

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра філології

Реєстраційний №

Кваліфікаційна робота
ОНОМАСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЗВ ТОРГОВЕЛЬНИХ ТА
ОБСЛУГОВУЮЧИХ ЦЕНТРІВ НА ТЕРИТОРІЇ
ВЕЛИКОДОБРОНСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

БАРА БІАНКА ВАСИЛІВНА

Студентка IV-го курсу

Освітня програма «Середня освіта (Мова і література (угорська))»

Спеціальність 01 Освіта / Педагогіка 014 «Середня освіта (Мова і література
угорська)»

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № 107 / 14.10.2024.

Науковий керівник:

КОРМОЧІ ЗОЛТАН ЗОЛТАНОВИЧ
(доктор філософії, доцент)

Завідувач кафедри

Берегсасі Аніко Ференцівна,
зав. кафедри, доктор габілітований, професор

Робота захищена на оцінку _____, «___» _____ 202_ року

Протокол № _____ / 202_

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Кафедра філології

Кваліфікаційна робота
ОНОМАСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ НАЗВ ТОРГОВЕЛЬНИХ
ТА ОБСЛУГОВУЮЧИХ ЦЕНТРІВ НА ТЕРИТОРІЇ
ВЕЛИКОДОБРОНСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студентка IV -го курсу
БАРА БІАНКА ВАСИЛІВНА

Освітня програма «Середня освіта (Мова і література (угорська))»
Спеціальність 01 Освіта/Педагогіка 014 «Середня освіта (Мова і література угорська)»

Науковий керівник: **КОРМОЧІ ЗОЛТАН ЗОЛТАНОВИЧ**
(доктор філософії, доцент)

Рецензент: **ДУДИЧ КАТЕРИНА ІВАНІВНА**
(доктор філософії, доцент)

Берегове

2025

Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Filológia Tanszék

**KERESKEDELMI ÉS SZOLGÁLTATÓ EGYSÉGEK
NEVEINEK NÉVTANI VIZSGÁLATA A
NAGYDOBRONYI KISTÉRSÉGBEN**

Szakdolgozat

Készítette: BARA BIANKA

BA IV. évfolyamos magyar nyelv és irodalom
szakos hallgató

Témavezető: DR. KARMACSI ZOLTÁN

(PhD, docens)

Recenzens: DR. DUDICS KATALIN

(PhD, docens)

Beregszász – 2025

Зміст

ВСТУП.....	3
Актуальність і значущість теми	3
Мета дослідження та гіпотези	3
I. ТЕОРЕТИЧНА БАЗА.....	4
1.1 Теоретичні основи топонімічних досліджень.....	4
1.2 Методи дослідження топонімів.....	4
1.3 Особливості топонімів Закарпаття.....	5
1.4 Особливості назв торгових і сервісних закладів.....	6
II. МЕТОДОЛОГІЯ.....	9
2.1 Місце дослідження: Великодобронська сільська громада.....	9
2.2 Процес збору даних	9
2.3 Критерії аналізу.....	10
III. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ	12
3.1 KANTIN BAR.....	12
3.2 МАГАЗИН/Центральний з кафетерієм.....	14
3.3 GO group oil	16
3.4 Бар-Zibert	17
3.5 V.ATI-WASH.....	20
3.6 UKRNAFTA.....	22
3.7 Három ász	24
3.8 Автомагазин (Autósbolt).....	26
3.9 Nagydobronyi Bútorbolt	28
3.10 Амбар	30
3.11 Aliyev Roses	32
3.12 Best Dresses (A legszebb ruhák és egyéb apróságok).....	35
3.13 Szuper mobil	37
3.14 Ezeregyféle apróság (1000+1 дрібниць).....	40
3.15 D'Lux Studio	42
3.16 Merlyn Bolt.....	44
3.17 Аптека (Gyógyszertár).....	47
3.18 Krisztina kozmetika-szépségszalon	49
3.19 "Астра-Діа" аналізи.....	51
3.20 Green pizzéria	53
3.21 ПриватБанк.....	54
3.22 Sting	56
3.23 Вікна та двері від виробника (Ajtó Ablak közvetlenül a gyártótól)	58

