

Lenka G a r a n ě o v s k á (Banská Bystrica)

MODELOVÉ POŇATIE PRAGMATONÝM

V tradičnom trichotomicom chápaní sa na základe rôznych druhov onymických objektov vymedzujú 3 základné skupiny vlastných mien, a to **bionymá** (vlastné mená živých bytostí a tvorov považovaných za živé), **geonymá** (zemepisné vlastné mená) a **chrématonymá** (mená neživých objektov, javov a skutočností, ktoré vznikli ľudskou /spoločenskou, kultúrnou a výrobnou/ činnosťou) (Blanár, 1996, s. 26; Šrámek, 1999, s. 16).

V minulosti sa na slovenskej onomastickej pôde kládol veľký dôraz najmä na spracovanie antroponymie a toponymie, kým chrématonymia ostávala pomerne dlhý čas v úzadí. Chrématonymá predstavujú rozmanitý a početný onymický materiál, pre ktorý je príznačná vývojová dynamickosť, t. j. chrématonymá majú krátke trvanie, v porovnaní s ostatnými základnými skupinami proprií zanikajú v pomerne krátkych časových intervaloch.

Problematiku chrématoným možno aj napriek spomínanej skutočnosti označiť za aktuálnu. Chrématonymá sú každodennou súčasťou života človeka, ktorý si ich propriálnosť často ani neuvedomuje, pripisuje im skôr apelatívny charakter, ale v skutočnosti patria k propriám, resp. na ich perifériu. Ako už viackrát upozorňovali významní slovenskí bádatelia (V. Blanár /1996/ a M. Majtán /2007/), treba rozvíjať výskum v oblasti chrématonomastiky. Stav chrématonomastického výskumu na Slovensku nie je porovnateľný so stavom bádania v oblasti antroponomastiky a toponomastiky, ale ani s úrovňou chrématonomastického výskumu v zahraničí.

Predmet nášho výskumného záujmu tvoria chrématonymá, presnejšie jedna ich trieda, a to **pragmatonymá**, čiže názvy sériovo vyrábaných produktov. Výskum je zameraný na mimojazykovú (obsahovú, designatívnu) stránku pragmatoným z oblasti mliekarenského priemyslu na Slovensku. Doposiaľ sa u nás tejto problematike nevenovala takmer žiadna pozornosť. Sporadicky sa prejavovaný záujem o uvedenú oblasť pragmatoným manifestoval v českej onomastike, a to v niekoľkých čiastkových štúdiách (pozri napr. Honl, 1966; Michálková, 2001). Materiálové východisko našej práce zahŕňa 1 250 pragmatoným,¹⁾ ktoré predstavujú vyčerpávajúci onymický materiál zastúpený 31 mliekarenskými spoločnosťami so sídlom na Slovensku. Pre prehľadnosť ich uvádzame v abecednom poradí: *AGROFARMA, spol. s r.o.*, Červený Kameň; *Agro Tami, a. s.*, Nitra; *Bryndziareň a syráreň, s. r. o.*, Zvolenská Slatina; *Daniela Gašperová*, Stankovany; *DANONE, s. r. o.*; *Dušan Lupták*, Zázrivá; *EURO-MILK, a. s.*,

¹⁾ Pragmatonymá uvádzame v ich autentickej podobe, ktorá sa často vyznačuje aj ortografickými chybami.

Veľký Meder; *Gemerská mliekareň, s. r. o.*; *Hornotoryská mliekareň*, Lipany; *Humenská mliekareň, a. s.*; *Koliba – Mliekareň Hriňová*; *Levické mliekarne, a. s.*; *Liptovská mliekareň, a. s.*; *Milex Galanta, a. s.*; *Milk Agro, s. r. o.*, Prešov; *MILSY, a. s.*, Bánovce nad Bebravou; *Mliekareň Kopanice Selce, s. r. o.*; *Mliekareň Senoble Slovakia*, Zvolen; *Mliekareň Svrčinovec*; *NIKA, spol. s r. o.*, Považská Bystrica; *NIKOS, s. r. o.*, Čadca; *Rajo, a. s.*, Bratislava; *Roľnícke družstvo Bijacovce, Salaš Krajinka*, Černová; *Senická mliekareň, a. s.*; *Syráreň Bel Slovensko, a. s.*; *SYRMIX, Zázrivá*; *SYREX, Zázrivá*; *Tatranská mliekareň, a. s.*, Kežmarok; *TOMAR*, Rabča a *Tvrdošínska mliekareň, s. r. o.*

Teoreticko-metodologické východiská pre modelové poňatie pragmatoným

Pri analýze pragmatoným vychádzame z doterajšieho teoretického bádania v oblasti modelovania. Treba zdôrazniť, že modelová teória sa uplatňovala výhradne v antroponymii a toponymii. Chrématonymia sa dlho považovala za akúsi trinástu komnatu, a to nielen na domácej onomastickej pôde, ale aj v zahraničí, čo súvisí s početným a veľmi rôznorodým súborom pomenovaní. Tému o možnosti aplikácie spomínanej teórie modelovania proprií v oblasti chrématonymie prezentuje P. Mitter (2003, s. 48), ktorý tvrdí, že vzťahové modely využívané doposiaľ v toponymii nachádzajú svoje uplatnenie aj v logonymách, čo manifestoval na názvoch reštaurácií z okresu Ústí nad Labem.

Naším zámerom je poukázať na životaschopnosť a relatívnu univerzálnosť modelovej teórie z oblasti toponymie, resp. možnosť jej aplikácie s istým stupňom modifikácie v oblasti chrématonymie, konkrétne v triede pragmatoným, samozrejme so zdôraznením špecifických rozdielov.

Modelové poňatie pomenovacieho aktu uplatnil v onymii po prvýkrát V. Blanár (1945, citované podľa Pleskalová, 1992, s. 15), a to konkrétne v oblasti antroponým. K priekopníkom v tzv. modelovaní, resp. v modelovej teórii českej toponymie patria R. Šrámek (1972) a J. Pleskalová (1976). Uvedení autori sa venovali spoločnej triede proprií, konkrétne toponymám, avšak s jedným hlavným rozdielom. Kým R. Šrámek uplatňoval toponymické modelovanie na báze ojkonymického materiálu, J. Pleskalová sa venovala problematike utvárania modelov na základe anojkonymického materiálu.

Termín **model** (osobných mien) používa V. Blanár (2008, s. 39) od roku 1966. Pod pojmom model rozumie R. Šrámek (1972, s. 307) „typ pojmenovávacieho a slovotvorného aktu, podle něhož jména v toponymii a v jazyce vůbec existují, nově vznikají a podle něhož jsou uživatelé jazyka chápaná“. Ako možno vyvodíť z uvedenej definície, do popredia onymickej analýzy vstupujú dva druhy modelov.

Základným determinantom pre vznik propria je spoločenská potreba spočívajúca v pomenovaní istého onymického objektu prostredníctvom propria. Vzťah medzi denotátom (onymickým objektom) a jeho pomenovaním (samotným propriom) sa utvára na základe konvencie určitého spoločenstva, pre ktoré sa jeho uplatnenie v jazykovej praxi stáva následne záväzná. Proprium slúži na nomináciu a identifikáciu určitého

onymického objektu, zároveň ho determinuje od ostatných podobných či odlišných onymických objektov danej triedy proprií. V pomenovacom procese vstupuje do hry cieľavedomý výber a zámerné usporiadanie znakov spojených priamo či nepriamo s daným objektom, čiže na prvej úrovni ide o selekciu a hierarchizáciu jedného alebo viacerých motivačných príznakov, ktoré sa na druhej úrovni odzrkadlia aj v jazykovom stvárnení konkrétneho propria.

Podľa R. Šrámka (1972, s. 307) i J. Pleskalovej (1992, s. 16) je vzťah medzi pomenovateľom a pomenovaným objektom dôležitý, možno ho ozrejmiť pomocou tzv. **vzťahového modelu**. R. Šrámek (1999, s. 37) nazýva tento model aj *východiskový model*. Vyššie uvedený vzťah vyjadruje štyrmi obsahovo-sémantickými kategóriami, a to I. „*kde*“, II. „*kto, čo*“, III. „*aký, aká, aké, akť*“, „*za akých okolností*“ a IV. „*čť*“. Na uvedenú teóriu modelovania nadviazala J. Pleskalová (1992, s. 5), ktorá na rozdiel od R. Šrámka nevyjadruje vzťahové modely číselne, ale vytvára modifikované označenie modelov, a to pomocou písmen *A* (*poloha, smer pomenovaného objektu v teréne*), *B* (*bezprostredné označenie druhu objektu*), *C* (*vlastnosti a príznaky objektu*) a *D* (*posešivita*). W. Wenzel (1983, s. 115, 119) sa v tomto duchu prikláňa k pojmu **motivačný model**, ktorý na základe motívov z mimojazykovej skutočnosti reguluje výber lexikálnych základov z (apelatívnej i propriálnej) slovnej zásoby. V. Blanár (1978, s. 14) uprednostňuje používanie termínu *obsahový model*, pod ktorým rozumie hierarchicky usporiadaný súbor sémantických príznakov. Zároveň tvrdí, že je primerané na rozdiel od spomínaných autorov rozlišovať v antroponomastike a toponomastike medzi generickejšími a diferencnejšími príznakmi, ktoré sa spolu podieľajú na utváraní obsahového modelu (Blanár, 1996, s. 60).

Uvedené popredné osobnosti českej onomastiky sa zhodujú v téze, že analýza proprií založená na vzťahových modeloch má všeobecnú platnosť, tzn., že vzťahová modelová analýza proprií sa netýka iba českého onymického materiálu, ale nachádza svoje uplatnenie aj v rámci inojazyčného korpusu proprií, pretože v zásade sú onymické objekty pomenované na základe rovnakých alebo podobných znakov predstavujúcich motivačné determinanty pre vznik proprií.

