

Na závěr lze shrnout, že u slova *projekt* jsou všechny nové významy již natolik běžné, že by je budoucí slovníky neměly opomenout, a že užití výrazu *grant* v dalším významu se prosazuje postupně, a to zejména v profesní mluvě; důvodem je bezesporu to, že daný pojem pojmenovává jednoslovně.

## LITERATURA

FRONEK, J. (2006): *Velký anglicko-český slovník*. Praha: Leda.

HAIS, K. – HODEK, B. (1997): *Velký anglicko-český slovník*. Praha: Academia – Leda.

*Nová slova v češtině. Slovník neologizmů* (1998). Praha: Academia.

*Nová slova v češtině. Slovník neologizmů 2* (2004). Praha: Academia.

*Nový akademický slovník cizích slov* (2005). Praha: Academia.

*Slovník spisovné češtiny* (1994). Praha: Academia.

*Slovník spisovného jazyka českého* (1989). Praha: Academia.

Ivana Svobodová

*Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i.  
Letenská 4, 118 51 Praha 1  
svobodova@ujc.cas.cz*

## XCLNT ANEB DEVOKALIZOVANÉ ZKRATKY V CHRÉMATONYMIÍ

This article discusses the type of abbreviations used in the proper names of market products. This type is formally based on the omission of vowels and the use of capital consonant letters.

Zkracování je významným projevem dynamiky slovní zásoby a své nezastupitelné místo má i v propriální sféře. Vzájemný vztah zkráceného a plného pojmenování je disproporční. Ačkoli jejich lexikální význam je shodný<sup>1</sup>, liší se stylovou a funkční platností. Vznik zkrácených pojmenování pramení ze snahy o ekonomičnost vyjádření. V tomto příspěvku se ovšem budeme věnovat zkratkám, jejichž vznik je motivován zejména stylovým hlediskem. Zabýváme se zkratkovými proprii, jejichž základem je

jednočlenný lexém, který je ve výsledné formě redukováný o vokály (devokalizovaný). Podobný trend je v určitých komunikačních situacích a mezi určitými mluvčími patrný i v apelativní sféře, tento příspěvek ho ovšem sleduje v oblasti propriální, a to konkrétně u pragmatonym. Pragmatonyma jsou podtypem chrématonym, pojmenování výsledků lidské činnosti, které nejsou kartograficky fixovatelné. Jedná se o vlastní jména sériově vyráběných produktů.

Zkratky se tradičně dělí na akronyma (iniciálové zkratky) a zkratková slova. Tuto opozici užívá Josef Hrbáček (1979) v publikaci *Jazykové zkratky v češtině*. Rozlišuje dvě velké skupiny zkratek – grafické a graficko-fonické. V rámci grafických zkratek vyčleňuje zkratky skeletové, které z původního lexému využívají pouze některé konsonanty, jež jsou sémanticky nosné.

<sup>1</sup> Existují však výjimky (karma aj.), na něž upozorňuje např. Hrbáček, 1979. Hrbáček rovněž používá termín uzuální význam zkratky a uvádí další rozmanité příklady typů utváření sémantiky zkratky, které jsou na fundující lexikální jednotce více či méně nezávislé (s. 67–68).

Příkladem takových zkratek jsou označení hodností (*mjr., plk.,* jinde i *kpt., pplk.*<sup>2</sup>). Tyto zkratky se píší malými písmeny a jsou ukončeny tečkou. S Hrbáčkovým pojetím se v podstatě shoduje *Mluvnice češtiny I* (1986), která používá dělení na zkratky grafické, graficko-fónické a fónické (odpovídají zkratkovým slovům). Fónické zkratky nebo zkratková slova jsou výrazy vzniklé jako slabičné zkratky, které fungují jako ohebná substantiva (*karma*), nebo iniciálové zkratky s příponou, jež umožňuje jejich deklinaci (*ódeéska*).