3.24	Míni Márket.....	60
3.25	Elizabet szépségszalon (Салон краси).....	62
3.26	Márk mester (Майстер марк)	63
3.27	Dudich Minimarket.....	66
3.28	АТБ маркет	67
3.29	Welcome	70
3.30	Fegyva építkezési bolt	72
3.31	Tünde Divat	74
3.32	Пошта (Post)	76
3.33	Закусочна-falatozó.....	77
IV.	ВИСНОВКИ ТА ПІДСУМКИ	80
5.1	Підсумки основних результатів.....	80
5.2	Значення дослідження та подальші перспективи	80
V.	ДЖЕРЕЛА/СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	82
	РЕЗЮМЕ	83
	ДОДАТКИ.....	84

Tartalom

BEVEZETÉS.....	3
A téma aktualitása és jelentősége	3
Kutatási célkitűzések és hipotézisek.....	3
I. SZAKIRODALMI HÁTTÉR.....	4
1.1 A helynévkutatás elméleti alapjai	4
1.2 A helynévkutatás módszerei	4
1.3 A kárpátaljai helynevek sajátosságai	5
1.4 A kereskedelmi és szolgáltatóegységek neveinek sajátosságai	6
II. MÓDSZERTAN.....	9
2.1 A kutatás helyszíne: Nagydobronyi Kistérség.....	9
2.2 Az adatgyűjtés folyamata.....	9
2.3 Elemzési szempontok	10
III. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ELEMZÉS	12
3.1 KANTIN BAR	12
3.2 МАГАЗИН/Центральний з кафетерієм.....	14
3.3 GO group oil	16
3.4 Бап-Zibert	17
3.5 V.ATI-WASH.....	20
3.6 UKRNAFTA.....	22
3.7 Három ász	24
3.8 Автомагазин (Autósbolt).....	26
3.9 Nagydobronyi Bútorbolt	28
3.10 Амбар	30
3.11 Aliyev Roses	32
3.12 Best Dresses (A legszebb ruhák és egyéb apróságok).....	35
3.13 Szuper mobil	37
3.14 Ezeregyféle apróság (1000+1 дрібниць).....	40
3.15 D'Lux Studio	42
3.16 Merlyn Bolt.....	44
3.17 Аптека (Gyógyszertár).....	47
3.18 Krisztina kozmetika-szépségszalon	49
3.19 "Астра-Діа" аналізу.....	51
3.20 Green pizzéria	53
3.21 ПриватБанк.....	54
3.22 Sting	56
3.23 Вікна та двері від виробника (Ajtó Ablak közvetlenül a gyártótól)	58

3.24	Міні Маркет.....	60
3.25	Elizabet szépségszalon (Салон краси).....	62
3.26	Márk mester (Майстер марк)	63
3.27	Dudich Minimarket.....	66
3.28	АТБ маркет	67
3.29	Welcome	70
3.30	Fegyva építkezési bolt	72
3.31	Tünde Divat	74
3.32	Пошта (Post)	76
3.33	Закусочна-falatozó.....	77
IV.	ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK.....	80
5.1	Fő megállapítások összegzése	80
5.2	A kutatás jelentősége és további lehetőségek	80
V.	HIVATKOZÁSOK/IRODALOMJEGYZÉK	82
	РЕЗЮМЕ	83
	MELLÉKLETEK	84

BEVEZETÉS

Szakedolgozatomban egy kárpátaljai magyar kistérség kereskedelmi és szolgáltatóegységeinek neveit vizsgálom meg, különös tekintettel a névadási szokásokra, a nyelvi változatosságra, valamint az elnevezések mögötti társadalmi és kulturális összefüggésekre. A vizsgált település a Nagydobronyi Kistérség, ami magába foglalja Csongor, Nagydobrony, Kisdobrony, Dimicső és Telek falukat.