Súhrnne možno konštatovať, že vzťahový model zachytáva vzťah medzi pomenovateľom (používateľom jazyka) a pomenovaným onymickým objektom. Tento vzťah má primárne svoje hĺbkové stvárnenie, zároveň však má dosah aj na formálnu štruktúru propria, teda aj na jeho samotné povrchové stvárnenie. Na základe zvoleného vzťahového modelu podrobuje pomenovateľ selekciu aj jeho konkrétny odraz, resp. konkrétnu realizáciu, ktorou sa stáva **štruktúrny model**. Štruktúrny model možno charakterizovať ako konkrétny vzorec jazykovej realizácie pomenovacieho aktu, ktorý je v služobnom postavení vzhľadom k vzťahovému modelu, pretože sa stáva jeho reflexom. Jazyková stránka propria závisí od typu príslušného jazyka, z čoho vyplýva, že štruktúrny model na rozdiel od vzťahového modelu nemá univerzálny charakter. Vzťahové modely proprií sú porovnateľné s modelmi cudzojazyčných proprií, čo ne-

platí pre štruktúrne modely, ktoré sa vzájomne odlišujú v závislosti od stupňa diferencovanosti jednotlivých jazykov. Tak vzťahový, ako aj štruktúrny model treba vnímať v ich vzájomnej interferencii, t. j. ide o vzájomnú súvzťažnosť oboch modelov spoločne sa podieľajúcich na vzniku kompletného antroponymického, toponymického či chrématonymického modelu. Relatívne v každom propriu sú obsiahnuté obidva modely – vzťahový aj štruktúrny model (porov. Šrámek, 1972, 1999; Pleskalová, 1976, 1992).

V. Blanár (1978, s. 14–15) a W. Wenzel (1983, s. 115, 118) uplatňujú termín *slovotvorný model*, R. Šrámek (1999, s. 36) používa taktiež *slovotvorný*, resp. aj *názvotvorný model*, zatiaľ čo J. Pleskalová (1992, s. 5) uprednostňuje pre spôsob jazykovej výstavby proprií uvedený termín, a to *štruktúrny model*. Hoci je terminologická synonymia v odborných textoch nežiaducim javom, v onomastickej literatúre je v nemalej miere zastúpená. Do popredia vstupuje problematika týkajúca sa jednočlenných a viacčlenných proprií. Na pozadí apelatívnej slovotvorby sa pojem slovotvorný model spája s jednoslovnými pomenovaniami, naopak viacslovné pomenovania sa považujú za neslovotvorné pomenovacie štruktúry (Kuchař, 1963, citované podľa Pleskalová, 1992, s. 20). Vzhľadom na uvedenú skutočnosť navrhuje J. Pleskalová (1992, s. 20) vniesť do českej onomastiky adekvátnejší termín, a to štruktúrny model, zachytávajúci jazykové vyjadrenie pomenovacieho aktu proprií bez ohľadu na počet slov, z ktorých sa pomenovanie skladá, aby sa nedostal do vzájomného rozporu s terminológiou apelatívnej slovotvorby.

Slovotvorná analýza štruktúry motivovaných apelatív, aj proprií (odhliadnuc od kompozít) pozostáva z dvoch základných častí, a to zo slovotvorného základu a slovotvorného formantu. Napr. v apelatíve *dráčik* možno vymedziť slovotvorný základ *dráč-* (pričom je tu evidentná alternácia *k* na *č*) a slovotvorný formant *-ik*. Proprium *Dráčik* nie je motivované, ide o čistú proprializáciu. Apelatívum *encián* je nemotivované, preto nevydeľujeme slovotvorný základ a slovotvorný formant. Avšak motivované proprium *Enciánka* (syrová nátierka vyrobená z enciánu) sa skladá z dvoch komponentov, ktoré sa podieľajú na tvorbe chrématonymického modelu (keďže ide o chrématonymum), a to z tzv. *chrématonymického základu* *Encián-* a z tzv. *chrématonymického formantu*, resp. *chrématoformantu* *-ka* (porov. Šrámek, 1972, s. 112; Majtán, 1994, s. 15–16).

Na nižšej úrovni abstrakcie štruktúrneho modelu sa nachádza tzv. **štruktúrny typ**, resp. *slovotvorný typ*, ktorý R. Šrámek (1972, s. 115) charakterizuje ako „různé jazykové ztvárnění slovotvorného modelu v konkrétních jménech“. Z toho vyplýva, že jeden štruktúrny model sa môže v konkrétnom pomenovaní vyjadriť rozličnými slovotvornými typmi (Blanár – Matejčík, 1978, s. 14).

Proces modelového poňatia proprií prešiel postupným vývojom. Jednotlivé onymické modely sa klasifikovali a následne hierarchizovali. Na margo tejto problematiky treba zdôrazniť, že modely odzrkadľujúce pomenovací akt jednotlivých tried proprií sa

vyznačujú miernym odklonom v používaní terminológie, čo dokumentujeme v nižšie uvedenom prehľade.

V. Blanár (1978)

ANTROPONYMICKÝ (POMENOVACÍ) MODEL	–	obsahový model	–	slovotvorný model
				↓
				slovotvorný typ

R. Šrámek (1972, 1999)

POMENOVACÍ MODEL (ojkonymia)	–	vzťahový model	–	slovotvorný model
				↓
				slovotvorný typ

J. Pleskalová (1976,²⁾ 1992)

POMENOVACÍ MODEL (anojkonymia)	–	vzťahový model	–	štruktúrny model
				↓
				štruktúrny typ

Podľa novšieho pohľadu V. Blanára (1996, s. 60–61) sa na tvorbe antroponymického (pomenovacieho) modelu podieľajú spoločne obsahový, motivačný a slovotvorný model. Do pozornosti by sme chceli uviesť pojem *motivačný model*, prostredníctvom ktorého sa spája obsahový model s konkrétnou onymickou situáciou a onymiou príslušného jazyka. Uvedené spojenie sa realizuje na ploche slovotvorného modelu, z čoho následne vyplýva, že motivačný model predstavuje spojovací článok medzi obsahovým a slovotvorným modelom. J. Pleskalová (1992, s. 20) vyjadrila istú pochybnosť nad termínom vzťahový model, ktorý iba z dôvodu zachovania jednotnej a zaužívanej toponymickej terminológie nenahradila vhodnejším termínom, a to spomínaným motivačným modelom, ku ktorému sa už dávnejšie priklonil aj W. Wenzel (1983).

M. Majtán (1994, s. 15) upozornil na fakt, že jazykovej a mimojazykovej stránke vlastných mien by sa mala venovať rovnaká pozornosť. V súvislosti s terénnymi názvami tvrdí, že podstatnú časť mimojazykovej stránky predstavuje základná motivácia toponyma pri jeho vzniku a onymická platnosť toponyma pri jeho fungovaní. Motivačnú zložku predstavujú motivačné príznaky a obsahovo-sémantickú zložku zasa obsahovo-sémantické príznaky. Z uvedeného vyplýva, že motivačné príznaky charakterizujú vznik toponyma a obsahovo-sémantické príznaky jeho fungovanie. Súbor príznakov z oboch zložiek sa podieľa na tvorbe toponymickej hodnoty konkrétneho toponyma, ktorú možno vyjadriť pomocou modelov poukazujúcich explicitne alebo implicitne na kombináciu súboru motivačných a obsahovo-sémantických príznakov.

²⁾ V tom čase používa ešte termín slovotvorný model a slovotvorný typ.

Hoci je povaha chrématonymického objektu diametrálne odlišná od charakteru antroponymických alebo toponymických objektov, nadobúdame presvedčenie, že vyššie uvedenú tézu možno aplikovať aj na oblasť chrématoným. Naším cieľom nie je narušiť unifikáciu onomastickej terminológie, ale domnievame sa, že (v rámci chrématonomastiky) by bolo adekvátnejšie akceptovanie termínu **motivačný model** namiesto vzťahového či obsahového modelu. „[...] motiváciu a fungovanie nemožno od seba oddeľovať, lebo motivácia vznikom toponyma nezaniká, hoci v mnohých prípadoch ustupuje do úzadia“ (Majtán, 1996, s. 13). Nadviažuc na uvedené tvrdenie možno vysloviť názor, že motivačný model chrématoným zahŕňa tak motivačné, ako aj obsahovo-sémantické príznaky. V týchto súvislostiach by sa dalo uvažovať aj o transparentnejšom termíne, ako je napr. „*motivačno-obsahový*“ alebo „*motivačno-funkčný*“ model. V. Blanár (1996, s. 64) zaraďuje obsahovo-sémantické kategórie prezentované R. Šrámkom (1999, s. 37) a J. Pleskalovou (1992, s. 5) do obsahového modelu a definuje ich ako diferenčné príznaky. Zároveň ešte formuluje generické príznaky, ktoré sa taktiež podieľajú na tvorbe obsahového modelu. V tejto súvislosti by sme navrhovali chápať diferenčné príznaky ako motivačné príznaky a spomínané generické príznaky ako obsahovo-sémantické príznaky.

Pri vymedzení obsahovo-sémantických príznakov vychádzame z klasifikácie M. Majtána (1996, s. 11–13), ktorú sme v prvom rade prispôbili potrebám chrématonymie a v druhom rade ju doplnili o charakteristické prvky. Zaraďujeme sem:

- *spoločensky podmienenú identifikáciu chrématonymického objektu prostredníctvom jeho názvu* – základným príznakom chrématoným je schopnosť identifikovať, čiže pomenovať objekt, ktorý nie je pevne fixovaný v teréne a je výsledkom ľudskej činnosti, výrobných, ekonomických alebo kultúrnych vzťahov, a identifikovať ho v súbore tej istej triedy proprií;
- *druhovú zaradenie v príslušnej triede objektov* – umožňuje jednoznačné začlenenie chrématoným do jednej z tried tohto druhu vlastných mien, ktorý je charakteristický bohatou rôznorodosťou;
- *spoločenskú platnosť, resp. komunikačný dosah chrématoným* – závisí od okruhu pôsobnosti, resp. používania názvu, taktiež od skutočnosti, do akej miery je pomenovanie širokej verejnosti známe, na čom sa do veľkej miery podieľajú komerčné záujmy výrobcov v súčinnosti s fenoménom reklamy (v mediálnej alebo printovej podobe);
- *štandardizovanosť názvu* – najpevnejšie štandardizovanú podobu majú predovšetkým názvy ochranných známk, ktorých používanie je upravené aj legislatívne, ostatné pragmatonymá sú ustálené voľnejšie, ich podoba nie je fixná, možno tu hovoriť o odlišnosti zápisov toho istého názvu, napr. oficiálny názov produktu uvedený na jeho obale znie *Pravý smotanový čokoláda*, avšak ku spotrebiteľovi sa prostredníctvom príslušnej webovej stránky dostáva označenie *Danone Pravý Smotanový jogurt na vrstve čokolády, 140 g*, pri ktorom je spot-

rebitel' bližšie informovaný o výrobku; ide teda o rozdielne uplatnenie pragmatoným v teórii a v praxi;

- *expresívnosť názvu* – ovplyvňujú faktory, ako napr. samotná motivácia názvu, inojazyčný pôvod, nespisovnosť, príp. nárečovosť pomenovania, expresívne môžu pôsobiť aj názvy vzniknuté metaforickým alebo metonymickým spôsobom, názvy s cudzojazyčnými príponami alebo so sufixmi domáceho pôvodu, ktoré majú expresívny náboj, ale predovšetkým aj umelo utvorené názvy alebo pomenovania s nedostatočne priezračnou motiváciou;
- *sériovosť* – možno označiť za výhradný príznak pragmatoným, vo všeobecnosti by sa tu s ohľadom na skupinu chrématoným dalo uvažovať o príznaku založenom na kontraste *sériovosť* – *jedinečnosť*, na základe ktorého sa v rámci chrématoným vyčleňujú práve tieto dve skupiny onymických objektov.

