

## Nové onomastické tvary

Mária Imrichová

Pedagogická fakulta UPJŠ, Prešov

Pod pojmom nové onomastické tvary máme na mysli názvy súkromných obchodov, obchodných či výrobných spoločností a firiem, tvorcami ktorých sú spravidla majitelia týchto obchodov. Pri registrácii firmy majitelia musia uviesť taký názov firmy, ktorý nie je totožný s názvom už existujúcej obchodnej či výrobnéj jednotky. Tým je splnené základné kritérium vlastných mien — jedinečnosť, ktorá pripúšťa zaradenie týchto mien medzi vlastné podstatné mená majúce spravidla konkrétny, jedinečný dosah, aktuálny vecný vzťah.

Náš výskum je zameraný na osvetlenie pomenovacích motívov a pomenovacích okolností vlastných mien obchodov a firiem vo východoslovenskom regióne zaregistrovaných po r. 1989. V druhej etape výskumu chceme upriamiť pozornosť na ich začlenenie do slovenského deklináčného systému, resp. ich podriadenie slovenskej deklinácii, pretože vznikajú i podoby slov netypické pre slovenský jazyk.

V tomto príspevku osvetľujeme pomenovací motív názvov niektorých obchodov v Prešove. Zdrojom informácií sú samotní tvorcovia názvov, t. j. majitelia alebo zamestnanci obchodu.

V pomenovacích motívoch sa prejavuje výrazná snaha majiteľa vniesť do názvu pečať vlastnej individuality formou skratiek svojho mena a priezviska, čo do istej miery komplikuje identifikáciu obchodu. Apelatívne názvy (napr. potraviny, textil, cukráreň) sa vytrácajú alebo sa stávajú apelatívnym dodatkom v názve. Využitím vlastného mena nemotivovaného činnosťou, ktorou sa obchod zaoberá, stráca sa možnosť priamej identifikácie druhu obchodu — v konečnom dôsledku kupujúci v mnohých prípadoch nevedia podľa mena obchodu druh obchodu určiť.

Po zistení motívov vzniku približne stopäťdesiatich pomenovaní obchodov v Prešove napriek prvotnému zdaniu chaotickosti vidieť v pomenovávaní istý systém.

1. Najproduktívnejším motivačným činiteľom je meno a priezvisko majiteľa, resp. majiteľov firmy a najproduktívnejším slovotvorným postupom je akronymizácia, tvorenie pomenovaní skracovaním slov, resp. vyberaním začiatočných hlások či písmen alebo slabík rodných mien, priezvisk, prezývok majiteľov. Výsledkom je akronym významovo veľmi málo priezračný. Pri akronymických názvoch sa spravidla vyskytujú apelatívne dodatky. Napr. **Korum** — pekáreň a potraviny, motivované priezviskami majiteľov —