušného slova. Aj napriek tomu väčšina našich dokladov je skrátená po koreňovú morfému, čo svedčí o existencii prirodzeného a vrodeného jazykového reflexu a citu. Je to zároveň dôkaz tendencie k (relatívnej) informatívnosti logonym, pretože v koreňovej morféme je (v tomto type logonym) prítomný lexikálny význam motivujúceho slova (*Izol* – izolácia, *Atyp* – atypické projekty; *Kera* – keramika).

b) Kompozitné logonymá

Tvorenie zložených logonym je najfrekventovanejším slovotvorným postupom. Nie je to nič prekvapujúce, pretože kompozitné logonymum ako kontaktový komunikačný prvok na malom priestore spracúva

a sprostredkúva (presnejšie malo by sprostredkúvať) viacero informácií, a dosahuje tak vysokú informačnú hodnotu. Tento ekonomický spôsob vyjadrovania a kondenzácia viacerých slov umožňuje autorovi poskytnúť viac informácií o firme a jej zameraní. Druhou dôležitou vlastnosťou kompozitných logoným (na pozadí viacslovnosti) je ich stručnosť, resp. krátkosť výrazu. S touto vlastnosťou súvisí aj tretia vlastnosť kompozitných logoným – ich formálna príťažlivosť. Kompozitné logonymum je zložené najmenej z dvoch slov alebo častí motivujúcich slov, ktoré sú buď v syntaktickom vzťahu, alebo sú len mechanicky priradené. Pri tvorení kompozitného logonyma silno pôsobí princíp analógie a autor „kopíruje" klasickú štruktúru kompozít, no vznikajú aj nové modely so špecifickou štruktúrnou stavbou.

V logonymách sa v súčasnosti najčastejšie vyskytujú nasledujúce prefixoidy a sufixoidy (v uvedených významoch): *agro/poľno* (poľnohospodárstvo, poľnohospodárska činnosť, poľnohospodárske produkty), *aqua/akva* (voda, vodný, akvaristika), *auto* (automobil, predaj a servis áut, predaj autodielov), *eko* (ekológia, ekologická činnosť), *el/ele/elektro* (elektronický tovar, práce súvisiace s elektrinou a elektrickými výrobkami), *ener/energo* (energia, energetický), *geo* (zem, práce týkajúce sa zeme, pozemné práce), *hyper* (najväčší, obrovský), *max/maxi* (maximum, veľký), *mini* (malý), *poly* (rôzny, mnohý), *slov/slovako* (Slovensko, slovenský), *super* (najlepší, skvelý), *tech/techno* (technika, technické zariadenia), *tel/tele* (telefonický, televízny, predaj a oprava televízorov, komunikácia), *term/termo/therm* (teplo, zatepľovanie budov a bytov, kúrenie a práce s tým spojené).

Inventár „všeobecných" afixoidných radixov rozšírili logonymné afixoidné radixy. Sú to radixy alebo radixoidy domácich, prevzatých, ale i cudzích slov opakujúcich sa v logonymách, vyjadrujúcich stále rovnaký význam, ktorý častým výskytom zovšeobecnel, a preto ich zaraďujeme medzi derivačné prostriedky. V logonymách sa takto formantizovali najmä substantívne slovotvorné základy (*arch, spol, tex, text, tech, prog*), ale aj verbálne (*stav, mont*), menej adjektívne (*uni*). Pôvodnú podobu si zachovávajú cudzie, kontaktové radixoidy

com/comp z anglických slov *company* a *computer*; dlhšie odoláva zdomácneniu pôvodne francúzske slovo *tour*, ktoré je súčasťou názvov cestovných kancelárií. Na základe výsledkov rozboru materiálu vyčleňujeme nasledujúce logonymné afixoidné radixy: *arch* (architektúra, architektonické práce), *com/comp/kom/komp*[1] (computer, počítačová firma), *com/comp*[2] (company, spoločnosť), *ekon* (ekonómia, ekonomické práce), *info* (informácie, informačné služby), *ing* (inžinierstvo, inžinierske práce), *mix* (rozličnosť, všeličo), *mont* (montáž, montážne práce), *proj/pro* (projektovanie, projektová kancelária), *prog* (programátorstvo, programovanie), *soft* (softvér, predaj výpočtovej techniky), *spol* (spoločnosť), *stav* (stavanie, stavebné práce), *tex/text* (textil, predaj textilu), *tour/túr* (cestovanie, turizmus, cestovná kancelária), *trans* (transport, prepravná firma), *uni* (univerzálny).

Pri kompozícii sa uplatňuje princíp analógie. Autori využívajú spôsob spájania slov existujúci v jazyku, no tento proces silno ovplyvňujú pragmatické a reklamné potreby, a tak vznikajú „atraktívnejšie" podoby koreňov, netradičné afixoidy, jednotlivé komponenty sa atypicky spájajú do príťažlivejšej výslednej formy. Rozširuje sa tak inventár typov zložených substantív.

ba) Úplné a neúplné kompozitné logonymá

Úplné kompozitné logonymá sú spojením dvoch úplných slov, najčastejšie dvoch substantívnych komponentov, pričom nejde o ich mechanické priradenie, ale o spojenie slov (v ich základnom tvare), ktoré možno syntakticky rozvinúť (*Lesoprojekt* – projekty pre lesné hospodárstvo, *Plastokno* – plastové okná a i.). Neúplné kompozitné logonymá majú aspoň jednu zložku neúplnú, vyjadrenú radixom alebo radixoidom motivujúceho slova. Ak sa slovo spája s neúplnou zložkou, vyjadruje predmet činnosti (*Drevokup, Kovorob*). Kompozitné logonymum môže mať aj obe zložky radixoidné a možno hovoriť aj o trunkácii motivujúcich slov (*Ovosem, Exo-trop* a i.).

bb) Kvázikompozitné logonymá

Kvázikompozitné logonymá sú logonymá, v ktorých sa najmenej jeden komponent vyjadrený afixoidným radixom spája so slovom (resp. aj koreňovou morfémou a radixoidom) alebo s iným afixoidným radixom. Sú frekventovanejšie a produktívnejšie než úplné a neúplné kompozitné logonymá, lebo afixoidné radixy majú všeobecný a všeobecne známy význam, ktorý nadobúdajú častým výskytom, a prakticky neobmedzenú spájateľnosť (porov. Horecký – Buzássyová – Bosák a kol., 1989, s. 237).

Ak sa afixoidný radix spája s úplným tvarom substantíva, stojí na prvom mieste. Substantívum má prevažne všeobecný význam (potreby, služby, komplet a pod.) alebo je to vlastné meno majiteľa. Nositeľom informácie o zameraní firmy sa tak stáva afixoidný radix, pretože jeho pôvodný význam sa uvedomuje silnejšie. Napríklad logonymum *Softernest* substantívnou časťou síce podáva informáciu o mene vlastníka, ale ani to si percipient nemusí dať do súvislostí. O zameraní firmy informuje afixoidný radix *soft*. Približne 55 % kvázikompozitných logoným je utvorených spojením dvoch afixoidných radixov. Tie sa dajú rozvinúť do slovného spojenia, napr. *Plynospol* (plynárenská spoločnosť), *Techsoft* (technický softvér). Častejšie však ide o priraďovanie informácií, mechanické skladanie afoxoidných radixov vyjadrujúcich oblasť alebo predmet podnikania, napr. *Automix, Polymix, Minimix.*

c) Akronymické logonymá

Akronymické logonymá sú utvorené zo začiatočných komponentov, najčastejšie z prvých hlások (iniciál) najmenej dvoch motivujúcich slov. Akronym svojou formálnou príznakovosťou, štruktúrnou exkluzívnosťou a stručnosťou, ale aj istou rébusovitosťou predstavuje síce najjednoduchý, ale zároveň príťažlivý spôsob tvorenia slov. Neprekvapuje preto fakt, že akronymicky motivované

logonymá predstavujú početnú skupinu v sústave logoným. Možno ich považovať za istý kompromis medzi viacslovnosťou (čiže aj skrytou informatívnosťou, ktorá je síce v takomto logonyme nulová, ale z hľadiska autora a blízkeho okolia subjektívne prítomná a interpretovateľná) a stručnosťou, ktorá je vzhľadom na praktické fungovanie logonyma výhodnejšia.

ca) Iniciálové logonymá

Iniciálové logonymá sú tvorené prvou, začiatočnou hláskou viacslovného spojenia. Motivujúcim činiteľom je najčastejšie meno a priezvisko majiteľa, mená alebo priezviská viacerých majiteľov, viacslovné pevné spojenie vyjadrujúce činnosť alebo predmet činnosti firmy, menej voľným viacslovným spojením, ktoré len vyratúva najčastejšie predmety činnosti. Variantom sú názvy tvorené iniciálovými komponentmi, a to prvými dvoma alebo troma (zriedkavo štyrmi) grafémami motivujúcich slov. Tieto akronymické logonymá vznikajú mechanickým priradením počtom súhlasných iniciálových komponentov motivujúcich viacslovných pomenovaní. Podobne ako pri iniciálových logonymách je aj tu najsilnejším motivantom meno a priezvisko majiteľa alebo viacerých majiteľov, pričom tvorcovia pri radení motivujúcich slov berú ohľad (no nie je to pravidlo) aj na výslednú zvukovú podobu logonyma (*KOON – Kovalský Ondrej, LUVIAN – Lucia, Viera, Andrea*).

Logonymá motivované menom predstavujú približne 80 % iniciálovo tvorených akronymických logoným. Motivácia viacslovným spojením vyjadrujúcim činnosť a predmet činnosti firmy má nízku frekvenciu (*ČISPER – čistenie peria, PRANAR – pracovné náradie*). Mechanicky utvorené akronymické logonymá sú významovo nepriezračné, a preto sa na firemných štítoch popri logonyme zvyčajne uvádza aj doplňujúci sprievodný text. Niekedy vznikajú logonymá korešpondujúce s apelatívom, napr. *Rak, Múr, Lob, Koč, Rokoko, Chaos, Lupa* a podobne. Takéto logonymá často obsahujú aj falošnú

motiváciu. Korešpondenciu s apelatívom si autor pri tvorbe logonyma uvedomuje, spravidla však nejde o zámerne falošne motivované logonymá.

cb) Stvárňované logonymá

Stvárňované logonymá pozostávajú z nesúhlasného počtu iniciál a iniciálových komponentov viacslovného motivujúceho pomenovania alebo sú upravované pripojením nemotivovanej hlásky na koniec logonymného tvaru. Motivačnými činiteľmi sú činnosť a predmet činnosti firmy vyjadrené častejšie pevným (subordinačným) viacslovným spojením (*Malnap – maliarske a natieračské práce, Škomas – škola masérov* a voľným (koordinačným) viacslovným pomenovaním (*Texo – textil a obuv, Lekon – lešenia a konštrukcie, Pejtr – pečiatky, Ján Trudič, Pezolt – Petráš Zoltán, Anada – Anna Dalecká*).

Akronymické logonymá sa stvárňujú aj pridávaním, mechanickým pripojením vokálu alebo konsonantu k akronymu alebo zmenou poslednej hlásky. Ide o nemotivované hlásky, ktoré spôsobujú zmenu rodu akronymického logonyma a zaraďujú ho do príslušnej paradigmy. Zaznamenali sme pričlenené hlásky *a, o, t, s, x* (*Insekta, Fevilant, Vivax, Galas* atď.).

cc) Pseudoslovné logonymá

Pseudoslovné logonymá sú prechodným typom kompozitných a akronymických typov logoným. Za kritérium na odlíšenie týchto dvoch typov motivácií považujeme to, či jednotlivé zložky vyjadrujú význam motivujúceho slova. Sú to logonymá, v ktorých sa koreňová morféma alebo afixoidný radix spája s akronymom alebo značkou. Akronym je významovo nepriezračný, ale v spojení s priezračnejším afixoidným radixom alebo koreňovou morfémou motivujúceho pomenovania vyjadrujúceho zameranie firmy predstavujú pseudoslovný tvar, ktorý naznačuje oblasť, v ktorej firma vykonáva svoju činnosť. Na výber

a frekvenciu afixoidných radixov v procese tvorby logonyma má vplyv samozrejme zameranie firmy, ale aj zvuková príťažlivosť afixoidného radixu. Jednoznačne najpoužívanejším je *tex* (textil).

Druhým najfrekventovanejším je afixoidný radix *stav* (vari aj) pre početnosť firiem podnikajúcich v stavebnej oblasti, ale aj pre jeho významovú priezračnosť jednoznačne informujúcu o podnikateľskej oblasti. Výraznejšie je zastúpený aj afixoidný radix *com/comp*, odkazujúci na podnikanie s počítačovou technikou.

Zaujímavá je takmer systémová pravidelnosť radenia niektorých afixoidných radixov. Tie, ktoré sa začínajú a končia na samohlásku, stoja spravidla na začiatku obchodného mena. Príčina nie je v tom, že by stáli vo viacslovnom motivujúcom pomenovaní v antepozícii, ale v tom, že akronymické logonymá sa tvoria tak, aby sa končili zatvorenou slabikou (*Agrokof, Geokart, Infosys* a pod). Spravidla na konci logonyma stoja afixoidné radixy *mix, tex, trans* (*Kamix, Rokytrans* a i.). Pozícia ostatných afixoidných radixov nie je pevná.

Akronymické podoby logoným sú buď samostatnými logonymami, alebo sú súčasťou viacslovných logonymických tvarov. Majú univerzálne využitie, pomenúvajú sa nimi menšie i väčšie firmy s rozličnými sférami podnikania. Ich univerzálnosť sa prejavuje najmä v prípade, ak sa firma zaoberá rozličnými podnikateľskými činnosťami, často úplne odlišného charakteru.

3. Polymotivované logonymá

Polymotivované logonymá sú logonymá, ktoré majú v momente vzniku najmenej dva motivačné činitele alebo vplyvom náhodnej a nevhodnej motivácie vyvolávajú sekundárnu falošnú motiváciu. Polymotivácia má tak dvojaký charakter. Ak je logonymum motivované viacerými motivačnými činiteľmi súčasne, hovoríme o polymotivácii. Zvyčajne ide o vedomý a zámerný postup autora či viacerých autorov. Percipient si viacnásobnú motivovanosť neuvedomuje. Je paradoxné, že logonymá i napriek viacmotivovanosti sú prevažne nepriezračné

a neinformujú o podnikateľských aktivitách či službách firmy (*Komi* – Kopor a Mika – mená majiteľov a KOMIsionálny predaj*, Ria* – majiteľkino meno a drogéRIA). Ak sa pri pomenúvaní firmy vyberá motivačný činiteľ, ktorý nijako nekorešponduje s povahou onymického objektu, nesúvisí s menom majiteľa a nezodpovedá podnikateľskej činnosti, vzniká logonymum navodzujúce u percipienta falošnú, mylnú predstavu. Takéto logonymá majú síce zo subjektívneho hľadiska autora reálnu, ale z pohľadu percipientov ide o nepravú motiváciu (*Roker [inštalácia elektrických zariadení]* vzniklo akronymizáciou majiteľovho mena, no výsledná forma evokuje predaj hudobnín alebo predaj hudobných nosičov špecifického hudobného štýlu).

Polymotivovanosť logonym je spravidla irelevantná a percipientovi skrytá. Nadobudnutá (a falošná) motivácia zapríčiňuje komunikačné šumy, pretože percipient vzhľadom na použité sémanticky prehľadné apelatívum „pracuje“ s jeho základným, prvotným významom. Informácia o denotáte je však nízka a percipient sa musí uspokojiť iba so schopnosťou takéhoto logonyma zaradiť denotát do istej triedy onymických objektov.

Viacslovné logonymá

Onomaziologická štruktúra viacslovných logonym je dvojčlenná: onomaziologická báza (vyjadrená najčastejšie substantívom) a onomaziologický príznak (vyjadrený najčastejšie zhodným a nezhodným prívlastkom). Viacslovné logonymá sú pomenovacie jednotky, ktoré označujú rozčlenený pojem a ktoré sa opierajú o syntaktické vzťahy. Majú formu syntagmy, no pomenúvajú denotát, ktorý percipient chápe ako ucelený, navyše jedinečný. Viacslovné logonymá môžu byť subordinačne alebo koordinačne syntakticky viazané. O subordinačnej syntaktickej viazanosti hovoríme vtedy, keď sú medzi jednotlivými slovami viacslovného logonyma vzťahy nadradenosti a podradenosti a vyjadrujú jednu skutočnosť, pričom podradené slová danú skutočnosť spresňujú, resp. modifikujú.

O koordinačnej syntaktickej viazanosti hovoríme vtedy, keď sú medzi slovami viacslovného logonyma vzťahy priradenosti, rovnocennosti. Ide spravidla o vypočítavanie, vymenúvanie toho, čo firma robí a čím sa zaoberá. Osobitnou skupinou viacslovných logoným sú logonymá motivované frazeologickou jednotkou, pretože logonymom sa stáva už hotová frazéma s ustáleným obrazným a expresívnym významom i s ustálenou formou, v ktorej vzťahy závislosti a rovnocennosti medzi slovami sú z nášho hľadiska irelevantné. Pri viacslovných logonymách sa spravidla uplatňuje viacero motivačných typov.

Viacslovné logonymá sa členia podľa syntaktických kritérií:

1. Subordinačne syntakticky viazané logonymá, v ktorých sú jednotlivé slová v subordinačnom vzťahu; pri analýze materiálu sme zaznamenali nasledujúce varianty:

a/ onomaziologická báza vyjadrená substantívom pomenúvajúcim zameranie firmy a onomaziologický príznak vyjadrený nezhodným postponovaným prívlastkom, najčastejšie menom majiteľa (*Galéria Miro*);

b/ meno majiteľa vyjadrujúce onomaziologický príznak býva v antepozícii v základnom tvare a spája sa s prevzatým, resp. cudzím substantívom (*Bea glass*);

c/ substantívum vyjadrujúce zameranie firmy je bližšie určované miestom sídla firmy alebo symbolicky menom osoby nejako spätej s charakterom činnosti firmy (*Pekáreň pod brezou*, *Klenoty Kleopatra*);

d/ spojenie zhodného prívlastku so substantívom ako celok metonymicky vyjadruje zameranie firmy (*Dzirava talpa*);

e/ substantívum vyjadrujúce zameranie firmy sa spája so zhodným postponovaným substantívnym prívlastkom so spresňujúcim významom alebo s nezhodným pomenovacím substantívnym prívlastkom (*Salón krásy, Večierka Včielka*);

f/ typické pre logonymá je spájanie internacionalizmov, prevzatých slov, častejšie však cudzích slov; nadradené substantívum býva vyjadrené cudzím alebo prevzatým slovom, ale takmer vždy je

určované cudzím slovom vyjadrujúcim zameranie firmy (*Run sport, Actual mode*).

Pri viacslovných subordinačných logonymách prevláda spojenie substantíva s nezhodným postponovaným, no najmä s nezhodným anteponovaným substantívnym pomenovacím prívlastkom. Tento slovosled je pre slovenčinu netypický, čo si uvedomujú aj autori, pretože rozličnými spôsobmi deformujú slovné tvary, resp. upravujú slová (mená) do cudzej podoby. Vo viacslovných logonymách nachádzame vysoké percento kontaktových prvkov, prevažujú také spojenia cudzích slov, ktoré sa v danom jazyku nepoužívajú (mechanické hromadenie či priraďovanie slov s cieľom dať čo najviac informácií).

2. Koordinačne syntakticky viazané sú viacslovné logonymá, v ktorých sú jednotlivé slová v rovnocennom, priraďovacom vzťahu. Zaznamenali sme tieto základné typy:

a) spojenie mien dvoch a viacerých majiteľov firmy (*Zuzana + Juraj, Peroutka & Fedorišin, Kohút a syn*);

b) spojenie substantív vyjadrujúcich predmet činnosti alebo zameranie firmy (*Pečiatky – vizitky*);

c) metonymia môže byť vyjadrená koordináciou, no nie vždy priezračne, napr. *Drevo – klenot* v tejto podobe skôr informuje o dvojakom zameraní firmy. Autor ním však chce vyjadriť, že vyrába a predáva klenoty z dreva a že aj drevo môže byť klenotom. Tento vzťah by bol zaiste zreteľnejší, ak by medzi slovami bolo znamienko rovnosti, alebo ešte priezračnejšie by sa dal vyjadriť logonymom *Klenoty z dreva/Drevené klenoty.*

Zaujímavou, no ojedinelou je motivácia súslovnými zvratmi, ktorých ustálenú syntaktickú formu a obrazno-expresívny význam využívajú autori logoným na upútanie pozornosti. Sú to logonymá plniace reklamnú funkciu a zároveň sú ľahko zapamätateľné. Primárne nevyjadrujú vecný obsah informácie, ale dominuje v nich konotačný aspekt. Svojou výnimočnosťou prispievajú k oživeniu inventára logoným (*Non-stop, Čačky-hračky, Dáš – máš, A – Zet*).

3. Ojedinelé sú aj logonymá vetného typu. Sú, podobne ako frazémy, originálne a neobvyklé, no o to zaujímavejšie a pútavejšie. Platí o nich to, že sú to logonymá – reklamy, pretože jednoznačne upútajú najmä svojou jazykovou komikou, napr. *Urob si sám, A je to!, Ver mi, Ham – mňam*. Patria sem aj formálne jednoslovné logonymá, v ktorých je však vetná štruktúra zreteľná (*Daysi, Mašauto, Bossanoha*).