A téma aktualitása és jelentősége

A névadás nem csupán nyelvi kérdés, hanem kulturális és gazdasági szempontból is jelentős. Egy olyan régióban, mint a Nagydobronyi Kistérség, ahol a magyar nyelv és identitás megőrzése fontos szerepet játszik, érdekes lehet feltárni, hogy a kereskedelmi és szolgáltató egységek nevei mennyire tükrözik ezt. Az is izgalmas kérdés, hogy milyen külső hatások érvényesülnek – például a globalizáció vagy az ukrán nyelv térnyerése. Ezek a hatások jelentősen befolyásolják a névadási szokásokat, ezért ezen nevek vizsgálata egyre nagyobb figyelmet kap a nyelvészetben. A téma aktualitását az adja, hogy ezek a külső hatások folyamatosan változnak, így fontos dokumentálni és elemezni őket.

Kutatási célkitűzések és hipotézisek

A kutatás célja, hogy részletesen megvizsgálja a Nagydobronyi Kistérség településeinek helyneveit, különös figyelmet fordítva a kereskedelmi és szolgáltatóegységek neveinek sajátosságaira. A vizsgálat során arra keresem a választ, hogy miként formálódnak és milyen nyelvi, társadalmi, illetve kulturális hatások érvényesülnek a helynevekben ezen a területen, figyelembe véve a többnyelvűséget és a különböző nyelvi rétegek hatását. Kiemelt figyelmet kapnak azok az elnevezések, amelyek a magyar mellett ukrán, orosz és ruszin hatásokat is tükröznek, illetve az újabb kereskedelmi és szolgáltatóegységek nevei, amelyek gyakran az országos és nemzetközi trendek hatására formálódnak.

A kutatás célja tehát nemcsak a helynevek nyelvi elemzése, hanem az is, hogy feltárja, hogyan befolyásolják a helyi közösség mindennapi életét a különböző nyelvek és kultúrák, hogyan alakítják ezek a település identitását, és hogyan jelennek meg a kereskedelmi szféra újabb elnevezései, amelyek egyaránt tükrözik a gazdasági és társadalmi változásokat.

I. SZAKIRODALMI HÁTTÉR

Ebben a fejezetben bemutatom azokat az elméleti és gyakorlati alapokat, amelyek a helynévkutatáshoz kapcsolódnak. Kitérek arra, hogy milyen szempontok alapján vizsgálják a helyneveket, milyen módszerekkel dolgoznak a kutatók, és megnézem a kárpátaljai kereskedelmi és szolgáltatóegységek elnevezéseinek sajátosságait is. Ezek a háttérismeretek segítenek jobban megérteni a dolgozatban elemzett neveket.

1.1 A helynévkutatás elméleti alapjai

A helynevek (toponímák) nem csupán a földrajzi tájékozódásban segítenek, hanem a nyelv, a történelem és a kultúra lenyomatai is. A helynévkutatás célja, hogy feltárja ezeknek a neveknek a kialakulását, szerkezetét, jelentését és használatát. A kutatók vizsgálják, hogy a helynevek milyen nyelvi szabályok szerint épülnek fel, milyen funkciókat látnak el, és hogyan változtak az idők során. Emellett fontos az is, hogy a névadás mögött milyen társadalmi és történelmi tényezők állnak.

A helynevek nyelvi szerkezete változatos lehet. Hoffmann István szerint a helynevek szerkezeti vizsgálata során fontos figyelembe venni a név elemeinek kapcsolatát és azok funkcióját. Például egy összetett helynévben az előtag és az utótag viszonya meghatározza a név jelentését és használatát.

A helynevek elsődleges funkciója az azonosítás, de emellett számos más szerepet is betöltenek. Kifejezhetnek például birtokviszonyt (Kovács-tanya), utalhatnak egy adott személyre vagy eseményre (Szent István tér), vagy leírhatják a hely jellemzőit (Nagyerdő). A helynevek tehát információt hordoznak a hely történetéről, tulajdonosairól, földrajzi jellemzőiről és sok más tényezőről.