CHRÉMATONYMICKÝ POMENOVACÍ MODEL

– *motivačný model* – *štruktúrny model*
↓
štruktúrny typ

Ako vyplýva z uvedeného, pomenovací model chrématoným pozostáva z motivačného a štruktúrneho modelu. Motivačný model zachytáva mimojazykovú (designatívnu) stránku proprií, ktorá sa vyjadruje jazykovými prostriedkami, a tie zobrazuje štruktúrny model v súčinnosti so štruktúrnym typom. Štruktúrny typ sa v porovnaní so štruktúrnym modelom klasifikuje ako model na nižšom stupni zovšeobecnenia.

Motivačno-modelová analýza pragmatoným

V tejto časti príspevku sa sústredíme na ozrejenie mimojazykovej stránky pragmatoným za účelom ich modelovania, čiže utvárania motivačných modelov. Pri spomínanom procese vychádzame z metodiky modelovania J. Pleskalovej (1992). V tejto súvislosti treba uviesť, že problematike štruktúrnych modelov a štruktúrnych typov tu nevenuje zvýšenú pozornosť, pretože je predmetom samostatného príspevku.

Možno konštatovať, že pragmatonymický materiál je veľmi rozmanitý, tvoria ho pomenovania jednoslovné i viacslovné, pričom viacslovné pragmatonymá sú zastúpené v prevažnej miere.

V jednoslovných propriách je ukotvený jeden motivačný príznak, ktorý nachádza pri motivačno-modelovej analýze svoj odraz v motivačnom modeli (ďalej MM) pozostávajúcom z jedného člena, pričom tento člen je zároveň hlavným členom, preto sa označuje podčiarknutím (napr. *Bryndza*: MM B, *Vršatec*, *Javorník*: MM A).

Pri dvojslovných a viacslovných propriách vstupuje do pomenovacieho procesu viacero motivačných príznakov, preto sa takýto typ proprií skladá z dvoch základných častí, a to z *hlavnej* (v MM naznačené podčiarknutím), ktorá poukazuje na najpodstatnejší vzťah pomenovateľa k pomenúvanému objektu, čiže najdôležitejší podnet pre jeho pomenovanie, a z *vedľajšej* (v MM graficky znázornené pomocou znamienka +),

ktorá bližšie determinuje časť hlavnú a predstavujú ju hierarchicky menej dôležité motivačné príznaky podieľajúce sa na pomenovaní onymického objektu.

Pri motivačno-modelovej analýze viacslovných pomenovaní sa ponúka priestor pre selekciu a následne rozmanitú kombináciu piatich obsahovo sémantických kategórií zachytených v jednoslovných či jednoduchých MM (A, B, C, D, X). Napr. *Slovenská mozzarella*: MM A+B, *Údený salámový syr*: MM C+C+B (porov. Pleskalová, 1992, s. 18–19).

V tejto súvislosti by sme chceli upriamiť pozornosť na pragmatonymá, ktorých hlavný člen je elidovaný. Z analyzovaného onymického materiálu možno vyčleniť veľmi úzky okruh pragmatonym bez hlavného člena, resp. s nulovým, chýbajúcim hlavným členom. Napr.: *Pravý Smotanový Jahoda*: MM C+C+Ø+C, *Tami pochúťková kyslá 16 %*: MM D+C+C+Ø+(C+C), *Tami S kúskami čokolády*: MM (D)+Ø+(C+C+C), *Tami Tradičný jahoda*: MM (D)+C+Ø+(C) alebo *Lahká & Fit Višňa*: MM C+C+C+Ø+(C). Konzument je schopný na základe (širšieho) kontextu vydedukovať, na aký druh výrobku uvedené názvy odkazujú, čiže ktorý člen je elidovaný.

Pri modelovaní viacslovných pragmatonym treba uplatňovať analyticko-syntetický princíp, ktorý je založený na vnímaní jednotlivých hierarchicky usporiadaných častí, z ktorých sa celok skladá, tzn., že pozornosť treba sústrediť nielen na jednotlivé členy propria osve, ale zároveň ich vnímať ako elementy tvoriace jeden celok. Podľa J. Pleskalovej (1992, s. 19) je základnou úlohou viacslovných MM „vyjádriť jednak vzťah všetkých slov pomístných jmen mezi sebou navzájem jakožto prvků propria, jednak jejich společný vztah k pojmenovávanému objektu“.

Pri motivačno-modelovej analýze pragmatonym vychádzame z uplatňovania nasledovných značiek a symbolov (porov. Pleskalová, 1992, s. 5):

A = MM označujúci polohu, miesto, z ktorého výrobok pochádza, na ktoré odkazuje,
B = MM vyjadrujúci bezprostredné označenie druhu daného predmetu chápaného v tom najširšom zmysle slova,

C = MM odrážajúci charakteristické vlastnosti a príznaky objektu, resp. produktu v najvšeobecnejšom chápaní,

D = MM zachytávajúci vzťah k osobe, ide o privlastňovanie v najširšom zmysle slova,

X = MM vyjadrujúci nejasnú motiváciu,

A, B, C, D, X = príslušné MM v podobe základného vzťahu, resp. hlavného podnetu,

_ = symbol na označenie základného, hlavného podnetu,

+A+, +B+, +C+, +D+, +X+ = príslušné MM v pozícii vedľajšieho vzťahu, resp. vedľajšieho motivačného príznaku,

+ = symbol na označenie vedľajšieho vzťahu, resp. menej dôležitého motivačného podnetu,

() = označenie nezhodného prívlastku.

Pri kompozícii sa jednotlivé členy MM uvádzajú vedľa seba (napr. *Čokopena /čokoládová pena/*: MM CB). Rovnaký princíp funguje aj pri skratkových slovách, ale

s tým rozdielom, že na odlišenie od kompozície používame symbol *a* (napr. *Lasyr /lahôdkový syr/*: MM CBa).

Motivačný model A

Podstatou MM A je **lokalizujúci motív** (Šrámek, 1999, s. 39). MM A zahŕňa pragmatonymá vyjadrujúce **polohu**, resp. **miesto**, na ktoré pomenovaný objekt (*výrobok*) vo vzťahu k relačnému objektu (*výrobcovi*, resp. *mliekarenskej spoločnosti*) odkazuje. Uvedený MM reprezentujú jednoslovné i viacslovné pragmatonymá poukazujúce na lokalizáciu produktu, ktorá sa uskutočňuje dvomi spôsobmi, a to **priamo** alebo **nepriamo**. V rámci tohto MM možno uvažovať o priamej alebo nepriamej geografickej spätosti výrobku s jeho pôvodcom, čiže výrobcom.

Ako vyplýva z analyzovaného onymického materiálu, na **priamu geografickú príslušnosť** poukazujú zväčša dvojslovné a viacslovné pragmatonymá utvorené na základe MM A. Ide o také viacslovné názvy, ktoré explicitne zachytávajú lokalizáciu konkrétneho produktu. V prevažnej miere sa tento jav uskutočňuje prostredníctvom adjektív, ktoré odkazujú na miesto, resp. sídlo výrobcu.

V tejto súvislosti možno uviesť niekoľko ilustračných príkladov. Treba však upozorniť na skutočnosť, že sa tu MM A nenachádza v pozícii hlavného, ale naopak vedľajšieho člena, pretože hlavným členom MM je zväčša apelatívne vymedzenie druhu výrobku (MM B) alebo charakteristická vlastnosť produktu (MM C) a označenie polohy v daných MM len bližšie lokalizuje výrobcu.

MM A+B: *Hriňovský zákys* (Koliba – Mliekareň Hriňová),

MM A+B+C: *Bánovecká nátierka neochutená* (produkovaná spoločnosťou MILSY, a. s., v Bánovciach nad Bebravou), *Selčiansky jogurt smotanový* (Mliekareň Kopanice Selce, s. r. o.), *Zázrivský korbáčik údený* (SYRMIX, Zázrivá),

MM A+C: *Levická tehla* (vyrábaná v Levických mliekarnách, a. s., v Leviciach), *Lipianske nite* (syrové nite z radu Hornotoryskej mliekarne so sídlom v Lipanoch), *Senická hrudka* (Senická mliekareň, a. s., Senica),

MM A+C+C: *Sabinovská hrudka biela* (výrobcom je Milk Agro, s. r. o., s hlavným sídlom v Prešove, avšak výroba syrov sa skoncentrovala vo výrobnom závode v Sabinove, kde prebieha aj v súčasnosti),

MM A+C+(C+C): *Humenská tehla 30 %* (vyrábaná v Humenskej mliekarni, a. s., v Humennom), *Michalovská tehla 45 %* (Syráreň Bel Slovensko, a. s., so sídlom výrobného závodu v Michalovciach),

MM A+C+B: *Tvrdošínsky parený oštiepok* (Tvrdošínska mliekareň, s. r. o., Tvrdošín), *Zvolenský jahodový jogurt* (Mliekareň Senoble Slovakia, Zvolen),

MM A+C+B+(C): *Nitriansky smotanový jogurt čučoriedka* (Agro Tami, a. s., so sídlom v Nitre).

Nepriama geografická príslušnosť sa odráža na rozdiel od vyššie uvedenej skupiny pragmatonym nielen vo viacslovných, ale aj v jednoslovných názvoch. MM A nadobúda okrem podoby vedľajšieho člena, aj podobu hlavného člena, čo možno

dokumentovať predovšetkým na ploche jednoslovných pragmatoným. Pragmatonýmá, resp. jednotlivé ich členy poukazujú nepriamo, príp. symbolicky na vzťah pomenovaného predmetu a relačného objektu.