Viacslovné logonymá hodnotíme ako priezračné logonymá, prirodzene okrem kontaktových viacslovných logoným. Takmer 80 % viacslovných logoným obsahuje meno majiteľa, ktoré je v domácej podobe v postpozícii a v cudzej podobe, resp. akronymickej v antepozícii. Vo viacslovných logonymách jednoznačne dominuje subordinačný vzťah. Využívajú sa v rozličných podnikateľských oblastiach a nemožno jednoznačne vymedziť a obmedziť oblasť ich uplatnenia.

Sociálny aspekt logoným

Logonymá nás sprevádzajú v bežnom živote často, zvyčajne vo forme nápisov, ale aj inak. Možno azda konštatovať, že ide o formu textu, ktorej sa neubránime tak, ako to môžeme urobiť napríklad s publicistickým či odborným textom. Ten jednoducho „neotvoríme". Po uliciach však so zatvorenými očami chodiť nemožno. Je to špecifická komunikácia, v ktorej logonymum ako proprium predstavuje mikrotext plniaci nominačnú a identifikačnú funkciu a paralelne s ňou aj funkciu informačnú, komunikačnú a reklamnú. Komunikačným mikropriestorom je tu výrazová logonymická entita manifestovaná v komunikačno--pragmatickej informačnej zóne (najčastejšie na vývesnej tabuli) a príjemca. Autor logonyma si pri výbere formy výrazu a jeho motivačného záberu uvedomuje jazykovo-komunikačný mikropriestor, ktorý má k dispozícii na pragmaticko-komunikačné ciele, teda na ovplyvnenie konania príjemcu logonyma a prípadne na jeho informovanie o činnosti, profesionálnosti firmy, o kvalitách ponúkaných služieb či tovaru. Z tohto hľadiska predstavujú logonymá

špecifickú vrstvu proprií a svojou povahou sa približujú apelatívam. Výber motivácie je často

subjektívnym rozhodnutím tvorcu logonyma a už v tejto etape nominácie rozhoduje o miere informačnosti a účinku názvu. V logonymách sa spravidla reflektujú informačné impulzy, zámer autora, resp. motivácia, pohnútky, ktoré výber výrazovej formy ovplyvnili. Všetky logonymá plnia nominatívnu funkciu a slúžia na perceptívnoorientačnú identifikáciu objektov. Ich sociálno-pragmatická účinnosť nie je rovnaká. Je daná mierou implicitnosti informácie, vysokou subjektivitou motivácie alebo prehľadnosťou/neprehľadnosťou formy. Navyše nie je zámerom každého autora logonyma informačná úspešnosť, pod ktorou rozumieme schopnosť logonyma informovať o zameraní a činnosti firmy. Zámerom mnohých je napríklad len estetický účinok logonyma, ale v tomto type rečového aktu aj ten považujeme za pragmému, pretože plní účel zaujať, upútať percipienta. Zmysel logoným je kontextovo determinovaný. V komunikácii prostredníctvom logoným je na pochopenie ich základnej informácie kontext bezpodmienečne potrebný. Kontextom tohto rečového aktu je prostredie, miesto vnímania tohto textu, pričom kontext môže byť situačný alebo písaný. Pod situačným kontextom rozumieme konkrétne miesto, priestor firmy či obchodu označený príslušným logonymom alebo rečový prejav vo forme dialógu; písaný kontex môže mať rozličné podoby, napr. inzerát, adresár firiem, úradný dokument, pokladničný blok a podobne. Kontext je nesporne podmienkou pochopenia účelu mikrotextov – logoným splniť minimálne identifikačnú funkciu. Keď potrebujeme služby špecifického charakteru, využívame zvyčajne zoznam firiem v rozličných podobách, najčastejšie *Zlaté stránky*. V zoznamoch sú názvy firiem usporiadané podľa druhu služieb, predmetu činnosti alebo tovaru. Napríklad projektovú činnosť ponúkajú nasledujúce firmy (výber): *Projekt, Consulting, Arch studio, Archicomp, Arching, Ateliér, Chemoprojekt, Stavoprojekt*. Zo skúmania motivačných súvislostí a príčin zvláštnych formálnych podôb logoným vyplýva,

že na výber motivácie a formy výrazu jednoznačne vplýva vedomie autora, že podobne ako reklama, aj firemný znak má reprezentovať a upútať príjemcu. Ak si zvolí napr. propriálny typ, zvolené proprium ozvláštni (prostriedkov na to je veľa, napr. trunkácia, inverzné poradie hlások, zdvojené hlásky či cudzia forma). Rovnako postupujú autori uprednostňujúci priezračnú sémantickú motiváciu, napr. predmet činnosti alebo priamo činnosť, a možno táto jednoduchosť a priamosť sa zdá „nehodná nominačnosti", preto zvolený výraz upravujú, najčastejšie logoformantmi a kompozičnými podobami s využitím afixoidných radixov. Autor explicitne všetko nevyjadruje; nie je to ani podmienkou takéhoto typu nominácie. Niekedy sú informácie implicitné. Príjemca analyzuje pragmatický kontext, porovnáva s relevantnými a implicitnými informáciami v logonyme a porovnáva aj s predchádzajúcimi skúsenosťami. Človek nemajúci informáciu či predchádzajúcu skúsenosť s existenciou pomenúvaní firiem (krajný príklad) nedokáže ani v explicitnom kontexte pochopiť a zaradiť výraz. Z vety *Bankrot sa mi o všetko postaral* bez kontextu nevyvodíme, že hovoriaci má na mysli firmu *Bankrot* zaoberajúcu sa likvidáciou zadĺžených spoločností. Logonymum je motivované predmetom činnosti, likvidáciou zbankrotovaných spoločností. V rečovom akte sú nevyhnutnou podmienkou na spracovanie logoným predchádzajúce skúsenostné a vedomostné predpoklady. „Je známe, že hovoriaci explicitne nevyjadruje všetko, čo má adresát vnímať v jeho rečovom produkte. Mnohé informácie sú implicitné, „skryté". Adresát musí (a hovoriaci s tým počíta) tieto informácie vyvodiť" (Dolník, 1999, s. 193). Charakter pragmém má v tomto mikropriestore a špecifickej komunikácii zaiste viac podôb. Autor pri pomenúvaní má na zreteli príjemcu a funkciu logonyma. Výber motivácie je pragmaticky ovplyvnený. Možno hovoriť o miere úspešnosti jednotlivých typov motivácií vzhľadom na vytýčené pragmatické ciele a zámery autora. Záleží na ňom, aké pragmémy si na dosiahnutie účinku zvolí.

Logonymum ako reklamný mikrotext a jeho komunikačný potenciál

Medzi množstvom odkazov, podnetov, informácií v súkromnom i profesionálnom živote človeka nevyhnutne nastáva konkurenčný vzťah. Každý pôvodca informácie (komunikátu) si uvedomuje (alebo by si mal uvedomiť), že jeho komunikát sa zakomponúva medzi ostatné inozdrojové komunikáty a že s nimi bude konfrontovaný. Je preto nevyhnutné, aby tvorca informácie (autor logonyma a jeho sprievodného textu) správne a zreteľne inkorporoval informáciu do vhodne zvoleného mikrotextu tak, aby vyvolal očakávanú reakciu adresáta. Tento zdanlivo zanedbateľný nominačný proces má viaceré úskalia, ktorým sa treba vyhnúť, aby sa proces medzi pôvodcom a adresátom nenarušil. Objavujú sa prípady, keď nie je v množstve textu jasné, čo je vlastne názvom. Logonymum prestáva plniť svoju základnú, a to nominačno-identifikačnú funkciu.

Na komunikačnú funkciu vlastného mena, a teda aj firemného znaku, logonyma, existuje viacero názorov. Podrobne sme sa nimi zaoberali v práci o logonymách (Imrichová, 2002, s. 7 – 17). Na tomto mieste sa chceme sústrediť na logonymum ako na reklamný prvok. Aj logonymum totiž rovnako ako každý reklamný text je zamerané na reakciu adresáta (kupujúceho). Autor sa preto usiluje vytvoriť logonymum a sprievodný slogan tak, aby dosiahol u adresáta reakciu, aktivitu (kúpu, návštevu firmy, obchodu...). Nesporne aj jazyková úroveň (a nemáme na mysli len formálnu stránku mena) a spôsob narábania s vlastným jazykom je v tejto obrovskej skupine nových slov odrazom myslenia súčasnej populácie a vzťahu k vlastnému jazyku, ktorý nás reprezentuje.

Ako sme už spomenuli, význam motivanta sa v obchodnom mene spravidla nestáva irelevantným; vo veľkej miere sa využíva význam motivujúceho apelatíva. Miera informatívnosti závisí od rozsahu a spôsobu využitia lexikálneho významu i konotácie motivanta. V subjektívnom zmysle je informačná hodnota daná individuálnymi

schopnosťami príjemcu informácie; každá informácia má pre rôznych prijímateľov rozličnú hodnotu, t. j. rozlične chápu jej zmysel, čo vyplýva z toho, že dekódovanie informácie v prirodzenom jazyku nie je presným opakom kódovacej činnosti odosielateľa informácie, ale konfrontáciou informácie s poznatkami a skúsenosťami vo vedomí prijímateľa. Logonymá sú špecifické vysokou mierou motivovanosti a vo veľkej miere ako motivačné prvky využívajú niektoré zložky lexikálneho významu motivantov. Autor, najčastejšie majiteľ firmy, sa snaží prostredníctvom názvu informovať percipienta o činnosti, a preto využíva také slovotvorné postupy, pri ktorých je význam motivanta „čitateľný“ a priezračný. Pragmatická hodnota mena sa zvyšuje vtedy, keď si autor vyberie taký príznak, vlastnosť či okolnosť, ktorý jasne a priezračne zachytáva to, čím sa daná firma zaoberá, resp. aké služby poskytuje. Rozličný stupeň informačnej hodnoty logonyma závisí od stupňa uvedomovania si vzťahu medzi propriálnym designátorom a jeho pôvodným apelatívnym alebo propriálnym významom.

Podľa významovej priezračnosti možno obchodné mená zaradiť do troch skupín:

1. Obchodné mená s vysokou informačnou hodnotou (patria sem viacslovné názvy ambimodálneho charakteru, kompozitá, resp. kvázikompozitá a sémantické logonymá motivované priamo činnosťou firmy alebo povolaním majiteľa).

2. Obchodné mená so štandardnou mierou informačnej hodnoty (patria sem názvy, ktoré vznikli na základe vecných súvislostí motivujúceho a motivovaného designátora, metonymicky, alebo sú motivované onomaziologickým príznakom spoločným pre denotát apelatíva i propria, a to akronymické logonymá, kompozitné logonymá, v ktorých je zameranie firmy a predmet jej činnosti vyjadrený cudzím slovom, ďalej sémantické logonymá motivované produktom alebo predmetom činnosti a derivované logonymá so špecifickými logoformantmi.

3. Obchodné mená s nízkou/žiadnou informačnou hodnotou sú tie, ktoré majú iba identifikačnú a reklamnú funkciu a plnia úlohu prvkov

identifikátorov v rade tejto skupiny logoným. Také sú všetky iniciálové a slabičné abreviatúry, logonymá motivované záľubou, obľúbeným predmetom, menom majiteľa o zameraní firmy nehovoria nič, slúžia iba na identifikáciu, ďalej reklamné názvy, ktoré sú často tvorené zvláštnymi slovotvornými postupmi. Slabšiu informačnú hodnotu majú cudzie slová; ich priezračnosť, prirodzene, závisí od znalosti jazyka. Zvyčajne sú určené konkrétnemu okruhu percipientov (týka sa to najmä počítačových firiem), u ktorých sa znalosť príslušného cudzieho jazyka predpokladá. Tu uvažujeme o priemernom používateľovi, preto ich radíme do tretej skupiny.

Z uvedeného vyplýva, že najviac informácií poskytujú kompozitá, a to aj kvázikompozitá s jedným (ale aj oboma) prevzatým alebo cudzím komponentom. Napriek úspornosti sú vysoko informatívne radixoidy. Sémantické logonymá motivované predmetom činnosti, resp. reprezentatívnym a charakteristickým tovarom, informujú jednoznačnejšie (na rozdiel od logonyma využívajúceho netypický príznak – jeden z prostriedkov činnosti). Pri pomenúvaní je skutočne potrebná veľká dávka invencie a jazykového citu, aby autor vybral príznak „všeobecne známy, najsilnejší“, ktorý sa v priebehu niekoľkých sekúnd, keď logonymum v denných bežných komunikačných situáciách vnímame, pri danom slove podmienečne vynorí. Je však pravda, že nie všetci chcú informovať o podnikateľskej oblasti či druhu služieb a často do popredia vystupuje subjektívny prvok a reklamnosť, teda formálna a zvuková podoba logonyma.

Sociálny a jazykovo-kultúrny rozmer obchodného mena

Snaha o reklamnosť, propagačnosť, reprezentatívnosť i estetickosť formálnej podoby a zvukovej realizácie, no v neposlednom rade i snaha o upozornenie na seba ako vlastníka spôsobujú, že logonymá síce pomenúvajú, identifikujú, ale pojmovo nespracúvajú skutočnosť. Týka sa to najmä logoným, ktoré nie sú zvukovo zhodné so slovenskými apelatívami a ktoré vznikajú osobitnými slovotvornými postupmi

(hoci v pozadí je [je/sú] takmer vždy „skryté“ motivačné apelatívum/apelatíva daného jazyka, resp. cudzieho jazyka, a dešifrovateľnosť logonyma je závislá od ich poznania, pričom zároveň platí, že miera dešifrovateľnosti sa rovná miere priezračnosti, teda informatívnosti). Pri skúmaní tejto skupiny logoným máme pocit, že ide skôr o „hru so slovom“ s istými hernými pravidlami, ktoré si však tvorca názvu často neuvedomuje, no pri pozorovaní väčšieho počtu logoným sa zreteľne vykryštalizujú. Pravidlá vychádzajú z konkrétneho jazyka. Ak z neho „vybočia“, komunikujúci tento jav či prvok klasifikuje ako cudzojazyčný (cudzorodý) a v zvukovom stvárnení sa mu prispôsobuje; napríklad logonymum *Make* bolo motivované menom vlastníka a utvorené (pre túto skupinu slov) bežným slovotvorným postupom – slabičnou akronymizáciou, no 90 % opýtaných tento názov prečítalo [meik], podobne *Gabe* [geib], *Mike* [maik], *Tipe* [taip], *Paul* [pól], *Rase* [reis]. Snaha autora o nápadnú („exotickú“) komunikačnú i zvukovú podobu sa prejavuje vo výbere foném z motivujúceho apelatíva či propria a v ich lineárnom radení do vyšších jednotiek jazykového systému (*Lagon* [Ladislav Goban], *Melys* [Marta Eliášová], *Lusy* [Ľubomír Suchý]).

Z novších obchodných mien väčší rozruch a nepriaznivý ohlas u používateľov zaznamenali názvy *T – Mobil* a *Slovak Telecom*. Názov *T – Mobil* je v našich podmienkach nešpecifický formovou i zvukovou realizáciou. Je to zahraničná značka, ktorú nám najmä médiá podsúvajú v jeho cudzej zvukovej podobe [*tí mobail*]. Štúrova slovenčina „píš, ako počuješ“ (čo je v slovenskom pravopise výhodou) sa dostáva do konkurenčných pozícií s cudzími výslovnostnými pravidlami. Väčší rozruch a nesúhlasné stanoviská sme zaznamenali pri premenúvaní (privatizácii) *Slovenských telekomunikácií* na *Slovak Telekom*. Odpor vyvolali najmä obrovské bilbordy a televízne reklamy oznamujúce, že „*Slovenské telekomunikácie sú Slovak Telekom*“. Názov je utvorený analogicky podľa zahraničnej privatizérskej spoločnosti *Deutsche Telecom*, no možností sa núkalo viac, a to aj takých, ktoré by neboli slovenskému používateľovi také cudzie. Po príklad netreba ísť

ďaleko. V susednom Česku zvolili pre českého používateľa vhodnejší kompromis: *Český Telekom*.

V obchodných menách sa hojne využíva i zvuková exkluzívnosť, nápadnosť, „cudzosť“ takých spoluhláskových skupín, ktoré sa v slovenčine vyskytujú iba zriedka a ktoré sú príznačné pre prevzaté a cudzie slová. I v nich však platia kombinačné zákonitosti slovenčiny. Spoluhláskové skupiny majú také konsonanty, ktorých vlastnosti nepodliehajú neutralizácii. Najčastejšie sa uplatňujú opozície sonóra/nesonóra, záverová/úžinová a úžinová/záverová umožňujúce najväčšie zvukové rozdiely medzi spoluhláskami (*Pejtr, Sroz, Prokl, Toms*). Hiát (spojenie dvoch samohlások, z ktorých jedna patrí inej slabike) sa vyskytuje v cudzích a prevzatých slovách a v slovenčine je prípustné len na morfematickom švíku predpona – základ slova. Hiát kĺzavosťou a „dvojnásobnou“ tónovosťou pôsobí nie iba (formálne) reklamne, ale je aj zvukovo príťažlivo (*Liaex, Kroila, Duan, Laudo, Mion*). Zvláštnosti zvukového stvárnenia logoným sa prejavujú i v neuplatňovaní neutralizácie difúznych spoluhlások *d, t, n, l* pred *e, i*. „Napätie“ v zvukovom ustrojení vlastného mena a apelatíva vidíme v potenciálnych (ale aj faktických) možnostiach propria narúšať, nerešpektovať kombinačné a iné zvukové zákonitosti nocionálnych výrazov príslušného jazykového systému. Logonymum svojou neslovenskou, cudzou formálnou podobou a významovou nepriezračnosťou pôsobí na komunikujúceho tak, že v ňom neuplatní zákonitosti slovenčiny. Jeden cudzí prvok vyvolá ďalší (v tomto prípade formálny „vyvolá“ zvukový). Prítomnosť grafémy *x* často spôsobuje, že sa slovo chápe ako cudzie, a tak sa i v reči realizuje so všetkými známymi cudzími prvkami (*Natex, Balex, Sadex, Hratex*).

Najpríťažlivejšou hláskou i grafémou (formálne i zvukovo) pre autorov, ale aj pre percipientov, je *x*, v slovenčine absolútne periférny prvok vyskytujúci sa (i to zriedkavo) iba v cudzích, prípadne prevzatých slovách. Ani jeden cudzí prvok neprenikol do slovenčiny prostredníctvom logoným tak zreteľne a v takej miere, že sa stal typickým znakom tejto skupiny slov. Tomuto procesu napomohlo

jeho fungovanie v slovách pomenúvajúcich niečo vynikajúce, osobité (extra, expert, exportný, exkluzívny, excelovať a pod.). Rozhodujúce sú však jeho formálno-akustické prednosti: tvar (pripomínajúci kríž), ekonomizácia (dve fonémy vyjadrené jednou grafémou) a konfluentné spektrum spojenia explozívy a sykavky (spojenie tvrdej a ostrej fonémy so sykavkou). Toto spojenie krátkej expolózie veláry a silného a výrazného šumu sykavky dáva slovu punc „zaiskrenia, záblesku" (porov. *Eleks*). Tak, ako sa pri reklamách využíva pri vypísaní slova v závere symbol hviezdy ako prejav kvality, čistoty, exkluzívnosti, v podobnej funkcii sa vo zvukovom vyjadrení využíva spojenie foném *k* a *s*, napr. *Liaex, Krystalux*, *Indimex, Makumäx, Vomix, Berix*. Graféma *c* v logonymách, ktoré sa neprekrývajú so žiadnou lexémou, spôsobuje používateľom problémy, vyplývajúce z neznalosti ich motivačných apelatív, resp. proprií. Napríklad logonymum *Coile* je utvorené z priezvisk Comľa a Ilečko akronymizáciou. Podľa autorov treba názov firmy čítať tak, ako je napísaný. Z kupujúcich však ani jeden tento názov takto zvukovo neinterpretoval, najfrekventovanejšia (zvuková) podoba bola [koil]. Zvuková estetika sa v logonymách dosahuje aj paronymiou, zvukosledom fonicky podobných spoluhlások, ale aj slov, napr. *Koltsun – consult, Teamtim, Večierka Včielka, Eribra bar*. Koncové časti druhého slova v logonyme sa zvukovo prispôsobujú prvému alebo sa využíva podobná slabika z prvého slova logonyma, pričom obe časti sú motivované samostatným slovom, napr. *Hilde – mode, Prel model, Stavsta, Ekokol, Butique Maloque* a i.

Špecifická slovotvorba, zvláštne cudzie prvky, periférne grafémy a nezvyčajné akronymické tvary spôsobujú neistotu pri výslovnosti logoným. Vzhľadom na to, že sú to vlastné mená plniace identifikačnú funkciu, nie je prítomnosť cudzích prvkov v logonyme vhodná. Aj v bežnej komunikácii rozdielnosť možných zvukových realizácií skôr brzdí dorozumievanie, pretože hovoriaci sa k logonymu v reči vracia, spresňuje výslovnosť alebo používa vysvetľujúce opisné údaje. Autori však v týchto tzv. slovných hrách vidia výsledok svojho vedomého intelektuálneho úsilia. Zároveň sú to „ekonomické"

tvary s kondenzáciou štruktúr s rozličnými pozíciami. Expresívna kvalita logonyma sa dosahuje výberom a zostavením nezvyčajných fonematických zoskupení, ktoré pre periférnosť v slovenčine pôsobia zvukovo esteticky príťažlivo a vhodné fonematické zoskupenia vyvolávajú žiaduce predstavy.