V tomto příspěvku se zabýváme v literatuře dosud nevyčleňovaným (a konkrétně nezmiňovaným) typem neiniciálových zkratek, které lze zařadit do skupiny grafických zkratek skeletových, ale s odlišným pravopisem. Jedná se o zkratky, které se vyskytují zejména v oblasti pragmatonym. Důsledně dodržují devokalizační princip, píší se velkými písmeny a bez tečky (formou připomínají akronyma), ale vyslovují se jako celé nezkrácené lexémy (což odpovídá pojetí grafických skeletových zkratek). V oblasti zkratkových chrématonym (zejména firemních názvů) se dosud nejčastěji setkáme s iniciálovými zkratkami nahrazujícími víceslovné názvy (*ČSOB, IBM, BMW, LG*), občas s mechanickým krácením (*Lego, Olds*)<sup>3</sup>. Na ústupu jsou zkratková slova vytvořená spojením různých částí dvou a více lexémů (*Adidas, Řempe*) a zařazená do deklinačního systému. V současnosti se však můžeme setkat právě i s výše zmíněnými propriálními zkratkami vytvořenými grafickou devokalizací motivujícího lexému, ačkoliv je tento typ u českých produktů dosud spíše ojedinělý. Nedávno ho zvolil výrobce piva *Gambri-nus*, když představil modifikovanou image piva

*Excelent*, využívající grafické podoby *XCLNT*. Z motivujícího pojmenování byly eliminovány všechny vokály, čímž vznikla zkratka graficky se neodlišující od zkratek iniciálových. Nevyslovuje se ovšem jako po sobě následující názvy hlásek, ale stále jako [ekscelent]. Obdobně například *HSK (Husky)* se vyslovuje jako [hasky], *BRTN (Burton)* jako [bártn] atd. Rovněž je třeba si povšimnout faktu, že tyto zkratky nejsou ukončeny tečkou (i proto je nelze bezpodmínečně přiřadit k žádnému z výše uvedených typů), což ostatně ani není u proprií obvyklé. Pokud „se zkratka (nezávisle na typu) změnila ve značku, kterou je třeba považovat za přesně definovaný grafický symbol, tečka odpadá.“ (EŠČ, s. 565.)

Tyto zkratky reflektují modernizaci či aktualizaci značky, což potvrzuje i audiovizuální zpracování reklamy na pivo *XCLNT*. Hlavním motivem reklamního sdělení jsou lidé kolem třiceti let, kteří se baví v nočním velkoměstě. Zvukový doprovod představuje elektronická hudba. Cílovou skupinou mají být generace zvané mezi sociology X a Y. Generaci Y (lidé narození v osmdesátých a devadesátých letech) popisuje např. Rebecca Huntley (2006, s. 10) jako generaci s paradoxním přístupem k životu, který je dán častou protichůdností jejich počínání. Zároveň ale dodává, že jsou to lidé ambiciózní s neomezenými možnostmi. Předcházející generace X (lidé narození v šedesátých a sedmdesátých letech) je často nazývána také jako „slackers“ (flákači) nebo „MTV Generation“. Např. podle Judy L. Isaksen (2002) je to generace mladých lidí bezcílně hledajících svou identitu. K životnímu stylu této generace patří rocková a punková hudba, televizní seriály a ostentativně prezentovaná ironie. Kombinací obou charakteristik vzniká cílová skupina (potažmo i sociálně vyčleněná skupina mluvčích) mladých ambiciózních dospělých lidí znalých současných trendů v technologiích, hudbě i módě.

<sup>2</sup> Hrbáček (1979, s. 54) zkratky typu *pplk., ppor.* označuje ve své monografii jako kombinované grafické zkratky.

<sup>3</sup> O tomto např. Svobodová, 2007.

Obě varianty téže značky *Excelent* na trhu koexistují, ovšem s funkční odlišností (jinak vypadá i láhev). Zatímco značka *Excelent* měla doplnit portfolio pivovaru *Gambrinus* o jednáctku a reklamní kampaň byla vybudována přímo na daném produktu, značka *XLNT* (ačkoli se jedná o totéž pivo) cílí na velmi konkrétní skupinu spotřebitelů a její tržní charakteristika je výrazně emocionálně obohacena.

