

ŠTÚDIE A ČLÁNKY

OBCHODNÉ NÁZVY V KONTEXTE
PRAGMALINGVISTICKÝCH VZŤAHOV*Jana Sokolová – Vlastimil Pulčár*

SOKOLOVÁ, J. – PULČÁR, V. (2024): Business Names in the Context of Pragmalinguistic Relations. In: *Slovenská reč*, 89/1, 11 – 32.

Abstract: This study deals with the issue of business names in the context of their enormous quantity and variability. The aim of the study is to contribute to the knowledge of those pragmalinguistic contexts that lead to the identification of the most distinctive features (expressive qualities) of business names and the identification of preferred procedures in the current Slovak chrematonymic nomination. It captures the causal connections of verbal (naming) behavior and linguistic self-realization of common users of the Slovak language, who seek a compromise between the pressure of legislative regulations, systemic rules of the lexicon and induced individualization, uniqueness and differentiation. It segments the formal side of trade names and, against the background of the tensions between tradition and innovation, normativity and non-normativity and predictability and unpredictability, it justifies the prevalence (and nature) of incomprehensible and meaningfully empty business names.

Keywords: business name, chrematonymic nomination, segmentation, common language user.

Článok v skratke:

- Štúdia sa zaoberá problematikou funkčných a formálnych stránok slovenských obchodných názvov v kontexte ich enormnej kvantity a variability.
- Cieľom je prispieť k poznaniu tých pragmalingvistických súvislostí, ktoré vedú k stotožneniu výrazových kvalít obchodných názvov a k identifikovaniu preferovaných postupov súčasnej slovenskej chrématonymickej nominácie.
- Štúdia zachytáva kauzálne súvislosti verbálneho (pomenúvacieho) správania a jazykovej sebarealizácie bežného používateľa slovenského jazyka, ktorý hľadá kompromis medzi tlakom právnych predpisov, tlakom lexikónu a tlakom vynútenej individualizácie, jedinečnosti a diferencovanosti.
- V centre záujmu je dizajn obchodných názvov: lineárna organizácia segmentálnych prostriedkov, ktoré sú realizované na pozadí tenzie medzi tradíciou a inovatívnosťou, prediktabilitou a neprediktabilitou, normatívnosťou a nenormatívnosťou a ktoré vyúsťujú do prevahy nerozumeľných a obsahovo prázdnych pomenovaní.

1. ÚVOD

*Obchodný názov*¹ je názov spoločnosti a firmy, pod ktorým je zapísaná v Obchodnom registri SR. Formálna podoba *obchodného názvu* preto musí spĺňať isté podmienky platnej legislatívy. Z lingvistického hľadiska *obchodné názvy* sú súčasťou subsystému *chrématonym* (Majtán 1989; Šrámek 1999). Okrem toho bývajú označované ako *inštitucionymá* (porov. Horecký – Buzássyová – Bosák a kol. 1989), *ergonymá* (porov. Majtán 1979; Pulčár 2007), resp. *logonymá* (porov. Horecký 1994; Imrichová 2002, 2012; Pulčár 2008). Z dôvodu zvýšenia prehľadnosti uprednostňujeme pomenovanie *obchodný názov* (skrátene *názov*) alebo *logonymum*.

Cieľom štúdie je prispieť k poznaniu vybraných pragmalingvistických súvislostí, ktoré sprevádzajú tento špecifický typ propriálnej lexiky. Zameriame sa na identifikáciu komponentov, vzťahov a funkcií obchodných názvov. Okrem rezultatívnej stránky evidujeme aj aspekt subjektu nominácie (expedienta, podnikateľa a bežného používateľa jazyka), ktorý v procese pomenúvania hľadá kompromis medzi tlakom legislatívnych predpisov, tlakom systémových pravidiel lexikónu a tlakom nutnej individualizácie a jedinečnosti. To znamená, že v rámci vysvetlenia verbálneho správania expedienta nepriamo anticipujeme aj fázu rozhodovania, ktorá predchádza procesu nominácie a ktorá smeruje od informácií a preferencií k ich mentálnemu spracovaniu a následne k uskutočneniu príslušnej voľby. Na pozadí procesu rozhodovania je tenzia medzi tradíciou a inovatívnosťou, medzi zrozumiteľnosťou a prediktabilitou, nezrozumiteľnosťou a neprediktabilitou. Rezultatívna stránka voľby je teda vždy subjektívna. Prejavuje sa v operačnej jazykovej sebarealizácii (Dolník 2023), v egoprojekčnom riešení onomaziologickej štruktúry pomenovania, ktorú na onomatologickej rovine tvoria identifikovateľné jazykové prostriedky. Keďže v obchodných názvoch dominuje ich grafická stránka, tieto oporné konštituenty sú sprevádzané kombinovaním rôznych grafických prostriedkov (veľkých a malých písmen, rešpektovaním alebo eliminovaním medzier, použitím grafických značiek, numerických znakov a pod.). Výsledný vizuálny dizajn pomenovania je výrazom subjektivistického perspektívy, rôzneho stupňa kreatívneho experimentovania a tiež hybridizácie slovenských a inojazyčných jazykových prostriedkov.

2. TEORETICKO-METODOLOGICKÉ POZNÁMKY

Naše uvažovanie bude mať nasledujúce zameranie: (1) nájsť oporné body na stotožnenie najvýraznejších vlastností obchodných názvov; (2) charakterizovať ich vizuálnu stránku z hľadiska formálnej transparentnosti a obsahovej zrozumiteľnosti; (3) identifikovať preferované postupy súčasnej slovenskej chrématonymickej nominácie.

¹ V právnej oblasti sa používa termín *obchodné meno*: „Obchodným menom sa rozumie názov, pod ktorým podnikateľ vykonáva právne úkony pri svojej podnikateľskej činnosti“ (zákon 513 hlava I diel III § 8 odsek 1 Obchodného zákonníka 1991).

Transparentnosť ponímame ako „priezračnosť formálneho vyjadrenia sématickej štruktúry, ktorá je určená expanzívnosťou formy a percepčnou zreteľnosťou jej komponentov“ (Dolník 2013, s. 57). Zrozumiteľnosť a prediktabilita obsahovej stránky obchodného názvu sa spravidla pohybuje na škále od identifikovateľnosti, čiastočnej identifikovateľnosti po neidentifikovateľnosť. Zrozumiteľnosť je teda založená na spoznaní obsahu jazykových štruktúr, predpokladov pre ich adekvátne inferencie a na ich integrovateľnosti do znalostnej štruktúry recipienta. Apercepčná zrozumiteľnosť, ktorá súvisí s automatizovanou identifikáciou a inferenciou (pri aperpeccii sa rozumenie proste „dostaví“, porov. Dolník 2023, s. 431), je v prípade mnohých obchodných názvov značne minimalizovaná. S istými obmedzeniami možno uvažovať o reflexívnej zrozumiteľnosti, ktorá si vyžaduje myšlienkovú aktivitu recipienta vzťahujúcu sa na uchopenie zmyslu názvu. Zrozumiteľnosť pomenovania je teda spätá s apercepčnou a/alebo reflexívnou identifikáciou formálno-sématických štruktúr ako segmentov pomenovania a inferenciou na podklade týchto oporných štruktúr (Dolník 2013, s. 319). V kontexte inferencií sa pre recipienta základným problémom stáva problém identifikácie a filtrácie údajov. Recipient, v intenciách princípu prirodzenej orientácie (porov. Dolník 2013), sa orientuje na základe intuície a aposteriórnych (skúsenostných) znalostí a pri interpretácii zmyslu obchodného názvu zrejme aktualizuje abduktívne usudzovanie, ktoré je štruktúrované v slede: výsledok – pravidlo – udalosť. To znamená, že v prípade obchodného názvu sa pripúšťa predpoklad, že ide o exemplár istého pravidla a jeho interpretácia si vyžiada zohľadniť aj to, čo v danom celku presahuje rámec dekodovania.

Ako vidieť, vzťah medzi formou a obsahom obchodných názvov nehodláme riešiť z pohľadu motívácií, t. j. z hľadiska kauzálnych vzťahov. Stotožňujeme sa však s názorom, že elementárnym konštitučným faktorom vonkajšej formy onymického znaku je percepčnoorientačná motivácia ako jej elementárna funkcia, ktorá ju odlišuje od koexistujúcich jazykových foriem, a tak zabezpečuje jej percepčnú identifikáciu (porov. Dolník 2013, s. 58).

Zdrojovým materiálom je databáza Finstat^[1] uvádzajúca okolo 600 000 názvov.² Databáza má podobu súboru, do ktorého kontinuálne pribúdajú nové názvy v časovej (každodennej) postupnosti. Súbor charakterizuje extrémna dynamickosť, extrémna stochastickosť súvisiaca s náhodnosťou a extrémna rozmanitosť finálnych exemplárov. Databáza má teda povahu mozaiky zachytávajúcej verbálne (pomenúvacie) správanie a jazykovú sebarealizáciu bežných používateľov slovenského jazyka.³

² Databáza k 25. januáru 2024 mala 577 213 názvov, z toho 436 395 bolo spoločností s ručením obmedzeným.

³ Problematiku bežných používateľov jazyka v zmysle neodborníkov/laikov v oblasti lingvistiky detailne spracovala G. Múscová (2023).

Na úvod sa žiada zdôrazniť, že pre obchodné názvy je zásadná ich účelovosť a písaná podoba. Ako bolo spomenuté, sú sformované pre potreby právnej registrácie. Ich primárnou funkciou je funkcia označovania, komunikačná funkcia je vo väčšine prípadov upozadená a marginalizovaná. To znamená, že v obchodných názvoch je akoby objektivizovaná istá akomodačno-asimilačná disproporčnosť. Akomodačná disproporčnosť spočíva v neprispôbení sa znalostnej aj inferenčnej kompetencii recipienta. Asimilačná disproporčnosť značí, že ani expedient, prežívajúci tlak vlastného kognitívneho systému (potrebu zachovať si a prezentovať výhradne svoje jazykovo-myšlienkové spracovanie), si svoju kognitívnu kompetenciu spravidla neprispôbuje kompetencii potenciálnych recipientov.

V príspevku uplatňujeme pragmaticko-sémantický modus interpretácie a aplikáciu vzťahovej analýzy, ktorou sa obchodný názov poznáva ako celok, jeho štruktúra tvorená lineárnou organizáciou segmentálnych prostriedkov, štatút týchto segmentálnych prostriedkov a súvislostné vzťahy medzi nimi.