Okrem zvukových jazykových prvkov sa na dosiahnutie reklamného efektu významne podieľajú formálne jazykové prvky. Z nich najmä veľké písmená, interpunkčné znamienka, ale aj používanie grafém. Pravopisný problém spôsobuje používateľom písanie veľkých písmen. Uvedomujú si propriálnu povahu logoným a neistotu spôsobujú najmä viacslovné typy (*Vihorlat Strojex, Baby centrum, Emilly reštaurácia*; ak má druhé slovo v logonyme pomenúvaciu funkciu, malo by sa písať s veľkým začiatočným písmenom). V kompozitných a akronymických logonymách, v ktorých sú jednotlivé komponenty oddelené spojovníkom/pomlčkou, je neistota pri písaní iniciály druhého komponentu, napr. *Ur – plan, Pro – Arch, Fe – Bard* a i. Keďže ide o jeden slovný tvar, mali by byť jednotlivé časti spojené spojovníkom a pravopisný problém by nebol. Autori však nerozlišujú spojovník a pomlčku, presnejšie – poznajú iba pomlčku. V logonymách sa spravidla používa pomlčka, zreteľne odčlenená od slov medzerami. Používa sa však aj vo funkcii spojovníka v rámci jedného zloženého slova. Pomlčka v akronymoch majúcich pendant v apelatívnej lexike má osobitné funkcie: chce upozorniť na to, že logonymum nie je motivované rovnozvučným apelatívom, a informovať o tom, že firmu vlastnia viacerí majitelia (*CHA – CHA, I – B – A*). V rovnakej funkcii sa používa aj bodka, znamienko plus, znak & (*K.T.O., K+M DUO, SO&LO*). Nadmerné používania interpunkcie v nápisoch a nadpisoch ovplyvňuje systémové funkcie jednotlivých znamienok. V logonymách sa špecificky „zaobchádza“ so slovenskými diakritikami všeobecne. V praxi (v pravopise vysokoškolských študentov) sme zaznamenali podoby *S. R.* (namiesto SR – Slovenská republika), *Ul. 17. Novembra* (názvy mesiacov študenti bežne píšu s veľkým začiatočným písmenom), namiesto slova *klient* v slovenskom kontexte sa vyskytla

(a to nie zámerne) podoba *client* atď. Pre logonymá nie je relevantné ani korektné označovanie mäkkosti a kvantity, preto dĺžeň a mäkčeň najmä v jednoslovných logonymách pôsobí príznakovo. Apostrof sa využíva v privlastňovacej funkcii, ktorú plní v angličtine (*Luka´s*). Okrem už spomínanej grafémy *x* je expanzívnym cudzím prvkom v zvukovom i formálnom ustrojení logoným označovanie fonémy *k* grafémou *c*, fonémy *š* zložkami *ch, sh, sch* a zriedkavejšie fonémy *f* zložkou *ph*, *t* zložkou *th, c* zložkou *ts*, a to nie iba v cudzích slovách, ale často i v domácich (napr. *Shicko*). Toto „dvojité prepínanie" písomného kódu do zvukového pôsobí príťažlivo a exkluzívne(*Cowboy shop, Carpaty, Victoria, Client, Shicko, Martha*). Príťažlivú podobu má pre autorov logoným graféma *w*, ktorou sa nahrádza graféma *v* aj v domácich slovách (*Wagon Trading, Schwabik*); agresívnejšia je graféma *y* miesto *i* alebo *j* (*Nay, Kryzol* – Kristián, Zoltán, *Myrmex* – Miro, *Toyto, Lokay* – Lokaj). Podobne ako v cudzích slovách aj v obchodných menách sú frekventované zdvojené spoluhlásky, menej samohlásky. Zdvojené samohlásky sa vyskytujú najmä v názvoch firiem utvorených akronymizáciou alebo v cudzej podobe mena (*Koon, Steevepress*). Zdvojené spoluhlásky sa v logonymách vyskytujú z tých istých príčin ako zdvojené samohlásky, ale navyše sa týmto spôsobom zámerne a zbytočne „ozvláštni" najčastejšie meno majiteľa (*Otto servis, Jolla, Betty, Russing* a i.). Formálna i zvuková podoba cudzích slov je, a pravdepodobne aj bude, príťažlivejšia a exkluzívnejšia než domáca. Vyzývavo a nevkusne pôsobia hybridy typu *Mäso Spiš market, Pavla shop,* „preklady" slovenských mien *Fox, Galus plus, Tom computer, Tom offis, Mary, Sabren*, *Ketty*. V komunikácii sa neujali logonymá *typu M & M, A & J, SO & LO, SA & KO, M + M, V + K + V, L. S. D. C. potraviny, Peter´s, Domino´s* a využíva sa apelatívum (odevy, potraviny), resp. zdĺhavý opis miesta, kde sa firma či obchod nachádza.

Tvorenie logoným je jednou z ciest nekontrolovateľného prenikania cudzích prvkov do jazykového povedomia používateľov nášho jazyka. Logonymá sú individuálnym výtvorom a odzrkadľuje

sa v nich prestíž cudzích vzorov, napodobňovanie. Logonymum je aj vizuálny oznam, využívajúci účinnú typografickú symboliku a úpravu. Nemožno však poprieť skutočnosť, že sú jedným zo zvláštnych komunikačných prostriedkov (podobne ako značky, symboly) na preklenutie izolácie jazykov.

Obchodné názvy a sprievodné reklamné texty nás sprevádzajú denno-denne, aj keď väčšinou nemáme obchodné a podnikateľské záujmy, pretože reprezentujú firmu na obchodných štítoch, na firemných pečiatkach a podobne. Sú identifikátormi obchodných objektov, ale podávajú aj iné charakteristiky firmy a ľudí v nej pracujúcich. Aj keď logonymum v prvom rade zaujme formálno-estetickou a typografickou úpravou, nemenej dôležité je aj jeho jazykové spracovanie, vhodnosť výberu typu motivácie a motivujúcich slov a ich pravopisno-jazyková úroveň. Je paradoxné, že niektorí majitelia si dajú viac záležať na úprave nápisu, než na jazykovej správnosti, bezchybnosti slovnej časti. Za jazykový (pravopisný) nedostatok považujeme chybný proprializovaný tvar motivujúceho apelatíva alebo propria, pravda, okrem prípadov logoným, v ktorých je takýto tvar funkčne a zámerne využitý, ako napríklad v logonymách *Bicigeľ, Lokay, Shicko, Victoria* a podobne.

Jazykové nedostatky sú dvojakého charakteru: 1. ide o klasické chyby alebo 2. o použitie neoverených pravopisných podôb. Z klasických chýb sa vyskytuje najčastejšie neoznačovanie kvantity (prirodzene, nie v tvaroch, v ktorých je kvantita zámerne neoznačená, pričom hranica chyby a zámernej krátkosti tvaru niekedy nie je jasná), napr. *Reštaurácia?, Bielý kameň, Iver, Papierníctvo Partik, Avion, Vadium, Bonton, C – Štyl, Espe študio*, ale aj morfologické, napr. *Lustry,* či ortografické, napr. *Krystalux* (od krištáľ). Znakom malého rozhľadu a nevedomosti autora sú logonymá, v ktorých je motivujúce slovo iba polovičným návratom k pôvodnej podobe, napr. *Clívia* (clivia + klívia), *Freésia* (freesia + frézia), *Luculus* (Lucullus + Lukulus, lukulské hody), podobne *Bisam, Fortuna, Monada, Korál, Novum, Onyx, Topas, Opal.* Neoznačovanie kvantity v týchto logonymách nemožno považovať

za funkčné. Sú to pravopisné hybridy, ktoré zneisťujú používateľov jazyka podobne ako predchádzajúce príklady. Funkčné ani zámerné nie sú ani najčastejšie anglicko-slovenské hybridy, ktoré by mali evokovať jazykové znalosti majiteľa. Pre percipientov ovládajúcich príslušný jazyk sú takéto logonymá nielen dôkazom neznalosti, ale aj istej „kocúrkovčiny", pretože sa snažíme dorozumievať medzi sebou v cudzom jazyku, a navyše nesprávne, napr. *Corekt, Person Efekt, elektric, S. G. servise, buseness, schop, Juwel, Ecquisit a i.* Jazykové nedostatky majú aj texty sprevádzajúce logonymum na obchodnom štíte, napr. *výroba a predaj mliečných výrobkov, kojenecký tovar, oprava pračiek, čaluníctvo* a i.

Aj logonymá otvárajú bránu na prenikanie nesprávnych slovných tvarov do povedomia používateľov jazyka a tak zneisťujú ich jazykové cítenie. Z vyučovacej praxe vieme, že stále účinkuje sila oficiálneho textu (a nápis s logonymom takým je). Študenti často zdôvodňujú svoje jazykové nedostatky tým, že „tam som to tak videl napísané, tak to používajú v televízii, v novinách bolo tak napísané" a podobne. Logonymá sú texty, ktoré podvedome vnímame a ich znenie sa vrýva do pamäti aj s chybami a nevedomosťami toho, kto ich vytvoril.

Záver

Reklamná funkcia logoným sa prejavuje na forme logonyma vo využívaní kontaktových prvkov, vo zvýšení periférnych grafém v slovenskej grafike, ozvláštňovaní tvarov pridávaním nešpecifických formantov (tzv. logoformantov), ale aj typom písma a podobne. Využíva sa zvuková exkluzívnosť, zvukový efekt, nápadnosť periférnych foném, expresívnosť a pôsobivá fonická štruktúra spoluhláskových skupín, ktoré sa v slovenčine vyskytujú zriedka a ktoré sú príznačné pre prevzaté a cudzie slová. Z výskumov vyplýva, že percipienti majú spravidla pri formálne netypických logonymách s výslovnosťou a skloňovaním problémy, a tak dochádza ku komunikačným šumom. Preto sa v hovorenej komunikácii na spresnenie informácie logonymá

využívajú často aj v základnom tvare. Pre slovenské obchodné názvy sú charakteristické najmä nasledovné tendencie:
1. na malom slovnom priestore „ukotviť“ viac informácií, čo spravidla paradoxne vytvára neinformačný a nepriezračný slovný tvar;
2. úsilie o krátkosť, úspornosť výrazu ako výsledok ekonómie vedomého intelektuálneho úsilia, ktorý je zabezpečený „superpozíciami“ a kondenzáciami štruktúr;
3. zosilňovanie expresívnosti logonyma výberom a zostavením fonematického prostredia netypického pre slovenčinu;
4. výrazný vplyv kontaktových javov, cudzích slov, špecifických slovotvorných prostriedkov, napodobňovanie a prestíž vzorov;
5. uprednostňovanie reklamnej a propagačnej funkcie logoným, ktoré sa odráža vo zvyšovaní nárokov majiteľov na ich jazykové a formálne stvárnenie;
6. tendencia k flexii logoným v hovorenej komunikácii;
7. vyhľadávanie zvukových, tvarových i významových kombinácií, ktoré by mali na percipienta pôsobiť esteticky a vyvolávať žiaduce predstavy;
8. silný motivačný príznak príslušnosti firmy k majiteľovi.

Literatúra:

Blanár, V. 1994. Onymická nominácia. In: *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*. Zborník referátov z XI. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Nitre 19. – 20. mája 1994. Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV; Nitra : Vysoká škola pedagogická v Nitre, 1994, s. 7 –14. ISBN 80-88738-68-7.

Blanár, V. 1996. *Teória vlastného mena. (Status, organizácia a fungovanie v spoločenskej komunikácii*). 1. vyd. Bratislava : Veda, 1996. 250 s. ISBN 80-224-0490-X

Dokulil, M. 1989. K problematice názvů společenských institucí a organizací. 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. 44 – 54.

Dolník, J. 1990. *Lexikálna sémantika*. Bratislava : Univerzita Komenského, 1990. 304 s.

Dolník, J. 1999. *Základy lingvistiky*. Bratislava : Stimul, 1999. 228 s.

Furdík, J. 1993. *Slovotvorná motivácia a jej jazykové funkcie*. 1. vyd. Levoča : Modrý Peter, 1993. 200 s. ISBN 80-85515-03-2

Furdík, J. 2004. *Slovenská slovotvorba*. 1. vyd. Ed. M. Ološtiak. Prešov : Náuka, 2004. 200 s. ISBN 80-89038-28-X.

Horecký, J. – Buzássyová, K. – Bosák, J. a kol.: *Dynamika slovnej zásoby súčasnej slovenčiny*. 1. vyd. Bratislava: Veda, 1989. 436 s.

Horecký, J. 1994. Logonomastika ako onomastická disciplína. In: *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*. Zborník referátov z XI. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Nitre 19. – 20. mája 1994. Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV; Nitra : Vysoká škola pedagogická v Nitre, 1994, s. 76 – 78. ISBN 80-88738-68-7.

Germušková, M. 1994. Simulovaná recepcia – prekážka odhaľovania čitateľskej identity. *Slovenský jazyk a literatúra v škole*, 1994, l – 2, s. l2 – l4.

Germušková, M. 1997. O stimulátoroch a blokátoroch čitateľského procesu. In: *Informátor knižníc*, č. 1, Prešov : Šarišská knižnica, 1997, s. 18-21.

Imrichová, M. 1995. Nové onomastické tvary v systéme slovenského jazyka. In: *Slovenská reč, 60*, 1995, s. 148 – 152.
Imrichová, M. 2002. *Logonymá v systéme slovenčiny*. Prešov : FHPV PU, 2002. 142 s. ISBN 80-8068-111-2.
Knappová, M. 1995. Obchodní jméno jako fenomén onomaziologický a sociologický. In: *Slovo a slovesnost*, 56, 1995, s. 276 – 284.
Krško, J. 2002. Mikroštruktúrne vzťahy v onymii. In: *Slovenská reč*, 67, 2002, č. 3, s. 142 – 152.
Majtán, M. 1979. Onomastické termíny podľa objektov pomenúvaných vlastnými menami. In: *Kultúra slova*, 13, 1979, s. 153 – 159.
Majtán, M. 1989. Klasifikácia chrématonymie. 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. 13.
Majtán, M. 1994. Motivácia a lexikálna sémantika. In: *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*. Zborník referátov z XI. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Nitre 19. – 20. mája 1994. Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV; Nitra : Vysoká škola pedagogická v Nitre, 1994, s. 15 – 19. ISBN 80-88738-68-7.
Pícha, E. 1989. *Informačná hodnota chrématoným*. 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. 35 – 39.
Ripka, I. 1999. Dialektika dialektológie. In: *Nárečia a národný jazyk*. Zost. A. Ferenčíková. Bratislava : Veda, 1999, s. 99 – 104.
Sabol, J. 1989. Centrum a periféria slovenského spoluhláskového podsystému. In: *Slovenská reč*, *55,* 1989, s. 97 – 104.
Šrámek, R. 1976. Onymický príznak. In: *VI. slovenská onomastická konferencia*. Zborník referátov. Nitra 4.–6. apríla 1974. Red. M. Majtán. Bratislava : Veda, 1976, s. 7 – 14.

DYNAMIKA PREMIEN URBANONYMIE

Pavol Odaloš

Nominačný systém v urbanonymii

Výskum slovenskej urbanonymie sa profiluje od 30. a 40. rokov 20. storočia. Systematický výskum slovenskej urbanonymie sa realizuje od 70. rokov 20. storočia. Vytvorené onomastické práce o urbanonymách sa stali podkladom, z ktorého sme vychádzali pri profilovaní nominačného systému v urbanonymii.

Nominačný systém v urbanonymii vytvárajú názvy ulíc a námestí v procese pomenúvania – premenovania – opätovného premenúvania, ktorý rámcuje spoločenské prostredie a legislatívne normy.

Nominačný systém urbanonymie sa realizuje v euroázijskom a americkom modeli pomenúvania. *V euroázijskom modeli tvorby urbanoným* etniká viac alebo menej determinovali tvorbu urbanoným, *v americkom modeli tvorby urbanoným* množstvo etník neutralizovalo etnické parametre, a preto vznikol kvantifikujúci systém odpočítania ulíc.

Nominačný systém determinujú vývinové tendencie. Za vývinovú tendenciu považujeme smer vývinu, ktorý sa realizuje fixáciou jedného z pólov vývinovej binarity a prejavuje sa dominantným uplatňovaním určitého sémanticko-štruktúrneho typu názvov ulíc a námestí.

Nominačný systém sa profiluje v sextete binárnych tendencií, ktoré sa diachrónne uplatňujú cyklicky v kvartete triadických supertendencií.

Binárne vývinové tendencie

1. tradicionalizácia – neologizácia (zachovávanie ustálených typov označenia podľa tvaru, smeru, polohy – vytváranie nových typov označenia),

2. nacionalizácia – internacionalizácia (čerpanie námetov na označenie z domácich alebo zahraničných zdrojov),

3. teizácia – ateizácia (využívanie alebo likvidovanie názvov obsahujúcich náboženské reality),

4. personalizácia – depersonalizácia (zakomponúvanie – nezakomponúvanie mien osôb do názvov),

5. honorifikácia – ahonorifikácia (glorifikovanie čiže oslavovanie ako prejav úcty a uznania istej vyhranenej skupine osôb alebo určitým realitám – opačná tendencia, často ako reakcia na protikladnú tendenciu),

6. schematizácia – deschematizácia (paušálna konštrukcia podľa istých spoločensko-politických symbolov, ktorá môže súvisieť aj s deformáciou kultúrno-historického vedomia národa – opačná tendencia, ktorá je priamou odozvou na protichodnú tendenciu.

V diachrónnom pohľade na urbanonymiu, ktorá sa uplatňovala na území súčasného Slovenska, môžeme konštatovať, že vývinové tendencie sa profilujú v symetrickom modeli, keď prvý blok vytvárajú tendencie č. 1 – 3, druhý blok tendencie č. 4 – 6.

Triadické procesuálne supertendencie

Proces pomenúvania ulíc a námestí bol iniciovaný vnútorne spätou triadickou supertendenciou *tradicionalizácia – nacionalizácia – teizácia*. Vznikajú názvy ulíc ako Dolná, Horná, Krátka, Krížna, Strmá; Hronská, Nábrežná, Potočná ul., K cintorínu, K mlynu, Na pažiti; Letná, Zimná; Garbiarska, Mäsiarska, Remenárska, ktoré tradičným spôsobom označovali ulice. Pomenovanie súčasne charakterizovalo ulicu a používateľovi jazyka mnohokrát aj pomáhalo pri orientácii v meste. Tradicionalizácia je bytostne (implicitne) prepojená s nacionalizáciou, pretože pomenúvací proces iniciujú etniká. Explicitne sa etnicita ako prejav realizácie nacionalizácie demonštruje v názvoch typu Slovenská ul. (pozri Odaloš, 1999). Teizácia je výrazom kresťanských tradícií hlboko zakorenených na území Slovenska a prejavuje sa v názvoch typu Farská, Modlitebná, Kostolná ul. a pod.

Postupne sa pri premenúvaní názvov začínajú výraznejšie presadzovať opozitné členy tendencií a realizuje sa triadická supertendencia *neologizácia – internacionalizácia – ateizácia*. Neologizácia názvov je zreteľná už v prvej polovici 20. storočia. Ide nielen o sémantickú, ale aj o štruktúrnu neologizáciu. Sémanticky sa názvy obohacujú o nové reality, napr. Legionárske nám., Mládežnícka ul., Ul. družby. Zo štruktúrneho hľadiska sa popri názvoch s adjektívnym anteponovaným prívlastkom typu Horná ul. objavujú názvy s postponovaným substantívnym prívlastkom typu Ul. Janka Jesenského, pričom názvy obsahujú čoraz viacej slov napr. v type Ul. májového povstania českého ľudu alebo Ul. 50. výročia Veľkej októbrovej socialistickej revolúcie. Uvedené názvy používatelia jazyka v komunikácii i na uličných tabuliach skracovali na Ul. MPČĽ a Ul. 50. výr. VOSR, čo najmä v prvom prípade pre lokálnu rozšírenosť skratky viedlo ku komunikačným skratom. Za internacionalizáciu v urbanonymii považujeme používanie inonárodných realít (osôb, vecí, javov) v názvoch ulíc a námestí. Ateizácia v urbanonymii je zreteľná po roku 1948, keď sa systémovo likvidovali názvy obsahujúce náboženské reality, napr. Františkánska ul. bola v Bratislave nahradená názvom Pugačovova ul., Františkánske nám. názvom Dibrovovo nám.

Vplyv ideológie na urbanonymiu sa realizoval prostredníctvom triadickej supertendencie *personalizácia – honorifikácia – schematizácia*. Prirodzená potreba fixovať v názvoch osoby ako reprezentantov určitej spoločnosti (personalizácia) – v minulosti sa realizovala prostredníctvom mien svätých, mešťanov, panovníkov, významných osôb – sa realizovala uprednostňovaním vyhranenej skupiny osôb v názvoch ulíc a námestí, napr. vojakov: Ul. kpt. Nálepku, Ul. part. Ušiaka, Nám. gen. Svobodu. Postupne sa zoslavňovali (honorifikovali) nielen komunistickí vodcovia v názvoch typu Marxova ul., Leninovo nám., Gottwaldovo nám., ale aj rôzne komunistické symboly, napr. Ul. februárového víťazstva, Nám. ľudových milícií, Ul. Červenej armády. Schematizácia nastáva hromadením rovnakých politických názvov vo všetkých mestách, napr. Švermova ul., Ul. československej armády, Nám. SNP a pod., resp.

kumulovaním politických názvov na sídliskách, napr. v B. Bystrici na sídlisku Sásová boli ulice pomenované po socialistických a komunistických osobnostiach, napr. Asmolovova, Benadova, Hagarova, Klokočova, Volkovova, Zápotockého, Zupkova ul. a pod.