Ako vyplýva z analyzovaného korpusu pragmatoným, na nepriamej či symbolickej lokalizácii názvov výrobkov sa podieľajú nasledovné pomenúvacie motívy:

- (modifikovaný) názov mesta, v ktorom je etablovaná výrobná činnosť:
 - MM A**: *B♥novec* (MILSY, a. s., Bánovce nad Bebravou), *Humenáčik* (Humenská mliekareň, a. s., v Humennom),
 - MM A+C**: *Sabináčik vanilkový* (Milk Agro, s. r. o., s výrobným závodom v Sabinove);
- príslušnosť k regiónu, v ktorom sídli mliekarenská spoločnosť:
 - MM A+(A)**: *Karička Zemplín* (Syráreň Bel Slovensko, a. s., so sídlom výrobného závodu v Michalovciach, ktorý územne patrí k regiónu Zemplín. *Karička* je názov východoslovenského tanca pochádzajúceho zo Zemplína.),
 - MM A+C**: *Oravan údený* (Tvrdošínska mliekareň, s. r. o., sídliaca v oravskom regióne, keďže v čase vzniku tohto výrobku produkovala spomínaná mliekareň ovčie syr *Orava*, nový výrobok uviedla na trh pod príbuzným, málo zmeneným názvom *Oravan*),
 - MM A+(C+C)**: *Orava 30 %* (Tvrdošínska mliekareň, s. r. o., Tvrdošín, región Orava),
 - MM A+B+C**: *Kysucký jogurt biely* (Mliekareň Svrčinovec sídliaca na Kysuciach), *Oravský korbáčik údený* (TOMAR, Rabča, región Orava),
 - MM (A)+B+C**: *LIPTOV Oštiepok údený* (Liptovská mliekareň, a. s., so sídlom v Liptovskom Mikuláši reprezentuje región Liptov),
 - MM (A)+C+B**: *Tekov – strúhaný syr* (Levické mliekarne, a. s., sídliaca v regióne Tekov),
 - MM A+C+C+B**: *Tekovský údený salámový syr* (Levické mliekarne, a. s., zastupuje región Tekov);
- názov vrchov, resp. pohorí nachádzajúcich sa v okolí výrobného závodu:
 - MM A**: *Gorovec* (pomenovanie syra pochádzajúceho z Bryndziarne a syrárne, s. r. o., so sídlom vo Zvolenskej Slatine, v okolí obce sa nachádza rovnomenný vrch, podľa ktorého bol uvedený výrobok pomenovaný), *Javorník* (názov údeného syra z mliekarne AGROFARMA, spol. s r. o., Červený Kameň, sídliacej v prostredí Bielych Karpát, jedným zo známych vrchov tohto pohoria je aj *Javorník*), *Volovec* (pomenovanie syra spoločnosti Milk Agro, s. r. o., s hlavným sídlom v Prešove, v okolí sa nachádza vrch *Volovec*), *Vršatec* (AGROFARMA, spol. s r. o., Červený Kameň, výrobok pomenovaný taktiež podľa vrchu Bielych Karpát),
 - MM A+C**: *Chabovec – údený* (údený syr, Bryndziareň a syráreň, s. r. o., Zvolenská Slatina, v blízkosti sa nachádza vrch *Chabovec*),

MM A+(C+C): *Inovec (1550 g)* (MILSY, a. s., Bánovce nad Bebravou, v okolí je situovaný vrch *Inovec*),

MM A+B+C: *Tatranský syr Classic* (Tatranská mliekareň, a. s., Kežmarok, sídliaca priamo pod Vysokými Tatrami);

- o (modifikovaný) názov vodného toku pretekajúceho cez sídlo výrobného podniku, príp. nachádzajúceho sa v jeho blízkosti alebo názov vodného diela:

MM A: *Bebrava* (MILSY, a. s., so sídlom v Bánovciach nad Bebravou), *Rimavica* (Gemerská mliekareň, s. r. o., so sídlom v Rimavskej Sobote, ktorou preteká rieka *Rimava*),

MM B+(A): *Bryndza Slatina* (Bryndziareň a syráreň, s. r. o., Zvolenská Slatina),

MM A+(A): *Karička Šírava* (Syráreň Bel Slovensko, a. s., výrobný závod je situovaný v Michalovciach, v blízkosti mesta sa nachádza vodná nádrž Zemplínska šírava).

Uvedené pragmatonymá predstavujú názvy výrobkov, ktoré sú primárne určené pre domáci trh. Z nášho onymického korpusu možno vyzdvihnúť pragmatonymá, ktoré sú určené aj na vývoz, zväčša do členských štátov Európskej únie. Ide o názvy s prívlastkom „slovenská/-ý“, tzn., že tieto názvy sú zemepisne ohraničené územím Slovenskej republiky, resp. poukazujú na svoj pôvod. Napr. **MM A+B:** *Slovenská bryndza* (bryndza, ktorej pomenovanie predstavuje názov celej krajiny, pretože vymedzenú zemepisnú oblasť tvorí 80 % územia celého Slovenska a na celom vymedzenom území sa spomenutý produkt vyrába rovnakým spôsobom; Úradný vestník Európskej únie zo 4. 10. 2007, s. 18).

Taktiež možno uviesť nasledovné MM viacslovných pragmatonym, ktorých komponent obsahuje spomínanú lokalizáciu v pozícii vedľajšieho člena názvu.

MM A+B+(C+C): *Slovenská mozzarella 125 g* (syr mozarelového typu vyrábaný na Slovensku),

MM A+C+B+C: *Slovenský biely syr (porciovaný)*.

Vo všeobecnosti platí, že pri lokalizácii pomenovaného objektu vzhľadom na relačný objekt zohrávajú dôležitú úlohu predložkové typy názvov, ktoré však v porovnaní s anojkonymiou nie sú v tomto ponímaní typické pre pragmatonymiu. Spomínané typy názvov sú málo zastúpené aj v hydronymii. Ľ. Sičáková (2007, s. 14) odôvodňuje uvedený fakt tým, že „predložky vyjadrujú polohu, miesto, smer pomenovaného objektu vzhľadom na relačný objekt, čo sa pri určovaní polohy toku (ktorý je obyčajne dlhší ako relačný objekt) predložkou nevyjadruje presne“. Pragmatonymá, resp. jednotlivé ich komponenty sú síce tvorené aj predložkami, ale tie neplnia lokalizačnú funkciu. Pripisujeme im úlohu príznaku, resp. vlastnosti, čiže patria k skupine MM C.

Špecifickým spôsobom sa lokalizačný motív uplatňuje na ploche skratkových slov, kde dochádza ku kontaminácii zväčša dvoch motivačných príznakov, jedným z nich je aj lokalizácia pomenovaného objektu, lepšie povedané iba poukaz, resp. náznak na jeho lokalizáciu. V nižšie uvedených príkladoch sa vzťah názvu výrobku vzhľadom na sídlo jeho výrobcu vyjadruje implicitne. Hoci sa prvoplánovo snažili nominačné tímy začleniť lokalizačný motív do týchto pragmatónym, zachytili ich len čiastočne, preto sa domnievame, že z pohľadu spotrebiteľa sú uvedené pragmatónymá motivačne nepriezračné, nejasné.

MM ABa: *Raslo* (je pomenovanie tukovej nátierky, ktorá sa na trhu objavuje v podobe identickej maslu. Keďže nespĺňa výrobnú-legislatívnu normu, t. j. obsahuje väčší počet tuku, ako je typický, resp. ako pripúšťa norma na výrobu masla, nemôže ju výrobca zaradiť k produktom tohto druhu. Nápadne sa maslu podobá nielen tvarom /blok/, ale aj názvom v málo zmenenej podobe. Cieľom je, aby si spotrebiteľ na prvý pohľad nevšimol zásadný rozdiel medzi týmito dvomi druhmi výrobkov. Ide o kvázi **maslo** /bezprostredné označenie druhu produktu – MM B/ vyrábané v Gemerskej mliekarni, s. r. o., so sídlom v **Rimavskej Sobote**.),

MM ACa+(C): *t-aktiv hruška* (ide o výrobok podporujúci **aktívne** trávenie, v druhom rade aj o produkt určený **aktívnym** spotrebiteľom, športovcom; písmenom „t“ sa poukazuje na prostredie **Tatier**. Prvotne sa uvedený produkt vyrábala v Tatranskej mliekarni, a. s., v Kežmarku, teraz je jeho výroba presunutá do dcérskeho výrobného závodu zvaného Agro Tami, a. s., so sídlom v Nitre.),

MM (ABa)+C+B: *Levtaller – strúhaný syr* (názov syra, ktorého prvá časť vznikla na základe vzťahu lokalizácia a označenie druhu výrobku, čiže **Levický ementaller**, pochádza zo sortimentu Levických mliekarní, a. s., v Leviciach).

Motivačný model B

MM B obsahuje pragmatónymá, ktoré **bezprostredne označujú druh objektu**. Názvy priamo pomenávajú to, „po čem se ptá pojmenovací motív, co zde (tam) je“ (Šrámek, 1999, s. 41). Podstatou tohto modelu je „vyjádření pojmenovávaného objektu (nebo jeho části)“ (Pleskalová, 1992, s. 62).

Ako vyplýva z analyzovaného korpusu pragmatónym, MM B patrí k jednému z najfrekvencovanejších MM. Pomenovací motív poukazujúci priamo na druh objektu je bohato zastúpený predovšetkým v pozícii hlavného motivačného podnetu, čo nemožno tvrdiť o predchádzajúcom type MM.

Pomenovacím motívom je v prevažnej väčšine pragmatónym, resp. hlavných komponentov viacslovných pragmatónym **konkrétne označenie druhu výrobku**, čiže odpoveď na otázku: „Čo je to?“, ktorá sa zbežne pomáha zorientovať konzumentovi pri kúpe príslušného druhu tovaru. Z pestrej palety mliečnych výrobkov vyberá určitý druh požívateľiny. Na základe diferenciácie na pozadí príznakov a vlastností výrobkov (čo je podstatou MM C) tejto kategórie sa spotrebiteľ v konečnom dôsledku rozhodne pre kúpu konkrétneho produktu.