Možno konštatovať, že v rámci lineárnej organizácie obchodného názvu sa uplatňujú segmentálne prostriedky rôznej zložitosti a funkcie.⁴ Tvoria základnú množinu stavebných zložiek pomenovaní. Integrujú konštrukčné prvky na úrovni grafém a grafematických zoskupení, lexém a ich tvarových simplifikácií, lexém a ich syntagmatických amplifikácií.⁵

V príspevku ponúkame argumentačne podložený a početnými príkladmi doložený prehľad o špecifických vlastnostiach (kvalitách) obchodných názvov a preferenciách expedienta, ktorý v mene individualizácie a diferenciacie uplatňuje neraz preexponovanú variantnosť a nenormatívnosť (porušenie pravidiel ortografie, poru-

⁴ Niekoľko poznámok k uplatnenému pojmosloviu (podrobnejšie pozri Sokolová – Sokol 2022):

Jazykový prostriedok je prvkom výrazového systému jazyka majúci nástrojovú povahu (porov. Kačala 1998). Podobne ako F. Daneš (1967) budeme rozlišovať dve triedy (oblasti) jazykových prostriedkov: (a) predznakové (elementárne) prostriedky a (b) znakové prostriedky.

Jazykový prvok je entita všeobecnejšieho rázu, ktorá podľa spôsobu použitia môže byť prevažne významovej (sémantickej, obsahovej) alebo výrazovej povahy (Bielik a kol. 2016, s. 62). Inventár jazykových prvkov a sieť vzťahov, zviazanosť týchto prvkov na základe ich podobnosti a rozdielnosti sú faktory systémovej koncepcie jazyka.

Jazyková jednotka je „najmenšia jednotka jazykového systému na konkrétnej rovine“ (Šimková 2006). Obchodný názov tvoria jazykové jednotky subznakovej roviny (graféma a slabika) a jazykové jednotky znakovkej roviny (morféma, lexéma, syntagma). Určujúcu funkciu má graféma a lexéma. *Lexéma* je jednotka lexikónu, na ktorú možno zamerať z troch aspektov, a síce ako na: (a) *útvár* zložený z komponentov nižšej roviny; (b) jednotku vo vzťahu k iným jednotkám: (i) rovnakej funkčnej alebo sémantickej triedy: t. j. vertikálne vzťahy v systéme jazyka (oblasť lexikálnej paradigmaticky); (ii) inej funkčnej alebo sémantickej triedy in absentia: t. j. horizontálne vzťahy v systéme jazyka (oblasť lexikálnej syntagmaticky – kolokability); (c) komponent v zmysle vyššej jednotky ponímanej ako štruktúrny model, v ktorom plní funkciu *kolokačnej štruktúry* predstavujúcej horizontálne vzťahy lexikálnej kolokability (Čermák 2010).

⁵ Výraz amplifikácia používame v zmysle rozšírenia.

šenie pravidiel významovej a formálnej spájateľnosti, porušenie zmyslovej celistvosti logonyma).

Vychádzame z poznania, že len malá časť obchodných názvov zodpovedá predstave modelového a motivovaného spôsobu spracovania. Logonymum je produktom zápasu podnikateľa (bežného a odborne neerudovaného používateľa jazyka) konfrontovaného s enormnou početnosťou už existujúcich názvov, ktorý je nútený uplatniť novú kombinatoriku a ponúknuť niečo jedinečné. Ako vyplýva z Obchodného zákonníka, „obchodné meno nesmie byť zameniteľné s obchodným menom iného podnikateľa a nesmie vzbudzovať klamlivú predstavu o podnikateľovi alebo o predmete podnikania“ (Obchodný zákonník 1991).⁶ Výsledkom tohto úsilia sú nielen viac alebo menej vydaté pomenovania, ale aj užívateľsky vyslovene neprívetivé názvy.

3. VÝRAZOVÉ KVALITY OBCHODNÝCH NÁZVOV

Výrazové kvality vyplývajú z recepcnej podstaty obchodných názvov. Vychádzame z faktu, že schému logonyma v prevažnej časti netvorí ideálna jednota formálnosyntaktickej a sémantickosyntaktickej štruktúry. Obchodný názov sa javí ako mix výrazových kvalít.⁷ Výrazové kvality sa realizujú jednotkami výrazového plánu jazyka. Zachytávajú dve línie náhľadu: formálno-sémantický a pragmatický. Sú súčasťou nami uplatňovaných interpretačných hľadísk a prispievajú k sprehľadneniu výkladu o realizačných možnostiach tak zmysluplných, ako aj nedešifrovateľných názvov. Prezentovaný súbor výrazových kvalít (útvarovosť, egoprojekčnosť, typovosť, šifrovosť, internacionálnosť, nekonformnosť a kurióznosť) má povahu sondáže do onymického pomenovania. S výnimkou útvarovosti sa jednotlivé výrazové kvality (a prípadne aj ich spoločné kombinácie) vzťahujú vždy len na určitú časť názvov.

3.1. ÚTVAROVOSŤ VÝRAZU

Útvarovosť výrazu v zmysle kompozičnej štruktúracie predpokladá rozčlenenosť, ktorá sa dá identifikovať na základe reálnej formálnej alebo obsahovej heterogénosti jednotlivých častí. Obchodné názvy sú zložené výrazy. Každé logonymum má svoju vnútornú organizáciu, t. j. svoju tektoniku. Formálna konštitúcia obchodného názvu má obligatórne binárnu štruktúru (segmentáciu) pozostávajúcu zo stálej (fixnej) a variabilnej časti. Stálou zložkou je dodatok označujúci právnu formu spoločnosti. Spôsob uvedenia právnej formy spoločnosti v jej obchodnom názve definuje *Obchodný zákonník* v ustanoveniach k jednotlivým obchodným spoločnostiam. V názvoch sa musí použiť

⁶ Porov. zákon 513 hlava I diel III §10 odsek 1 Obchodného zákonníka (1991).^[2]

⁷ Termín *výrazová kvalita* nepoužívame striktnie v mikovskom zmysle. F. Miko a kolektív odborníkov pod vedením L. Plesníka (2008) pracujú s dôsledným dôrazom na vertikálno-horizontálne zachytenie semiotickej stratifikácie kvality.

jeden z týchto dodatkov: (a) spoločnosť s ručením obmedzeným (*spol. s r. o./s. r. o.*), napr. *NS Holding s. r. o.*; *Penzión Chopok s. r. o.*;⁸ (b) akciová spoločnosť (*a. s.*), napr. *Sempera, a. s.*; *Technický skúšobný ústav Piešťany, a. s.*; (c) verejná obchodná spoločnosť (*ver. obch. spol./v. o. s.*), napr. *APEBE v. o. s.*; *Lonet v.o.s.*; (d) jednoduchá spoločnosť na akcie (*j. s. a.*), napr. *Dostupný Nájom j.s.a.*; *Slovenský agrárny fond, j.s.a.*; (e) komanditná spoločnosť (*k. s.*), napr. *Idea k.s.*; *Správcovská k. s.*; (f) družstvo, napr. *Družstvo Karpaty*; *Prvé mechanizačné obchodné družstvo*.

Dodatok je konštanta, ktorá má normatívnu podobu a, ako bolo uvedené, vždy je explicitne a obligatórne prítomný a vždy je v slovenčine. K variabilnej časti pomenovania je pripojený pomocou čiarky (odporúčaný spôsob spájania) alebo bez čiarky (výrazne prevládajúci spôsob spájania). Dodatky majú spravidla podobu grafických, prípadne sylabických skratiek. Medzera medzi grafémami v dodatku sa buď uplatňuje, alebo je elidovaná. Dodatok je všeobecnina, ktorá je klasifikačným parametrom všetkých obchodných názvov. Jednoznačne možno konštatovať, že dodatok je definitorický základ logonyma.

Variabilná zložka obchodného názvu súvisí s logicko-sémantickou štruktúrou ľavostranného okolia. Tvoria ju početné kombinácie sémantických a asémantických segmentálnych znakov, ktoré sú z pohľadu tektoniky organizované buď fragmentárne, alebo atektonicky. Fragmentárne usporiadanie, ktoré značí útržkovitosť, neúplnosť, sa vyznačuje zachovávaním autonómnosti segmentov. Obchodný názov má povahu reťazca, postupnosti diskretných segmentov. Atektionické usporiadanie neraz disharmonických segmentov spôsobuje nesúladnú celistvosť a umožňuje vytvárať „zlepence“ heterogénnych fragmentov znižujúcich zrozumiteľnosť názvu. Variabilná zložka obchodného názvu je jednotlivina s kategoriálnym príznakom substantívnosti zabezpečujúca singularitu a autenticitu logonyma.

3.2. EGOPROJEKČNOSŤ VÝRAZU

Egoprojekčnosť výrazu znamená, že pomenovanie má egoprezenačnú dimenziu. Je výrazom slobodnej sebarealizačnej produkcie, egovzťažného verbálneho správania s autoreferenčným nasmerovaním. Výsledkom je sebavýraz, „sebarealizácia“, ktorá úzko súvisí s individuálnosťou, konkrétnosťou a autentickosťou. Ako konštatuje J. Dolník, „sebarealizácia je aktivita, ktorej rámcová štruktúra je daná všeobecnou štruktúrou činnosti, teda vzťahom prvkov motív – prostriedok – cieľ“ (Dolník 2023, s. 426 – 427). V kontexte obchodných názvov motívom je efekt zviditeľnenia podnikateľského subjektu. Dosahuje sa prostredníctvom explicitných alebo implicitných výrazových prostriedkov. Cieľom je prezentácia podnikateľského subjektu na osi oficiálnosť – neoficiálnosť.

⁸ Počet príkladov z priestorových dôvodov radikálne obmedzíme. Výber je subjektívny a väčšinou náhodný.

Explicitné jazykové prostriedky obchodného názvu synkretizujú faktor spoločenského a individuálneho. Kolorit oficiálnosti tvoria antroponymá a apelatívno-antroponymické spojenia.