A helynevek nem statikusak; idővel változhatnak. Ezek a változások lehetnek nyelvi (például hangváltozások), társadalmi (például politikai döntések miatti átnevezések) vagy kulturális (például vallási hatások) eredetűek. A helynévkutatás egyik fontos feladata ezeknek a változásoknak a dokumentálása és elemzése.

A helynévkutatás során a kutatók különböző módszereket alkalmaznak. Ezek közé tartozik a történeti források elemzése, a nyelvi szerkezet vizsgálata, a névhasználat megfigyelése és a terepmunka. A cél, hogy minél teljesebb képet kapjunk a helynevek eredetéről, fejlődéséről és jelenlegi használatáról.

1.2 A helynévkutatás módszerei

A helynévkutatás (toponomasztika) olyan összetett tudományterület, amely többféle módszert is alkalmaz a helynevek vizsgálatához. A kutatás során a cél, hogy pontosan

feltérképezzük egy adott helynév eredetét, változásait és jelenlegi használatát. A különböző módszerek együttesen segítenek abban, hogy a nyelvészeti elemzés mellett történeti, társadalmi és földrajzi szempontokat is figyelembe vegyünk.

a) Történeti forráskutatás

Az egyik leggyakoribb módszer a régi iratok, térképek és oklevelek vizsgálata. A történeti adatok segítenek megérteni, hogyan alakult ki egy helynév, milyen formákban fordult elő a múltban, és mikor, miért változhatott meg. Ezek az adatok különösen fontosak a régi településnevek esetében, hiszen gyakran több száz éves múltat tükröznek.

b) Nyelvi-szerkezeti elemzés

A kutatók vizsgálják a helynevek nyelvi felépítését, például azt, hogy egy tagból vagy több tagból állnak-e, milyen szófajú elemekből épülnek fel (például főnév, melléknév), és milyen viszonyban állnak egymással az egyes részek. Ez a módszer segít feltárni a névadás logikáját és nyelvtani sajátosságait.

c) Térképezés és terepmunka

A helyszíni adatgyűjtés (terepmunka) során a kutatók személyesen keresik fel az adott helyeket, és rögzítik a helynevek helyi változatait, kiejtését és használatát. Gyakran előfordul, hogy egy név hivatalos alakja eltér attól, ahogyan a helyiek használják. A terepmunka így lehetőséget ad a névhasználat valóságának megismerésére.

d) Kérdőíves és interjúk módszerek

A helynévkutatás során hasznos lehet a helyiek bevonása is. Kérdőívek vagy személyes beszélgetések révén megtudható, milyen névalakokat ismernek, hogyan használják őket, és milyen történetek kötődnek hozzájuk. Ez különösen fontos a kisebb települések, külterületek vagy dűlőnevek esetében.

e) Multidiszciplináris megközelítés

A helynévkutatás gyakran más tudományágakra is támaszkodik, például történelemre, néprajzra, földrajzra vagy szociológiára. Egy-egy név mögött ugyanis gyakran társadalmi változások, népmozgások vagy kulturális hatások húzódnak meg.

1.3 A kárpátaljai helynevek sajátosságai

A kárpátaljai helynévhasználat különleges nyelvi, történelmi és társadalmi háttérrel rendelkezik, amely jelentősen befolyásolta a helynevek alakulását, fennmaradását és hivatalos formáit. A térség történelme – a gyakori határváltozások, az eltérő közigazgatási rendszerek és a többnyelvűség – komplex névhasználati helyzetet eredményezett.

Kárpátalja területén a magyar mellett jelen van az ukrán, az orosz és részben a ruszin névhasználat is. Ennek következtében sok településnek több hivatalos vagy félig hivatalos

névalakja is létezik. Egy település neve például eltérhet attól függően, hogy egy ukrán állami nyilvántartásban, magyar nyelvű oktatási intézményben vagy helyi szóhasználatban szerepel. Gyakori, hogy az ukrán államigazgatás által elfogadott név eltér a magyar közösség által használt hagyományos elnevezéstől.