Pomenúvacím motívom je:

- druhové označenie výrobku:

MM B: *Kakao, Mozarella, Ricotta, Tvaroh, Zakysanka, Zákvas,*

MM B+C: *Oštiepok – neúdený, Parenica – údená, Pareničky čerstvé,*

MM B+(C+C): *Smotana 12 %, Žinčica 1000 ml,*

MM B+(C+C+C): *Šľahačka z lahodnej smotany,*

MM B+CC+(C+C): *Bryndza plnotučná 5000 g,*

MM C+B: *Čerstvé maslo, Kravský kaškaval, Ovčí jogurt, Školské mlieko,*

MM A+B+C: *Kysucký kefír probio,*

MM C+B+C: *Bryndzová nátierka lahôdková, Cottage cheese biely, L'acti drink jahodový,*

MM C+B+(C): *Tvarohový dezert malina,*

MM C+C+B: *Sušené mliečne pudingy, Údený salámový syr, Zakysaný cmarový nápoj,*

MM (C)+C+B: *Vanilka – Vanilkový koktail,*

MM (C)+C+B+(C+C): *APETITO Syrová omáčka so šunkou,*

MM (C)+C+B+C+(C+C): *Klasik jogurtový krém biely 125 g,*

MM (C+C)+C+B+C: *APETITO KIDIBOO tvarohové lízatko vanilkové;*

- tvar:

MM B+C: *Korbáčiky obyčajné;*

- ojkonymum:

MM B+C: *Niva – porciovaná* (ide o syr s modrou plesňou vo vnútri, je obdobou francúzskeho rokfortu; v roku 1936 Jozef Soc – majiteľ mliekarene a syrárne v Dobrej Nive začal presadzovať názov „niva“, a to na základe toho, že sa syr vyrábal v *Dobrej Nive*, oficiálne bol tento názov schválený až po druhej svetovej vojne /Keresteš – Selecký, 2005, s. 101/),

MM B+(C+C+C): *Gouda 45 % tehla* (druh syra pomenovaný podľa mesta v Holandsku, v ktorom sa pôvodne vyrábal);

- hydronymum:

MM B+(C+C+C): *Ementál 45 % tehla* (hlavný člen názvu je utvorený od údolia rieky Emme vo Švajčiarsku);

- rastlinstvo:

MM B+C: *Encián Gold, Encián Premium,*

MM B+(C+C): *Plesnivec na nakladanie, Plesnivec na grilovanie;*

- stavby:

MM B+(C+C): *Eidam na vyprážanie* (hlavný člen pragmatonyma je pomenovaný podľa holandského prístavu, v ktorom sa s lisovaným syrom s tvrdou prírodnou kôrou v minulosti často obchodovalo).

V rámci MM B možno spomenúť ako špecifický prípad pragmatonymá, ktoré boli utvorené kompozíciou a abreviáciou. Dochádza tu ku kontaminácii MM B prevažne s MM C, ojedinele s inými, menej frekventovanými modelmi.

Na ilustráciu uvádzame najfrekventovanejšie MM kompozitných pragmatonym, ktorých hlavný člen predstavuje MM CB.

MM CB: *Čokopena* (čokoládová pena, kompozitné pragmatonymum poukazuje na príznak /MM C/ podávajúci charakteristiku daného druhu výrobku, čiže peny /MM B/), *Gastrooštiepok* (oštiepok /bezprostredné označenie druhu výrobku – MM B/ určený na gastronómické účely /príznak, resp. vlastnosť daného produktu – MM C/), *Minimaslo* (malé /príznak/ maslo /druh mliečného výrobku/, maslo s gramážou 10 g), **MM CB+(C)+C:** *Syrokrém Smotanela pikant* (hlavný člen názvu poukazuje na kompozitum odvodené zo slovného spojenia „syrový krém“ /príznak + označenie druhu výrobku/),

MM CB+(D): *Biobryndza BABIČKA* (biologicky čistá /príznak/ bryndza /druhovú zaradenie výrobku/),

MM C+CB: *Kozí biojogurt* (biologický /MM C/ jogurt /MM B/, jogurt produkovaný na báze prírodných organických látok),

MM C+C+C+CB+(D): *Údený ovčí prírodný biosyr BABIČKA* (biologický, resp. prírodný /MM C/ syr /MM B/),

MM A+CB: *Bánovecký polooštiepok* (polovičný /príznak/ oštiepok /druhovú označenie/, resp. oštiepok v polovičnej forme).

Ako sme už spomenuli, pozornosť treba upriamiť aj na abreviované pragmatonymá. K najfrekventovanejším MM patria tie modely, v ktorých má hlavný člen názvu väčšinou podobu CBa, zriedka BCa. Napr.:

MM CBa: *Lasyr* (lahôdkový syr, prídavkom vysokotučného syra sa stáva smotana, ktorá mu dodáva lahodnú chuť), *Unis* (univerzálny syr, resp. syr určený na ďalšie spracovanie v mäsiarskom priemysle, kde predstavuje vstupnú surovinu pre výrobu iných produktov),

MM CBa+C: *Actimel Prírodný* (v skratkovom slove *Actimel* dochádza k spojeniu vlastnosti typickej pre mliečny nápoj, ktorým je aktívne pôsobenie mikroorganizmov na črevnú flóru a podporujúce tak trávenie. Hlavná časť názvu je utvorená skrátením lexém **activum** /z latinčiny, „aktívny“/ + **melk** /z holandčiny, vo význame „mlieko“/. Okrem latinčiny príznačnej pre tvorbu mikrobiologického názvoslovía, dôležitú úlohu plní aj holandčina, pretože výrobok, ktorý je nositeľom daného názvu, bol uvedený na trh v Belgicku.), *Mana smotanová* (**maslová** /charakteristická vlastnosť, odlišiteľný príznak/ **nátierka** /druhovú zaradenie výrobku/), *Minsy neúdené* (utvorené skrátením lexém **mini** syr, pragmatonymum reprezentuje syrové guľôčky),

MM CBa+(C+C+C): *Acidko jahoda 450 g* (hlavný člen názvu vznikol skrátením slovného spojenia „**acidofilné mlieko**“),

MM BCa+(C+C+C+C): *Jo-Vit jahoda – malina – višňa – guarana* (hlavný člen pragmatonyma bol utvorený skrátením – **jogurt** /priame pomenovanie druhu mliečného výrobku – MM B/ s **vitamínmi** /charakteristický príznak – MM C/).

Motivačný model C

MM C zahŕňa pragmatonymá, ktoré **charakterizujú pomenovaný objekt na základe jeho typických a diferencujúcich vlastností**. Zdanlivo ide o rôznorodý súbor pragmatonym utvorených na základe odlišných motivačných príznakov. MM C podáva „charakteristiku pojmenovaného alebo relačného objektu na základe jeho rôznych vlastností“ (Pleskalová, 1992, s. 77).

MM C odráža **charakteristické vlastnosti a príznaky pomenovaného objektu**, resp. produktu v najvšeobecnejšom chápaní. Pod pojmom *vlastnosť* rozumieme podstatný znak, črtu objektu (v tom najširšom zmysle slova) alebo javu. *Príznak* možno chápať ako charakteristický znak alebo diferencujúcu črtu. Pomenovaný objekt sa na základe svojich typických vlastností bližšie špecifikuje a zároveň diferencuje od ostatných príbuzných alebo odlišných objektov. Pre spotrebiteľa je rozhodujúca práve spomínaná rozlišujúca črta, za pomoci ktorej dokáže pri kúpe odlíšiť jednotlivé druhy výrobkov a vybrať si zo širokej palety konkrétny produkt.

Pre analyzovaný onymický materiál sú príznačné aj také typy názvov, ktoré obsahujú neplnovýznamové slovné druhy, akými sú predložky, spojky a častice. Hoci patria k synsémantickým slovným druhom, tzn., že sú spravidla aj synsyntagmatické, čiže nemajú platnosť samostatného vetného člena, pripisujeme im autonómnou úlohu príznaku, resp. vlastnosti charakteristickej pre daný objekt, výrobok a označujeme ich samostatne MM C. Viacslovné pragmatonymá, resp. jednotlivé ich komponenty sú z hľadiska neplnovýznamových slovných druhov tvorené najmä predložkami. Ako sme už spomínali, predložkové typy pragmatonym neplnia v porovnaní s anojkonymiou lokalizačnú funkciu.

Možno konštatovať, že na vzniku pragmatonym patriacich k MM C sa podpísali rôzne motivačné faktory, na základe ktorých sme ich začlenili do motivačných tried. Jednotlivé motivačné triedy sú súčasťou jednej z dvoch základných motivačných skupín. Charakteristické vlastnosti a príznaky pomenovaných produktov možno rozlíšiť na **inherentné** (vyplývajúce primárne z vnútornej podstaty produktu) a **adherentné** (vzťahujúce sa sekundárne na samotný výrobok).

V porovnaní s MM B sa tento MM vyznačuje omnoho rozmanitejšími motivačnými podnetmi. Zároveň platí, že MM C je najfrekvencovanejším MM. Často sa vyskytuje v pozícii hlavného člena, častejšie však má podobu vedľajšieho člena viacslovných pragmatonym.

Rozlišujeme tieto skupiny a v rámci nich tieto triedy motivačných faktorov:

- **INHERENTNÉ VLASTNOSTI:**
 - zloženie výrobku, príp. jeho výrobný postup:

MM C: *Acido* (ide o acidofilné mlieko, názov poukazuje v trunkovanej podobe na zloženie výrobku), *Enciánka* (hlavnou surovinou na výrobu nátierky je syr encián), *KRAVIČKA* (syr vyrobený z kravského mlieka), *Merino* (názov pochádza z rovnomenného označenia plemena oviec, ktorých mlieko slúži na výrobu tohto ovčieho syra),

MM C+C: *Termix kakaový* (názov vznikol ako výsledok výrobnej činnosti zariadenia zvaného „termizátor“, ktoré sa podieľalo na jednej z fáz jeho výroby), *Tvaroháčik vanilkový* (tvarohový dezert, hlavnú prísadu predstavuje najmä tvaroh),

MM C+(C+C): *Bryndziarka s pažitkou* (bryndzová nátierka s pažitkou), *Probia jablko, hruška* (probiotický nápoj),

MM CB+(C): *Syrokrem Smotanela* (syrový krém so smotanou),

MM CBa+C: *Mana pikant* (maslová nátierka),

MM BCa+(C+C+C+C): *Jo-Vit jahoda – malina – višňa – guarana*;

o **tvar:**

MM C: *Figúrky* (tvarovaný syr, má podobu rôznych postavičiek),

MM C+C: *Nite – údené, Srdce veľké*,

MM A+C: *Zázrivské prúty, Zázrivské srdiečko, Zázrivský pletenec*,

MM C+C: *Ovčí bochník, Ovčia hrudka, Paprikové kocky, Syrová torta, Syrové slimáčky, Syrové strunky, Syrové závitky*,

MM C+C+C: *Syrové trubičky neúdené, Syrové tyčinky údené, Syrové uzlíky údené, Zbojnicky vrkoč údený*,