Zmeny, ktoré priniesol 17. november 1989, sa v urbanonymii odrazili v názvoch ulíc a námestí prostredníctvom supertendencie *deschematizácia – ahonorifikácia – depersonalizácia* realít (osôb, symbolov, dejov), ktoré súviseli s budovaním socializmu a komunizmu v rokoch 1948 – 1989. Na Slovensku sa premenovali desiatky názvov typu Nám./ Ul. Červenej armády, Leninovo nám./ Leninova ul., Gottwaldovo nám./ Gottwaldova ul., Fučíkova ul./ Ul. Júliusa Fučíka, Ul. pionierov/ Pionierska ul. (podrobnejšie pozri Odaloš 1996).

Sexteto vývinových binarít (*tradicionalizácia – neologizácia, nacionalizácia – internacionalizácia, teizácia – ateizácia, personalizácia – depersonalizácia, honorifikácia – ahonorifikácia, schematizácia – deschematizácia),* ktoré sa realizujú formou kvarteta triadických supertendencií (*tradicionalizácia – nacionalizácia – teizácia, neologizácia – internacionalizácia – ateizácia, personalizácia – honorifikácia – schematizácia, deschematizácia – ahonorifikácia – depersonalizácia)* po uplatnení celého systému začína opätovne využívať východiskovú triadickú supertendenciu *tradicionalizácia – nacionalizácia – teizácia* používaním revitalizovaných pomenovaní typu Dolná ul., Národná ul., Kapitulská ul. s výdatnou pomocou *personalizácie* a následným uprednostňovaním osôb s demokratickou minulosťou, napr. Štefánikova ul.

Na záver celku Dynamika premien urbanonymie sumarizujeme chápanie nominačného systému urbanonymie, ktoré je súčasne vyústením všetkých predchádzajúcich urbanonymických častí a ich procesuálnou syntézou.

Nominačný systém v urbanonymii vytvárajú názvy ulíc a námestí v procese pomenovania – premenovania – opätovného premenúvania. Nominačný systém urbanonymie sa realizuje v euroázijskom a americkom modeli pomenúvania.

Nominačný systém determinujú (rámcujú) vývinové tendencie. Za vývinovú tendenciu považujeme smer vývinu, ktorý sa realizuje fixáciou jedného z pólov vývinovej binarity a prejavuje sa dominantným uplatňovaním určitého sémanticko-štruktúrneho typu názvov ulíc a námestí.

Nominačný systém sa profiluje v sextete binárnych tendencií, ktoré sa diachrónne uplatňujú cyklicky v kvartete triadických supertendencií.

Procesuálne systémové chápanie premien urbanonymie umožňuje súčasné komplexné mapovanie systému ako celku, ale zároveň aj skenovanie procesu premien (jedného) pólu vývinovej binarity, keď je centrom alebo perifériou vývinového procesu.

K vývoju zmien ulíc a námestí Banskej Bystrice po roku 1989

Vznik mesta Banská Bystrica súvisí s rokom 1255, keď mu boli udelené mestské výsady kráľom Belom IV.

Názvy ulíc v stredovekej Banskej Bystrici súviseli s polohou a charakterom ulíc a s činnosťami, ktoré sa viazali na tieto ulice. Názvy boli v nemčine, napr. v mape z roku 1589: Untere Gasse, Obere Gasse, Grauer Gasse, Neue Gasse, Badergasse, Obere Silbergasse, Untere Silbergasse, Pfarhofgasse. Stred stredovekého mesta tvorilo námestie, vtedy Ring.

V neskoršom období sú názvy ulíc Banskej Bystrice uvádzané v maďarčine, napr. v roku 1896. Ulice však nemajú pôvodné názvy, ale sú väčšinou pomenované po maďarských osobách a osobnostiach, napr. Untere Gasse nie je Dolná ulica (ďalej ul.), ale Kossuth Lajos utca, Obere Gasse nie je Horná strieborná ul., ale Heitzmann Adras utca a pod.

Po roku 1918 sú názvy ulíc a námestí uvádzané už v slovenčine. Úradnými názvami sa stávajú pomenovania, ktoré fungovali v neúradnej komunikácii medzi obyvateľstvom, napr. Hlavné námestie (ďalej nám.), Horné nám., Dolné nám., Strieborné nám., Dolná ul.,

Súdobná ul. a pod. Názvy podľa osôb a osobností sa v zozname ulíc z roku 1921 prakticky nevyskytujú. Zväčšovaním Banskej Bystrice sa na pomenovania ulíc využívajú rôzne typy názvov, napríklad aj pomenovania podľa miestnych špecifík, ulice: Na potôčok, Pod kalváriou, Na troskách, Pod vršok, Na pílu. Po roku 1945/1948 začínajú postupne pribúdať, najmä v súvislosti s veľkou výstavbou mesta a so socialistickou orientáciou Československa, pomenovania podľa osôb, rôznych pamätných udalostí a významných spoločenských skutočností (Odaloš, 1993). Zreteľné je to na novovznikajúcich sídliskách, preto spomeniem tri príklady.

Sídlisko Prednádražie vznikalo v 50. rokoch. Nie dlhé obdobie od ukončenia 2. svetovej vojny malo vplyv na názvy ulíc, ktoré dostali pomenovanie súvisiace s touto dejinnou udalosťou a v rámci toho aj so Slovenským národným povstaním (ďalej SNP), napr.: Trieda (ďalej tr.) SNP, Ul. 29. augusta, Partizánska cesta, Ul. československej armády a Jegorovova cesta.

Sídlisko Fončorda vznikalo v 60. a 70. rokoch. Pomenovania ulíc a námestí súviseli so sovietskymi, českými a slovenskými osobami a osobnosťami a s realitami, ktoré sa viazali na socialistické symboly a tradície, napr.: Tr. V. I. Lenina, Ul. M. Gorkého, Ul. J. Wolkra, Ul. J. Švermu, Ul. P. Jilemnického, Ul. M. Nešpora, Moskovská ul., Tulská ul., Oremburská ul., Kyjevské nám., Ul. družby, Mládežnícka ul. a pod.

Sídlisko Sásová vznikalo v 70. a 80. rokoch. Ulice tu boli pomenované najmä po predstaviteľoch komunistickej strany z Československa a Sovietskeho zväzu, ktorí sa nejakým spôsobom viazali na Banskú Bystricu, no tiež išlo o osoby bez väčších súvislostí s Banskou Bystricou, napr.: Gottwaldova, Šmeralova, Klokočova, Exnárova, Gliderova, Volkovova, Novomeského, Asmolovova, Benadova, Zupkova, Umanského, Hagarova ul. a pod.

Po roku 1945/1948 pribúdajú hlavne názvy ulíc, ktoré odrážajú socialistickú orientáciu Československa. Zreteľnejšie sa názvy tohto typu presadzujú najmä od začiatku 70. rokov 20. storočia.

V stave, ktorý sme spomenuli, sa nachádzali ulice a námestia Banskej Bystrice do 17. 11. 1989. V súvislosti so zmenami v československej spoločnosti po tomto termíne sa ukázalo ako potrebné premenovať aj názvy viacerých ulíc a námestí. Premenovací proces sa až postupne vyprofiloval ako veľmi náročný, lebo išlo zväčša o premenovanie viacerých ulíc i námestí, takže v konečnom dôsledku išlo fakticky o jednu z najväčších zmien v uličnom názvosloví Banskej Bystrice v jej histórii.

V Banskej Bystrici tieto zmeny usmerňovala Názvoslovná komisia pri ONV v Banskej Bystrici, po zániku ONV a vzniku okresných úradov Názvoslovná komisia pri Okresnom úrade v Banskej Bystrici. Neskoršie si Mestský úrad v Banskej Bystrici zriadil Poradný zbor primátora pre tvorbu názvov ulíc, námestí a častí mesta. Vo všetkých menovaných orgánoch sme sa zúčastňovali a tiež sa zúčastňujeme odborných prác, v mestskej komisii tieto práce odborno-organizačne zabezpečujeme ako predseda.

Menované pracovné skupiny odborníkov od začiatku uvažovali, akým spôsobom pristupovať k premenúvaniu koncepčne a systematicky. Za východisko zobrali tézu, že − v celkoch ulíc, ktoré nie sú jednotne tematicky orientované − ide v podstate o rekonštrukciu názvov. Premenúvaním sledovali jednak dať úradnú podobu pôvodným či neúradne fungujúcim pomenovaniam a jednak premysleným spôsobom prebudovávať existujúce spoločensky neprimerané pomenovania ulíc a námestí. Výsledná podoba nového názvu nemala narúšať charakter názvov ulíc mikroregiónu, ale mala tento mikroregión prirodzeným spôsobom dotvárať.

Nezanedbateľné miesto mala v tomto procese verejnosť, ktorá aktívne vstupovala do premenovávania (pozri ešte Odaloš, 1991). V prvých mesiacoch roku 1990 to boli listy občanov adresované názvoslovnej komisii, príp. jej členom, neskoršie aj reakcie verejnosti v tlači, ako odpoveď na publikovanie návrhov zmien. Takouto postupnosťou sa potom názory občanov dostávali priamo do návrhov zmien. Partnerská funkcia verejnosti sa dostala aj do zákona SNR z 22.

11. 1990 o územnom a správnom členení Slovenskej republiky, kde sa upravuje aj označovanie ulíc a iných verejných priestranstiev.

Základná myšlienka rekonštrukcie pomenovaní ulíc a námestí sa konkretizovala v týchto zásadách:

a) premenúvaním zoficiálniť pomenovania, ktoré paralelne fungovali v komunikácii s úradnými názvami majúcimi často politický charakter, napr. Ul. februárového víťazstva sa zmenila na Národnú ul., Malinovského na Dolnú ul., Moyzesova na Kapitulskú ul., Nám. 1. mája na Strieborné nám, Cesta osloboditeľov na Skubínsku cestu a pod. Nové názvy sa vo väčšine prípadov už v minulosti používali na označovanie a ich vtedajšie premenovanie bolo motivované zväčša novou politickou situáciou,

b) premenovávať vzhľadom na charakter ulíc mikroregiónu či väčšieho celku ulíc takým spôsobom, že sa vždy brali určité oporné body, na základe ktorých sa robili zmeny. Zmeny sa uskutočnili: na základe blízkosti domu maliara sa premenovala Ul. obrancov mieru na Skuteckého ul., na základe blízkosti divadla a školy sa zmenila Ul. Z. Nejedlého na Ul. J. Cikkera a Fučíkova na Švantnerovu ul., na základe bezprostredného susedstva dvoch ulíc v ohraničenom mikroregióne sídliska Fortnička sa premenovala Ul. B. Polevého na Ul. M. Rázusa, druhá ulica na Fortničke je Ul. T. Vansovej, na základe blízkosti stavieb architekta sa zmenila Dimitrovova na Bellušovu ul., na základe vecných súvislostí dvoch námestí sa premenovalo Nám. Červenej armády na Nám. baníckeho povstania, druhé bezprostredne susediace námestie sa volá Nám. SNP, na základe príslušnosti Ľ. Štúra k predstaviteľom slovenského národného obrodenia sa zmenilo Nám. K. Gottwalda na Nám. Ľ. Štúra, v blízkosti sú Kalinčiakova a Bernolákova ul., na základe približnej časovej zhody doby vzniku ulice a života osobnosti sa premenovalo Nábrežie (ďalej len nábr.) duklianskych hrdinov na Štefánikovo nábr.

Myšlienka iného výkladu motivácie pomenovaní sa stala dominantná pri pomenovaniach typu Moskovská, Tulská ul. a pod., keď sa názvy týchto miest neinterpretovali ako mestá dominantnej

krajiny bývalého socialistického spoločenstva, ale ako aglomerácie veľkého obchodného partnera. Podobne sa výklad motivácie Ul. 9. mája neinterpretoval ako deň oslobodenia Československa, ale ako deň ukončenia 2. svetovej vojny. Na základe odlišnej interpretácie motivácie týchto názvov ich nebolo potrebné premenovávať.

Špecifické miesto v procese zmien názvov ulíc a námestí mali sídliská.: Prednádražie, Fortnička, Uhlisko, Fončorda, Radvaň, Podlavice a Sásová. Niektoré z nich si preto všimneme.

Komisie pri diskusiách o funkčnosti názvov ulíc sídlisk sa zamerali najmä na sídliská, ktorých ulice zjednocuje spoločná tematicky orientovaná koncepcia. Hlavné kritérium bolo, či je táto koncepcia poplatná dobe svojho vzniku a či má aj v súčasnosti svoje opodstatnenie.

Sídlisko Prednádražie má názvy koncepčne súvisiace s 2. svetovou vojnou a so SNP. Názvy sú funkčné aj v súčasnosti, hoci v dobe svojho vzniku boli čiastočne poplatné dobe takým spôsobom, akým sa vysvetľovalo SNP hlavne ako zásluha komunistickej strany. Názvy sídliska sa rozšírili pri zmene Nám. V. I. Lenina na Nám. slobody, ktoré bezprostredne susedí s Tr. SNP a s Ul. československej armády.

Sídlisko Podlavice má ulice pomenované podľa stromov, preto tieto názvy nemohli byť poplatné dobe a sú stále funkčné. Sú to: Gaštanová Javorová, Limbová, Lipová a Višňová ul. Bezprostredne susediace mikroregióny bývalých obcí Podlavice a Skubín, ktoré sú už súčasťou Banskej Bystrice, majú ulice tiež sčasti pomenované podľa stromov a podľa miestnych kopcov, napr.: Jaseňová ul., Jedľová ul., Ul. Lúčičky, Ul. pod Dúbravou, Buková ul., Ul. pod Stráňou a pod.

Sídlisko Sásová bolo postupne budované v dvoch desaťročiach od začiatku 70. rokov do konca 80. rokov a pomenovania ulíc súviseli najmä s komunistickou stranou, presnejšie s osobami či osobnosťami súvisiacimi s touto organizáciou. Priebeh diskusií v komisiách i vo verejnosti ukázal neprimeranosť týchto pomenovaní pre väčšinu obyvateľstva. Kedže išlo až o 18 ulíc, bolo nutné najprv vybrať modely, podľa ktorých by sa rozpracovali konkrétne pomenovania

a tieto modely by sa potom dali na diskusiu verejnosti. Objavili sa rôzne návrhy na pomenovanie, napr. podľa ovocia, podľa hviezd, podľa chotárnych názvov tejto lokality, podľa ženských rodných mien a pod. Ako najprimeranejšie sa ukázali dva návrhy: pomenovať podľa pohorí a vrchov Slovenska a podľa významných rodákov a ďalších dôležitých slovenských osobností. Z diskusie vyšiel víťazne prvý návrh. Pri realizácii modelu pomenovaní ulíc podľa slovenských pohorí a vrchov sa vychádzalo z toho, že tieto pomenovania sú tematicky jednotne orientované, motivačne pestré a pri plánovaní konkrétneho rozloženia je ich možné abecedne usporiadať aj preto, lebo reliéf terénu má vzostupný i zostupný charakter. Abecedným usporiadaním sa sledovala veľmi rýchla a jednoznačná orientácia na sídlisku: smerom od centra Banskej Bystrice mali pomenovania vzostupnú tendenciu podľa prvých a ďalších písmen abecedy, napr. Beskydská, Ďumbierska, Fatranská ... Starohorská, Tatranská ul., a smerom od Brezna mali pomenovania klesajúcu tendenciu, napr. Tatranská, Starohorská ... Fatranská, Ďumbierska, Beskydská ul.

V procese zmien názvov ulíc a námestí v Banskej Bystrici sa vyskytovali aj rôzne typy problémov, ktoré rozčleníme na spoločenské a na jazykové problémové situácie.

a) Za problémy, ktoré sme nazvali spoločenské, považujeme rôzne tlaky či náznaky tlakov rozličných politických, konfesijných, stavovských a občianskych skupín na realizáciu alebo na nerealizáciu určitej zmeny. Uvedieme typové príklady:

V prípade Nám. SNP boli tlaky na jeho premenovanie. Súviseli s interpretáciou SNP ako dominantnej záležitosti komunistickej strany, resp. s pólovým chápaním SNP ako "čierneho dňa." Názov Nám. SNP ostal. Problém SNP sa globálne vyriešil vyhlásením SNP za štátny sviatok Slovenskej republiky, pre historikov ešte ostáva presne vysvetliť jednotlivé etapy a stránky tejto historickej udalosti.

Po realizácii zmeny Moyzesovej na Kapitulskú ul. sa objavila požiadavka rímsko-katolíckeho spoločenstva premenovať menšie z dvoch námestí v centre na Moyzesovo nám. Mestský úrad v Banskej

Bystrici tento zámer aj uskutočnili a v auguste 1990 premenoval Nám. baníckeho povstania na Moyzesovo nám. napriek nesúhlasu názvoslovnej komisie.

Po zmene názvov Golianova a Viestova ul. na sídlisku Sásová v rámci celkovej zmeny koncepcie názvov sa v lete 1933 objavili snahy mestského úradu − na základe požiadaviek časti poslancov − použiť tieto pomenovania v inej časti mesta. Názvoslovná komisia návrhy neodporučila pre nesúhlas obyvateľov ulíc navrhnutých na premenovanie, preto mestský úrad zámer neuskutočnil. V budúcnosti však bude mať Banská Bystrica pomenované dve ulice po týchto osobnostiach.

Pri realizácii niektorých zmien sa objavili nesúhlasné názory obyvateľov ulíc, ktorí nesúhlasili so zmenou alebo nesúhlasili s navrhovaným pomenovaním pri zmene: napr. obyvatelia Sokolovskej ul. žiadali ponechať názov. Ulica ostala v pôvodnej forme; obyvatelia Ul. MDŽ nesúhlasili s navrhovaným názvom Konvalinková ul., aj keď sa v blízkosti nachádzala Azalková a Astrová ul. Na návrh obyvateľov dostala ulica pomenovanie Na Graniari; obyvatelia Tr. V. I. Lenina nesúhlasili s premenovaním na Ul. J. C. Hronského. Z návrhov obyvateľov bol akceptovaný návrh Slnečná ul. V tomto prípade možno povedať, že pri zmenách po 17. 11. 1989 sa vo všeobecnosti objavila častá nechuť veľkej časti obyvateľov pomenúvať ulice po osobách; v jednom prípade nebol akceptovaný návrh obyvateľov, pretože prišiel až po realizácii zmeny. Ul. dr. Ehrenwalda bola zmenená na Stoličkovú ul. Obyvatelia žiadali Ul. pri evanjelickom kostole. Táto otázka však ostala otvorená.

V jednom prípade sa objavil istý stupeň dôrazu na premenovanie Cesty k nemocnici na Ul. dr. D. Petelena. Dr. Petelen pracoval v tejto nemocnici. Pri prediskutovávaní tejto otázky v tlači sa objavili vecné pripomienky, že sa chce premenovať vo vedomí obyvateľov pevne zafixovaná ulica a že kvality dr. Petelena možno oceniť iným primeranejším spôsobom. Realizácia tejto zmeny sa zatiaľ neuskutočnila.

b) Jazykové problémy a spôsob ich vyriešenia sme prezentovali na celej ploche tejto časti, preto z jazykových problémov nám ostali len tie, ktoré súvisia s výberom formy pomenovania. Ide o krátku podobu Štúrovo nám. alebo dlhú podobu Nám. Ľ. Štúra. Jednoznačne nemožno povedať, že sa uprednostňovala krátka alebo dlhá forma. Pri rekonštrukcii sa väčšinou prihliadalo na formu okolitých názvov, podľa ktorých sa uprednostňovala pri zmenách osôb väčšinou dlhá forma. Pri zmenách na sídlisku Sásová sa použila forma s anteponovaným prívlastkom typu Gerlachovská ul., ktorá je komunikačne výhodnejšia.

Proces premenovávania a realizáciu zmien názvov ulíc a námestí v Banskej Bystrici po 17. 11. 1989 uzatvoríme konštatovaním, že zmeny v tematicky nie jednotne orientovaných celkoch ulíc a námestí sa uskutočnili prostredníctvom rekonštrukcie a zmeny v tematicky jednotne orientovaných celkoch ulíc a námestí sa realizovali na základe posudzovania ich funkčnosti a prípadne premenúvaním podľa vybranej koncepcie.