Szülőfaluim esetében a magyar nyelvű iskolákban és közösségi életben Nagydobrony az elterjedt forma, míg ukrán nyilvántartásban Велика Добронь (Velyka Dobron') található. Tiszasalamon magyarul így ismert, míg ukránul Соломоново (Solomonovo). A név eredeti Tisza-folyóra utaló része az ukrán verzióból teljesen hiányzik.

A régió településnevei sok esetben középkori eredetűek, és évszázadokon keresztül megőrizték formájukat. Az 1989 után kezdődő újabb kodifikációs törekvések célja az volt, hogy a magyar közösség számára hivatalosan is elismert formában rögzítsék a hagyományos neveket. A Forum Szemle tanulmányai szerint ezek a kezdeményezések vegyes eredménnyel jártak: egyes települések neve visszanyerte korábbi alakját, míg más esetekben kompromisszumos vagy hibrid formák születtek.

Kárpátalján jelentős szerepet játszanak a helyi nyelvjárások a névhasználatban. A településnevek helyi kiejtése és formája sokszor eltér a hivatalos alakoktól, sőt gyakran az írott forrásokban is rögzítették ezeket a változatokat. Például Nagydobrony esetében is kimutathatók eltérések a hivatalos név és a nép által használt forma között.

A térségben lezajlott államformák váltakozása (pl. Osztrák – Magyar Monarchia, Csehszlovákia, Szovjetunió, Ukrajna) közvetlenül hatott a helynévhasználatra. Gyakran előfordult, hogy egy-egy település neve többször is megváltozott, ideológiai vagy nyelvpolitikai megfontolásokból. Ezek a változások hatással voltak az identitásra is: a helynév nemcsak földrajzi pontot jelöl, hanem közösségi kötődést, történelmi emlékezetet is közvetít.

A térségre jellemző, hogy a kultéri helynevek (pl. dűlő, rétek, patak nevei) gyakran megőrzik az archaikus nyelvi elemeket, és ezek kevésbé módosultak az idők során, mint a hivatalos településnevek. Ezek az elnevezések gyakran tükrözik a táj adottságait, birtokviszonyokat vagy népi megfigyeléseket, így különösen értékesek a helynévkutatás számára.

1.4 A kereskedelmi és szolgáltatóegységek neveinek sajátosságai

A kereskedelmi és szolgáltató szféra névadási gyakorlata sajátos nyelvi és társadalmi jelenség, amely egyszerre tükrözi a nyelvhasználat aktuális trendjeit, a fogyasztói kultúra igényeit és a gazdasági szereplők önmegjelenítési stratégiáit. Ezek a nevek nemcsak az

azonosítást szolgálják, hanem komoly marketingfunkcióval is bírnak: befolyásolják a vásárlói benyomásokat, és hozzájárulnak a márkáépítéshez.

A kereskedelmi nevek egyik legfontosabb sajátossága a figyelemfelkeltés: sok név játékos, szójátékra épül, idegen nyelvi elem(ek)et tartalmaz, vagy épp a termék- vagy szolgáltatásprofilra utal. Különösen jellemző az angol nevek térhódítása, mely a modernitást, trendiséget és nemzetköziséget sugallja (pl. Beauty Salon, Best Shop).

Egy másik gyakori jellemző az eponimitás, azaz hogy a vállalkozás a tulajdonos kereszt- vagy vezetéknévét viseli (pl. Juli Cukrászda, Nagy Pékség), vagy egy, az alapító számára fontos személyre, helyre vagy fogalomra utal.

A szolgáltatóegységek elnevezésében emellett gyakoriak a lokalizált formák is, különösen Kárpátalján, ahol a magyar, ukrán és ruszin nyelvi rétegek keveredése miatt egy-egy egység akár több névváltozattal is élhet. Ez a jelenség sokszor nem hivatalos, hanem a mindennapi szóhasználat része, és gyakran az üzlethez kapcsolódó közösség identitását is kifejezi.