MM A+C+(C+C): *Humenská tehla 45 %*,

MM C+C+(C+C): *Eidamský blok 45 %, Syrové korbáče 500 g*;

o veľkosť:

MM CB: *Minimaslo* (malé maslo),

MM CBa+C: *Minsy údené (mini syr)*,

MM A+CB: *Bánovecký polooštiepok* (oštiepok polovičnej veľkosti);

o množstvo:

MM C+C+(C+C): *Duetko – vanilkový s jahodami* (jogurt s dvomi druhmi príchuť, konkrétne vanilka a jahoda);

o (prí)chuť:

MM C: *Dobrôtka, Maškrtniček* (tvarohové dezerty určené pre malých aj veľkých labužníkov), *Karamelino* (vanilkový puding poliaty karamelom),

MM C+C: *APETITO Maxi* (tavený syr vyzdvihujúci lahodnú chuť, vznikol v roku 1973, v minulosti sa názvy syrov dávali podľa abecedy),

MM C+C: *Syrové mlsy* (syrová pochúťka, resp. chutný syr),

MM C+C+(C): *Ovocný Raj broskyňa* (názov jogurtu plného šťavnatého ovocia podčiarkuje aj reklamný slogan: „Chuť, ktorá rastie s ovocím.“), *Smotanový*

mňam čokoláda (chutný smotanový jogurt), *Vanilkové kúzlo jahoda* (vanilkový jogurt s jahodami, ktorý svojou chuťou okúzli každého),

MM A+C+C: *Hriňovská maslová chuť* (názov poukazuje na výrobok s prídavkom masla, nejde však o maslo),

MM A+C+C+(C): *Zvolenský Ovocný sen jahoda* (obsahuje dvakrát viac ovocia ako iné jogurty, čím vyvoláva dvojnásobný pôžitok a je chutnejší),

MM CB: *Čokopena* (čokoládová pena),

MM CBa: *Lasyr (lahôdkový syr)*;

- farba:

MM C: *Aksamit* (apelatívum *aksamit* predstavuje modrý zamat, syr s modrou plesňou),

MM CBa: *Goldamer* (z anglického **gold** /„zlatý“/ + **edamer** /eidam/);

- konzistencia:

MM (D)+CC+(C): *Danone SuperCrema Stracciatella* (jogurt s mimoriadne krémovou konzistenciou);

- kvalita:

MM C: *Primáš* (vo význame prvého huslistu ľudovej kapely poukazuje so svojou „príma chuťou“ na popredné miesto medzi inými druhmi syrov), *Unikát* (tavený syr s jedinečne jemnou a lahodnou chuťou),

MM A+C: *Tatranský Rival* (syr vysokej kvality, ktorý je konkurencieschopný, t. j. dokáže byť opodstatneným súperom na trhu so syrmi),

MM (A)+C: *Karička Favorit*;

- ADHERENTNÉ VLASTNOSTI:

- určenie výrobku, resp. jeho následné použitie:

MM CB: *Gastrooštiepok* (oštiepok určený na gastronomické účely),

MM C+C: *Bagetka Extra* (syr s modrastou plesňou podlhovastého tvaru, ktorý sa používa výhradne do bagiet),

MM CBa: *Unis (univerzálny syr)*;

- účel:

MM CBa+C: *Actimel Jahodový* (jeho cieľom je aktívne pôsobiť na črevnú mikroflóru a podporovať trávenie),

MM CCa+C+(C): *Activia Tvarohová Jahoda* (názov *Activia* vznikol skrátením slov **activus** /z latinčiny, vo význame „aktívny, účinný“/ a **via** /tiež z latinčiny, v preklade znamená „cesta“/. Tento názov vyzdvihuje „aktívnu cestu“. Aj obchodne registrovaný názov probiotickej kultúry *Bifidus ActiRegularis*, na báze ktorého sú výrobky s uvedeným názvom založené, vychádzajú z popisu pôsobenia tohto mikroorganizmu, ktorý aktívne reguluje tranzit tráviacim traktom.);

- spotrebiteľský charakter:

MM C+(C): *Miláčik vanilkový* (obľúbený detský krém),

MM (C)+C: *APETITO BAMBINO* (pôvodne bol tento tavený syr určený deťom, z taliančiny „bambino“, vo význame „dieťa“), *APETITO KIDIBOO* (KIDIBOO predstavuje francúzsky názov mliečnych výrobkov pre deti. Je to fonetický prepis otázky „Qui dit boo?“, čiže „Kto hovorí bu bu?“ /Strašidlo/. Na francúzskych obaloch je maskotom strašidlo, keďže by to ale nebolo pre domáceho spotrebiteľa zrozumiteľné, maskotom sa stal medveď /Obermaier, 12. 2. 2010/.),

MM (A)+C+C: *Karička Malí Šibali* (tavený syr určený pre detského spotrebiteľa);

- o racionálna strava:

MM C+C: *Dr. Fit* (srvátkovo-ovocný nápoj s obsahom cukru 0 %), *Sm♥tánka kyslá* (pomocou symbolu ♥ sa zvýraznia prednosti výrobku, ktorými je znížené množstvo cholesterolu. Navyše sa autori názvu týmto spôsobom vyhli nariadeniu Potravinového kódexu SR, ktoré spočíva vo fakte, že výrobca nesmie zavádzať konzumentov názvami svojich výrobkov. Tým, že sa do názvu vsunie spomínaný symbol, za koreň slova nemožno považovať smotanu, od ktorej sa *Sm♥tánka* podstatne odlišuje svojím zložením, keďže ide o zakvasený krém.),

MM C+(C+C): *M♥sielko 125 g* (zdravá maslová nátierka so zníženým obsahom cholesterolu),

MM C+(C+C+C): *Figureta čučoriedka 375 g* (predstavuje racionálny jogurt s obsahom tuku 0,1 %, ktorý podčiarkuje reklamný slogan „S Figuretou štíhlejšia!“),

MM A+C: *Bánovecká n♥tierka* (výrobok poukazujúci na zdravú nátierku so zníženým obsahom cholesterolu),

MM (C)+C: *APETITO LÍNIA* (výrobok so zníženým obsahom cholesterolu, ktorý obsahuje iba 10 % tuku);

- o zdravosť prostredia:

MM (C)+C: *APETITO LUČINA* (evokuje prírodu a čerstvosť, pretože ide o čerstvý syr);

- o tradičný spôsob výroby:

MM C: *Koliba*.

MM C je najfrekvencovanejší aj v pozícii vedľajšieho člena. Viacslovné pragmatonymá sa vyznačujú predovšetkým tým, že sa na ich ploche odráža súčasne viacero motivačných podnetov, ktoré predstavujú jednotlivé triedy inherentných a/alebo adherentných vlastností produktu. Na ilustráciu uvádzame najfrekvencovanejšie skupiny motivačných príznakov v rámci MM C.

- INHERENTNÉ VLASTNOSTI:

- o zloženie:

MM C+B+C+(C+C): *Trvanlivé mlieko UHT 1,5 %*,

- o zloženie výrobku a spôsob jeho úpravy:

- MM C+B+C:** *Kravský kaškaval údený* (kaškaval vyrobený z kravského mlieka konzervovaný dymom),
- zloženie výrobku, spôsob jeho úpravy a veľkosť:

MM C+B+C+C: *Gazdovská parenica údená MAXI* (prívlastok „gazdovská“ poukazuje na parenicu vyrobenú z kravského mlieka bez úpravy tuku, ktorá je zároveň upravená údením, a taktiež sa tu odráža aj jej veľkosť),

MM C+B+C+C+C: *Gazdovská parenica údená SUPER MAXI* (pozri vyššie),
 - zloženie, konzistencia a spôsob úpravy:

MM (B)+C+C+B+(C+C+C): *Niva – roztierateľný tavený syr s ušľachtilou plesňou*,
 - zloženie, balenie a množstvo:

MM C+B+(C+C+C): *Bifidové mlieko kelímok 250 ml, Kefírové mlieko kelímok 250 ml* (zakvasené mlieko v téglikoch),
 - zloženie a množstvo:

MM B+CC+(C+C): *Bryndza plnotučná 125 g, Bryndza plnotučná 250 g, Bryndza plnotučná 1000 g* (bryndza vyrobená z plnotučného mlieka v rozličnom množstve),

MM B+C+(C+C+C+C): *Smotana kyslá 10 % 175 ml* (kyslá smotana s obsahom tuku 10 % a s objemom 175 ml),
 - zloženie a (prí)chuť:

MM C+B+C: *Bryndzová nátierka pažitková* (nátierka vyrobená z bryndze s príchuťou pažitky), *Ovčí jogurt šípkový* (jogurt z ovčieho mlieka s príchuťou šípkou), *Smotanový jogurt jahodový* (jogurt s prídavkom smotany a príchuťou jahôd),

MM C+B+(C+C): *Vanilkové mlieko s vitamínmi* (mlieko obohatené o vitamíny s príchuťou vanilky), *Syrový krém s krevetami* (krém zo syra s príchuťou kreviet),
 - zloženie, ochutenie a množstvo:

MM C+B+C+(C+C): *Jogurtové mlieko čokoládové 250 ml*,
 - ochutenie a množstvo:

MM B+C+(C+C): *Jogurt jahodový 250 g, Jogurt malinový 150 g*,
 - zloženie a konzistencia:

MM C+C+B: *Kravský hrudkový syr* (syr vyrobený z kravského mlieka, ktorý nie je hladký, ale obsahuje hrudky),
 - zloženie a balenie:

MM B+CC+(C): *Tvaroh nízkotučný – fólia* (tvaroh s nízkym obsahom tuku balený vo fólii),

MM B+(C+C+C): *Smotana 12 % konvy* (smotana s obsahom tuku 12 % predávaná v kanvách),

- MM C+B+(C+C)+CC:** *Čerstvé mlieko PET fľaša polotučné* (čerstvé odstredené mlieko predávané v PET fľašiach),
- MM CC+B+(C+C+C):** *Polotučné mlieko v PE sáčku* (polotučné mlieko vo vrecku),
- balenie a množstvo:

MM B+(C+C+C): *Bryndza GELETKA 500 g* (bryndza, ktorá sa predáva v typickej drevenej nádobe na mliečne výrobky s gramážou 500 g),
 - spôsob úpravy výrobku a jeho tvar:

MM C+C+B: *Údený salámový syr* (syr upravený údením, ktorý má tvar salámy),
 - tvar:

MM C+B+(C): *Tvarovaný syr „kukurica“* (syr, ktorý sa svojím tvarom podobá kukurici), *Tvarovaný syr podkova* (syr v podobe podkovy),
 - farba:

MM B+C: *Encián Gold* (syr zlatej, resp. žltej farby),

MM C+B: *Modrý Encián* (encián s modrou plesňou vo vnútri),
 - farba a tvar:

MM A+C+B+(C): *Slovenský biely syr (blok)* (syr bielej farby v tvare bloku),
 - množstvo a tvar:

MM B+(C+C+C): *Kaškaval hranol 2,5 kg*,

MM B+(CC+C+C): *Akawi trojuholník 250 g*,

MM B+(C+C+C+C+C+C): *Kaškaval nízky valec o hmotnosti 500 g*,
 - balenie:

MM A+(C): *Karička Rodinka* (tavený syr v rodinnom balení);
 - ADHERENTNÉ VLASTNOSTI:
 - následné použitie:

MM B+C: *Tvaroh haluškový* (tvaroh určený výhradne na prípravu halušiek),

MM B+(C+C): *Smotana do kávy*,
 - príležitostné použitie:

MM CC+B: *Veľkonočná šľahačka* (šľahačka, ktorá sa vyrába iba tesne pred obdobím Veľkej noci),
 - zdravá výživa:

MM A+(C): *Karička Fitnes* (tavený syr s nízkym obsahom tuku),

MM C+B: *Fit syr* (syr s nízkym obsahom tuku v sušine),

MM C+C+C+0+(C): *Lahká & Fit Ananás* (zdravý jogurt, ktorý nezaťažuje trávenie);
 - SÚČINNOSŤ INHERENTNÝCH A ADHERENTNÝCH VLASTNOSTÍ:
 - zloženie a určenie výrobku, resp. jeho následné použitie:

MM B+(C+C+C+C): *Smotana na šľahanie 33 %*, *Smotana na varenie 10 %*,

MM C+C+B: *Gastro syrový krém* (krém vyrobený zo syra určený do gastro-nomických zariadení),

- zloženie/ochutenie a spotrebiteľský charakter:

MM A+C+B+(C+C+C): *Zvolenský Deluxe jogurt s kúskami višňí* (jogurt s višňami určený pre náročných spotrebiteľov),

- klasický spôsob výroby a (prí)chuť:

MM (C)+B+(C): *Klasik drink jahoda*,

- racionálna strava a (prí)chuť:

MM B+C+C: *Jogurt Racio čučoriedkový* (jogurt s nízkym obsahom tuku a s príchuťou čučoriedky),

- racionálna strava a balenie:

MM A+(C)+C: *Karička Rodinka Light* (tavený syr v rodinnom balení s nízkym obsahom tukov – iba 7 %).

Motivačný model D

Do MM D patria pragmatonymá vyjadrujúce (resp. ktorých komponenty vyjadrujú) „posesivitu a jiný vzťah k osobě“ (Pleskalová, 1992, s. 103). Ide o **privlastňovací vzťah** (odpoveď na otázku: „Čí?“), ktorý je podľa R. Šrámka (1999, s. 45) jeden z najstarších a najrozšírenejších propriálno-pomenovacích motívov. Ako sa ukazuje z analýzy nášho onymického materiálu, MM D síce nachádza svoje zastúpenie aj v tejto triede oným, ale o aplikácii myšlienky najrozšírenejšieho pomenovacieho motívu možno v onymickom priestore pragmatonym hovorí iba veľmi opatrne, pretože je jedným z najmenej frekventovaných modelov spomedzi ostatných MM.

O MM D možno uvažovať ako o motivačnom podnete, ktorý je založený na princípe **pomenovať pomenovaný objekt podľa určitej osoby alebo objektu**, pretože v mnohých nižšie uvedených príkladoch nejde o posesivitu v pravom zmysle slova. Z obsahového hľadiska ide síce o MM D, ktorý sa však vo viacerých prípadoch nepodarilo nominačným tímom (autorom pragmatonym) dostatočne stvárniť z formálneho hľadiska. Mnohé názvy sú tvorené povrchno.

Na ilustráciu uvádzame niekoľko príkladov zo skúmaného onymického materiálu. Keďže sa tento MM vyznačuje nízkou frekvenciou, poukážeme aj na také pragmatonymá, v ktorých MM D plní úlohu vedľajšieho člena.

Na vyjadrovaní posesivity sa vo väčšine prípadov podieľajú propriá, a to:

- krstné mená:

MM D: *Dodo* (familiárna podoba najfrekventovanejšieho mena na Slovensku – *Jozefa*, aké väzby malo uvedené krstné meno s poprednými predstaviteľmi Humenskej mliekare, sa nám však nepodarilo zistiť),

MM (D)+C+B: *Monika – smotanová nátierka* (jednému z majiteľov mliekarskej spoločnosti v Bánovciach nad Bebravou pribudla do rodiny v čase uvedenia nového druhu krémovej nátierky vnučka *Monika*, ktorej vzdal starý otec

takúto poctu), *PRIBINA Predsmažený Eidam* (názov výrobku je odvodený od mena prvého staroslovanského kniežata *Pribinu*),

MM (D)+C+C+C+B+C: *Paťa – Termizovaná tvarohovo smotanová pena – kakaová* (pomenovanie tvarohovo-smotanovej peny určenej detskému spotrebiteľovi, ktorej názov čerpá z familiárnej podoby krstného mena herečky *Patrície Jariabkovej* účinkujúcej v obľúbenom programe pre deti a mládež pod názvom *Od Kuka do Kuka*);

- priezviská:

MM (D)+C+C+B: *Jánošík kráľateľný tavený syr* (prvý komponent pragmatonyma odkazuje na slávneho slovenského zbojníka, ktorý sa stal národnou legendou. Názov výrobku pochádza zo sortimentu Liptovskej mliekarene, a. s., so sídlom v Liptovskom Mikuláši. Osobnosť Jánošíka je úzko spätá najmä s Liptovom a okolitými regiónmi.). V pragmatonymách *LIPTOV Jánošíkove korbáče neúdené* a *LIPTOV Jánošíkove korbáče údené* (**MM (A)+D+B+C**) je posesívny vzťah explicitne vyjadrený príponou *-ove*),

MM (D)+C+C+C+B+C: *Bobáčik – Termizovaný smotanovo tvarohový krém jahodový* (názov výrobku bol utvorený na základe priezviska majiteľa Tatranskej mliekarene, a. s., v Kežmarku – *Ing. M. Bobáka*. Na fakt, že je produkt primárne určený deťom, autori názvu poukázali prostredníctvom jeho deminutívnej podoby.),

- literárnymá:

MM D: *Kubko, Maťko* (pomenovanie termizovaných tvarohových dezertov podľa hlavných postáv z rozprávkovej knihy *Maťko a Kubko*, resp. kresleného rozprávkového seriálu *Pásli ovce valasi*, ktorých autorkou, resp. scenáristkou je M. Grznárová),

MM D+C: *Antiviro čokoládové* (trvanlivé mlieko určené pre detského spotrebiteľa pomenované podľa hrdinu z kresleného komixu, ktorý bojuje proti nepriateľom – vírusom a baktériám), *Brejky ČOKOLÁDA* (školské mlieko umiestnené v školských automatoch pomenované podľa maskota *Brejkyho*, ktorého názov je odvodený z anglického slova „break“, čo znamená „pauza“),

MM (D)+C+B: *Dráčik – Čokoládový koktail* alebo **MM (D)+C+C+C+B+C**: *Dráčik – Termizovaný smotanovo tvarohový krém vanilkový* (hoci sa na prvý pohľad zdá, že začiatočný komponent pragmatonym bol motivovaný apelatívom, treba skonštatovať, že ide o deapelativizované proprium. Názov čerpá z pomenovania hlavnej postavy – *Dráčika* z obľúbeného detského animovaného seriálu pod názvom *Príbehy Dráčika požiarnika*.);

- logonymá:

MM (D)+CC+(C): *Danone SuperCremo Jahoda* (*Danone* predstavuje názov spoločnosti, ktorý vytvoril jej zakladateľ Issac Carosso. Pomenoval ju podľa

svojho syna, ktorý sa volal Daniel a *Danone* je deminutívna podoba uvedeného mena v katalánčine.),

MM (D)+C+B+(C): *Tami Smotanový jogurt čokoláda* (čokoládový smotanový jogurt od spoločnosti TAMI, logonymum je vnútorne nositeľom motivačných príznakov, akými je poloha a bezprostredné označenie výrobného podniku /TAMI = **T**atranská **m**liekareň: MM ABa/, avšak navonok poukazuje na posesivitu, čiže patrí k MM D),

MM (D)+C+B+(C+C): *Nika – rodinný syr eidamského typu* (syr uvedeného typu pochádza zo sortimentu spoločnosti NIKA, jej názov vznikol abreviáciou zo slovného spojenia „**n**ová **i**nternacionálna **k**omerčná **a**ktivita“, ako aj vo vyššie spomenutom príklade, aj tu možno uvažovať o vonkajšom, resp. všeobecnom pôsobení či účinku názvu na ploche pragmatonyma),

MM B+(D+D+C+C): *Nátierka Agro Tami s paprikou* (názov nátierky, ktorú vyrába spoločnosť Agro Tami, logonymum zložené z dvoch slov je v rámci pragmatonyma zachytené dvakrát MM D).

Podiel apelatív na vyjadrovaní privlastnenia je zriedkavý. Pri tomto procese nominácie je zväčša sémantická súvislosť medzi osobou alebo objektom, podľa ktorých sa príslušný výrobok pomenúva. Dôležitú úlohu zohráva miera asociácie. Napr.:

MM C+(D+C): *Bagetka Bačova sila* (názov má evokovať zdravosť prostredia a silu, ktorú pastierom dáva hlavná obživa na salaši, a tou je syr /mlieko a iné výrobky z mlieka/),

MM (D)+B: *Babička šľahačka* (šľahačka ako od babičky, t. j. tradične dobrá, chutná a pripravená tradičným spôsobom),

MM (C+D)+B+(C): *Dobrá mama jogurt banán* (jednoducho to najlepšie od mamy, pretože mama vždy dobre vie, čo je pre jej deti najlepšie, produkt má asociovať chutné a zároveň zdravé jedlo).