Zmeny názvov ulíc a námestí B. Bystrice po 17. 11. 1989

Číslo	starý názov	nový názov	platnosť od
1	Ul. februárového víťazstva	Národná ul.	A. Platné od 25. 1. 1990
2	Malinovského ul.	Dolná ul.	A. Platné od 25. 1. 1990
3	Moyzesova ul.	Kapitulská ul.	A. Platné od 25. 1. 1990
4	Nám. 1. mája	Strieborné nám.	A. Platné od 25. 1. 1990
5	Nám. Červenej armády	Nám. baníckeho povstania	A. Platné od 25. 1. 1990
6	Ul. obrancov mieru	Skuteckého ul.	A. Platné od 25. 1. 1990
7	Ul. Z. Nejedlého	Ul. J. Cikkera	A. Platné od 25. 1. 1990
8	Fučíkova ul.	Ul. F. Švantnera	A. Platné od 25. 1. 1990
9	Ul. B. Polevého	Ul. M. Rázusa	A. Platné od 25. 1. 1990
10	Ul. dr. Ehrenwalda	Stoličková ul.	A. Platné od 25. 1. 1990
11	Nám. K. Gottwalda	Nám. Ľ. Štúra	A. Platné od 25. 1. 1990
12	Štúrova ul.	Ul. M. Hattalu	A. Platné od 25. 1. 1990

13	Nám. baníckeho povstania	Nám. Š. Moyzesa	B. Platné od 21. 8. 1990
14	Nám. V. I. Lenina	Nám. slobody	C. Platné od 1. 10. 1991
15	Tr. V. I. Lenina	Slnečná ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
16	Zápotockého ul.	Beskydská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
17	Tr. K. Gottwalda	Ďumbierska ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
18	Exnárova ul.	Fatranská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
19	Šmeralova ul.	Gerlachovská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
20	Klokočova ul.	Chabenecká ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
21	Zupkova ul.	Inovecká ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
22	Gliderova ul.	Javornícka ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
23	Volkovova ul.	Karpatská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
24	Šmidkeho ul.	Kráľovohoľská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
25	Clementisova ul.	Krivánska ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
26	Novomeského ul.	Magurská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
27	Asmolovova ul.	Pieninská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
28	Viestova ul., Umanského ul.	Rudohorská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
29	Benadova ul.	Sitnianska ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
30	Hagarova ul.	Strážovská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
31	Golianova ul.	Starohorská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
32	Ul. Májového povstania českého ľudu	Tatranská ul.	C. Platné od 1. 10. 1991
33	Gagarinova ul.	Tichá ul.	D. Platné od 2. 3. 19934
34	Ul. kozmonautov	Zelená ul.	D. Platné od 2. 3. 19934
35	Ul. komsomolcov	Havranské	D. Platné od 2. 3. 19934
36	Cesta osloboditeľov	Skubínska cesta	D. Platné od 2. 3. 19934
37	Dimitrovova ul.	Bellušova ul.	D. Platné od 2. 3. 19934
38	Nábr. duklianskych hrdinov	Štefánikovo nábr.	D. Platné od 2. 3. 19934
39	Ul. Medzinárodného dňa žien	(Ul.) Na Graniari	D. Platné od 2. 3. 19934
40	Ul. na Čiertolí (Na Čiertolí)	nová ulica	E. Platné od 20. 7. 1993
41	Jazmínova ul.	nová ulica	E. Platné od 20. 7. 1993

Ulice a námestia Česko-Slovenska v kontexte rokov 1989 − 1991

Spoločensko-politické zmeny po 17. 11. 1989 mali v Česko-Slovensku vplyv aj na systém názvov ulíc a námestí (Odaloš, 1991, 1993).

Za cieľ sme si preto vytýčili zmapovať smer zmien, ktoré sa premietli do premenovávania určitých typov názvov ulíc a námestí. Premenovávací proces sme sledovali v rokoch 1990 a 1991, keď sa uskutočnili hlavné zmeny v uličných názvosloviach Česko-Slovenska. Výskumný súbor tvorilo 1583 názvov ulíc a námestí zo 125 miest Česko-Slovenska, ktoré prišli na magistrát hlavného mesta Prahy v rokoch 1990 – 1991. Sčítaním názvov po premenovaní sme zase zistili, že počet pomenovaní stúpol na 1607 názvov. Viaceré ulice, príp. námestia sa rozdelili a vzniklo ďalších 48 ulíc a námestí, resp. iné ulice sa zase zlúčili alebo boli zrušené námestia a tak zaniklo 24 ulíc a námestí. Kompletné zmeny sme zaznamenali v tabuľkovej časti.

Pri premenovávaní sa ukázala relevantnosť a teda aj správnosť hypotézy, že zmeny v uličných názvosloviach boli motivované spoločensko-politickými procesmi po 17. 11. 1989, lebo boli premenovávané skoro výlučne názvy ulíc a námestí priamo súvisiace so spoločensko-politickou situáciou v socialistickom Československu. Vo výskumnom súbore tvorili tieto názvy 96,84%, čo bolo 1377 ulíc a 156 námestí, pričom sa vnútorne členili do troch skupín názvov.

T/1 Názvy na premenovanie vo výskumnom súbore

T/1	Všetky názvy na premenovanie vo výskumnom súbore	1583	100%	z toho námestia	%
I.	Názvy na premenovanie priamo súvisiace so spoločensko-politickou situáciou Československa	1533	96,84	156	9,85
T/2	Názvy na premenovanie podľa symbolov a osôb s rozhodujúcim významom pre socialistickú orientáciu	669	42,26	101	6,38
T/3	Názvy na premenovanie podľa osôb a symbolov dôležitých pre socialistickú orientáciu	606	38,28	47	2,97
T/4	Názvy na premenovanie súvisiace s orientáciou na socialistické spoločenstvo	258	16,30	8	0,50
II.	Názvy na premenovanie priamo nesúvisiace so spoločensko-politickou situáciou Československa	50	3,16	7	0,44

Prvú skupinu premenovávaných názvov tvorili pomenovania ulíc a námestí podľa symbolov a osôb s rozhodujúcim významom pre socialistickú orientáciu Československa. Medzi symboly sme zaradili nielen významné udalosti ako Veľkú októbrovú socialistickú revolúciu v Rusku v roku 1917 a Februárové víťazstvo pracujúceho ľudu v Československu v roku 1948, ale aj názvy ozbrojených síl ako je sovietska Červená armáda a československé ľudové milície. Medzi veľmi významné osoby sme začlenili klasikov marxizmu-leninizmu K. Marxa, F. Engelsa a V. I. Lenina, resp. predstaviteľov komunistickej strany Československa, napr. K. Gottwalda, A. Zápotockého, J. Fučíka a pod. V Českej republike nás prekvapila existencia niekoľkých ulíc pomenovaných po J. V. Stalinovi.

Názvy z prvej skupiny sa veľmi často nachádzali vo výskumnom súbore, napr. po K. Gottwaldovi bolo pomenovaných 108, po V. I. Leninovi 90 a napr. po Červenej armáde 83 ulíc alebo námestí. Veľkú dôležitosť tejto skupiny názvov dokumentuje aj to, že po 4 symboloch a 9 osobách bolo pomenovaných 568 ulíc a 101 námestí, t. j. 42,26% všetkých premenovávaných názvov.

T/2 Názvy na premenovanie podľa symbolov a osôb s rozhodujúcim významom pre socialistickú orientáciu Československa

T/2		Počet ulíc a námestí	Počet v %	Samostatne počet námestí	Počet v %
A.	Červená armáda	83	5,24	16	1,01
A.	Februárové víťazstvo	65	4,11	7	0,44
A.	Veľká októbrová socialistická revolúcia	26	1,64	5	0,32
A.	Ľudové milície	23	1,45	2	0,13
A.	*Spolu názvy podľa symbolov*	197	12,44	30	1,90
B.	Klement Gottwald	108	6,82	29	1,83
B.	Vladimír Iljič Lenin	90	5,69	18	1,14
B.	Július Fučík	81	5,12	11	0,69
B.	Antonín Zápotocký	47	2,97	2	0,13
B.	Karol Marx	45	2,84	3	0,19
B.	Ján Šverma	39	2,46	2	0,13
B.	Zdeněk Nejedlý	33	2,08	4	0,25
B.	Fridrich Engels	24	1,52	1	0,06
B.	Josif Vissarionovič Stalin	5	0,32	1	0,06
B.	*Spolu názvy podľa osôb*	*472*	*29,82*	*71*	*4,48*
***	*Všetky názvy*	*669*	*42,26*	*101*	*6,38*

V druhej skupine premenovávaných názvov sa nachádzali pomenovania podľa osôb a symbolov dôležitých pre socialistickú orientáciu Československa. Z osôb sa v tejto skupine nachádzali napr. B. Šmeral, J. Haken, E. Urx, F. Zupka, gen. Svoboda, kpt. Nálepka, kpt. Jaroš a iní. Symboly sa určitým spôsobom viazali na socializmus a jeho tradície, napr. to boli typické označenia skupín osôb ako

pionieri, budovatelia, brigádnici, odborári, úderníci, pohraničná stráž, ďalej napr. revolúcia, víťazstvo a pod.

Spájanie určitých trvalých a všeobecných hodnôt len so socialistickým smerovaním spoločnosti malo za následok premenovávanie ulíc a námestí, v ktorých základe sa nachádzali mier, oslobodenie, odboj, protifašistickí bojovníci, Slovenské národné povstanie a pod.

Názvy z druhej skupiny sa vyskytovali vo výskumnom súbore na ploche 38,28%. Reprezentuje ich 559 názvov ulíc a 47 pomenovaní námestí. Menší význam týchto názvov dokazuje aj to, že sa viazali na veľký počet osôb a symbolov pri porovnaní s prvou skupinou, resp. menší počet námestí nebol pomenovaný ani po jednej osobe.

T/3 Názvy na premenovanie podľa osôb a symbolov dôležitých pre socialistickú orientáciu Československa

T/3		všetky názvy ulíc a námestí	z toho námestia
C.	B. Šmeral	12	0
C.	J. Haken	9	0
C.	E. Urx	7	0
C.	kpt. Nálepka	5	0
C.	kpt. Jaroš	5	0
C.	gen. Svoboda	5	0
C.	F. Zupka	4	0
C.	Ďalšie názvy podľa osôb	279	
C.	*Spolu názvy podľa osôb z Československa*	% 326 20,59	% 0 0
D.	pionieri	44	9
D.	obrancovia mieru	24	3
D.	armáda	24	1
D.	mier	16	13
D.	1. máj	16	5

D.	budovatelia	14	2
D.	9. máj	10	2
D.	SNP	10	0
D.	oslobodenie	9	3
D.	revolúcia	9	1
D.	partizáni	9	0
D.	5. máj	8	1
D.	brigádnici	7	0
D.	mládež	7	0
D.	bojovníci pri Dukle	6	0
D.	protifašistickí bojovníci	6	2
D.	pohraničná stráž	6	0
D.	odboj	5	0
D.	družba	5	3
D.	odborári	4	1
D.	úderníci	3	1
D.	ďalšie názvy podľa symbolov	38	0
D.	*Spolu názvy podľa symbolov*	*%*	*%*
		280 17,69	*47 2,97*
***	*Všetky názvy spolu*	*%*	
		606 38,28	*97 6,12*

Do tretej skupiny premenovávaných názvov sme zaradili pomenovania súvisiace s orientáciou na socialistické spoločenstvo. Väčšina názvov sa viazala na Sovietsky zväz. Boli to pomenovania po osobách, napr. po maršáloch I. S. Konevovi, R. J. Malinovskom, A. I. Jeremenkovi, po F. E. Dzeržinskom a pod. Zanikali však aj názvy, v ktorých bol A. S. Makarenko, J. A. Gagarin, M. Gorkij, I. V. Mičurin a pod. Okrem osôb zo ZSSR boli mnohé názvy motivované mestami a rôznymi inými zemepisnými pomenovaniami zo ZSSR, napr. išlo o Leningrad, Kyjev, Moskvu, Volgograd, Sverdlovsk a pod. Zanikali názvy aj po rôznych symboloch viažucich sa na spoločnosť ZSSR,

napr. to boli stachanovci, priekopníci, samopalníci, tankisti, Mladá garda a pod.

Samostatnú skupinu tvorili pomenovania, ktoré odrážali v praxi realizáciu princípu socialistického internacionalizmu. Okrem názvov viažucich sa na československo-sovietske priateľstvo, Kubu a Vietnam to boli pomenovania podľa osôb z rôznych krajín socialistického spoločenstva, napr. to boli E. Thälmann, K. Zetkinová, R. Luxemburgová, K. Liebknecht, B. Bierut, N. Belojanis, Kim Ir Sen a S. Allende.

Názvy z tretej skupiny boli vo výskumnom súbore na ploche 16,30%. Išlo o 250 názvov ulíc a 8 pomenovaní námestí, ktoré súviseli s viac ako stovkou osôb a symbolov.

T/4 Názvy a premenovanie súvisiace s orientáciou na socialistické spoločenstvo

		počet ulíc a námestí	samostatne počet námestí
E.	I. S. Konev	13	2
E.	R. J. Malinovskij	11	0
E.	A. I. Jeremenko	4	0
E.	F. E. Dzeržinskij	4	1
E.	V. I. Čapajev	3	1
E.	ďalší bojovníci	37	2
E.	*spolu názvy podľa sovietskych vojenských predstaviteľov*	*% 57 3,60*	*% 5 0,32*
F.	Leningrad	8	0
F.	Kyjev	6	1
F.	Volgograd	6	0
F.	Sverdlovsk	5	0
F.	Sokolovo	5	0
F.	Moskva	4	0

F.	Jaslo	3	0
F.	ďalšie názvy	20	0
F.	*spolu názvy podľa miest a štátov ZSSR*	*% 57 3,60*	*% 1 0,06*
G.	A. S. Makarenko	7	1
G.	I. V. Mičurin	6	0
G.	M. Gorkij	6	0
G.	J. A. Gagarin	5	0
G.	M. I. Kalinin	5	0
G.	S. M. Kirov	4	0
G.	ďalšie osoby	10	0
G.	Mladá garda	3	0
G.	komsomolci	3	0

Názvy ulíc a námestí, ktoré priamo nesúviseli so socializmom v Československu sa premenovávali málo. Bolo to 43 názvov ulíc a 7 pomenovaní námestí, celkove 3,16% zo všetkých názvov, ktoré sa premenovali zväčša preto, aby sa navrátil pôvodný názov, napr. Záhradná ul. na K priehrade v Karlových Varoch alebo aby sa existujúci názov spresnil, napr. Ružová ul. na Horná ružová ul. oproti Dolná ružová ul. v B. Štiavnici, príp. Nám. trojice na Nám. sv. trojice v Opave.

Po premenovaní ulíc a námestí sa situácia zmenila. Vo výskumnom súbore sa nachádzali názvy nesúvisiace s určitými dominantami spoločnosti v Česko-Slovensku na ploche až 43,25%, čo reprezentuje 663 názvov ulíc a 32 pomenovaní námestí. Za prechodný typ medzi názvami nesúvisiacimi a súvisiacimi s určitými dominantami spoločnosti považujeme pomenovania typu Americká, Anglická alebo Francúzska ul. v mestách Českej republiky, ktoré oslobodili spojenci.

Premenované názvy súvisiace s určitými dominantami spoločnosti v Česko-Slovensku sa nachádzali na ploche 56,75%, čo bolo 687 názvov ulíc a 125 pomenovaní námestí, pričom ich možno rozdeliť tiež do troch skupín.

Prvú skupinu tvoria premenované názvy podľa osôb s veľmi významným a významným miestom v rámci orientácie Česko-Slovenska. Medzi veľmi významné osoby sme zaradili v Českej republike T. G. Masaryka, E. Beneša, J. Seiferta, K. Čapka, resp. bratov Čapkovcov, J. Palacha, M. Horákovú, v Slovenskej republike to bol zase napr. M.R. Štefánik, A. Hlinka a pod. V názvoch prvej skupiny sa veľmi často vyskytoval len T.G. Masaryk. Jeho meno sa nachádzalo v názvoch 47 ulíc a 30 námestí. Po ostatných vymenovaných osobách boli ulice a námestia pomenovávané menej, v rozsahu od 13 do 36 názvov v rámci sledovaných 125 miest. Osoby z prvej skupiny sa nachádzali vo výskumnom súbore na ploche 44,78%, čo bolo 643 názvov ulíc a 78 pomenovaní námestí. Z toho veľmi významné osoby tvorili 13,01% a ďalšie významné osoby 31,86%.

V druhej skupine sa nachádzali premenované názvy podľa hodnôt dôležitých pre orientáciu Česko-Slovenska. Okrem 17. novembra, slobody a študentov to boli napr. československé légie, republika, 28. október, spojenci a pod. Zaujímavé je aj to, že sa ulice pomenúvali v obmedzenej miere po realitách, ktoré boli predmetom premenovávania, napr. išlo o mier, odboj, priateľstvo, mládež, oslobodenie, osloboditeľov a pod. Názvy v druhej skupine sa vyskytovali vo výskumnom súbore na ploche 7,40%, z toho bolo 103 názvov ulíc a 26 pomenovaní námestí.

Do tretej skupiny sme zaradili premenované názvy podľa symbolov a osôb s rozhodujúcim významom pre náboženské komunity Česko-Slovenska. Medzi symboly sme zaradili napr. kostol, kláštor, františkánov, dominikánov a pod., z osôb to boli sv. Mária, sv. Cyril a sv. Metod, v Českej republike J. Hus a Slovenskej republike Š. Moyses. Názvy z tretej skupiny sa nachádzali vo výskumnom súbore na ploche 4,48% (51 názvov ulíc a 2 pomenovania námestí).

T/5 Premenované názvy vo výskumnom súbore

	Všetky premenované názvy vo výskumnom súbore	1607	100 %	z toho námestia	%
I.	Premenované názvy nesúvisiace s určitými dominantami spoločnosti v Česko-Slovensku	695	43,25	32	1,99
II.	Premenované názvy súvisiace s určitými dominantami spoločnosti v Česko-Slovensku	912	56,75	125	7,78
T/6	Premenované názvy podľa osôb s veľmi významným a významným miestom v rámci orientácie Česko-Slovenska	721	44,87	78	4,85
T/6	Premenované názvy podľa hodnôt dôležitých pre orientáciu Česko-Slovenska	119	7,40	26	1,62
T/6	Premenované názvy podľa symbolov a osôb s rozhodujúcim významom pre náboženské komunity Česko-Slovenska	72	4,48	21	1,31

T/6 Premenované názvy súvisiace s určitými dominantami spoločnosti v Česko-Slovensku

T/6	Názvy ulíc a námestí	Počet ulíc a námestí	Počet v %	Samostatne počet námestí	
A.	T. G. Masaryk	77	4,79	30	1,87
A.	M.R. Štefánik	36	2,24	5	0,31
A.	E. Beneš	29	1,80	4	0,25
A.	J. Seifert	24	1,49	1	0,06
A.	K. Čapek/ bratia Čapkovci	15	0,94	0	0
A.	J. Palach	15	0,94	0	0
A.	M. Horáková	13	0,81	2	0,12
A.	veľmi významné osoby spolu	209	13,01	42	2,61
A.	ďalšie významné osoby spolu	512	31,86	36	2,24

A.	*Názvy podľa osôb spolu*	*721*	*44,87*	*78*	*4,85*
B.	17. november	28	1,74	2	0,12
B.	sloboda	13	0,81	10	0,62
B.	študenti	12	0,74	0	0
B.	československé légie	10	0,62	1	0,06
B.	republika	7	0,44	7	0,44
B.	28. október	7	0,44	0	0
B.	ostatné hodnoty	42	2,61	6	0,38
B.	*Názvy podľa spoločenských hodnôt spolu*	*119*	*7,40*	*26*	*1,62*
C.	sv. panna Mária	8	0,19	3	0,19
C.	kostol	5	0,31	3	0,19
C.	J. Hus	5	0,31	0	0
C.	sv. Cyril a sv. Metod	4	0,25	2	0,12
C.	františkáni	4	0,25	1	0,06
C.	Š. Moyzes	3	0,19	0	0
C.	kláštor	3	0,19	0	0
C.	ďalšie názvy	40	2,49	12	0,74
C.	*Všetky názvy podľa náboženských hodnôt spolu*	*72*	*4,48*	*21*	*1,31*

Na základe analýzy výskumného súboru môžeme povedať, že zmeny v uličných názvosloviach sa realizovali v rámci systému vývinových tendencií (Odaloš, 1993):

a) smerom k používaniu klasických typov názvov podľa tvaru, smeru, polohy a rôznych typonymických objektov (od neologizácie k tradicionalizácii),

b) smerom k čerpaniu námetov na označovanie hlavne z domácich zdrojov aj pri názvoch podľa osôb (od internacionalizácie k nacionalizácii),

c) smerom k zakomponúvaniu a glorifikovaniu osôb a symbolov, ktoré sa viažu na tradičné demokratické hodnoty (personalizácia a honorifikácia),

d) smerom k odstraňovaniu názvov podľa socialistických symbolov a protagonistov tohto spoločenstva od schematizácie k deschematizácii).

Nová sémantická stratifikácia urbanonymie

Výskum slovenskej urbanonymie sa profiluje od 30. a 40. rokov 20. storočia (Varsik, 1936, Krištof, 1946, Dvonč, 1950/1951, Mazur, 1954, Stanislav, 1969), keď sa objavili prvé etymologické a pravopisné pohľady na názvy ulíc, ktoré vyplývali zo záujmu o sémantiku starších proprií, najmä antroponým, resp. o praktickú stránku zapisovania názvov ulíc.

Systematický výskum slovenskej urbanonymie sa realizuje od 70. rokov 20. storočia, čoho potvrdením bolo:

a) množstvo štúdií, článkov a príspevkov o urbanonymii rôznych slovenských miest,
b) zorganizovanie dvoch špecializovaných konferencií o urbanonymii, v roku 1986 v Modre – Pieskoch bratislavskými onomastikmi a v roku 1996 v Banskej Bystrici banskobystrickými onomastikmi,
c) zostavenie troch urbanonymických bibliografií: výberových (Majtán, 1988, Odaloš, 1996) a komplexnej (Odaloš – Dvonč, 1996).

V súčasnosti je posledným významným výsledkov slovenskej urbanonymie využitie počítačovej techniky v rámci urbanonymických výskumov a vytvorenie korpusu slovenskej urbanonymie, napr. kvantifikácia frekvencie sémantických typov urbanoným (Ďurčo, 1996, 2002, 2003).

Výskumy slovenskej mestskej urbanonymie sa orientovali na synchrónne propriá s retrospektívnym pohľadom na diachrónne onymá v tých obdobiach, v ktorých sa zachovali historické materiály obsahujúce urbanonymá (súpisy názvov ulíc a námestí, mapy, súpisy domov, súpisy obyvateľov, daňové súpisy, kroniky a pod.) Vytvorené

súpisy onomastici kvôli lepšie spoznaniu členili. Vyprofilovali sa tri stratifikácie (klasifikácie) urbanoným: sémantická (Krošláková, 1988, Blicha, 1986a, 1988), morfologicko-lexikálna (štruktúrno-typologická) a syntaktická (Habovštiaková, 1988, Odaloš, 1998). Za primárnu stratifikáciu však považujeme sémantické členenie urbanonymie.