Kárpátalján mindez miatt különösen izgalmas a helyzet, hiszen több nyelv és kultúra hatása érvényesül. Ez gyakran tükröződik a helyi vállalkozások neveiben is. A magyar, ukrán és olykor orosz nyelvi elemek párhuzamos vagy kombinált használata gyakori jelenség.

Általánosan elmondható, hogy a kereskedelmi és szolgáltatóegységek neveit az alábbi főbb szempontok alakítják:

- Funkcionalitás – a névnek utalnia kell a tevékenységre vagy termékre (pl. Virágbolt vagy Autószerviz).
- Figyelemfelkeltés – különösen fontos a marketing világában. A frappáns, humoros vagy egyedi nevek előnyt jelenthetnek.
- Nyelvi tömörség és egyszerűség – a jó üzletnév könnyen megjegyezhető.
- Kulturális és nyelvi identitás – a kisebbségi régiókban, így Kárpátalján is, fontos szerepe lehet annak, hogy a név magyar vagy ukrán nyelven van-e.

A különféle nyelvi rétegek és az identitás kérdése gyakran együtt jelenik meg ezekben a nevekben. A magyar közösségek számára különösen fontos lehet az anyanyelvi megnevezés, amely nemcsak kommunikációs, hanem önkifejezési eszköz is. Ugyanakkor a globalizáció és az online jelenlét egyre erőteljesebben ösztönzi az angol nyelvű, nemzetközileg is érthető elnevezések terjedését.

II. MÓDSZERTAN

Mivel a vizsgálat elsősorban nyelvészeti jellegű, az elemzés során kvalitatív módszereket alkalmaztam, és a hangsúlyt a helynevek tartalmi, formai és funkcionális vizsgálatára helyeztem.

2.1 A kutatás helyszíne: Nagydobronyi Kistérség

A kutatás helyszíne Kárpátalja egyik jelentős kistérsége, a Nagydobronyi Kistérség, amely az Ungvári járás területén található. A kistérség központja Nagydobrony, amely a magyar közösség egyik fontos települése. A kistérséghez tartozik még Csongor, Kisdobrony, Dimicső és Telek, amelyek mindegyike túlnyomórészt magyar lakossággal rendelkezik.

A települések közösségei gazdag történelmi és kulturális örökséggel bírnak, és a helyi identitásban meghatározó szerepet játszik a magyar nyelv és kultúra. A Nagydobronyi Kistérség tehát nemcsak a helyi magyar közösségek számára kiemelkedő, hanem a Kárpátalján élő magyarok számára is fontos szimbolikus és kulturális központ. A kutatás célja ezen települések kereskedelmi és szolgáltató egységeinek névtani vizsgálata, amelyek a közösség identitásának megőrzését és a térség gazdasági életének alakulását tükrözik.

2.2 Az adatgyűjtés folyamata

Az adatgyűjtés folyamata kulcsfontosságú szerepet játszott a kutatás eredményeinek megalapozásában, hiszen az alapos és pontos információk megszerzése elengedhetetlen volt a nevek nyelvi és kulturális elemzéséhez. A kutatás során alkalmazott adatgyűjtési módszerek célja az volt, hogy a Nagydobronyi Kistérség kereskedelmi és szolgáltató egységeinek neveit átfogóan és részletesen vizsgálhassam, figyelembe véve az egyes települések történelmi és társadalmi összefüggéseit, valamint a helyi közösségek nyelvi szokásait.