Antroponymá vyjadrujú posesora (vlastníka) a uplatňujú sa v podobe: (a) priezviska: *Blahutová s. r. o.*; *PLICHTOVCI, s. r. o.*; (b) rodného mena a priezviska: *Michaela Dvorská, s. r. o.*; (c) rodného mena + iniciálovej skratky priezviska: *František K s. r. o.*; *Janka K s. r. o.*; *IvanaM, s. r. o.* Pripojenie titulovej skratky k priezvisku prehľbuje formálnosť a zvyšuje dôveryhodnosť a autoritatívnosť obchodného názvu, porov.: *Ing. Peter Kollárik s. r. o.*; *MUDr. Darina Kordíková, s. r. o.*; *Mgr. Vanesa Trabalíková, s. r. o.*; *Doc. PhDr. Marta Zaťková, PhD., Dr. Solár s. r. o.*; *BA-BOŠ Ing. s. r. o.* Názvy sú zamerané na identifikáciu osoby a na jej spoločenský a sociálny status. Integráciou tejto informácie sa obchodný názov inštrumentalizuje aj axiologicky.

Apelatívno-antroponymické spojenia typu *Výroba studenej kuchyne Chovančíková, s. r. o.*; *Advokátska kancelária JUDr. Ivana Igazová s. r. o.*; *Pekáreň Michal Oremus, s. r. o.* sú dokladom konvenčného spôsobu vyjadrovania vlastníckych alebo štatutárnych pomerov v obchodnej spoločnosti.

Naproti tomu použitie hypokoristik pridáva obchodnému názvu kolorit neoficiálnosti a familiárnosti: *Arči s. r. o.* Uplatňujú sa dva postupy pozičného umiestnenia rodného mena: (a) antepozičné: *Majčo trans s. r. o.*;⁹ *VINCO trans s. r. o.*; (b) postpozičné: *Vila Etelka s. r. o.*; *Hair Studio Radka s. r. o.*; *Krajčírstvo Maja, s. r. o.*

Implicitná egoprojekčnosť sa skrýva v skratkovej podobe názvu podnikateľského subjektu. Uplatnením skratky expedient naznačuje, ale neprezrádza svoje pravé meno. Jeho identita sa odhalí len dešifrovaním skratky, porov. *LK s. r. o.* (≈ Lukáš K.);¹⁰ *BaPa s. r. o.* (≈ Ba: Barbora, ≈ Pa: Pavol); *Maku s. r. o.* (≈ Ma: Matej, ≈ ku: Kubica); *FiMaJo, s. r. o.* (≈ Fi: firma, ≈ Ma: Maťas, ≈ Jo: Jozef); *DAGR s. r. o.* (≈ David Grulich). V prípadoch, že skratka ostane neidentifikovaná, obchodný názov nerealizuje výrazovú kvalitu egoprojekčnosti, ale šifrovosti. Špecifikom obchodného názvu s výrazovou kvalitou egoprojekčnosti je, že zachytáva reálne vlastné meno reálneho používateľa jazyka, inými slovami – egoprezenačnú identitu individuálneho a konkrétneho realizátora onymickej nominácie.

3.3. TYPOVOSŤ VÝRAZU

Typovosť výrazu naznačuje, že časť obchodných názvov reflektuje ukotvené a zafixované systémové vzťahy v lexikóne a tvorí škálu lexikálno-gramatických typov organizovaných v zmysle individuálnych aktualizácií. To znamená, že názvy sú

⁹ Predpokladáme, že Majčo je domáce meno Mariána (konateľa spoločnosti).

¹⁰ Značka ≈ značí „približne rovnajúci sa“.

percipované na báze imitačnej disponibility tradičných nominačných štruktúr ako jednoslovné a viacslovné pomenovania. Typovosť výrazu predpokladá konvenčnosť v zmysle používania jazykových prostriedkov v zhode s ustálenou pravdepodobnosťou ich uplatnenia.

Jednoslovné názvy disponujú zložkou: (a) substantívnu: *Cukrárnička s. r. o.*; *HRAČKY s. r. o.*; *LIENKA s. r. o.*; *Pohoda s. r. o.*; *Rozpočtovanie s. r. o.*; *VČELÁRSTVO s. r. o.*; (b) verbálnou: *HOSPODARIM s. r. o.*; (c) adverbálnou: *Spolu, s. r. o.* Jednoslovnosť integruje (a) kompozitá a kvázikompozitá: *Dobrobytie, s. r. o.*; *Ekodoprava s. r. o.*; (b) univerbizmy: *Stavebka s. r. o.*; *SBS-ka, s. r. o.*; (c) apozitá: *SALAŠ-CABAJ s. r. o.*; (d) skratky a skratkové slová:¹¹ *EEZ, s. r. o.* (Efektívne Energetické Zariadenia); *ReviMont s. r. o.* (≈ Revi: revízie, ≈ Mont: montáž); *Toži s. r. o.* (≈ To: Tomáš, ži: Žilina); *SlovLev, s. r. o.* (≈ Slov: Slovák – priezvisko, ≈ Lev: Levoča).

Viackomponentové pomenovania vznikajú amplifikáciou (rozšírením) buď oporného substantívneho pomenovania, alebo ustáleného spojenia. Rozvíjajúcimi členmi sú (a) adjektívne komponenty: *Palivové drevo s. r. o.*; *Reklamný kuriér s. r. o.*; *Svetové vône s. r. o.*; *Univerzitný hokej s. r. o.*; *Zlatá breza s. r. o.*; *ZDRAVÝ ŽIVOT, s. r. o.*; *Remeselná cukrárenská výroba s. r. o.*; (b) substantívne komponenty: *Diagnostika tepien s. r. o.*; *Hypotéka z mobilu, s. r. o.*; *Kurzy z praxe s. r. o.*; *Podnikanie pre úspech, s. r. o.*; *Správca domov s. r. o.*; *SVET technológií s. r. o.*; *SVET UMENIA s. r. o.*; (c) pronominálne komponenty: *Tvoje Mzdy, s. r. o.*; *Váš psychológ s. r. o.*; (d) predložkové komponenty: *BEZ ÚRAZOV s. r. o.*; *Na Korze s. r. o.*; *Pre Auto s. r. o.*; *Pre zuby s. r. o.*; (e) propriálne pomenovania: *Ateliér Masár s. r. o.*; *Reality Laputka, s. r. o.*; *Obal'ovňa Bratislava s. r. o.*; *Advokátska kancelária Opačitý s. r. o.*; *Cukrárenská výroba Terňa s. r. o.*; *Mestský sociálny podnik Krompachy, s. r. o.*; (f) propriálne skratky antroponým, urbanoným¹² a toponým: *PB Elektroinštalácie s. r. o.* (≈ Peter B.); *ZLT servis, s. r. o.* (≈ Zdeno Lehotský); *MB-Stavebné rezivo s. r. o.* (≈ Mário B.); *PARKNR s. r. o.*; *BA taxi s. r. o.*; *EU TRANSPORT s. r. o.*; *ENVIRO BB, s. r. o.*

Ako vidieť, početné exempláre vznikajú simplifikáciou výrazu v zmysle mechanického krátenia, skrakovania a redukcie pomenovania. Procesy majú vlastnosti kompresie, kontrakcie aj kondenzácie. Pri kompresii dochádza k stieraniu pôvodnej hranice medzi komponentmi a vznikajú zloženiny: *BUDMERSTAV s. r. o.* (≈ BUDMER: Budmerice, ≈ stav: stavebná spoločnosť). Pri kontrakcii nastáva stiahnutie, zmrštenie tvaru vytvárajúce tzv. kontrakčné skratky: *Novák MN s. r. o.* (≈ Milan:

¹¹ Fenomén skratiek je detailne opísaný v práci M. Gavurovej (2013). Poznnamenávame, že nevyužívame ponúkané detailne prepracované terminologické inštrumentárium.

¹² Zaužívanými a frekventovanými toponymickými skratkami sú sk, eu, choronymá NR (≈ Nitra), KE (≈ Košice), BA (≈ Bratislava), PB (≈ Považská Bystrica) a i.

rodné meno konateľa spoločnosti) a devokalizované skratky: *MRTN.BAR. s. r. o.* (≈ Martin); *NW Partners s. r. o.* (≈ NEW). Pri kondenzácii dochádza ku koncentrácii významu syntagmatického reťazca alebo viacslovného pomenovania do jedného z jeho komponentov, v dôsledku čoho sa tento komponent (kondenzát) stáva reprezentantom spojenia. V prípade obchodných názvov kondenzátom je spravidla priezvisko alebo rodné meno spoločníka alebo konateľa firmy: *TABÁNYI s. r. o.*; *Broňa s. r. o.* (≈ Bronislava K.); *Nicola s. r. o.*; (≈ Nicola A.). Simplifikáty sú zástupné gnómické výrazy svojich neskrátených náprotivkov. V obchodných názvoch motivujúce výrazy veľmi často ostávajú vo sfére dohadov. Následkom zásadného zjednodušenia formy neraz dochádza k zastretosti, „skrytosti“, nejasnosti, nedešifrovateľnosti zmyslu pomenovania.

Typovosť je výrazová kvalita, ktorá je identifikovateľná len v časti logoným. Značí kongruenciu explicitnej segmentálnej štruktúry obchodného názvu s typovou segmentálnou štruktúrou určujúcou typ pomenovania v rámci lexikálneho systému slovenského jazyka. Typovosť výrazu v zmysle tradičnej propriálnej nominácie reflektuje funkčnú primeranosť prostriedkov a postupov. Zaisťujú ju predovšetkým uzualizované formálno-sémantické jednotky (morfémy, slová, slovné spojenia) majúce povahu jazykových znakov s pomenúvacou (nominatívnou, denominatívnou, referenčnou), významovou (signifikatívnou) a dorozumievacou (komunikatívnou) funkciou. S rôznou mierou úspešnosti a participácie sa uplatňujú tri typy významu: denotatívny význam (vzťah ku skutočnosti), signifikatívny význam (vzťah k vedomiu odrážajúcemu poznávaciu činnosť ľudí) a štruktúrny význam (vzťah k iným znakom). Interakcia týchto súvislých znakových segmentov je určená kombinovateľnosťou ich významov.

Výrazová kvalita *typovosti* využíva postupy tradičnej propriálnej aj neopropriálnej nominácie. Vyznačuje sa preferovaním viacslovných štruktúr, koherentnou organizáciou hybridných apelatívno-onymických spojení a otvorenosťou voči inojazykovým komponentom (porov. výrazovú kvalitu internacionálnosti). Umožňuje rozmanité prístupové perspektívy a zachytáva diapazón stratégií oscilujúcich medzi konvenčnosťou a (v prípade rozvíjania kvality typovosti) akoby systémovo „regulovanou“ jazykovou slobodou.