Motivačný model X

Ako sme už spomenuli, J. Pleskalová (1992) a R. Šrámek (1999) vymedzujú v rámci vzťahu pomenúvateľ a pomenovaný predmet štyri triedy vzťahových, resp. motivačných modelov. V. Blanár (1996, s. 60) navrhuje rozšíriť tento počet modelov ešte o jednu triedu, a to o **triedu nejasných a nejednoznačných názvov**. Ako správne usudzuje, pri niektorých (toponymických) názvoch nemožno jednoznačne určiť motiváciu.

Uvedenú tézu možno aplikovať aj v rámci pragmatonymie. Názvy, ktoré nemajú priezračnú motiváciu, sú nejasné a nejednoznačne ponímané, navrhujeme zaraďovať k MM označenému písmenom X. Označenie tohto MM sme nevybrali náhodne, ale naopak vedome, pretože v matematickom značení predstavuje symbol X neznámu veličinu alebo presne neuvedené množstvo nejakej entity, v čom možno vidieť analógiu aj s významovým vymedzením MM X.

MM X obsahuje pragmatonymá, resp. niektoré ich komponenty vyznačujúce sa **nejasným vzťahom medzi pomenúvateľom** (zväčša nominačným tímom príslušnej mliekarenskej spoločnosti) **a pomenovaným objektom** (výrobkom). **Motivačný príznak**, ktorý zohral dominantnú úlohu pri tvorbe určitého pragmatonyma, resp. jeho komponentu, **je zastretý**, a to do takej miery, že názov je nezreteľný nielen pre spotrebiteľa, ale aj pre samotného výrobcu. Motivácia je, resp. bola jednoznačná len pre autora (autorov) príslušného názvu. Keďže mnohé mliekarenské firmy si v minulosti nevidovali proces nominácie výrobkov a zamestnanci, ktorí boli za tento nominačný akt zodpovední, postupom času opustili pracovisko, v dôsledku čoho sa nezachovali podklady presne poukazujúce na jasnú motiváciu niektorých pragmatonym.

Aj v našom onymickom korpuse možno vymedziť niekoľko ilustračných príkladov pragmatonym patriacich k MM X, či už v pozícii hlavného alebo vedľajšieho člena viacslovného názvu. Motiváciu nižšie uvedených pragmatonym, resp. niektorých ich komponentov sa nám nepodarilo ozrejmiť z uvedených dôvodov. Napr.:

MM X: *Gaudelka*,

MM (C)+X+C: *APETITO LUNEX Klasik*,

MM C+B+(X): *Čerstvé maslo „ALKE“*,

MM C+B+C+(C+C+X): *Trvanlivé mlieko UHT 0,5 % BONI*,

MM (X)+C+C+B: *Balada – zmesná tuková nátierka*.

MM X patrí k najmenej frekventovaným modelom spomedzi všetkých druhov MM, čo potvrdila aj analýza pragmatonymického materiálu.

Záver

Nominačný akt pragmatonym možno hodnotiť ako jedinečný proces tvorby názvov sériovo vyrábaných produktov. Pragmatonymum je výsledkom pomenovacích schopností nominačného tímu. Autori sa snažia zvoliť čo najpodstatnejší alebo najmarkantnejší motivačný príznak typický pre denotát (výrobok) a adekvátne ho stvárniť po formálnej stránke na ploche pragmatonyma. Vo všeobecnosti platí, že väčšina názvov má zreteľnú motiváciu, avšak v niektorých prípadoch je motivačný podnet nejasný.

Ústredným bodom našej výskumnej činnosti bolo modelové poňatie pragmatonym. Teória modelovania, ktorú sme aplikovali na súbor pragmatonym, bola zrealizovaná na korpuse anojkoným. Vzhľadom na odlišný charakter toponým a chrématonym (pragmatonym) sme uvažovali o istej modifikácii jestvujúcich modelov. Dospeli sme však k záveru, že motivačné modely A (poloha, miesto, z ktorého výrobok pochádza, na ktoré odkazuje), B (bezprostredné označenie druhu výrobku), C (charakteristické vlastnosti a príznaky výrobku), D (posesivita) sú životaschopné a majú univerzálnu platnosť. Sú navrhnuté tak, že je ich možné s menším stupňom modifikácie adaptovať a realizovať aj na pragmatonymickom materiáli. Z analyzovaného onymického korpusu sa ukázalo, že pri niektorých pragmatonymách nemožno určiť presnú a jasnú moti-

váciu. Z toho dôvodu uvažujeme nad motivačným modelom X, ktorý zastrešuje pragmatonymá s nejasnou motiváciou, čiže nezreteľným motivačným príznakom.

K najfrekventovanejším motivačným modelom či už v pozícii hlavného alebo vedľajšieho príznaku patrí motivačný model C, v rámci ktorého možno rozlišovať nasledovné pomenovacie motívy: inherentné (zloženie výrobku, jeho tvar, veľkosť, (prí)chuť, množstvo, balenie, farba, konzistencia, kvalita) a/alebo adherentné vlastnosti (určenie výrobku, jeho účel, spotrebiteľský charakter, poukaz na racionálnu stravu, zdravosť prostredia, z ktorého výrobky pochádzajú, či tradičný spôsob výroby). Ďalej je zastúpený motivačný model B, ktorý priamo označuje konkrétny druh produktu. Pomerne častým je aj motivačný model A, pri ktorom sa stáva spravidla pomenovacím motívom priama alebo nepriama (symbolická) geografická príslušnosť výrobku k jeho pôvodcovi. Najmenej frekventovaným je motivačný model D, ktorý vyjadruje privlastňovací vzťah. Na vyjadrení posesivity sa zväčša podieľajú propriá (antroponymá, literárnymá a logonymá) a v malej miere aj apelatíva.

Aby bolo možné charakterizovať tendencie prejavujúce sa v oblasti pragmatonym, je nutné skúmať súbory názvov sériovo vyrábaných výrobkov v rôznych priemyselných odvetviach a následne ich spracovať na základe konfrontačno-komparačnej metódy. Predpokladáme, že parciálne výsledky nášho výskumu aspoň sčasti pomôžu k riešeniu danej problematiky.

Použitá literatúra:

- V. Blanár – J. Matejčík, *Živé osobné mená na strednom Slovensku. I. 1. Designácia osobného mena*. Bratislava 1978.
- V. Blanár, *Teória vlastného mena*, Bratislava 1996.
- V. Blanár, *Vlastné meno vo svetle teoretickej onomastiky*, Bratislava 2008.
- I. Honl, *O tyronymech – názvech sýrů*, Zpravodaj Místopisné komise ČSAV 7, 1966, s. 5–9.
- M. Majtán, *Mimojazyková stránka toponyma*. In: M. Majtán (ed.), *VI. slovenská onomastická konferencia*. Nitra 4.–6. apríla 1974. Zborník materiálov, Bratislava 1976, s. 31–37.
- M. Majtán, *Motivácia a lexikálna sémantika*. In: E. Krošľaková (ed.), *Jazyková a mimojazyková stránka vlastných mien*. 11. slovenská onomastická konferencia. Nitra 19.–20. mája 1994. Zborník referátov, Nitra 1994, s. 15–19.
- M. Majtán, *Z lexiky slovenskej toponymie*, Bratislava 1996.
- M. Majtán, *Perspektívy rozvoja slovenskej onomastiky*. In: M. Považaj – P. Žigo (eds.), *Súradnice súčasnej onomastiky*. Zborník materiálov zo 16. slovenskej onomastической konferencie, Bratislava 2007, s. 9–16.
- L. Michálková, *Současná tyronyma – názvy sýrů*, *Acta onomastica* 41–42, 2001, s. 193–202.

- P. Mitter, Možnosť aplikácie vzťahových modelů u názvů restaurací, *Acta onomastica* 44, 2003, s. 48–51.
- J. Keresteš – J. Selecký a kol., *Syrárstvo na Slovensku – história a technológie*, Považská Bystrica 2005.
- O. Obermaier, oldrich.obermaier@tpk.cz. 2010-02-12 Motivácia názvov mliečnych výrobkov. [E-mail adresátovi Lenke Garančovskej: Garancovska.Lenka@fhv.umb.sk]
- Ľ. Sičáková, *Hydronymia povodia Slanej (súbor štúdií)*, Prešov 2007. Dostupné na internete: www.unipo.sk/public/.../Monografia%20-%20variant%202.doc
- J. Pleskalová, K pojetí modelu v pomístních jménech. In: M. Majtán (ed.), VI. slovenská onomastická konferencia. Nitra 4.–6. apríla 1974. Zborník materiálov, Bratislava 1976, s. 39–46.
- J. Pleskalová, *Tvoření pomístních jmen na Moravě a ve Slezsku*, Jinočany 1992.
- R. Šrámek, Toponymické modely a toponymický systém, *Slovo a slovesnost* 33, 1972, s. 304–318.
- R. Šrámek, *Úvod do obecné onomastiky*, Brno 1999.
- Úradný vestník Európskej únie. 4. 10. 2007. [online], [cit. 6. 5. 2010]. Dostupné na internete: www.land.gov.sk/politikakvality/download.php?20
- W. Wenzel, Antroponymický systém. (Na základě lužickosrbských osobních jmen podle pramenů ze 14. a 18. století). In: R. Šrámek (ed.), *Onomastika jako společenská věda. Sborník příspěvků z 1. československé onomastické konference (18.–20. 5. 1982 v Trojanovicích)*, Praha 1983, s. 115–119.

Summary

Model Concept of Pragmatonyms

Pragmatonyms represent a not much investigated field of onomastics, which disposes of plenty of stimuli for scholarly research not only in the field of onomastics. We focused our attention to the formation of extra-linguistic (motivation models) features of pragmatonyms in dairy industry.

One of the most frequent motivation models (regardless of whether it holds the function of a dominant or minor attribute) is the motivation model C (attribute, characteristic feature), within the scope of which we are able to distinguish following denomination motives: inherent (composition of the product, its shape, its size, taste /flavour/, quantity, packing, colour, texture, quality) and/or adherent features (identification of the product, its purpose, consumer character, healthy diet, fitness of the surroundings which the products come from, or traditional mode of production).

Further, the motivation model B is present. It designates directly the specific type of product.

Motivation model A is also relatively frequent. Geographical adherence to the respective producer, either direct or indirect (symbolic) constitutes a denominative motivation.

Motivation model D that indicates possessive relation is less frequent. Proper names (anthroponyms, literary proper names and logonyms) and to a lesser extent the appellatives usually manifest possession.

The analysed onymic corpus shows that it is impossible to establish clear motivation of certain pragmatonyms. Therefore, motivation model X is to be taken into consideration. It covers pragmatonyms with equivocal motivation sign.

Keywords

onomastics, pragmatonyms, motivation models