

Snaha po reklamnosti, propagačnosti, reprezentativnosti aj estetickosti zvukovej a formálnej podoby, ale v neposlednom rade i snaha o upozornenie na seba ako vlastníka (aj prostredníctvom názvu firmy) spôsobujú, že logonyma sice pomenujú, identifikujú, ale pojmovo nespracávajú skutočnosť. Ak niet príslušnej väzby vlastného mena na konkrétny predmet, ak sa vlastne meno s ním nemôže stotožniť, ak sa „pretrhne“ identifikácia objektu, proprium sa stáva komunikačne „prazdným“, posuva sa vlastne do oblasti fikcie. Z dialektického spatia designans a designatum vyplýva, že svoj zástoj na „vylúčnosť“, istej komunikačnej exkluzivnosti vlastných mien ma aj ich zvukové ustrojenie (Sabol, 1980). Tyka sa to najmä logonym, ktoré nie sú zvukovo zhodné so slovenskými apelatívami a ktoré vznikajú špecifickými slovotvornými postupmi (hoci kdesi v pozadí je takmer vždy „schované“ motivačne apelatívum/apelativa daného jazyka, resp cudzieho jazyka a dešifrovateľnosť logonyma je závislá od ich poznania, pričom platí, že miera dešifrovateľnosti sa rovná miere priezračnosti, resp komunikatívnej uplatniteľnosti). Pri skúmaní tejto skupiny logonym máme pocit, že ide skôr o „hru so slovom“, pri ktorej platia iste herne pravidlá, ktoré si však tvorca názvu často neuvedomuje, no ktoré sa pri pozorovaní väčšieho počtu logonym zreteľne vykrystalizujú. Pravidlá vyvierajú, resp čerpajú z konkrétneho jazyka. Ak z neho „vybočia“, komunikujúci tento jav, prvok klasifikuje ako cudzojazyčný (cudzorodý) a v zvukovom stvarení sa mu prispôbuje. Napríklad logonym MAKE bolo motivované menom vlastníka, utvorené (pre túto skupinu slov) bežným slovotvorným postupom – slabičnou akronymizáciou. Ale 95 % opýtaných tento názov prečítalo *meik*. Podobne GABE *geib*, MIKE *maik*, TIPE *taip*, PAUL *pol*.

Ak je výsledkom slabičnej akronymizácie pre slovenčinu atypická forma slova, autor zvyčajne volí jej opravu, najčastejšie mení, resp prispôbuje poslednú hlásku. Napríklad NAJA (Natalia Ježíková), KROILA (Kročta, Ilečková). Snaha po čo najlepšej komunikačnej i zvukovej podobe sa prejavuje vo výbere fonem z motivačného apelativa, resp propria a v ich lineárnom radení do vyšších jednotiek jazykového systému. Napríklad ELNIKA (elektronika), ROXA (Róbert, Alexandra), LAGON (Ladislav Goban), MĚLYS (Marta Eliašová), LUSY (Lubomír Suchý).

V akronymizácii sa najčastejšie využíva komunikačne najstrojnejšie lineárne kontrastívne radenie fonem konsonant + vokál. Reťazenie prvých slabík, resp prvých (najčastejšie) dvoch fonem prvej slabiky je zamerané take, aby logonym pripomínalo cudzie slovo. Napr. JU-BE-KO, NO KU, SIJUKO, KOMATU, JOKAVA, MAJAMA, MOSUPO, SOJUKO, KAMACO, ONAKO, TOMBI TASA, BEST, AQUABEDS, CIRTABO.

V logonymach sa hojne využíva aj zvuková exkluzivnosť, napadnosť, „cudzosť“ takých spoluhlaskových skupín, ktoré sa v slovenčine vyskytujú iba zriedka a sú príznačné pre prevzate a cudzie slova. Aj v nich však platia

kombinačne zákonitosti slovenčiny. Spoluhlaskové skupiny majú take konsonanty, ktorých vlastnosti sa neneutralizujú. Najčastejšie sa uplatňujú opozície sonora/nesonora, zaverova/užínova a užínova/zaverova, umožňujúce najväčšie zvukové rozdiely medzi spoluhlaskami. Napríklad ELEKS, JOMARD, MAGIRM, PEJTR, TOMS, KOMFOS, RUBOPS. Streliť sme sa však i s tým, že v prehnanej snahe o presne určenie firmy sa v reči dôsledne (prirôdzené s problémami) artikulovali aj také konsonantické skupiny, v ktorých by malo dôjsť k zákonite k neutralizácii (*Libcuk, Sroz, Akvabeds*). Je to však ojedinelý jav.

Príznačne pre väčšiu logonym je (zrejme podľa hesla Čo je cudzie, to je lepšie), že sa v nich vo veľkej miere využívajú cudzie prvky, a to formálne i zvukové.

Hiat, vyskytujúci sa v cudzích a prevzatých slovách a v slovenčine prípustný v rámci slova iba na morfeatickom šviku predpona – základ slova, svojou klzavosťou a „dvojnásobnou“ tonovosťou pôsobí nie iba (formálne) reklamne, ale je i zvukovo príťažlivý. Vznika buď zámerne špecifickými slovotvornými postupmi (LIAEX, LOAN, JOEL, KROILA, IKEA, HYDROING, DUAN, COIMEX, BRAINY, BARNEA, AGROANIM, ROIL, SEAK, VOITON, TOMAUTO, LAUDO, PLYNOEX), alebo si autor logonyma volí prevzate alebo cudzie slová, ktoré hiat už obsahujú (VARIO, TYLIA, REAL MIX, SCARABEUS, TRIO, ORFEUS, LEGUAN, INGEOL, CHAOS, HELIOTRONIC, EURO COMP, DUO, DIOS, CLIVIA, BOA, AVION, AMADEUS, AMADEO).

Zvláštnosti zvukového stvarenia logonym sa prejavujú aj v neuplatňovaní neutralizácie difúzných spoluhlások *d t n l* pred *e i*. V slovenčine je tento jav prítomný v slovách cudzieho pôvodu, na morfeatickom šviku predpona – základ slova, v pozostatkoch staršieho vyvinu jazyka (*ten tito hoden*) a tiež ako dôsledok silnej tendencie po unifikácii tvarotvorného základu pri skloňovaní „Napatie“ v zvukovom ustrojení vlastného mena a apelativa vidíme v potenciálnych (ale aj faktických) možnostiach propria narušať, nerešpektovať kombinačne a ine zvukové zákonitosti nocionalných výrazov príslušného jazykového systému (Sabol, 1980). Logonymom svojou neslovenskou formálnou podobou, významovou nepriezračnosťou pôsobí na komunikujúceho tak, že v ňom neuplatní zákonitosti slovenčiny. Jeden cudzí prvok vyvola ďalší (v tomto prípade formálny „vyvola“ zvukový). Najčastejšie prítomnosť grafemy *x* spôsobuje, že sa slovo chápe ako cudzie, a tak sa i v reči realizuje so známymi cudzími prvkami *Goldex, Frutex, Hinex, Balex, Pilex, Sadex, Hratex*. Podobne v logonymach s príponou latinského pôvodu (-es, -is, -us) *Cadis, Elsates, Texas*.

Nepochybne najpríťažlivejšou hláskou i grafemou (formálne i zvukovo) pre autorov, ale i používateľov logonym je *x*, v slovenčine absolútne periférny prvok vyskytujúci sa iba (aj to zriedkavo) v cudzích, prípadne prevzatých slovách. Ani jeden cudzí prvok neprenikol do slovenčiny prostredníctvom