Zámerom vyprofilovania sémantickej stratifikácie urbanonymie bolo hľadanie/vyhľadávanie východiskových názvov (motivantov), ktoré sa stali motivačnými/motivujúcimi pre existujúce názvy (motiváty).

E. Krošláková (1988) rozčleňuje názvy na *orientačné urbanonymá* a na *dedikačné urbanonymá.*

Orientačné urbanonymá (A) stratifikuje na:

A1. názvy utvorené podľa smerovania ulice k blízkym/vzdialeným obciam/mestám, napr. Kežmarská, Čachtická, Jeruzalemská, Saratovská ul.,

A2. názvy motivované situovanosťou ulice (v blízkosti vodných tokov, horstiev, v teréne chotára), napr. Hornádska, Karpatská, Pažitná ul.,

A3. názvy utvorené podľa objektov stavaných ľudskou rukou, napr. Železničná, Kostolná, Tehelná ul.,

A4. názvy motivované rozličnými vlastnosťami ulice (dĺžkou, šírkou a tvarom ulice, geomorfologickým charakterom ulice, inými vlastnosťami, svetovými stranami, funkčným aspektom), napr. Široká, Hlboká, Nová, Južná, Okružná ul.

A5. názvy podľa porastov (stromov, krikov, rastlín), napr. Smreková, Buková, Morušová ul.,

A6. názvy motivované pomenovaniami vtákov, napr. Bažantia, Slávičia, Jastrabia ul.,

A7. názvy utvorené podľa pôvodného zamestnania obyvateľov, napr. Banícka, Železničiarska, Poľovnícka ul.,

A8. názvy utvorené podľa etnického (náboženského) pôvodu, napr. Židovská, Slovenská ul.

Dedikačné urbanonymá (B) klasifikuje na:

B1. názvy podľa spisovateľov, napr. Sládkovičova, Bezručova, Puškinova ul.,

B2. názvy podľa osobností z umeleckej sféry (hudobní skladatelia, maliari, herci a režiséri), napr. Moyzesova, Benkova, Bagarova ul.,

B3. názvy podľa národných dejateľov, napr. Štúrova, Bernolákova ul.,

B4. názvy podľa historických osobností, napr. Svätoplukova, Cyrilova, Jánošíkova ul.,

B5. názvy podľa vedcov a kultúrnych činiteľov, napr. Šafárikova, Komenského, Pavlovova ul.,

B6. názvy podľa politických činiteľov a významných komunistov, napr. Engelsova, Gottwaldova, Leninova ul.,

B7. názvy podľa hrdinov protifašistického odboja, napr. Nešporova, Nálepkova, Konevova ul.,

B8. názvy podľa kolektívnych hrdinov, napr. Ul. duklianskych hrdinov, Ul. Červenej armády,

B9. názvy podľa historických udalostí, napr. Nám. Slovenského národného povstania, Nám. 1. mája.

Naznačené triedenie prostredníctvom sémantických skupín orientačných a dedikačných urbanoným zohľadňuje historický vývoj, pretože prvé urbanonymá vznikali so zámerom uľahčiť priestorovú komunikáciu charakterizovaním kvalít terénu, stavieb a obyvateľstva. Vytvárali sa preto zo synchrónneho hľadiska špecifické mestské propriálne systémy, ktoré odrážali kvality života spoločenstva v určitom historickom (časovom) období. Paralelne so zmenami v spoločnosti sa modifikovali aj urbanonymá. *Začína sa však strácať pôvodná orientačná funkcia viacerých sémantických skupín urbanoným narúšaním, redukovaním a modifikovaním východiskového spoločenského stavu pre pomenovania.*

Uvedené procesy výrazne zasiahli skupiny názvov utvorených podľa pôvodného zamestnania i podľa náboženského a etnického pôvodu obyvateľstva. Stratila sa akákoľvek súvislosť s kováčstvom, súkenníctvom, remenárstvom alebo s maďarským, nemeckým a židovským pôvodom obyvateľstva. Spoločenské zmeny

zneutralizovali motiváciu aj časti proprií zo skupín názvov utvorených podľa objektov stavaných ľudskou rukou a názvov podľa porastov, keď zanikla väčšina mlynov nielen ako firiem na úpravu obilia, ale aj ako reálnych budov, podobne zanikli tehelne, kúpele, kasárne, továrne či špitály, resp. obmenili sa porasty pôvodných rakytových, vŕbových či smrekových ulíc, príp. sa pôvodne nezastavané ulice (plochy) – pomenované ako pažitné, stráňové alebo lúčne ulice – zaplnili zástavbou.

Analogicky sa k niektorým sémantickým skupinám, pôvodne profilujúcim sa ako orientačným, dotvárali novšie názvy už bez orientačnej funkcie. Upozorňuje na to tiež vo svojej stratifikácii E. Krošláková (1988). Uvedené skupiny analogickej propriálnej motivácie oným reprezentujú rôzne Ďumbierske, Rudohorské či Starohorské ulice (oronymická motivácia), Bulharské, Americké či iné inonárodné ulice (etnonymická motivácia) a ďalšie skupiny analogickej apelatívnej motivácie oným tvoria, napr. Cédrové, Hyacintové a Azalkové ulice (floristická motivácia), Bažantie, Havranie či Slávičie ulice (ornitologická motivácia) alebo Rubínové, Achátové či Aragonitové ulice (mineralogická motivácia), v Nemecku je známa motivácia prostredníctvom názvov húb.

Stratifikácia M. Blichu (1986 a, 1988) súčasných názvov ulíc na *spoločensky angažované (C)* a na *spoločensky neutrálne (D)* názvy naznačuje zdôrazňovanie synchrónneho pohľadu nielen používaním kritéria angažovanosti, ale aj poradím sémantických skupín a poradím vnútri sémantických skupín.:

C. Spoločensky angažované názvy klasifikuje:

C1. podľa osobností (vodcov proletariátu; politikov a vojenských osobností; spisovateľov; pedagógov, umelcov, vedcov; iných historických postáv), napr. Marxova, Dimitrovova, Bajzova, Kopernikova, Jánošíkova ul.,

C2. podľa národností, napr. Bulharská, Česká ul.,

C3. podľa významných historických udalostí, napr. Ul. februárového víťazstva, Ul. októbrovej revolúcie,

C4. podľa armád, hnutí, spoločenských organizácií, napr. Ul. československej armády, Ul. obrancov mieru,

D. Spoločensky neutrálne názvy motivuje/motivujú:

D1. ľudská práca, napr. Čipkárska, Murárska, Tkáčska ul.,

D2. miesto, kde sa nachádza alebo popri ktorom vedie, napr. Baštová, Brodná, Hraničná ul.,

D3. obce a iné zemepisné názvy, Bardejovská, Košická, Tatranská ul.,

D4. druh vegetácie a zvieratstva, napr. Agátová, Lipová, Drozdia, Zajačia ul.,

D5. ročné obdobia, svetové strany, atmosférické javy a súvislosti s kozmom, napr. Jarná, Slnečná, Polárna ul.,

D6. tvar, povrch a iné, napr. Hlboká, Lomená, Široká ul.

Kritérium angažovanosti súvisí s marxisticko-leninskou filozofiou a s jej realizáciou v spoločnosti, v stratifikácii sa odráža prostredníctvom vodcov proletariátu, politikov a vojenských osobností. Tiež E. Krošláková (1988) v rámci dedikačných názvov vyčleňuje podkritérium politických činiteľov a významných komunistov, resp. hrdinov protifašistického odboja. Angažovanosť/dedikačnosť názvov sa začína v urbanonymách prejavovať po roku 1848, keď si národy v Európe svoju etnicitu nielen uvedomovali, ale aj aktívne za vlastnú národnosť vystúpili. V slovenskej urbanonymii sa uvedená skutočnosť výraznejšie prejavila v rámci maďarských urbanoným po roku 1897, po oslavách milénia príchodu Maďarov do Karpatskej kotliny, resp. po roku 1918 v rámci Československej republiky a ešte výraznejšie po roku 1948.

Predložená analýza sémantických stratifikácií urbanonymie naznačuje motivačné premeny propriálneho urbanonymického kontinua.

Naznačené sémantické štrukturácie urbanoným sú vnútorne prepojené plnením primárnych a sekundárnych jazykových funkcií. *Preto je možné hovoriť aj o funkčnej stratifikácii urbanoným, lebo funkcia urbanoným sa napĺňa v komunikácii prostredníctvom realizácie motivačno-sémantických kvalít proprií.*

Funkčnú stratifikáciu urbanoným potom vytvárajú: skupina urbanoným zastrešená primárnou funkciou a skupina urbanoným zastrešená sekundárnou (aj s integrovanou primárnou) funkciou.

Skupina urbanoným s primárnou (P) identifikačno-diferenciačnou jazykovou funkciou sa vyznačuje orientačnou motiváciou (O) a analogickou motiváciou (A).

Do podskupiny s orientačnou motiváciou patria:

EPO**1**) urbanonymá motivované vlastnosťami ulice, najmä metrickými (dĺžka, šírka), formovými (tvar), funkčnými (plnenie rôznych úloh), napr. Dlhá/Krátka, Úzka/Široká; Rovná, Strmá, Vysoká; Krížna, Okružná, Hlavná ul.,

EPO**2**) urbanonymá motivované situovanosťou ulice v teréne, najmä geomorfologickým rámcovaním v časti chotára, v blízkosti hydronyma, oronyma, napr. Pažitná, Poľná ul.; Pri rybníku; Pod horou,

EPO**3**) urbanonymá motivované smerovaním k ojkonymám (obciam/mestám), napr. Bystrická ul., Zvolenská cesta, Podlavická cesta.

Najpevnejšie si teda zachovávajú pôvodnú orientačnú funkciu urbanonymá viažuce sa k pôvodným motivačným kvalitám ulíc. Uvedené typy názvov sa nachádzajú hlavne v centrách miest, v ktorých sa väčšinou zachovala pôvodná výstavba aj s orientačnými typmi názvov ulíc.

Do podskupiny s orientačnou aj analogickou motiváciou patria propriá s pôvodnou orientačnou funkciou, ku ktorým sa analogicky dotvárajú urbanonymá s analogickou motiváciou, t. j. s motiváciou podobného typu neplniacu však orientačnú funkciu. Uvedenú podskupinu vytvárajú:

EPOA**4**) urbanonymá motivované objektami postavenými ľuďmi, napr. Kostolná, Nádražná ul. s orientačnou funkciou, resp. pôvodné funkčné objekty zanikli, napr. Mlynská, Kasárenská ul., príp. k pôvodným uliciam sa analogicky utvorili iné podobné pomenovania, napr. Priemyselná ul. analogicky k Mlynská ul.,

EPOA**5**) urbanonymá motivované okolitými prírodnými realitami (porastami pohoriami/vrchmi, nerastami/horninami, príp. aj inými súčasťami prírody ako sú zvieratá alebo rastliny),

- porastami: k uliciam podľa pôvodne existujúcich porastov sa dotvárali iné názvy podľa porastov, ktoré sa (často) nevyskytovali na uvedenom území, resp. zanikli pôvodné porasty, napr. Dubová, Jedľové, Gaštanová ul. (pôvodné porasty), Ružová, Kvetinová (analogická motivácia),

- pohoriami/vrchmi: k uliciam typu Tatranská ul. sa analogicky dotvárajú modelovo názvy na sídliskách, napr. Beskydská, Ďumbierska, Gerlachovská, Chabenecká, Inovecká ul.

- nerastami/horninami: k názvom typu Strieborné nám. sa analogicky dotvárajú modelovo názvy na sídliskách, napr. Zlatá, Medená, Železná, Malachitová a pod.

EPOA**6**) urbanonymá motivované pôvodným zamestnaním obyvateľov, keď viaceré tradičné remeslá vypadli z repertoára remesiel v dôsledku industrializácie a veľkovýroby, napr. Banícka, Hrnčiarska, Kováčska, Mlynárska, Kožušnícka ul.

EPS**7**) Prechodnú skupinu medzi urbanonymami s primárnou funkciou a urbanonymami so sekundárnou (S) (aj s integrovanou primárnou) funkciou vytvárajú názvy motivované etnickým a náboženským pôvodom, pretože k pôvodným orientačným slovenským, resp. židovským uliciam sa dotvárali aj urbanonymá s dedikačnou funkciou vyjadrujúce širšie spoločensko-politické funkcie, napr. Rumunské, Francúzske či Americké ulice hlavne vo veľkých mestách.

Skupina urbanoným so sekundárnou dedikačnou (D) jazykovou (aj s integrovanou primárnou) funkciou má oslavnú motiváciu, pretože honorifikuje osoby a reality doby. Uvedená skupina urbanoným je produktom uvedomovania si vlastných národných a kolektívnych kvalít často so zdôrazňovaním politických a ideologických špecifík. Obidve predchádzajúce stratifikácie (Krošláková, 1988; Blicha, 1986a,

1988) boli determinované socialistickou skutočnosťou obdobia 50. – 80. rokov 20. storočia.

V rámci skupiny urbanoným so sekundárnou funkciou vyčleňujeme dve dedikačné skupiny motivované antroponymami a chrématonymami.

Antroponymami sú motivované podskupiny urbanoným s priamou dedikačnou motiváciou:

ESD**8**) podľa historických osobností, napr. Pribinova, Mojmírova. Metodova ul.,

ESD**9**) podľa národných dejateľov, napr. Hurbanova, Kuzmányho, Hlinkova ul.,

ESD**10**) podľa spisovateľov, napr. Hviezdoslavova, Kraskova, Puškinova ul.,

ESD**11**) podľa umelcov (hudobných, výtvarných, dramatických), napr. Smetanova, Galandova, Borodáčova ul.,

ESD**12**) podľa pedagógov a vedcov, napr. Šafárikova, Holubyho, Borodáčova ul.

Pri zaraďovaní urbanoným do jednotlivých čiastkových skupín nastávajú problémy, kde ulicu zaradiť, pretože významná osobnosť bola činná vo viacerých oblastiach, napr. Ľudovít Štúr bol nielen kodifikátor slovenčiny, ale aj spisovateľ a politický činiteľ (poslanec uhorského snemu), a preto ho možno zaradiť hneď do troch podskupín. Východisko (viac-menej) jednoznačného zaraďovania vidíme v začleňovaní osobnosti do tej skupiny, v ktorej je v spoločnosti známejšia, uznávanejšia a najväčším dielom prispela k rozvoju národnej spoločnosti. Ľudovíta Štúra je preto potrebné zaradiť medzi národných dejateľov.

Nadštandardné postavenie komunistických osobností v rámci stratifikácií je vhodné zo súčasného pohľadu modifikovať na základe ich zaradenia medzi ostatné osobnosti politikov. Kategória politikov úzko súvisela s kategóriou vojakov, a preto z uvedeného uhla pohľadu vyčleňujeme ďalšie dve podskupiny:

ESD**13**) podľa politikov (komunistických/nekomunistických), napr. Zápotockého, Dimitrovova; Alliendeho ul.,

ESD**14**) podľa vojakov (pravidelných/nepravidelných armád), napr. Čapajevova ul., Ul. marš. Malinovského, Ul. gen. Viesta; Ul. kpt. Nálepku, Asmolovova ul.

Počas 50-ročnej socialistickej onymickej histórie sa v rámci urbanonymie vyprofilovala podskupina urbanoným s priamou i s analogickou dedikačnou motiváciou:

ESDA**15**) podľa kolektívnych hrdinov, ku ktorým sa analogicky dotvárali názvy ulíc podľa želanej spoločenskej reality, podľa „mierových" hrdinov. Honorifikovali sa najmä vojaci, partizáni, osloboditelia, neskôr pionieri, budovatelia, robotníci, odborári a pod. Prvotným impulzom pre tvorbu kolektívnych hrdinov boli antroponymá, skutočne žijúce osobnosti, napr. Partizánska cesta; Ul. obrancov mieru, Budovateľská, Robotnícka, Pionierska ul.

Chrématonymami sú motivované podskupiny urbanoným s priamou dedikačnou motiváciou:

podľa spoločenských reálií, kde môžeme vyčleniť:

ESD**16**) urbanonymá motivované spoločenskými historickými udalosťami, napr. dátumami vzniku štátov, dátumami ukončenia vojen, dátumami oslobodenia, dátumami významných spoločenských sviatkov a pod.: Ul. 28. októbra, Ul. 9. mája, Nám. 1. mája,

ESD**17**) urbanonymá motivované rôznymi typmi spoločenských (historických a súčasných) organizácií, napr. názvami armád, spoločenských, politických a iných organizácií a pod.: Ul. československej armády, Ul. československo-sovietskeho priateľstva, Ul. Matice slovenskej.

Zámerom predloženej funkčnej stratifikácie urbanonymie je naznačiť možnosti rozčlenenia súčasne fungujúcej urbanonymie na základe plnenia primárnych a(lebo) sekundárnych funkcií v komunikácii prostredníctvom realizácie motivačno-sémantických kvalít proprií:

Sumarizujeme, že z funkčného hľadiska vyčleňujeme:

A. urbanonymá s primárnou identifikačno-diferenciačnou funkciou

1. s orientačnou motiváciou podľa vlastností, situovanosti a smerovania ulice,

2. s orientačnou a analogickou motiváciou podľa spoločenských objektov, prírodných realít a zamestnania,

B. urbanonymá prechodného typu s primárnou identifikačno-diferenciačnou orientačnou aj sekundárnou dedikačnou funkcia podľa náboženského a etnického pôvodu,

C. urbanonymá so sekundárnou dedikačnou funkciou

1. s antroponymickou motiváciou,

2. s chrématonymickou motiváciou.

Legislatívna determinácia urbanonymie

Proces fungovania urbanoným v spoločnosti sa na Slovensku systematicky skúma relatívne dlhé obdobie, najmä posledné dvadsaťpäťročie zo synchrónneho a diachrónneho aspektu (Blicha, Majtán, Odaloš). Doteraz sa však neskúmali legislatívne materiály, ktoré determinujú proces vzniku urbanoným na základe špecifických spoločenských pomenúvacích potrieb.

Naším cieľom je preto zmapovať legislatívne dokumenty, ktoré iniciujú a limitujú proces pomenúvania ulíc a námestí na Slovensku v rokoch 1918 – 2000.

Obdobie 1918 – 1938

Vzniku Československej republiky v roku 1918 predchádzal text Clevelandskej dohody z 22. 10. 1915, ktorý zaručoval spojenie českého a slovenského národa vo federatívnom zväzku s plným právom používania slovenského jazyka ako štátneho jazyka. Pittsburská dohoda z 30. 5. 1918 stanovovala, že slovenčina bude úradným jazykom v škole, v úrade a vo verejnom živote.

V intenciách uvedených dohôd bol profilovaný prvý legislatívny dokument nariadenie Ministerstva s plnou mocou pre Slovensko

č. 3285 zo dňa 24. června (júla) 1919 (vyšlo v troch jazykoch po slovensky, nemecky a maďarsky), ktorý upravoval pomenovanie ulíc, námestí a podnikov.

Už prvý legislatívny dokument naznačil v dokumentoch tohto typu profilovanie dvoch častí, ktoré upravovali pomenúvanie: návodovú časť, v ktorej sa rámcoval proces nominácie proprií, resp. zákazovú časť, v ktorej sa deklarovali obmedzenia (reštrikcie) ako ideologické, spoločenské, jazykové a iné zákazy.

Až analýza ďalších dokumentov ukázala, že dôraz na návodovej a zákazovej časti je v každom dokumente iný, pričom závisí od spoločenskej situácie.

V texte nariadenia č. 3285 dominujú reštrikcie.

Všetky pomenovania ulíc, námestí, sadov, verejných a súkromných podnikov, dľa mien členov bývalého panovníckeho rodu Habsburgovcov, ďalej dľa mien panovníckych rodín nepriateľských štátov a dľa mien všetkých tých, ktorí sa vyznačovali nepriateľstvom proti československému národu sú zakázané. Zakázané sú i pomenovania dľa dejov a udalostí, ktoré značia uponíženie československého národa.

Nariadenie... z 29. 6. 1919

Potreba premenovania ulíc a námestí logicky vyplynula zo spoločenskej situácie po ukončení 1. svetovej vojny a najmä po rozpade Rakúsko-Uhorska. Návodovú časť nariadenie explicitne neobsahovalo, no možno ho implicitne chápať v rámci právneho výkladu, čo nie je zakázané, to je povolené. Všetky zmeny v rámci schvaľovacieho procesu prebiehali na župnom úrade.

Nutnosť legislatívneho rámcovania procesu premenovávania ulíc a námestí v novej Československej republike sa realizovala v zákone č. 266 zo dňa 14. dubna 1920 o názvoch měst, obcí a ulic, jakož i označování obcí místními tabulkami a číslování domů.

Dosavádní pojmenování ulic a veřejných míst, jež nelze uvésti v soulad s historií a vnějšími vztahy národa československého, zejména taková jež připomínají osoby, které projevily nepřátelské smýšlení proti československému národu nebo národům sdruženým, nebo připomínají události rázu protistátního, nejsou povolena.

Zákon č. 266, § 7, zo 14. 4. 1920

Reštrikcie, ktoré sú deklarované ako spoločenské zákazy, sú formulované všeobecnejšie ako v nariadení, pretože v zákone z roku 1920 sa zakazujú pomenovania, ktoré nie sú v súlade s históriou a vonkajšími vzťahmi československého národa, kým v nariadení z roku 1919 sa zakazujú pomenovania napr. dedikované rodu Habsburgovcov.