3.4. ŠIFROVOSŤ VÝRAZU

Šifrovosť výrazu značí jedinečné kombinácie sysémantických segmentov tvoriacich unikátne permutačné zoskupenia. Obchodné názvy nadobúdajú vlastnosti kumulátov v zmysle nedešifrovateľných zoskupení. Kumulatívnosť výrazu zabezpečujú permutácie grafém, numerických znakov a interpunkčných znamienok. Výrazová kvalita sa týka mimoriadne početnej časti obchodných názvov. Ich jadro tvoria:

– grafematické zoskupenia troch až šiestich grafém, ktoré sa vyznačujú (a) použitím len malých písmen: *moow s. r. o.*; *naala s. r. o.*; *pbt s. r. o.*; *raho s. r. o.*; (b) použitím len kapitálok: *OSP s. r. o.*; *PMRE, s. r. o.*; *YWIYC s. r. o.*; *RBTSNV, s. r. o.*; (c) príznakovým striedaním malých a veľkých grafém: *eLKá s. r. o.*; *KoHi s. r. o.*; *WmW s. r. o.*; *Xtec s. r. o.*;

– numerické zoskupenia: *9 s. r. o.*; *605 s. r. o.*;

– grafematicko-numerické zoskupenia, v ktorých číslica sa nachádza na koncovej pozícii: *mb24, s. r. o.*; *ALL365 s. r. o.*; *buro393. s. r. o.*; *eSPe33 s. r. o.*, alebo v interpozícii: *D2U s. r. o.*; *z2z, s. r. o.*; *P2LR s. r. o.*; *VMG3D s. r. o.*, alebo v kombinácii koncovej pozície a interpozície: *SIGM4 s. r. o.*;

– numericko-grafematické zoskupenia, v ktorých na koncovej pozícii je jedna graféma: *4S s. r. o.*; *18E s. r. o.*, alebo grafematické zoskupenie dvoch a viac grafém: *2JO s. r. o.*; *2LS s. r. o.*; *2MC s. r. o.*; *2MKH s. r. o.*; *3RRR s. r. o.*; *3XEP s. r. o.*;

– grafematicko-grafické zoskupenia uplatňujúce (a) bodku: *H.B.U. s. r. o.*; *MM.P s. r. o.*; (b) spojovník: *B-T-A s. r. o.*; *PS-IT s. r. o.*; (c) výkričník: *up! s. r. o.*; (d) ampersand: *AP&I s. r. o.*; *PK&VK s. r. o.*; (e) znamienko +: *D+P, s. r. o.*; *I.B.I.+ s. r. o.*;

– kombinované grafematicko-numericko-grafické zoskupenia: *MY.T84, s. r. o.*; *N&M94 s. r. o.*

Obchodné názvy, ktoré sú utvorené na princípe permutácie týchto najnižších jazykových prvkov, sú prejavom nevyčerpatelných možností spájania a kombinatorky. Šifrovosť etabluje nezrozumiteľné výrazy a tým oslabuje princíp kooperácie, keďže nerešpektuje postulat spôsobu – vyjadrovať sa s optimálnou mierou zrozumiteľnosti. Šifrovosť výrazu je javová stránka. Funkciou obchodných názvov je označovanie, ukotvenie značkovej hodnoty názvu, nie jeho dešifrovanie.¹³

3.5. INTERNACIONÁLNOSŤ VÝRAZU

Internacionálnosť výrazu je výrazová kvalita, ktorá je charakteristická účasťou inojazyčných výrazov. Pre súčasnú onymickú nomináciu vo sfére obchodných názvov je charakteristické preferovanie viackomponentových názvov s oporným anglickým pomenovaním vyjadrujúcim:

– formu podnikania: *HubO Agency s. r. o.*; *KAVE Company s. r. o.*; *ETC Corporation, s. r. o.*; *The Luxury Wellness Group s. r. o.*; *JM trust s. r. o.*;

– objekt (stredisko) podnikania: *Architect Building Center s. r. o.*; *ZAMZA CLINIC s. r. o.*; *Friends Club s. r. o.*; *river house s. r. o.*; *ONE FAMILY OFFICE SK, s. r. o.*; *Amaya Studio s. r. o.*;

¹³ Stotožňujeme sa s názorom M. Ološtiaka (2010), že v danom prípade je potrebné brať do úvahy funkčnú stránku názvu, nie jeho formálne stvárnenie.

– sféry (oblasti) podnikania,¹⁴ ako napr. (a) cestovný ruch: *Zobortravel s. r. o.*; (b) distribučná činnosť: *CEL Distribution, s. r. o.*; (c) doprava a logistika: *HuPe Trans s. r. o.*; *Loyal Track s. r. o.*; (d) energetika: *GIB EnergyX Slovakia s. r. o.*; (e) finančníctvo: *EFA United Finance s. r. o.*; *SerWis capital s. r. o.*; (f) gastro: *KM Food Service s. r. o.*; (g) informačné technológie: *BARDSOFT, s. r. o.*; *Gemini Digital s. r. o.*; (h) investičná činnosť: *Green House Invest, s. r. o.*; (i) logistika: *Origono Logistics s. r. o.*; (j) médiá: *MT Media s. r. o.*; (k) móda a dizajn: *Angel Fashion s. r. o.*; *MKA Trade & Design s. r. o.*; (l) montážne práce: *RAGA mont s. r. o.*; (m) nehnuteľnosti: *Top4 Reality s. r. o.*; *REFISTAV - REAL, s. r. o.*; *Oravia Property s. r. o.*; (n) obchodná činnosť: *BENJAN trade s. r. o.*; *eLogica trading s. r. o.*; *HYPERO Business s. r. o.*; (o) poradenská činnosť: *Danube River Consulting s. r. o.*; *SAG Advisory, s. r. o.*; *LMA-consult s. r. o.*; *IGA solutions s. r. o.*; (p) prenájom: *Keram Rent s. r. o.*; (r) riadenie a spravovanie: *HO MANAGEMENT s. r. o.*; *NextGenMarketing, s. r. o.*; (s) služby: *Lclean service s. r. o.*; (t) stavebníctvo: *JBuilding s. r. o.*; *Graphic Developments s. r. o.*; *HSMT DEVELOPMENT s. r. o.*; *R.J.A. Bau, s. r. o.*; (u) technológie: *London Capital Group Technology, s. r. o.*; (v) účtovníctvo: *L&K accounting s. r. o.*; (z) výroba: *LProduction Slovakia s. r. o.*; (ž) vzdelávanie: *Flexskill Education s. r. o.*; (x) zdravotníctvo: *P-Med, s. r. o.*; *R-DENT PE s. r. o.*; *KD Medical s. r. o.*

Výrazová kategória internacionálnosti často prechádza do výrazovej kvality kurióznosť výrazu. Prejavuje sa napríklad:

– atypickým, nezvyčajným použitím pomenovania (hovoríme o onymickom kontexte v zmysle oblasti použitia onymickej jednotky): *BLUFF s. r. o.*;

– uplatnením nečakaných a často iracionálnych spojení a kolokácií inojazyčných lexikálnych komponentov: *BLACK BEAVER s. r. o.*; *Brooklyn child s. r. o.*; *Blue Monkey Group s. r. o.*; *Creative pleasure s. r. o.*; *FrostFire s. r. o.*; *Happy Tech s. r. o.*; *IRON FOOD s. r. o.*; *KREATURA.HOUSE s. r. o.*; *Language Bakery s. r. o.*; *MAD DESIGN s. r. o.*; *Magnetic baby s. r. o.*; *SmokerDogs s. r. o.*; *Train Garden, s. r. o.*; *We take care of everything s. r. o.*; *White horse's Son s. r. o.*; *Yellow Hat Consulting s. r. o.*; *YOUR SEXAPPEAL s. r. o.*;

– uplatnením fatickej funkcie: *We & You Agency s. r. o.*; *Why Not Architecture? s. r. o.*;

– deformáciou formy spôsobenou buď zámerne, alebo neznalosťou anglického jazyka: *LADYS, s. r. o.*; *Klesik Komedya s. r. o.*; *HSG realit s. r. o.*; *Misister, s. r. o.* (≈ my sister); *Offie s. r. o.* (≈ office); *devilopment s. r. o.* (≈ development); *Parisi Management, s. r. o.* (≈ Paris); *Be Laki, s. r. o.* (≈ be lucky);

– hybridnou kombináciou slovenských a anglických lexikálnych segmentov: *bikeservis s. r. o.*; *SEVERANKA Slow Fashion, s. r. o.*; *DIPLOMATIC SLOVENSKO*

¹⁴ Vzhľadom na početnosť oporných pomenovaní každé dokladujeme len jedným príkladom.

s. r. o.; *Mlynárka Land Development s. r. o.*; *hangár drink s. r. o.*; *Teslova Residence s. r. o.*

3.6. NEKONFORMNOSŤ VÝRAZU

Nekonformnosť výrazu v zmysle odklonu a neprispôsobenosti sa zaužívaným pravidlám úzko súvisí s tvorivou improvizáciou a vynútenosťou, ktorú diktuje nekompromisný tlak legislatívy. Vizuálnu stránku logonyma tak determinuje singularita v zmysle výrazovej odchýlky. Primárne sa vzťahuje na neuzuálne alebo príznakové využívanie grafických znakov (malých a veľkých písmen), numerických znakov, interpunkčných znamienok a diakritiky. Grafické znaky sú výhradne výrazové segmenty. Sú uplatňované s intenciou (a) narušenia funkčnej odlišnosti, (b) porušenia celistvosti formy, (c) porušenia pravidiel používania interpunkčných znakov, (d) príznakového použitia numerických znakov; (e) príznakového použitia grafických znakov; (f) príznakového použitia grafém z periférie systému. Invenčne uplatnená grafika obchodných názvov reflektuje tieto prípady:

– písanie malých písmen na začiatku názvu, ktoré fakticky znamená porušenie pravidla ortografického odlišenia proprií od apelatív: *bmwines s. r. o.*; *definitive tools, s. r. o.*; *devedo s. r. o.*; *ebee s. r. o.*; *elena s. r. o.*; *erjos s. r. o.*; *fronésis s. r. o.*; *gtifab s. r. o.*; *inšpirátor s. r. o.*; *junior code s. r. o.*; *kalé s. r. o.*; *kesogroup s. r. o.*; *limetka s. r. o.*; *lotze s. r. o.*; *noou s. r. o.*; *octosport s. r. o.*; *prog miles s. r. o.*; *smartenic s. r. o.*; *unimaro s. r. o.*;