Tento typ devokalizovaných proprií se na českém trhu objevuje téměř výlučně u zahraničních značek produkujících hlavně skateovou či hiphopovou módu – *BRTN* (čepice *Burton*), *FMS* (obuv *Famous*), *JSLV* (z již defektního *Jus Liv*, původně „just live“) nebo *HNDSM LFSTL* (čepice *Handsome Lifestyle*). Zaznamenali jsme pouze dvě české značky, které užívají tento typ – *HSK* (sportovní móda *Husky*), *JTX* (*Jihočeská textilní*<sup>4</sup>). Celkem běžně užívané (i v propriální oblasti) jsou v anglicky mluvících zemích devokalizované zkratky *NRG* – energy (firmy *NRG Energy* a *NRG Systems*) nebo *WKND* – weekend (magazín *WKND Khaalej Times Magazine*, videoklip *WKND TRSH*). Nedávno vydala zpěvačka Madonna nové hudební album pojmenované *MDNA* (zde byl kvůli uchování jasné reference k motivujícímu jménu ponechán poslední vokál).

Obdobné zkratky ve vyšší míře fungují v internetové komunikaci, z níž se tento typ patrně rozšířil, a jejich význam lze vyhledat v nejrůznějších online slovnících zaměřených na akronyma a zkratková slova<sup>5</sup>. V internetové

<sup>4</sup> V tomto případě je ovšem diskutabilní genetické hledisko. Značka *JTX* se objevuje perifrasticky s označením *Jihočeská textilní*, což je rovněž plně označení firmy *Jitex* (v současnosti nefungující). Obě firmy však nelze jinak dávat do souvislosti. Inspirace proslaveným názvem *Jitex* je ovšem pravděpodobná.

<sup>5</sup> Např. <http://www.abbreviations.com/> nebo <http://www.acronymfinder.com/>.

a mobilní komunikaci jsou i mezi českými mluvčími používané a srozumitelné apelativní výrazy *pls* (please), *ppl* (people), *msg* (message), *ntbk* (notebook), *mnts* (mountains), *lstrn* (listen), ale také devokalizované zkratky českého základu *nwm/nvm* (nevím), *twl/tvl* (ty vole), *njn* (no jo no), *tkj* (tak jo), *tktj* (tak to jo). Devokalizace se týká pouze izolovaných výrazů, našli jsme jen jediný doklad fatální devokalizace věty. Použití tohoto principu bylo však zjevně uvědomělé: *MGZN nb kdž s stndt FM snž dlt srnd z lfstl nb md* (*Magazín aneb Když se studenti FAMU snaží dělat srandu z lifestylu nebo módy*).

Popsaný pomezní typ, který se blíží grafickým zkratkám, u nichž se zachovává výslovnost nezkrácené podoby, a formálně (a pravopisně) akronymům, ovšem nelze považovat za zcela nový, ale můžeme ho označit za readaptovaný a aktualizovaný. Ona aktualizace se týká zejména jeho funkce, stylové platnosti a motivace. O zkracování se obvykle soudí, že tento způsob tvoření slov (pokud je daný proces považován za slovtvorný) je motivovaný „větší ekonomičností zkrácené podoby než existujícího nezkráceného pojmenování jednoslovného nebo více-slovného.“ (ESČ, s. 565) Obdobně se o zkratkách vyjadřuje *Mluvnice češtiny I* (1986, s. 517): „Zkracování slov a slovních spojení je jedním z prostředků jazykové ekonomie vedle elipsy slovní a větne a vedle univerbizace přívlastkového spojení.“ Poněkud opatrněji se k tomuto tvrzení staví např. Věra Vlková (1984) a zejména Jaroslav Bartošek (1975). Na fakt, že zkratka a plně pojmenování nejsou pouhými variantami téhož lexému, upozorňuje i Josef Hrbáček (1979). Všichni tyto autoři tvrdí, že motivací zkratek je především potřeba úspornosti, ale nikoli výhradně. Bartošek (1975) říká, že „volba mezi zkratkovým a nezkráceným pojmenováním je záležitostí úzu a zčásti i stylu.“ Právě toto tvrzení je pro náš příspěvek důležité. Podstatné je i Bartoškovy (1975) další tvrzení:

„Užití nezkrácené (tj. delší, popisnější) podoby signalizuje větší vážnost a úctu ke sdělovanému obsahu. Zkratky tento příznak nemají, naopak jsou projevem všedního, mechanizovaného, opakovaného užívání.“ Nelze ovšem tvrdit, že jsou zkratky v této opozici nepříznakové. U typu, o němž zde pojednáváme, je naprosto zásadní pragmatické hledisko. Základní motivací (alespoň ne přímou) zde rozhodně není ekonomičnost, ale charakter komunikační situace, případně (onymická) funkce ideologizující, sociálně klasifikující nebo estetická.

Devokalizované zkratky jsou módním jazykovým fenoménem, který je kvůli zvyšující se frekvenci jeho užívání třeba brát v potaz. Navíc dokládá zajímavý jev, který vlastně nastínil již Bartošek (viz výše). Ukazuje se zde, že nejrůznější pragmatické příznaky nejsou přítomné pouze v sémantice nebo hláskové/morfémové reprezentaci<sup>6</sup> pojmenování, ale mohou být podpořeny i zvolenou grafickou podobou (i když ponecháme stranou logotyp). Značky, které zvolily devokalizaci jako způsob aktualizace, zacilují na konkrétního spotřebitele, jak byl charakterizován výše. Oddělují obě varianty, přičemž nezkrácenou variantu používají jako vyšší, nezatiženou příznaky, devokalizovanou podobu pak jako sociálně ukotvenou. Je u ní do jisté míry potlačena onymická funkce diferenciativní a identifikační, ale o to více do popředí se dostávají již zmíněné funkce komunikativní (z užití formy vyplývají i informace o vztahu pojmenovatele k produktu), ideologická a sociálně klasifikující. O co obtížněji rekonstruovatelné je motivující proprium, o to silnější je pak pocit příslušnosti k societě označované tímto „šifrovaným“ pojmenováním.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Zejména u pragmatoným je nasnadě hovořit o „sémantice“ značky, ačkoli se obecně význam proprium nepřisuzuje.

## LITERATURA

- BARTOŠEK, J. (1975): K diskusi o zkratkách. *Naše řeč*, 58, 25–30.
- ESČ: *Encyklopedický slovník češtiny* (2002). Praha: Nakladatelství Lidové noviny.
- HRBÁČEK, J. (1972): Zkratky a tvoření slov. *Naše řeč*, 55, 124–130.
- HRBÁČEK, J. (1979): *Jazykové zkratky v češtině*. Praha: Univerzita Karlova.
- HUNTLEY, R. (2006): *The World According to Y: Inside the New Adult Generation*. Crows Nest: Allen & Unwin.
- ISAKSEN, J. L. (2002): Generation X. *St. James Encyclopedia of Popular Culture* [online]. Gale Group. Cit. 2012-02-02. <[http://findarticles.com/p/articles/mi\\_g1epc/is\\_tov/ai\\_2419100500/](http://findarticles.com/p/articles/mi_g1epc/is_tov/ai_2419100500/)>
- Mluvnice češtiny I* (1986). Praha: Academia.
- ŠVOBODOVÁ, D. (2007): Motivace způsoby tvoření názvů a firem působících v ČR. *Čeština doma a ve světě*, 15, s. 113–119.
- VLKOVÁ, V. (1984): Pojmenování vzniklá z písmenných zkratk. *Naše řeč*, 67, s. 165–166.

Kateřina Čechová

Ústav českého jazyka a teorie komunikace FF UK  
nám. Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1  
[kata.cechova@seznam.cz](mailto:kata.cechova@seznam.cz)

<sup>7</sup> Hrbáček (1979, s. 69) připomíná užívání nelexikálních zkratk jako šifrovacích prostředků kvůli jejich oslabené „čitelnosti“.