Zmeny podľa tohto zákona schvaľuje po oznámení nového názvu nadriadený politický úrad. O nových pomenovaniach sa v budúcnosti uznáša obecné zastupiteľstvo, schvaľuje ho tiež nadriadený politický úrad.

Zákon z roku 1920 zrušil zákonný článok IV. z roku 1898 o obecných a iných miestnych menách, resp. zákonné ustanovenia a pravidlá, ktoré odporujú tomuto zákonu.

V zákone z roku 1920 sa prvýkrát v súvislosti s urbanonymami objavuje termín „ závadné pojmenování“.

Obdobie 1938 – 1945

V uvedenom období sa nám nepodarilo získať slovenský legislatívny dokument, ktorý by rámcoval proces premenúvania ulíc a námestí, no možno predpokladať, že mal podobný charakter ako dokument z protektorátu Čechy a Morava.

Das Ministerium des Innern teilt laut Erlass des Reichsprotektors vom 26. August 1939 Nr. I. 2a 8052, dass die Umbenennung der Strassen und Plätze (nicht die blosse Übersetzung der Strassennamen) in jedem Falle die Zustimmung des Reichsprotektors bedarf. Soweit solche Umbenennungen in der Zeit vom 15. März 1939 bis heute

vorgenommen wurden ist die Genehmigung des Reichsprotektors nachträglich einzuholen.

V preklade

Ministerstvo vnútra na základe výnosu ríšskeho protektora zo dňa 26. augusta 1939 č. I. 2a – 8052 oznamuje, že premenovanie ulíc a námestí (nielen mechanický preklad týchto názvov) vyžaduje v každom prípade súhlas ríšskeho protektora. Pokiaľ došlo k takýmto premenovaniam od 15. marca 1939 až doposiaľ, je treba dodatočne si vyžiadať potvrdenie od ríšskeho protektora.

Ministerstvo vnútra ..... z 9. 9. 1939

Citovaný text bol adresovaný zemským a okresným úradom, magistrátu hlavného mesta Prahy a vládnym komisárom mesta Brna a Olomouca.

Podobnosť medzi českými a slovenskými pomermi hypoteticky predpokladáme v tom, že vo vojnovej situácii sa postupuje aj v legislatíve autoritatívnym spôsobom. V citovanom texte nariadenia absentuje návodová i zákazová časť. Hoci sa zákazová časť v texte implicitne nenachádzala, nahrádzal ju priamo súhlas ríšskeho protektora na premenovanie ulíc. Súhlas ríšskeho protektora možno zároveň považovať za absolútny zákaz názvov, ktoré neboli v súlade v teórii s ideológiou národného socializmu a v praxi s fungovaním fašistického Nemecka.

Obdobie 1945 – 1989

V uvedenom období možno vyčleniť čiastkové obdobie 1945 – 1961, keď zákonnú legislatívu suplovali rôzne nariadenia, resp. čiastkové obdobie 1961 – 1989, keď legislatívu na tvorbu urbanoným rámcovali dve vyhlášky.

V období 1945 – 1961 boli najprv premenované ulice a námestia, ktorých názvy súviseli s ideológiou Nemecka a Maďarska. Legislatívne nariadenia na centrálnej úrovni sa nám doteraz nepodarilo získať (nie

je nám známe, či existujú), boli suplované lokálnymi iniciatívami, jednorazovými akciami, ktorých cieľom bolo pomenovať ulice žiadaným názvom. Potvrdením uvedenej informácie je príkaz Povereníctva pre vnútro v Bratislave zo dňa 12. 1. 1946.

Povereníctvo pre vnútro v Bratislave vyzýva všetky národné výbory, aby v rámci celoštátnej akcie pre nové pomenovanie ulíc bolo pamätané na dôležité a slávne dni nášho povstania tým, že v každom meste budú niektoré z hlavných ulíc pomenované názvom „ulica Národného povstania", „ulica 29. augusta.

Tak isto nech je zvečnená pamiatka nášho národného umelca nebohého Janka Jesenského.

O vyhotovení tohto príkazu nech je podaná správa do 30 dní.

Zmena názvov ulíc z 12. 1. 1946

Príkaz bol adresovaný všetkým okresným národným výborom, okresným správnym komisiám, komisárom, Národnému výboru v Bratislave a v Košiciach.

Príslušné orgány reagovali žiadaným spôsobom. Napr. Miestny národný výbor mesta Prievidza hlásil zmenu názvov ulíc 2. 5. 1946 prostredníctvom prednostu.

Hlásim, že miestny národný výbor na svojom zasadnutí dňa 26. 4. 1946 po dohode s Miestnym odborom Matice slovenskej v Prievidzi sa uzniesol, že Košovskú ulicu premenuje na ulicu Národného povstania, ulicu Bretsenského na ulicu 29. augusta a Necpalskú cestu na ulicu Janka Jesenského. Príslušné opatrenia a tabuľky zadováži úrad MNV.

Prosíme vziať na láskavé vedomie.

Zmena názvov ulíc z 2. 5. 1946

Ďalšia smernica na premenúvanie závodov, budov, škôl, priestranstiev, ulíc a námestí Ministerstva vnútra v Bratislave zo dňa 24. apríla 1953 v prípise zn. I/1-222.1-18/4-1953 mala návodovú i zákazovú časť. Obsah smernice mal dôverný charakter.

Návodová časť však obsahovala usmernenie zdôrazňujúce limitované používanie politicky motivovaných názvov.

Premenovanie ulíc, budov, škôl, závodov, prípadne iných verejných priestranstiev menami vynikajúcich osobností nášho verejného života (napr. s. Gottwald, Zápotocký, Široký, Fučík, ďalej menami členov vlády a pod.) vyžaduje jednotnú úpravu.

Ide predovšetkým o to, aby také pomenovanie sa uskutočňovalo len vo výnimočných prípadoch osobitného zreteľa hodných a aby boly volené vždy také ulice a verejné miesta, ktoré svojou výstavnosťou a úpravou zaručujú, že ich pomenovaním bude daná pocta významnej osobnosti.

Pri premenovaní treba preto zachovávať tento postup:

Na základe návrhu MNV, podaného prostredníctvom ONV, schvaľuje toto premenovanie rada KNV a byro KV KSČ. Schválený návrh musí byť zaslaný Povereníctvu vnútra, ktoré ho predloží so svojím dobrozdaním politickému sekretariátu ÚV KSČ.

Pokiaľ ide o premenovanie ulíc, námestí atď. menami zahraničných osobností (Stalin, Molotov, Dimitrov a pod.), zachová sa rovnaký postup s tým rozdielom, že návrh bude Povereníctvom vnútra postúpený Ministerstvu vnútra a zaslaný prostredníctvom Ministerstva zahraničných vecí príslušnému vyslanectvu alebo veľvyslanectvu na udelenie súhlasu.

Smernica na premenúvanie ..... z 24. 4. 1953

Zákazová časť obsahovala reštrikcie ideologického charakteru s presnými pomenovaniami nepriateľských osôb, resp. s nabádaním k vyhľadávaniu ďalších nevhodných názvov.

Postupujúca výstavba socializmu v našej vlasti vyžaduje, aby tiež pomenovanie ulíc a verejných priestranstiev bolo uvedené do súladu s vývojom, ktorý u nás prebieha. Preto je potrebné, aby sa postupne prikročilo, pokiaľ sa tak už nestalo, predovšetkým k odstráneniu názvov ulíc, námestí a pod., označených menami osôb, ktoré sa svojím nepriateľským postojom voči robotníckej triede a pracujúcemu ľudu zdiskreditovaly v očiach verejnosti. Ide väčšinou o bývalých reprezentantov vládnucej buržoáznej triedy v predmníchovskej

republike (Beneš, Masaryk, Hodža, Švehla a pod.) a ďalej osôb, ktoré sú alebo boly vedúcimi politickými osobnosťami štátov imperialistického tábora (Eisenhower, Churchil, Montgomery a pod.) Bude ešte rad iných druhov nevhodných názvov, ktoré ovšem nemožno presne vymedziť. Je potrebné, aby národné výbory samé posúdili nevhodnosť jednotlivých názvov a to v každom jednotlivom prípade osobitne.

Smernica na premenúvanie ..... z 24. 4. 1953

Ideologické reštrikcie v smernici boli v praxi prejavom politickej tézy, že s postupným budovaním socializmu sa zostruje ideologický boj.

Paradoxnosť doby sa odrážala v smernici nielen v tom, že sa presne identifikovali neprimerané názvy a dával sa pomerne veľký priestor na vyhľadávanie „iných druhov nevhodných názvov", ale sa súčasne na druhej strane vyjadrovala obava, aby sa neodstránili aj názvy, ktoré pripomínajú vynikajúce osoby našej národnej histórie.

Pri nahrádzaní doterajších nevhodných názvov názvami novými treba predovšetkým voliť také názvy, ktoré majú vzťah k histórii miesta alebo pripomínajú zaslúžilé osoby, ktoré sa v obci narodily alebo tam žily. Podobne sa pokračuje aj pri novom určovaní názvov.

Pri odstraňovaní nevhodných názvov bude potrebné postupovať veľmi opatrne, lebo nemožno pripustiť, aby boly odstránené názvy, ktoré pripomínajú vynikajúce a zaslúžilé osoby našej národnej histórie a ktoré majú svoju národnú tradíciu.

Pri odstraňovaní nevhodných názvov nemožno postupovať tak ako napr. vo väčších mestách, kde bolo vykonávané hromadné premenovanie ulíc naraz. Je potrebné, aby celá akcia postupovala v určitých časových etapách napr. pri rôznych časových príležitostiach avšak tak, aby bola skončená v roku 1953.

Smernica na premenúvanie ..... z 24. 4.1953

Okrem centrálnych premenúvacích iniciatív existovali aj lokálne aktivity ako napr. uznesenie Krajského národného výboru v Nitre.

Uznesenie sa týkalo premenovania ulíc, námestí alebo štvrtí po hrdinoch Slovenského národného povstania a po dukelských hrdinoch a bolo motivované smernicou na premenúvanie z 24. 4. 1953, najmä časťou o časovom prispôsobení premenovania istým výročiam.

Rada KNV v Nitre na zasadnutí dňa 15. júna 1954 vyniesla uznesenie, ktorým uložila ONV a jeho radám ako i odborom pre vnútorné veci pri ONV a mestským národným výborom zabezpečiť premenovanie ulíc, námestí, štvrtí, sídlisk, sadov a pod. po hrdinoch Slovenského národného povstania a dukelských hrdinoch pri príležitosti 10. výročia SNP.

Dbajte, aby menami hrdinov boli pomenované len také ulice, námestia, štvrte, sady a pod., ktoré svojou výstavnosťou a úpravou zaručujú, že ich premenovaním bude skutočne daná pocta hrdinovi, meno ktorého ponesie.

Pomenovanie ulíc ..... z 15. 6. 1954

Obdobie 1961 – 1989 rámcovali dve vyhlášky, ktoré boli súčasne publikované v Zbierke zákonov.

Vyhláška č. 97 Ústředního úřadu pro věci národních výborů ze dne 4. září 1961 o názvech obcí, označování ulic a číslování domů však nepriniesla zásadnú zmenu vo filozofii označovania ulíc názvami.

Návodová časť vyhlášky má skôr rámcový charakter.

Ve městech (větčích obcích) majú všechny ulice a ostatní veřejná prostranství svůj název.

O označování ulic a ostatních veřejných prostranství (náměstí, nábřeží, mostů, sadů a pod.) rozhoduje městský (místní) národní výbor.

Vyhláška č. 97, § 4 zo 4. 9. 1961

Zákazová časť opakuje tézy smernice na premenovanie z 24. 4. 1953, avšak s tou zmenou, že nepovoľuje pomenúvať ulice po žijúcich osobách.

Má-li sa ulice nebo jiné veřejné prostranství pojmenovat nebo přejmenovat podle jména vynikající osobnosti veřejného života domácého nebo zahraničního, je třeba k tomu vyžádat stanovisko Ústředního úřadu pro věci národních výborů.

Ulice nebo jiná veřejná prostranství se zásadně nepojmenovávají podle jmen vynikajících osobností veřejného života domácího nebo zahraničního, které dosud žijí.

Vyhláška č. 97, § 4 zo 4. 9. 1961

Druhá legislatívna úprava tohto obdobia vyhláška č. 93 Ministerstva vnútra Slovenskej republiky z 18. júna 1970 o určovaní obcí a ich častí, ulíc a iných verejných priestranstiev a o číslovaní budov prináša viacero nových prvkov.

V návodovej časti sa zreteľne deklaruje, ako v prvom legislatívnom dokumente, nominačný systém pre urbanonymá:

Názvy ulíc a iných verejných priestranstiev sa určujú podľa významných udalostí, miest, osôb (nežijúcich) a podľa vecí, javov a pod. Názvy majú byť spoločensky opodstatnené, priliehavé, ľahko vysloviteľné a z jazykového hľadiska správne.

Názov ulice alebo iného verejného priestranstva možno odvodiť aj od inojazyčného slova (z jazyka českého, maďarského, ukrajinského, poľského, nemeckého a pod.), musí však zodpovedať pravidlám slovenského jazyka.

Vyhláška č. 93, § 9, z 18. júna 1970

Zákazová časť nie je explicitne sformulovaná, hoci určité obmedzenia vyplývajú z predchádzajúceho textu i z ďalšej tézy vyhlášky.

Názvami, ktoré sú určené podľa mien významných osôb, možno označovať len také ulice a iné verejné priestranstvá, ktoré svojou polohou, výstavnosťou a celkovým vzhľadom sú vhodné na takéto pomenovanie.

Vyhláška č. 93, § 9, z 18. júna 1970

Novým prvkom, ktorý zdôrazňuje parameter odbornosti, je zavedenie odborných názvoslovných komisií, ktoré prerokúvajú navrhované zmeny.

O určovaní a zmenách názvov ulíc a iných verejných priestranstiev rozhoduje miestny (mestský) národný výbor vždy po predchádzajúcom vyjadrení odbornej názvoslovnej komisie, ktorú pre celý okres zriaďuje rada okresného národného výboru. Členmi tejto komisie sú odborní pracovníci, najmä z úseku školstva, kultúry, výstavby, geodézie a dopravy.

Vyhláška č. 93, § 10, z 18. júna 1970

Obdobie 1989 – 2000

Legislatíva uvedeného obdobia je determinovaná spoločenskými zmenami na Slovensku, ktoré rámcovalo vytvorenie pluralitného politického systému a nasmerovanie ekonomiky na trhový systém so zrovnoprávnením štátneho a osobného vlastníctva.

Legislatívu v oblasti urbanonymie reprezentuje zákon Slovenskej národnej rady č. 517 z 22. novembra 1990 o územnom a správnom členení Slovenskej republiky.

Zákon č. 517, v paragrafe 8 s názvom označovanie ulíc a iných verejných priestranstiev, môžeme považovať za štandardný a napĺňajúce svoje poslanie, pretože:

* *v návodovej časti* nominačný systém na označovanie ulíc nestavia na politických alebo ideologických zásadách, ale na širokom diapazóne realít občianskeho života s dôrazom na historický vývin lokality,

* *v zákazovej časti* presne a jasno taxatívnym spôsobom vypočítava neprípustné druhy názvov s dôrazom na porušovanie jazykových, mravných, náboženských noriem, národného a národnostného cítenia, resp. s dôrazom na nerešpektovanie historického vývoja,

* celý proces pomenovania a premenovania názvov ulíc je pod odborným a občianskym dohľadom spoločnosti, keď návrhy na nové názvy ulíc sú pripomienkované verejnosťou (napr. v Banskej Bystrici sú návrhy zverejňované v mestskom spravodaji, ktorý dostáva každá

rodina do poštovej schránky) a prerokované v okresnej názvoslovnej komisii (v Banskej Bystrici ešte pred zverejnením v tlači je návrh prerokovaný v Poradnom zbore primátora mesta Banská Bystrica pre tvorbu názvov ulíc, námestí a iných verejných priestranstiev, potom sa pripomienkuje občanmi a až následne prerokuje v odbornej názvoslovnej komisii).

V obciach, v ktorých je viac ulíc a iných verejných priestranstiev, má každá ulica svoj názov.

Názvy ulíc sa určujú podľa vecí, prírodných javov, významných udalostí, miest, nežijúcich osôb a pod. s prihliadnutím na históriu obce a jej okolia. Neprípustné sú názvy po žijúcich osobách, príliš dlhé, duplicitné, urážajúce mravnosť, náboženské alebo národnostné cítenie, jazykovo nesprávne, nepriliehavé vzhľadom na historický vývin obce a jej časti alebo jej okolia.

O určovaní názvov ulíc rozhoduje obec po prerokovaní s obyvateľmi obce alebo jej časti a po vyjadrení odbornej názvoslovnej komisie.

Zákon Slovenskej národnej rady č. 517, § 8, z 22. novembra 1990

V synchrónno-diachrónnom pohľade na legislatívu tohto typu možno konštatovať, že väčší dôraz sa kládol počas analyzovaného obdobia 1918 – 2000 na zákazovú časť legislatívnych materiálov, keď najmä v prelomových obdobiach a v rokoch po nich nasledujúcich bolo potrebné urobiť korekcie v urbanonymii. Návodová časť začína prevažovať až v legislatívnom dokumente v roku 1970.

Za štandardný legislatívny materiál považujeme hlavne zákon z roku 1990 nielen preto, lebo v návodovej časti vymedzuje nominačný systém a v zákazovej časti taxatívne enumeruje reštrikcie, ale aj preto, lebo celý proces pomenúvania a premenúvania je pod odborným garantovaním názvoslovnej komisie a občianskym dohľadom spoločnosti.

Literatúra:

Benennung der Strassen und Plätze. Ministerium des Innern. Zl. 46.903/1939-9. Prag am 8. September 1939. Strojopis 1 s.

Blanár, V. 1994. Onymická nominácia. In: *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*. Zborník referátov z XI. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Nitre 19. – 20. mája 1994. Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV; Nitra : Vysoká škola pedagogická v Nitre, 1994, s. 7 –14. ISBN 80-88738-68-7.

Blanár, V. 1996. *Teória vlastného mena. (Status, organizácia a fungovanie v spoločenskej komunikácii*). 1. vyd. Bratislava : Veda, 1996. 250 s. ISBN 80-224-0490-X

Blicha, M. 1986a. Sémanticko-motivačná typológia. In: *Blicha, M. - Majtán, M.: Úvod do onomastiky*. Prešov : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika, 1986, s. 111 – 112.

Blicha, M. 1986b. Morfologicko-slovotvorná typológia. In: *Blicha, M. – Majtán, M.: Úvod do onomastiky*. Prešov : Univerzita Pavla Jozefa Šafárika, 1986, s. 112 – 115.

Blicha, M. 1988. Sémantická motivácia nových názvov ulíc. In: *Urbanonymia*. Red. P. Žigo. Bratislava : Univerzita Komenského, 1988, s. 63 – 69.

Ďurčo, P. 1996. Vlastné mená na Slovensku. In: *Studia Academica Slovaca*. 25. Red. J. Mlacek. Bratislava : Stimul, 1996, s. 54 – 60.

Ďurčo, P. 2003a. Databáza názvov ulíc na Slovensku. In: *Vlastné meno v komunikácii. 15. slovenská onomastická konferencia*. Bratislava 6. – 7. septembra 2002. Zborník referátov. Zost. P. Žigo – M. Majtán. Bratislava: Veda, 2003, s. 199 – 209.

Ďurčo, P. 2003b. Urbanonymá na Slovensku. In. *Studia Academica Slovaca*. 32. Red. J. Mlacek. Bratislava : Stimul, 2003., s. 156 – 168.

Dvonč, L. 1950/51. Príspevok k otázke písania veľkých písmen. In: *Slovenská reč*, roč. 16, 1950/1951, s. 108 – 111.