– príznakové striedanie malých a veľkých písmen, ktoré značí porušenie celistvosti formy názvu: *aNNa s. r. o.*; *blanKAPlackova s. r. o.*; *HOLDimad, s. r. o.*; *HruMI s. r. o.*; *JaHER s. r. o.*; *LeMiMa s. r. o.*; *LeTiSia s. r. o.*; *LuSmat s. r. o.*; *myBEN, s. r. o.*; *MyE s. r. o.*; *PeKaM, s. r. o.*; *TaKS Biosystem s. r. o.*; *TransporteR s. r. o.*; *VeKaPe s. r. o.*;

– elidovanie diakritických znakov, ktoré znamená porušenie pravidiel používania diakritiky (dlžňov a mäkčeňov): *buckoconstruct s. r. o.*; *Durcak Industries s. r. o.*; *vonavesviecky s. r. o.*; *VaSe Gastro s. r. o.*;

– elidovanie medzier medzi autonómnymi komponentmi kolokačnej štruktúry, ktoré naznačuje presadenie sa juxtapozičného postupu: *dokonalnýajomník s. r. o.*; *Murovanehaly s. r. o.*; *navrhbyvania s. r. o.*; *Superponuky s. r. o.*; *NightFury s. r. o.*; *BACKSLASH s. r. o.*;

– príznakové použitie numerických znakov, ktoré môže byť pozične diferencované: (a) antepozičné: *2Big, s. r. o.*; *2JO s. r. o.*; *3 bodky s. r. o.*; *3M Solutions s. r. o.*; *4 LIFE SK s. r. o.*; *4SMILE s. r. o.*; *182 PRODUCTION s. r. o.*; (b) postpozičné: *aster88 s. r. o.*; *Brat za brata 3 s. r. o.*; *BSM 108 s. r. o.*; *FC Barón 7 s. r. o.*; *LEKÁREŇ TRIO 3 s. r. o.*; *MIBO upratovanie B2, s. r. o.*; *Paradise 1981 s. r. o.*; *Phockaren R1, s. r. o.*; *RB portfolio 50 s. r. o.*; *SPB20 s. r. o.*; *STRELA 014 s. r. o.*; *TE85 s. r. o.*; *VÝ-*

VOJ 29 s. r. o.; (c) intrapozičné: *CBAM-3T s. r. o.*; *Fiat20ISK s. r. o.*; *Happiness-4Ever s. r. o.*; *L2C Ventures, s. r. o.*; *N9N s. r. o.*; *Pavlik3D s. r. o.*; *Ship2Site s. r. o.*; *T2 Real s. r. o.*; (d) kombinované: *NIC SK1 s. r. o.*; *SIGM4 s. r. o.* Numerické znaky sú inherentnou súčasťou s. r. o. ej onymickej nominácie (zmienime sa o nej neskôr). V chrématonymickej nominácii jednoznačne prevládajú arabské číslice nad rímskymi;

– príznakové použitie značky &, ktorá sa používa rovnako ako spojka *a* (a preto by sa mala písať s medzerou z ľavej i pravej strany). Pomenovanie ampersand je odvodené od výrazu „and per se and“ (t. j. „spojka a ako taká“). Používa sa výhradne intrapozične: *A & L renovácie, s. r. o.*; *A&Z Fire s. r. o.*; *B&B intermediary s. r. o.*; *BALANCE & BEAUTY COSMETICS s. r. o.*; *Bonnie&Beauty s. r. o.*; *CONS&INOV, spol. s r. o.*; *E&Econcept s. r. o.*; *Events & more s. r. o.*; *Filon&Ko s. r. o.*; *K&K Barbers s. r. o.*; *K&M Pikna s. r. o.*; *LAW&REAL ESTATE s. r. o.*; *LES & FARM PB, s. r. o.*; *Levichev p&s s. r. o.*; *M&H Log, s. r. o.*; *M&T Montage Team s. r. o.*; *NN & F-one s. r. o.*; *Peter&Co s. r. o.*; *PK & DP, s. r. o.*; *S&T Corporation s. r. o.* Značka patrí medzi neabecedné znaky, ktoré nemajú vzťah k znakom abecedy a nie sú súčasťou písma ako grafickej sústavy. Značka sa spočiatku používala výhradne v obchodných názvoch zahraničných spoločností. Nepríznakové použitie ampersandu sa spája s faktorom spoluúčasti: *Cicoň & Cicoň s. r. o.*; *Mašán & Partners s. r. o.*; *Andrea-&Partners s. r. o.*; *SPUSTA & Partners s. r. o.*; *VOLČKO & PARTNERS, s. r. o.*;

– príznakové použitie znaku + (plus), a to na vyjadrenie zlučovacieho vzťahu: *Autoslužby P+P s. r. o.*; *R + M TEAM, s. r. o.*; *V+N Holding s. r. o.*, alebo na vyjadrenie vysokej úrovne, prospešnosti danej spoločnosti: *I.B.I.+, s. r. o.*; *Sono+, s. r. o.*; *ZARIAĎ 6+ s. r. o.*;

– intrapozičné použitie bodky: *A.L.A. - IM s. r. o.*; *do.čista, s. r. o.*; *E.L.O s. r. o.*; *janstarecek.com s. r. o.*; *J.H forestry, s. r. o.*; *Kemperi.eu, s. r. o.*; *lasta.rentals, s. r. o.*; *M. L. BAGER s. r. o.*; *Š.H-s.o.s logistic s. r. o.*;

– príznakové použitie podčiarkovníka: *EkO_BaU s. r. o.*; *HIz_Invest s. r. o.*; *MED_INOV s. r. o.* Podčiarkovník nahrádza medzeru a zároveň akoby vyplňal priestor medzi susediacimi segmentmi, ktoré vizuálne oddeľuje. Grafický dizajn obchodných názvov s podčiarkovníkom ovplyvnila podoba e-mailových adries;

– príznakové použitie spojovníka patrí k najpreferovanejším interpunkčným znamienkam grafického dizajnu obchodných názvov: *elit-con s. r. o.*; *K-magic s. r. o.*; *MAZ-BAC s. r. o.*; *Palenik-KPM s. r. o.*; *SO-VA s. r. o.*; *TD-Bau s. r. o.*; *TT-SERVIS-DL, s. r. o.* Funkcia spojovníka sa uplatňuje pri posilňovaní aglutinačného syntetizmu. V obchodných názvoch sa často nesprávne oddeľuje medzerou: *ViNKA - W s. r. o.*; *RSM - Bratislava, s. r. o.*; *WORK - EU, s. r. o.*; *AP - Team s. r. o.*; *Liftext - up KE s. r. o.*;¹⁵

¹⁵ Používanie pomlčky je veľmi málo frekventované.

– príznakové použitie grafémy Y: *BP STAY*, s. r. o.; *Dayto*, s. r. o.; *Enaya*, s. r. o.; *Eurosetstroy*, s. r. o.; *JG YACHTS*, s. r. o.; *MAYA ART DESIGN*, s. r. o.; *MAYO STAV*, s. r. o.; *MINAY*, s. r. o.; *MYU*, s. r. o.; *peryna*, s. r. o. (≈ perina); *SEYTO*, s. r. o.; *Slay company*, s. r. o.; *TAYA TRADE*, s. r. o.; *VAYA*, s. r. o.; *YatenSOFT*, s. r. o.; *YAYA-RV*, s. r. o.; *YEME*, s. r. o.; *YEZI*, s. r. o.; *YM real estate*, s. r. o.; *Ynek*, s. r. o.; *Ysorta SK*, s. r. o.;

– príznakové použitie grafémy X: *CardyX spol.*, s. r. o.; *CompEDX*, s. r. o.; *Etexo Inc*, s. r. o.; *Entyx*, s. r. o.; *Impexa*, s. r. o.; *lxix*, s. r. o.; *Laudix*, s. r. o.; *LHX System*, s. r. o.; *Mexx*, s. r. o.; *Paxito*, s. r. o.; *PRAKTIX*, s. r. o.; *SVAMIS X*, s. r. o.; *Xartos BM*, s. r. o.; *Xtec*, s. r. o.; *Zolex*, s. r. o.;

– príznakové použitie grafémy q/Q: *BQ-partners*, s. r. o.; *LAMIQ*, s. r. o.; *MoniqAssets*, s. r. o.; *SQUIZZEY*, s. r. o.; *QAXAL*, s. r. o.; *qBooth*, s. r. o.; *QMS institut*, s. r. o.; *QQ SK*, s. r. o.; *QuantumEdge*, s. r. o.; *QWT*, s. r. o.; *SAMITeq*, s. r. o.;

– príznakové použitie grafémy w/W: *LKW ImeX*, s. r. o.; *STAWIVO*, s. r. o. (≈ stavivo); *SWE-TOP*, s. r. o.; *Tarawa*, s. r. o.; *Viwa Trading*, s. r. o.; *WALMIR*, s. r. o. (konateľ: Vaľa Miroslav);

– príznakové použitie replikácie (a) grafém: *B.B.B.INVEST*, s. r. o.; *JK&JK*, s. r. o.; *Jarro*, s. r. o.; *PRÍÍÍBEH*, s. r. o.; *3RRR*, s. r. o.; *STAPLE XXX*, s. r. o.; (b) slabík: *KvasKvas*, s. r. o.; *MakaMaka*, s. r. o.; *LabLab*, s. r. o.; *TUK TUK F3*, s. r. o.; *XOXO*, s. r. o.; (c) lexém: *Boyo&Boyo*, s. r. o.; *FOUR FOUR*, s. r. o.; *Walex & Walex*, s. r. o.

Nekonformnosť výrazu posúva logonymické pomenovanie na hranicu tolerovania masívnej intervencie grafických znakov a značiek a porušovania pravidiel ortografie.