Furdík, J. 1993. *Slovotvorná motivácia a jej jazykové funkcie*. 1. vyd. Levoča : Modrý Peter, 1993. 200 s. ISBN 80-85515-03-2

Furdík, J. 2004. *Slovenská slovotvorba*. Ed. M. Ološtiak. 1. vyd. Prešov : Náuka, 2004. 200 s. ISBN 80-89038-28-X.
Habovštiaková, K. 1988. Štruktúrne typy názvov ulíc. In: *Urbanonymia*. Red. P. Žigo. Bratislava: Univerzita Komenského, 1988, s. 70 – 74.
Krištof, Š. 1946. *Nové Zámky a okolie. Miestne názvy a názvy ulíc*. 1. vyd. Nové Zámky : Farkaš, 1946. 37 s.
Krošláková, E. 1988. Sémantická motivácia názvov ulíc. In: *Urbanonymia*. Red. P. Žigo. Bratislava : Univerzita Komenského, 1988, s. 56 – 62.
Krško, J. 1996. Urbanonymá na sklonku druhého tisícročia (na vzorke gemerských miest). In: *Urbanonymá v kontexte histórie a súčasnosti. Zborník materiálov z onomastického kolokvia konaného v Banskej Bystrici 3 . – 5. septembra 1996*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta UMB; Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1996, s. 115 – 126. ISBN 80-8055-002-6.
Krško, J. 1998. Mikrosociálne toponymá. In: *13. Slovenská onomastická konferencia : Zborník referátov z 13. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Modre-Piesku, 2 . – 4. 10. 1997*. Bratislava : Filozofická fakulta UK v Bratislave; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1998, s. 115 – 119. ISBN 80-85586-11-8
Majtán, M. 1979. Onomastické termíny podľa objektov pomenúvaných vlastnými menami. In: *Kultúra slova*, 13, 1979, s. 153 – 159.
Majtán, M. 1988. Výberový prehľad bibliografie o slovenskej urbanonymii. In: *Urbanonymia*. Red. P. Žigo. Bratislava : Univerzita Komenského, 1988, s. 167 – 168.
Majtán, M. 1989. Klasifikácia chrématonymie. 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. 13.
Majtán, M. 1994. Motivácia a lexikálna sémantika. In: *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*. Zborník referátov z XI. slovenskej onomastickej konferencie konanej v Nitre 19. – 20. mája

1994. Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV; Nitra : Vysoká škola pedagogická v Nitre, 1994, s. 15 – 19. ISBN 80-88738-68-7.
Mazúr, S. 1954. Prešov, ulica Partizánov, či Prešov, Ulica Partizánov? In: *Dukelský tlačiar*, roč. 2, 1954, č. 10 – 11, s. 8.
Nariadenie Ministerstva s plnou mocou pre Slovensko č. 3285 zo dňa 24. června 1919. In: *Bratislava, hlavné mesto Slovenska*. (Pripojenie Bratislavy k Československej republike roku 1918 – 1919). Dokumenty. Sprac. V. Horváth, E. Rákoš, J. Watzka. Bratislava : Obzor, 1997. s. 351, dokument č. 191.
Odaloš, P.: Názvy ulíc a námestí zo syntaktického hľadiska. In: Smer, roč. 40, 15. 1. 1988, č. 11, s. 2.
Odaloš, P. 1991. Toponymá okresu Banská Bystrica po 17. 11. 1989. In: *Kultúra slova*, roč. 25, 1991, č. 10, s. 337 – 346.
Odaloš, P. 1993. Vývinové tendencie názvov ulíc a námestí miest a obcí na území Slovenska. In: *Slovenská reč*, roč. 58, 1993, č. 6, s. 332 – 338.
Odaloš, P. 1994. Ulice a námestia Banskej Bystrice v kontexte histórie a súčasnosti. In: *Mezinárodní konference o městě*. *Brno – město uprostřed Evropy*, *2. – 4. prosince 1993*. Brno: Magistrát města Brna, 1994, s. 184 – 187.
Odaloš, P. 1996a. Urbanonymá v procese spoločenských zmien 90. rokov v európskych postsocialistických krajinách. In: *Urbanonymá v kontexte histórie a súčasnosti. Zborník materiálov z onomastického kolokvia konaného v Banskej Bystrici 3. – 5. septembra 1996*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta UMB; Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1996, s. 80 – 87. ISBN 80-8055-002-6.
Odaloš, P. 1996b. Bibliografia slovakistickej literatúry o urbanonymách. In: *Urbanonymá v kontexte histórie a súčasnosti*. Onomaservis. Informačný spravodaj medzinárodného vedeckého kolokvia Urbanonymá v kontexte histórie a súčasnosti. B. Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 1996, s. 15 – 18.

Odaloš, P. 1997. *Sociolekty v basketbalovom a penitenciárnom prostredí*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta UMB, 1997. 92 s. ISBN 80-8055-031-X

Odaloš, P. 1999. Urbanonymá verzus etniká. In: *Nazewnictwo na Pograniczach Etniczno-Językowych. Studie Slawistyczne 1. Materiały z Międzynarodowej Konferencji Onomastycznej*. Białystok – Supraśl 26. – 27. X. 1999. Ed. Z. Abramowicz – L. Dacewicz. Białystok : Uniwersytet w Białymstoku, 1999, s. 237 – 242.

Odaloš, P.: *Dynamika špecifických sfér komunikácie*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta, 2002. 159 s. ISBN 80-8055-631-8

Odaloš, P. – Dvonč, L. 1996. Bibliografia slovenskej literatúry o urbanonymách. In: *Urbanonymá v kontexte histórie a súčasnosti. Zborník materiálov z onomastického kolokvia konaného v Banskej Bystrici 3. – 5. septembra 1996*. Banská Bystrica : Pedagogická fakulta UMB; Banská Bystrica : Fakulta humanitných vied UMB; Bratislava : Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV, 1996, s. 274 – 285. ISBN 80-8055-002-6.

Premenovanie ulíc, námestí alebo štvrtí po hrdinoch Slovenského národného povstania a dukelských hrdinoch. Krajský národný výbor v Nitre, odbor pre vnútorné veci. Značka III/1 – 222.1 – 4/6 – 1954. Rukopis 2 s.

Premenovanie ulíc. Miestny národný výbor mesta Prievidza. Číslo 1/1954. Príloha č. 7 ku zápisnici zo dňa 1. decembra 1954. Strojopis. 1 s.

Ripka, I. 1997.: Aktivity štátnych orgánov pri premenúvaní bratislavských ulíc a námestí v r. 1919 – 1921. In: *Urbanonymá v kontexte histórie a súčasnosti*. Banská Bystrica 3. – 5. septembra 1996. Zost. P. Odaloš – M. Majtán. Pedagogická fakulta Univerzity Mateja Bela – Fakulty humanitných vied Univerzity Mateja Bela – Jazykovedný ústav Ľ. Štúra Slovenskej akadémie vied, 1996, s. 88 – 97.

Sabol, J. 1989. Centrum a periféria slovenského spoluhláskového podsystému. In: *Slovenská reč*, *55,* 1989, s. 97 – 104.

Smernica na premenúvanie závodov, budov, škôl, priestranstiev, ulíc, námestí a pod. Povereníctvo vnútra v Bratislave. Značka I/1 – 222.1 – 5/5 – 1953. Dňa 24. apríla 1953. Rukopis 2 s.
STANISLAV, J. 1969. Uhorská ako historické svedectvo. In: *Večerník*, 10. 11. 1969, s. 3.
VARSIK, B. 1936. Uhorská či Schöndorfská ulica? In: *Politika*, roč. 6, 1936, s. 43 – 44.
Vyhláška č. 93 Ministerstva vnútra Slovenskej republiky z 18. júna 1970 o určovaní obcí a ich častí, ulíc a iných verejných priestranstiev a o číslovaní budov. In: *Zbierka zákonov*, 1970, čiastka 29 vydaná 15. 10. 1970, s. 425 – 428.
Vyhláška č. 97 ústředního úřadu pro věci národních výborů ze dne 4. září 1961 o názvech obcí, označování ulic a číslování domů. In: *Sbírka zákonů*, 1961, s. 348 – 349.
Zákon č. 266 ze dne 14. dubna 1920 o názvech měst, obcí a ulic, jakož i označování obcí místními tabulkami a číslování domů. 2 s.
Zákon Slovenskej národnej rady č. 517 z 22. novembra 1990 o územnom a správnom členení Slovenskej republiky. In: *Zbierka zákonov, 1990, čiastka 84*, s. 1914 – 1917.
Zákonný článok IV. z roku 1898 o obecních a iných miestnych menách. Vyhlásený bol v Országos Törvénytáre 17. februára 1898. In: *Sbierka krajinských zákonov na rok 1898*. Budapest : Országos Törvénytáru, 1898, s. 34 – 36.
Zmena názvov ulíc. Miestny národný výbor mesta Prievidze. Číslo 699/1946.
Zmena názvov ulíc. Povereníctvo vnútra v Bratislave. Číslo 982/1 – II/1 – 1946. Sb. h. Bratislava dňa 12. januára 1946. Strojopis 1 s.

BIBLIOGRAFIA GRANTOVÝCH PRÁC

Pavol Odaloš

Cieľom prezentovanej bibliografie je predstaviť publikácie doc. Mgr. Jaromíra Kršku, PhD., PhDr. Márie Imrichovej, PhD. a prof. PaedDr. Pavla Odaloša, CSc., ktoré vznikli v rámci riešenia grantu VEGA Sociálny kontext onymie 1/0189/03 počas rokov 2003, 2004 a 2005.

Lingvobibliografia predstavuje publikované práce zoradené abecedne podľa autorov, chronologicky podľa rokov a v rámci jednotlivých rokov opäť abecedne podľa názvu príspevku. Výsledkom je súpis 21 prác, prevažne predstavených lingvistickej verejnosti na vedeckých konferenciách.

Doplnok bibliografie tvorí súpis 14 nepublikovaných prác, najmä vedeckých referátov, usporiadaný podľa autorov a chronologicky podľa doby prednesenia na konferencii/ odbornom stretnutí. Za prácami tohto typu sú príspevky zaradené na publikovanie do zborníkov, ktoré neboli výsledkom vedeckých konferenčných stretnutí.

Bibliografia

Ignatowicz-Skowrońska, J. – Odaloš, P.: *Motivácia poľských a slovenských neoficiálnych toponým.* In: Súčasná jazyková komunikácia v interdisciplinárnych súvislostiach. 5. medzinárodná konferencia o komunikácii Banská Bystricia 3. – 4. 9. 2003. Edit. V. Patráš. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2004, s. 426 – 431.

Imrichová, M.: *Logonymá v systéme vlastných mien*. In: Vlastné meno v komunikácii. 15. slovenská onomastická konferencia Bratislava 6. – 7. 9. 2002. Zborník referátov. Zost. P. Žigo a M. Majtán. JÚĽŠ SAV – FF UK. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV 2003, 269 – 275.

Imrichová, M.: *Pragmalingválny fenomén a komunikácia logoným*. In: Komunikácia a text. Zborník materiálov z vedeckej konferencie usporiadanej 15. – 16. novembra 2001 v Prešove. Red. Z. Stanislavová. Fakulta humanitných a prírodných vied Prešovskej univerzity. Prešov: Náuka 2003, s. 219 – 224.

Imrichová, M.: *Problematika spracúvania synsémantických slov a vlastných mien v celonárodnom nárečovom slovníku.* In: Gwary dziś. Regionalne słowniki i atlasy gwarowe. Red. J. Sierocziuk. Poznań: Wydawnictwo PTPN 2003, s. 181 – 184.

Imrichová, M.: *Variantnosť prípon v slovenských logonymách*. In. Tradícia a perspektívy gramatického výskumu na Slovensku. Ed. Mária Šimková. Bratislava: Veda 2003, s. 95 – 103.

Imrichová, M.: *Znakovosť a referenčnosť logoným.* In: Studia Philologica. Annus 11. Red. F. Ruščák. Prešov: Fakulta humanitných a prírodných vied Prešovskej univerzity, 2003, s. 9 – 12.

Imrichová, M. – Ripka, I.: *Základy slovenskej lexikológie.* Prešov: Fakulta humanitných a prírodných vied Prešovskej univerzity v Prešove 2004. 158 s. ISBN 80-8068-311 – 315.

Krško, J.: *Sociálny priestor v onymii.* In: Metodologia badań onomastycznych. Olsztyn: Ośrodek Badań Naukowych im. Wojciecha Kętrzyńskiego, 2003, s. 61 – 70.

Krško, J.: *Úloha stredu a okraja societ pri tvorbe vlastných mien*. In: Okraj a střed v jazyce a literatuře. Sborník z mezinárodní konference. Ústí nad Labem: Pedagogická fakulta Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, 2003, s. 82 – 86.
Krško, J.: *Aspekty komunikácie marginálnych kultúr (na príklade graffiti)*. In: Súčasná jazyková komunikácia v interdisciplinárnych súvislostiach: Zborník referátov z 5. medzinárodnej konferencie o komunikácii (Banská Bystrica, 3. – 4. 9. 2003). Zost. V. Patráš. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2004, s. 199 – 209.
Krško, J.: *K problematike skupinových antroponým.* In: Prace językoznawcze, VI. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, 2004, s. 67 – 73.
Krško, J.: *Lexikálna a onymická rovina komunikácie medzi graffiti*. In: Współczesne odmiany języka narodowego. Red. K. Michalewski. Łódź: Wydawnictwo Universytetu Łódźkiego, 2004, s. 338 – 349.
Krško, J.: *Sozial-psychologische Aspekte der Benennung. [Sociálno-psychologické aspekty pomenovania]* In: Namenkundliche Informationen 85/86. Leipzig: Leipziger Universitätsverlag, 2004, s. 33 – 44.
Krško, J.: *Vplyv nemeckej a valašskej kolonizácie na toponymiu Turca.* In: Slovenčina na začiatku 21. storočia (Prešov, 5. – 7. 3. 2003). Zost. M. Imrichová. Prešov : Prešovská univerzita v Prešove, Fakulta humanitných a prírodných vied, 2004, s. 284 – 292.
Krško, J.: *Sociálny aspekt prezývok (slovensko-poľské paralely*). In: In: *Nazewnictwo na pograniczach. Rozprawy i studia T. 586.* Red. Jolanta Ignatowicz-Skowrońska. Szczecin : Wydawnictwo naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2005, s. 135-141. ISBN 83-7241-491-2.
Odaloš, P.: *Ballekova onymia.* In: Literárne dielo Ladislava Balleka. Zborník z literárnovednej konferencie uskutočnenej 23. októbra 2002. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, 2003, s. 78 – 87.
Odaloš, P.: *Literáronymá a antroponymá verzus centrum a periféria.* In: Okraj a střed v jazyce a literatuře. Sborník z mezinárodní konference.

Ústí nad Labem : Pedagogická fakulta Univerzita J. E. Purkyně v Ústí nad Labem, 2003, s. 73 – 81.

Odaloš, P.: *Literáronymá v Ballekovej próze 60. rokov.* In: Zborník materiálov z vedeckého seminára Literárna Banská Bystrica – 60. roky. Banská Bystrica 20. 3. 2002. Banská Bystrica: Pedagogická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2003. s. 41 – 53.

Odaloš, P.: *Konotatívnosť proprií*. In: Slovenčina na začiatku 21. storočia. Na počesť profesora Ivora Ripku. Edit. M. Imrichová. Prešov: Prešovská univerzita, 2004, s. 293 – 297.

Odaloš, P.: *Priezviská v kontexte histórie a súčasnosti (Sociálna, teritoriálna a etnická determinácia).* In: Studia Slovaca. Ved. red. J. Tatár. B. Bystrica: Pedagogická fakulta Univerzity Mateja Bela, 2004, s. 205 – 212.

Odaloš, P.: *Funkčná stratifikácia urbanonymie.* In: Profesor Lumír Klimeš jubilující. Sborník Pedagogické fakulty Západočeské univerzity v Plzni, Plzeň: Pedagogická fakulta Západočeské univerzity v Plzni, 2005, s. 61 – 68.

Odaloš, P.: *Nominačný systém v urbanonymii.* In: Jazyk a komunikácia v súvislostiach. Bratislava: Univerzita Komenského, 2005, s. 268 – 274.

Doplnok – nepublikované práce

Imrichová, M.: *Problémové javy súčasného slovenského spisovného jazyka (písaná i hovorená podoba). Najnovšia kodifikačná príručka a práca s ňou.* Vyžiadaná prednáška na celodiecéznom zasadnutí sekcie slovenského jazyka a literatúry. Prešov, 29. 10. 2003 (prednáška).

Imrichová, M.: *Vyučovanie syntaxe v základných školách (s dôrazom na vlastné mená).* Vyžiadaná prednáška pre učiteľov slovenského jazyka základných a stredných škôl. Prešov, Krajské metodické centrum 9. 12. 2003 (prednáška).

Imrichová, M.: *Vývojové tendencie v pomenúvaní a v premenúvaní firemných názvov (logoným) na Slovensku* In: Onomastyka u progu

nowego wieku. Białowieża 8. – 9. września 2004. Uniwersytet w Białymstoku,. Instytut Filologii Wschodniosłowiańskiej (v tlači).
Imrichová, M.: *Propriá v súradniciach komunikačnej praxe (Poznámky o ortografických a deflektivizačných tendenciách).* In: Súradnice súčasnej onomastiky. 16. slovenská onomastická konferencia. Bratislava, Filozofická fakulta Univerzity Komenského – Jazykovedný Ústav Ľ. Štúra SAV, 16. – 17. september 2004 (v tlači).
Krško, J.: *Metaforické a expresívne vyjadrenie kvality a vzdialenosti v slovenskej toponymii.* In: XIV. ročník kolokvia mladých jazykovedcov, 8. – 10. 12. 2004, Nitra – Šintava (v tlači).
Krško, J.: *Vplyv slovenského a maďarského etnika na podobu hydronymie Slovenska.* In: Kultúra, jazyk a história Slovákov v Maďarsku. Budapešť, 14. – 15. 10. 2005 (v tlači).
Krško, J.: *Hydronymia povodia Hrona vo svetle etník.* In: XV. kolokvium mladých jazykovedcov (Tajov, 7. – 9. 12. 2005) (v tlači).
Krško, J.: *Interferencia dialektológie, folkloristiky a onomastiky pri výskume prezývkových vlastných mien.* In: Zborník Západoslovanské jazyky I. Zborník vedeckovýskumných prác: Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Ostravská univerzita v Ostravě, Uniwersytet Śląski w Katowicach, 2006 (v tlači).
Krško, J.: *Vyjadrenie kvalitatívno-kvantitatívnych vzťahov v toponymii pomocou expresivity a metafory.* In: Slavica Slovaca, 2006 (v tlači).
Krško, J. – Imrichová, M. – Odaloš, P.: *Sociálny kontext onymie*. Banská Bystrica, Univerzita Mateja Bela, 2006 (v tlači).
Odaloš, P.: *Literáronymá v Ballekovom Pomocníkovi*. In: Literárne tradície Banskej Bystrice 60. a 70. roky 20. storočia. B. Bystrica, 9. 9. 2004 (v tlači).
Odaloš, P.: *Literáronymá Ballekovho palánskeho obdobia*. In: 16. slovenská onomastická konferencia. Bratislava 16. – 17. 9. 2004 (v tlači).
Odaloš, P.: *Literáronymá Ballekovho Denníka lekárnika Eugena Filadelfiho*. In: Západoslovanské jazyky II. Zborník vedeckovýskumných prác: Ostravská univerzita v Ostravě, Uniwersytet Śląski w Katowicach,

Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici. Zost. J. Svobodová, D. Svobodová, Ostrava: Ostravská univerzita, 2006 (v tlači).

SUMMARY

Social context of onymy
Jaromír Krško – Mária Imrichová – Pavol Odaloš

Submitted monography is a synthesis of scientific works written by the authors during the solution of grant VEGA n. 1/0189/03 – Social context of onymy. These works refer to onomastic works that originated before the grant solution.

Jaromír Krško introduces two works.

In the monographic section Comparison of Slovak and Polish School Nicknames Krško introduced unofficial names of schoolchildren in Slovak Primary school in Bobrovec and in Polish Secondary grammar-school in Lipnica Wielka. He organized nicknames into five thematic groups. The most frequent were nicknames motivated by holder's body properties and nicknames motivated by current events. Less frequent were nicknames motivated by holder's surname, nicknames denotating mental and other properties and those motivated by holder's first name.

In the monographic section Communication Register of Graffiti Jaromír Krško introduced graffiti culture as the social-cultural movement based on presenting oneself by means of inscriptions, signatures and pictures on various surfaces in towns. The culture of graffiti presents itself not only visually but also linguistically by means of its professional slang, or in the form of proper nouns, e.g. names of objects according to town district and works of art titles.

Mária Imrichová rendered the monographic section Commercial name in language relations. Commercial names as logonyms fulfil three functions: primary language nomination and information function, general onymic identification-diferenciation function and specific functions of advertising, characterization, information and honorification. She classifies logonyms to semantic (lexical, contact a proper), derivational (affixoid, compositional and acronymic)

and polymotivated. Imrichová divides compound logonyms into subordinatively and syntactically bound, coordinatively and syntactically bound, and sentential.

Logonyms are specific because of their high motivation rate. To a great extent, logonyms use some components of incentives lexical meaning as their motivation elements. According to semantic clearness, Mária Imrichová sorts commercial names into three groups: commercial names with high information value, e.g. semantic logonyms directly motivated by company's operations or owner's occupation, commercial names with standard rate of information activity, commercial names with low information value, e.g. initial and syllabic abbreviations.

Pavol Odaloš presented the monographic section Dynamics of changes in urbanonymy, which was divided into five parts. In the study Streets and Squares of Banská Bystrica in historical and present context Pavol Odaloš outlined the chronology of Banská Bystrica denomination after the year 1589 in the context of the 19. and 20.century that ended in 1989, when streets and squares of Banská Bystrica were reconstructed. In the study Streets and Squares of Czecho-Slovakia in the years 1989 – 1991 context Pavol Odaloš introduced renaming of street nomenclature in cases of 1583 names in 125 towns of Czechoslovakia. On the basis of previous stratifications comparation, Pavol Odaloš suggested in the study New semantic stratification of urbanonymy the functional zoning of urbanonymy into urbanonyms with primary identification-diferenciation and secondary dedicational function, intermediate urbanonyms with primary identification-diferenciation and secondary dedicational function, urbanonyms with secondary dedication function. In the work Legislative determination of urbanonymy in four periods from the year 1918 until 2000 Pavol Odaloš analysed legal urbanonymic standards with an emphasis on their guidance and negative part. In the final study Pavol Odaloš profiled the nomination system of urbanonymy which consists of six binary tendencies cyclically asserted in triadical supertendencies.

Názov: Sociálny kontext onymie

Autori: doc. Mgr. Jaromír Krško, PhD.
PhDr. Mária Imrichová, PhD.
prof. PaedDr. Pavol Odaloš, CSc.

Obálka: Ing. Jozef Lomnický

Recenzenti: prof. PhDr. Ivor Ripka, DrSc.
doc. PhDr. Ľuba Sičáková, CSc.

Náklad: 230 výtlačkov
Rozsah: 130 strán
Formát: A5
Vydanie: Prvé
Vydavateľ: Univerzita Mateja Bela
Fakulta humanitných vied
Banská Bystrica 2006
Tlač: Bratia Sabovci s.r.o., Zvolen

ISBN 80-8083-195-5