3.7. KURIÓZNOSŤ VÝRAZU

Kurióznosť výrazu je výrazová kategória vyznievania, frapantnosti, ktorá ponúka moment prekvapenia. Efekt kurióznosti výrazu sa spája prevažne s kontrastným a paradoxným využitím kontextu a uplatnením plnovýznamových jazykových prostriedkov. Výsledkom je široká škála vnútorne protirečivého prelinania dvoch kvalít – zábavnosti, ktorá je spojená s ľahkosťou, nadhľadom a iskrou humoru a irónie, alebo bizarnosti, ktorá využíva čudné, zvláštne až absurdné riešenia. *Kurióznosť výrazu* sa dosahuje:

– atypickým, nezvyčajným použitím pomenovania (hovoríme o onymickom kontexte v zmysle oblasti použitia onymickej jednotky): *Holubica*, s. r. o.; *Lakomec*, s. r. o.; *Lišiak*, s. r. o.; *Násada*, s. r. o.; *Migrant.sk*, s. r. o.; *motak*, s. r. o.; *Rarita*, s. r. o.; *stegosaurus*, s. r. o.; *škandál*, s. r. o.; *Testament*, s. r. o.;

– uplatnením deminutívnych derivačných slovtvorných prostriedkov: *Bambinko*, s. r. o.; *faktúrkovo*, s. r. o.; *Labka*, s. r. o.; *Ozdôbka*, s. r. o.; *Štampička*, s. r. o.; *Picúrka*, s. r. o.; *Kafičkáraň*, s. r. o.; *SMEJLINKA*, s. r. o.; *ŽBLNKY*, s. r. o.;

– uplatnením jediného morfológického tvaru z paradigmy slovesa, substantíva alebo adjektíva: *Horiet' s. r. o.*; *Nešpekuluj, s. r. o.*; *Ochutnaj s. r. o.*; *Ozajstná s. r. o.*; *Rentuj s. r. o.*; *NabilSom s. r. o.*; *Gentlemanom s. r. o.*;

– uplatnením nečakaných až iracionálnych kolokácií reflektujúcich narušenie logickej súdržnosti a obsahovej kompatibility lexikálnych komponentov: *Deti v sieťi s. r. o.*; *HURA MANAGEMENT s. r. o.*; *Tréner ľudí s. r. o.*; *Záhrady NASILU s. r. o.*; *Pivný raj, s. r. o.*; *Potraviny Trinástka, s. r. o.*; *Mozgová Atletika s. r. o.*; *Ženy sú SEJF s. r. o.*; *doktor pes, s. r. o.*; *HODINOVÁ MANŽELKA s. r. o.*; *JC JAZYČNICE s. r. o.*; *Láskavé šestonedelie s. r. o.* Rozloženie lexikálnych jednotiek je neprediktabilné;

– uplatnením fatickej funkcie evokujúcej pocit spolupatričnosti: *Počúvaš ma s. r. o.*; *Tvoja muzika s. r. o.*; *Partner pre Teba s. r. o.*; *Pracuj a Uživaj - Consulting s. r. o.*; *Rozhýb Biznis s. r. o.*; *spoločne k úspechu s. r. o.*; *simoj s. r. o.* (≈ si môj); *VIEME ČO JEME s. r. o.*; *KLAPNE TO s. r. o.*;

– onymizáciou lexikalizovaných a frazeologizovaných spojení: *Limited Edition s. r. o.*; *non plus ultra s. r. o.*;

– svojvoľnou deformáciou formy: *Autovis s. r. o.* (≈ autoservis); *blbyobchod s. r. o.* (≈ blbý obchod); *bocyan s. r. o.* (≈ bocian); *Dinamika s. r. o.* (≈ Dynamika); *FYZIOVET SLIAČ, s. r. o.* (≈ fyziosvet); *HNL SHARK s. r. o.* (≈ NHL); *Chameleoon, s. r. o.* (≈ Chameleón); *P3M Consulting, s. r. o.* (≈ MP3); *Stratéga, s. r. o.* (≈ stratégia); *ÚČTUJ.M s. r. o.* (≈ ÚČTUJEM);

– uplatnením jazykovej hry s formou názvu: *Dovolienka s. r. o.*; *LU&TO, s. r. o.*; *UDRŽATELNÔ s. r. o.*

Výrazovú kvalitu kurióznosti sprevádza sugestívnosť výrazu v zmysle výraznosti, markantnosti, nápadnosti. Vystupňovaná sugestívnosť prechádza do expresívnosti. Kurióznosť výrazu je zrejme výsledkom cielenej, ale aj nechcenej evokatívnosti a provokatívnosti. Výrazová kvalita kurióznosti má tendenciu posilňovať aspekt anomálnosti.

4. PREFEROVANÉ POSTUPY V CHRÉMATONYMICKEJ NOMINÁCII

Obchodný názov sa prirodzene zapája do pomenúvacích procesov jednak ako výsledok nominačného vzťahu a procesu (tu uvažujeme o bežnej propriálnej nominácii) a jednak ako východisko nominačného vzťahu (tu uvažujeme o transonymickej nominácii).

Rozhodujúcim faktorom chrématonymických nominácií je funkčnosť obchodných názvov. Všetky názvy sú výsledkom individuálneho aktu jednotlivca. Vymýšľanie originálnych názvov predstavuje problém. Expedient ho rieši v situácii, ktorú možno označiť ako problémová, kritická situácia. V. Krupa (1990, s. 41)

problémové situácie charakterizuje ako také riešenia problému, „v ktorých si nevystačíme s inak užitočnými, ale konvenčnými, stereotypnými riešeniami a musíme sa spoľahnúť na vlastnú invenciu“. Pri chrématonymickej nominácii totiž chýba moment spoločenskej záväznosti a konvencionalizovanosti narábania s jazykovými prostriedkami. Porušovanie pomerne voľných, probabilisticky definovaných pravidiel nemá žiadne dôsledky na úspešnosť nominácie. Dôležitá je právna akceptabilita názvu, ktorú z jazykového hľadiska zabezpečuje dodatok (porov. útvorovosť výrazu). Variabilné časti sú voľnou improvizáciou neraz hraničiacou so svojvôľou až excesom.

4.1. POSTUPY FRAPANTNEJ PROPRIÁLNEJ NOMINÁCIE

Preferovanými postupmi chrématonymickej nominácie sú postupy, ktoré spejú k signifikantnému posilneniu výrazovej odlišnosti. Výsledkom sú výrazy, ktoré disponujú vedľajším prekvapujúcim účinkom a spravidla rozvíjajú výrazové kvality kurióznosti a nekonformnosti. Ukazuje sa, že frapantná stránka pomenovania úzko súvisí s postupmi simplifikácie, amplifikácie a kumulácie a s neuuzuálnym alebo príznakovým využívaním grafických a numerických znakov, interpunkčných znamienok a diakritiky.

Simplifikácia vedie k lexikálno-syntaktickému a aglutinačnému syntetizmu: (a) lexikálno-syntaktický syntetizmus sa dosahuje elidovaním medzier v slovných spojeniach: *Dajbog 2*, s. r. o.; *drevodrevene* s. r. o.; *ŠkolaMatiky* s. r. o.; *JanovDom* s. r. o.; (b) aglutinačný syntetizmus značí spájanie minimálne dvoch segmentov na úrovni skratiek, značkových slov alebo slabík: *KváskoPek*, s. r. o.; *romoko* s. r. o.; *SiMarMax*, s. r. o.; *PS-DEV* s. r. o.; *RE-MI* s. r. o.; *En&Kim spol.* s. r. o. Zmenou voľných segmentov na viazané sa docieľuje atektonické usporiadanie názvu.

Amplifikácia umožňuje vytvárať prevažne dvojčlenné, vzájomne málo pravdepodobné, zoskupenia apelatív, ktoré sa transpozíciou menia na dispozičné pomenovacie jednotky (Dolník 1997): *Zlaté vajička*, s. r. o.; *Mini svet detí*, s. r. o.; *Statok na Výšinách* s. r. o.; *Dosť Dobré* s. r. o.; *V korunách stromov* s. r. o.; *V kolobehu s prírodou* s. r. o.; *Ako LUSK* s. r. o.; *Spokojná v práci*, s. r. o.; *Pohrebniectvo Večný sen*, s. r. o.

Kumulácia znamená nakopenie, zmnožovanie troch a viac grafém, ktoré vytvárajú grafematické zoskupenia (kumuláty): *ABCD* s. r. o.; *GHW* s. r. o.; *GLSI* s. r. o.; *RAMI* s. r. o.; *TLT* s. r. o. Často sú inšpirované grafémami rodných mien a priezvisk spoločníkov a konateľov spoločnosti. Od recipienta si nevyžadujú dešifrovanie.

Výsledkom frapantnej propriálnej nominácie sú názvy, ktoré upútavajú buď formou, alebo obsahom. Postupy frapantnej nominácie umožňujú integrovať prvky, ktoré sa vymykajú zo vzťahov štruktúry (entropické, neorganizované, „nezvládnuté prvky“) (Miko – Popovič 1978, s. 213).

4.2. POSTUPY GRAFEMATICKEJ AUTONOMIZÁCIE

Mimoriadne produktívnym a jedinečným spôsobom tvorenia obchodných názvov je predsúvanie grafémy alebo zoskupenia grafém na začiatok názvu. Grafémy a zoskupenia grafém sa tým zhodnocujú a nadobúdajú funkciu etablovaných a aktívnych komponentov propriálnej nominácie. Výsledný dizajn logonyma závisí od spôsobu pripojenia grafémy/grafematického zoskupenia k opornému lexikálnemu prostriedku. Mnohopočetná existencia mien nás oprávňuje domnievať sa, že sa opakovane používajú tri spôsoby pripojenia: s medzerou, so spojovníkom a bez medzery. Porov.:

– pripojenie s medzerou: (a) grafémy: *K company s. r. o.*; *V LOT s. r. o.*; *MBAU TECH s. r. o.*; *M Reality Development s. r. o.*; (b) grafematického zoskupenia: *DS Psychology s. r. o.*; *MM Flora, s. r. o.*; *DD Car sell s. r. o.*; *YM real estate s. r. o.*; *NLT Elektro s. r. o.*; *SWD Management s. r. o.*; *ZZZ Tennis s. r. o.*; *EFA United Elite s. r. o.*;

– pripojenie so spojovníkom: (a) grafémy: *K-strechy, s. r. o.*; *M-doprava, s. r. o.*; *D-Five company s. r. o.*; *Z-Take agency s. r. o.*; (b) grafematického zoskupenia: *AS-Metal, s. r. o.*; *LH-Art, s. r. o.*; *RT-Homola s. r. o.*; *VO-TOR SK s. r. o.*; *AVA-EKON. s. r. o.*; *BMG-GASTRO, s. r. o.*; *LMD-Team s. r. o.*; *REM-build s. r. o.*;

– pripojenie bez medzery: (a) grafémy: *iSTOLÁRI, s. r. o.*; *Xtours s. r. o.*; *eLogica certification s. r. o.*; *iECOS SK, s. r. o.*; (b) grafematického zoskupenia: *bmwines s. r. o.*; *PRsoft, s. r. o.*; *elSoftDigital s. r. o.*; *LKLIVING FOREST s. r. o.*; *KriSoft s. r. o.*; *TolTech s. r. o.*; *VNBBAU s. r. o.*; *ZanDental Care, s. r. o.*

Uplatnenie spojovníka a eliminácia medzery rezultuje jednoliatosť a celistosť tvaru a posilňuje tendenciu upevňovať atektonickosť a súdržnosť (kohéznosť) obchodného názvu.

4.3. POSTUPY TRANSONYMICKEJ NOMINÁCIE

Transonymické pomenúvanie značí prechod propria z jednej triedy do druhej. Transonymická nominácia (proprium → proprium) ma replikačnú podstatu – vzniká nové propriálne pomenovanie bez zmeny formy. Do triedy logoným tak nanovo vstupujú antroponymá a toponymá, ktoré v dôsledku transpozície menia kategoriálny význam a funkciu. V preferenčnej zóne transonymickej nominácie sa vyskytujú antroponymá vzťahujúce sa na podnikateľské subjekty, toponymá s referenciou na mesto, štát, resp. úniu alebo ulicu. Antroponymá a toponymá prezentujú tzv. čistú transpozíciu (porov. Ološtiak 2018; Ivanová 2023):

– antroponymá: (a) priezvisko: *Bartson s. r. o.*; *Dančeková s. r. o.*; *Grnko s. r. o.*; *Kemenský s. r. o.*; *Kovacs, s. r. o.*; *Krausko s. r. o.*; *Kušnír s. r. o.*; *RÁKOŠ s. r. o.*; (b) rodné meno + priezvisko: *Vladimír Ďurina s. r. o.*; *Jozef Korenko s. r. o.*;

IHOR KUZNETSOV s. r. o.; *Ján Lipovský s. r. o.*; *Michal Pándy s. r. o.*; (c) priezvisko + rodné meno: *Cerovský Michal s. r. o.*; *Černý Jaroslav s. r. o.*; *Köteles Mikuláš s. r. o.*; *Zavod'an Vlastimil, s. r. o.*;

– toponymá: *FARSKÁ, s. r. o.*; *Výsehradna s. r. o.*

Kombinovaním antroponým a toponým s apelatívnymi pomenovaniami sa zvyšuje formálna a obsahová rozčlenenosť a mení sa tektonika obchodného názvu. V preferenčnej zóne všeobecných mien sú apelatíva s významom: (a) sféry (oblasti) podnikania (*doprava, gastro, obchod, pohrebníctvo, poradenstvo, reality, rehabilitácia, sklenárstvo, služby, stavby, taxi, účtovníctvo, zberné suroviny*); (b) predmetu podnikania (*agrotechnika, autodiely, stavebné rezivo, výťahy*); (c) formy podnikania (*holding, sociálny podnik*); (d) objektu (miesta) podnikania (*boutique, farma, galéria, chata, kaštieľ, penzión, rezidencia, salaš, salón, servis*). Apelatívne pomenovania využívajú výrazové prostriedky domáceho jazykového fondu a cudzojazyčných fondov:

– antroponymá v kombinácii s apelatívmi: (a) priezvisko + apelatívum: *Molnár Mobility s. r. o.*; *MIKA Stavby, s. r. o.*; *Szabo agrotechnika, spol. s r. o.*; *SLAVICEK Finance s. r. o.*; (b) rodné meno + priezvisko + apelatívne pomenovanie: *Jaroslav Babušiak Sklenárstvo, s. r. o.*; *Jozef Nichta - CAR TAXI s. r. o.*; *Tibor Tomčík-obchod, s. r. o.*; (c) rodné meno + apelatívne pomenovanie: *Mária nábytok s. r. o.*; (d) apelatívne pomenovanie + rodné meno: *Kominár Matej s. r. o.*; *Akadémia Alexandra s. r. o.*; (e) apelatívne pomenovanie + priezvisko: *Strechy Mano s. r. o.*; *Víno Čapičik, s. r. o.*; *AUTOŠKOLA PAVÚK s. r. o.*; *Pohrebníctvo KYJOVSKÝ, s. r. o.*; *Gazdovstvo u Gálisa s. r. o.*; (f) apelatívne pomenovanie + rodné meno + priezvisko: *Advokátska kancelária Tomáš Timoranský s. r. o.*; *Studio Lubi-ca Segečová s. r. o.*;

– toponymá v kombinácii s apelatívmi: (a) toponymum + apelatívne pomenovanie: *EUROPA Car, s. r. o.*; *EUROPE MONT s. r. o.*; *Tatras Sport, s. r. o.*; *TATRY AGRO, s. r. o.*; *Brusno residence s. r. o.*; *Tatry job group s. r. o.*; (b) apelatívne pomenovanie + toponymum: *Top-Strechy Slovakia s. r. o.*; *Správa bytov BB s. r. o.*; *Sociálny podnik Nitrianskeho samosprávneho kraja, s. r. o.*; *SPRÁVA MESTSKÉHO MAJETKU GALANTA, s. r. o.*; *Chaty Podbanské s. r. o.*; *HRADBY ŠARIŠ, s. r. o.*; *Penzión pri kaštieli, Rusovce s. r. o.* Zo syntaktického hľadiska toponymum má formu nezhodného prívlastku s funkciou identifikačného substantívneho atribútu.

Transonymickú nomináciu rozvíjajú aj iné vlastné mená v kombinácii s apelatívmi: (a) apelatívne pomenovanie + oronymum (t. j. vlastné meno fyzickogeografického objektu, porov. Majtán 1979): *Rezidencia Pavlova Hora, s. r. o.*; (b) apelatívne pomenovanie + choronymum (t. j. vlastné meno územia, oblasti, porov. Majtán 1979): *Montáže Zemplín s. r. o.*

Transonymická nominácia má metonymické pozadie. Spočíva na kontiguíte typu *posesor* ↔ *posum* (*Jablonický*: majiteľ ↔ *Jablonický* s. r. o.: spoločnosť) a *časť* ↔ *celok* (*Penzión Chopok*, s. r. o. ↔ *penzión*).¹⁶

4.4. POSTUPY SÉRIOVEJ ONYMICKEJ NOMINÁCIE

Postupy s. r. o. ej onymickej nominácie sú postupmi nahrádzania tzv. „prázdnych mien“, resp. „prázdnych výrazov“ (porov. Zouhar 2023), t. j. tých singulárnych, resp. individuových výrazov, ktoré (v dôsledku zániku spoločnosti) nemajú žiadny referent. Pripomínajú rezignáciu na invenčne jedinečnú podobu logonyma. To znamená, že nový názov vzniká obmenou už existujúceho logonyma a je definovaný pozíciou v pomyselných sérii. Typickým znakom s. r. o. ej onymickej nominácie je tvorenie analogických reťazcov, pokračovaní v sérii s obmieňaním istého komponentu. Intenciou s. r. o. ej onymickej nominácie je zachovanie imidžu tvorenia akoby nových a autonómnych názvov. Rozlišuje sa explicitné a skryté obmieňanie.

Explicitné obmieňanie sa realizuje prostredníctvom numerických znakov: *Dostupné bývanie Nitra I* s. r. o.; *Dostupné bývanie Nitra II* s. r. o.; *S918 trade* s. r. o.; *S919 trade* s. r. o.; *S920 trade* s. r. o.; *S921 trade* s. r. o.; *0100 SPV I* s. r. o.; *0100 SPV II* s. r. o.; *0100 SPV III* s. r. o. Numerický znak jednoznačne signalizuje umiestnenie názvu v sérii. Rozlišujú sa série od dvoch po mnohopočetné pokračovania: *HABILIS (SPV 1)*, s. r. o.; *HABILIS (SPV 2)*, s. r. o.; *RADO Reality BA V* s. r. o.; *RADO Reality BA VI* s. r. o.; *RB portfolio 59* s. r. o.; *RB portfolio 60* s. r. o.; *S916 trade* s. r. o.; *S917 trade* s. r. o.; *EC PH 06*, s. r. o. – *EC PH 10*, s. r. o.; *MKLL 101* s. r. o. – *MKLL 106* s. r. o.; *KASTON A546*, s. r. o. – *KASTON A565*, s. r. o.; *7-KE-1* s. r. o. – *7-KE-15* s. r. o. Vysoký počet pokračovaní má spoločnosť AKORA (od *AKORA 332* s. r. o. po *AKORA 364* s. r. o.).¹⁷ Rekordmanom je spoločnosť *BENU 10*, s. r. o. – *BENU 152*, s. r. o.

Skryté obmieňanie sa realizuje pomocou výmeny: (a) grafematických zoskupení: *SKYXX* s. r. o.; *SKYY* s. r. o.; *TUreality DK* s. r. o.; *TUreality HE* s. r. o.; *TUreality DT* s. r. o.; *TUreality ML* s. r. o.; *TUreality SO* s. r. o.; *lava.GFX* s. r. o.; *lava.TECH* s. r. o.; *lava.TEX* s. r. o.;¹⁸ *Transtact* s. r. o.; *Transpeer* s. r. o.; *Transdoer* s. r. o.; (b) antroponým: *Obert Welding plus*, s. r. o.; *Rezsöfi Welding plus*, s. r. o.; *Rezsöfi Welding*, s. r. o.; *Maczák Welding*, s. r. o.

Skrytá s. r. o. á onymická nominácia súvisí s faktorom vzťahu pôvodného a súčasného názvu, vzťahom zmysluprázdného a zmysluplného názvu. Dokazuje, že mnohé obchodné názvy nie sú prvotinami, ale pokračujú v modifikovanej podobe

¹⁶ Podrobnejší výklad metonymického pozadia pri transonymickom pomenovaní nachádzame v štúdiu M. Ivanovej (2023).

¹⁷ Údaj je k 25. januáru 2024.

¹⁸ lava (≈ prvé slabiky rodného mena a priezviska).

v nástupníckej línii. Napríklad obchodný názov *ELLE ESSE SERVIZI s. r. o.* je nástupcom spoločnosti *ELLE ESSE s. r. o.*, obchodnému názvu *Nora Kakos s. r. o.* predchádzali *VÍNO - NORA s. r. o.* → *NORA Slovakia s. r. o.* Do nového názvu z pôvodných pomenovaní prešiel segment *Nora*, ktorý bol doplnený priezviskom konateľa v podobe bez interpunkčných znamienok *Kakos* (≈ Kákoš). Podobne: *Veve Design, s. r. o.* → *VEVE DESIGN s. r. o.* → *vewedesign s. r. o.*; *M-Company s. r. o.* → *M Company SK s. r. o.*

Sériová onymická nominácia funguje ako rozšírená reprodukcia. Sériovosť výrazu znamená opakovanie, zreťazenie, následné usporiadanie, postupnosť, súslednosť, sukcesívnosť, reprodukovanosť. Sériovosť výrazu, ktorá spravdila podporuje systémovú pravidelnosť, v prípade onymickej nominácie je protirečivým javom. V istom zmysle je manipulačnou technikou a rafinovaným spôsobom podšúvania, manipulovania s „jedinečnosťou“ formy. Inými slovami – ide o premyslený spôsob, ako zmeniť dizajn obchodného názvu pomocou obmieňania jeho komponentov.

6. ZÁVER

Obchodné názvy tvoria otvorenú databázu proprií s funkciou dôslednej individualizácie a diferenciacie. Predstavujú mnohopočetný, konštrukčne a sémanticky mimoriadne variabilný a heterogénny súbor. Sú svedectvom aktuálnej jazykovej praxe bežného používateľa slovenského jazyka, ktorú vďaka novým technológiám možno sledovať na dennodennej báze. Potvrdzujú, že chrématonymická nominácia je nástrojom idiosynkrázie a expresivizácie jazyka, ukázkou schopností človeka neustále hľadať alternatívne riešenia a vytvárať výrazy individuálnej suverenity a autenticity. Sú ukázkou vynúteného tvorivého narábania s jazykovými prostriedkami, ktoré nie je objektívne limitované ničím okrem požiadavky singularnosti a jedinečnosti. Obchodné názvy atakujú oblasť jazykovej kultúry. Pri vytváraní dizajnu nových názvov je akoby dovolené narúšať normatívnosť jazyka a prekračovať hranice tradičnej ortografie a logiky (napr. svojvoľné nepísanie čiarky pred skrátenými dodatkami za názvom spoločnosti). Rezultátom toho je neraz nesúladný celok disharmonických prvkov, ktorý vzniká v dôsledku simplifikácie, amplifikácie a kumulácie a tiež hybridizácie domácich a cudzích jazykových prostriedkov. Vznikajú „zlepence“ heterogénnych a nesúrodých fragmentov znižujúcich zrozumiteľnosť výrazu. Je preto prirodzené, že početnú skupinu obchodných názvov v databáze predstavujú obsahovo neidentifikovateľné názvy. Tvoria „čiernu skrinku“ exemplárov, ktoré okrem skratky právnej formy neimplikujú žiadne informácie o označovanom objekte. Z pohľadu produkcie sú obchodné názvy tvorené s marginalizovanou komunikačnou intenciou a empatiou. Väčšina názvov je vo sfére šífier s minimalizovanou vecnovýznamovou dimenziou. Z po-

hľadu recepcie väčšina obchodných názvov nemá anticipačný, proairetický charakter, neuľahčujú sémantickú prediktabilitu, ktorá je predpokladom nielen apercepčnej, ale aj reflexívnej zrozumiteľnosti. Fungovanie týchto znakových výrazov si nevyžaduje poznanie a chápanie súvislostí a významových vzťahov k asociovaným entitám. Obchodné názvy sú reálne názvy, ktoré sú riadené pragmatikou a ktoré spája princíp ekvifinality – všeobecná vlastnosť otvorených systémov smerujúcich k dosiahnutiu rovnakého výsledku z rôznych východiskových pozícií a prostredníctvom rôznych spôsobov.

Literatúra

- BIELIK, L. – HALAS, J. – HANZEL, I. – KOSTEREC, M. – MARKO, V. – ZOUHAR, M. (2016): *Slovník metodologických pojmov*. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave.
- ČERMÁK, F. (2010): *Lexikon a sémantika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- DANEŠ, F. (1967): O pojmu „jazykový prostředek“. In: *Slovo a slovesnost*, 28/4, 341 – 349.
- DOLNÍK, J. (1997): Jazykové principy vo výstavbe frazém. In: Ďurčo, P. (ed.): *Frazeologické štúdie II*. Bratislava: Esprima, 36 – 44.
- DOLNÍK, J. (2013): *Všeobecná jazykoveda. Opis a vysvetľovanie jazyka*. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV.
- DOLNÍK, J. (2023): Jazyková sebarealizácia. In: *Jazykovedný časopis*, 74/2, 421 – 438.
- GAVUROVÁ, M. (2013): *Skratka ako lexéma (abreviačná motivácia v lexike)*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove.
- HORECKÝ, J. (1994): Logonomastika ako onomastická disciplína. In: Krošláková, E. (ed.): *11. slovenská onomastická konferencia. Zborník referátov*. Bratislava – Nitra: Jazykovedný ústav Ľ. Štúra SAV – Vysoká škola pedagogická, 76 – 80.
- HORECKÝ, J. – BUZÁSSYOVÁ, K. – BOSÁK, J. a kol. (1989): *Dynamika slovnej zásoby súčasnej slovenčiny*. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV.
- IMRICHOVÁ, M. (2002): *Logonymá v systéme slovenčiny*. Prešov: Prešovská univerzita.
- IMRICHOVÁ, M. (2012): Podoby a dôsledky transonymizačného procesu pri logonymách. In: Ološtiak, M. (ed.): *Jednotlivé a všeobecné v onomastike. 18. slovenská onomastická konferencia*. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove, 32 – 39.
- IVANOVÁ, M. (2023): Stouni, Doorsovia, Velveti. Životné substantívne formy pomenovaní hudobných skupín a ich významy na metonymickom kontinuu. In: *Jazykovedný časopis*, 74/2, 627 – 644.
- KAČALA, J. (1998): *Syntaktický systém jazyka*. Pezinok: Formát.
- KNAPPOVÁ, M. (2017): Obchodní jméno. In: Karlík, P. – Nekula, M. – Pleskalová, J. (eds.): *CzechEncy – Nový encyklopedický slovník češtiny*. Dostupné na: https://www.czechency.org/slovník/OBCHODNÍ_JMÉNO (cit. 10. 12. 2023).
- KRUPA, V. (1990): *Metafora na rozhraní vedeckých disciplín*. Bratislava: Tatran.
- MAJTÁN, M. (1979): Onomastické termíny podľa objektov pomenovaných vlastnými menami. In: *Kultúra slova*, 13/5, 153 – 159.
- MAJTÁN, M. (1989): Klasifikácia chrématonymie. In: Šrámek, R. – Kuba, L. (eds.): *Chrématonyma z hľadiska teórie a praxe. Sborník z 3. celostátního semináře „Onomastika a škola“*. Brno: Onomastická komise ČSAV – Slovenská onomastická komisia ČSAV – Pedagogická fakulta v Ústí nad Labem – Ústav pro jazyk český ČSAV, 7 – 13.
- MIKO, F. – POPOVIČ, A. (1978): *Tvorba a recepcia*. Bratislava: Tatran.
- MÚČSKOVÁ, G. (2023): „My“ a „oni“ v lingvistickom konštruovaní obrazu jazyka (alebo reflexia laikov v slovenskej lingvistiky). In: *Jazykovedný časopis*, 74/2, 661 – 690.

- OLOŠTIAK, M. (2010): Niekoľko poznámok o vzťahu onymickej a frazeologickej motivácie. In: *Acta onomastica*, 51/2, 517 – 530.
- OLOŠTIAK, M. (2018): *Onymická a deonymická nominácia*. Prešov: Filozofická fakulta Prešovskej univerzity v Prešove.
- OLOŠTIAK, M. – IVANOVÁ, M. (2013): *Kapitoly z lexikológie (lexikálna syntagmatika a viacsovné pomenovania)*. Prešov: Filozofická Fakulta Prešovskej univerzity.
- PLESKALOVÁ, J. (2017): Transonymizace. In: Karlík, P. – Nekula, M. – Pleskalová, J. (eds.): *Czech-Ency – Nový encyklopedický slovník češtiny*. Dostupné na: <https://www.czechency.org/slovník/TRANSONYMIZACE> (cit. 8. 1. 2023).
- PLESNÍK, E. a kol. (2008): *Tezaurus estetických výrazových kvalit*. Nitra: Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.
- PULČÁR, V. (2007): K formálnej stránke ruských ergoným. In: Richterek, O. (ed.): *Dialog kultur IV. Sborník příspěvků z mezinárodní vědecké konference pořádané ve spolupráci se Společností Francka Wollmana při FF MU v Brně a Českou asociací rusistů*. Hradec Králové 23. – 24. 1. 2007. Ústí nad Orlicí: Oftis, 151 – 155.
- PULČÁR, V. (2008): Spôsoby tvorenia ruských logoným. In: Gálisová, A. – Chomová, A. (eds.): *VARIA XV. Zborník materiálov z XV. kolokvia mladých jazykovedcov*. Banská Bystrica: UMB, 471 – 478.
- SOKOLOVÁ, J. – SOKOL, A. (2022): Status lingvistických premenných v metodológii analýz textu. (Náhľad do pomenovacích databáz slovenčiny). In: *Slavica Slovaca*, 57/2, 137 – 148.
- ŠIMKOVÁ, M. (2006): Jazyková jednotka. In: *Výberový slovník termínov z počítačovej a korpusovej lingvistiky*. Dostupné na: <https://docplayer.cz/105183454-Vyberovy-slovník-termínov-z-pocitacovej-a-korpusovej-lingvistiky.html> (cit. 22. 7. 2022).
- ŠRÁMEK, R. (1999): *Úvod do obecné onomastiky*. Brno: Masarykova univerzita.
- ZOUHAR, M. (2023): Nepriama indexická identifikácia. In: *Jazykovedný časopis*, 74/2, 439 – 458.

Internetové zdroje

^[1] <https://finstat.sk/databaza-firiem-organizacii> (cit. november 2023 – január 2024).

^[2] *Obchodný zákonník*. Zákon 513 Z. z. Slovenskej republiky. Dostupné na: slov-lex.sk/static/pdf/1991/513/ZZ_1991_513_20230622.pdf (cit. 30. 1. 2024).

Jana Sokolová

*Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta
Štefánikova 67, 949 01 Nitra
E-mail: jsokolova@ukf.sk
ORCID: 0000-0003-2227-9447*

Vlastimil Pulčár

*Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Filozofická fakulta
Štefánikova 67, 949 01 Nitra
E-mail: vpulcar@ukf.sk
ORCID: 0000-0002-5433-6832*