A következő lépésekben valósult meg az adatgyűjtés folyamata:

a. Helyszíni megfigyelések és interjúk

Az adatgyűjtés első szakasza a helyszíni megfigyelések és személyes interjúk révén történt. A kutatás során felkerestem a kistérség településeit, ahol a helyiek tapasztalataira és ismereteire támaszkodva próbáltam rögzíteni a különböző elnevezések használatát és jelentését. Az interjúk során figyelembe vettem az idősebb generációk véleményét, mivel ők gyakran őrzik a települések hagyományos neveit, valamint a közösségi életet ismerő helyi vezetőkkel is beszélgettem.

b. Kérdőíves adatfelvétel

Az adatok pontosítása és kiegészítése érdekében kérdőíves adatfelvételt is alkalmaztam, melyet elsősorban online, közösségi médiafelületeken keresztül osztottam meg a helyi lakosokkal. A kérdőív célja az volt, hogy információt gyűjtsen arról, hogyan viszonyulnak a helyiek a kereskedelmi és szolgáltató egységek elnevezéseihez, megfigyelték-e névváltozásokat az idők során, és milyen tényezők befolyásolhatták ezek alakulását. A kérdőív emellett lehetőséget biztosított a válaszadóknak arra is, hogy konkrét példát osszanak meg az üzletek elnevezéseinek változásairól, illetve az azok mögött meghúzódó okokról.

c. Irodalmi és szakirodalmi források

A kutatás során figyelembe vettem a helynevekkel kapcsolatos szakirodalmat is. Az olyan munkák, mint Hoffmann István „Helynevek nyelvi elemzése” című könyve, valamint a helyi nyelvészeti kutatások, segítettek abban, hogy ezen egységek neveit szakszerűen elemezhessem, és megértsem azok eredetét, fejlődését és társadalmi kontextusát.

2.3 Elemzési szempontok

A kutatás során a Nagydobronyi Kistérségben működő kereskedelmi és szolgáltatóegységek elnevezéseit többféle szempont alapján vizsgáltam. Célom az volt, hogy feltárjam a névadási gyakorlat mögött meghúzódó nyelvi, kulturális és gazdasági jellegzetességeket, valamint a névválasztás mögötti tudatos vagy tudattalan döntéseket. Az elemzés az alábbi főbb szempontokra épült:

- Nyelvi szempont

Milyen nyelven van az elnevezés (magyar, ukrán, angol, vegyes)? Milyen nyelvi formák dominálnak, és ezek hogyan aránylanak egymáshoz a különböző településeken?

- Névtypus szerint

Személynévi (pl. Tünde Divat), földrajzi eredetű (pl. Dobrony Market), leíró (pl. Olcsó Ruházat), vagy absztrakt, fantáziánév (pl. Best Style)?

- Kultúrtörténeti vagy identitásbeli utalások

Van-e a névben utalás nemzeti, helyi identításra, hagyományokra vagy a közösséghez való tartozásra?

- Piaci pozicionálás, marketing célzat

A név milyen benyomást kelt? Prémium, olcsó, modern, tradicionális, nemzetközi, vagy fiatalos hatást sugall?

- Változás vizsgálata

Mennyire jellemző a névváltoztatás? Ha volt változás, milyen irányú (pl. magyar → angol), és milyen indokok állnak mögötte (pl. tulajdonosváltás, modernizálás, marketingstratégia)?

- Helyi lakosság és tulajdonosok visszajelzése

A kérdőív és a személyes interjúk alapján vizsgáltam, hogyan viszonyulnak a helyiek az elnevezésekhez. Mennyire érzik azokat sajátjuknak, mennyire segíti a név az üzlet azonosítását vagy megjegyezhetőségét?

Az elemzés célja, hogy mindezekon keresztül átfogó képet adjon a helyi üzleti elnevezések jellemzőiről és az azok mögött álló nyelvi – társadalmi folyamatokról.

III. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ELEMZÉS

Dolgozatomban a kutatás nagy része terepmunkával történt: személyesen kerestem fel a kistérség településein található kereskedelmi és szolgáltató egységeket, ahol a névhasználatot elsődlegesen a cégtáblák, kirakatfeliratok és bejáratí névtáblák vizuális megjelenése alapján vizsgáltam. Ezekről helyszíni fényképes dokumentáció is készült.

A gyűjtött névanyag elemzése Hoffmann István könyve (*Hoffmann 1993*) alapján történik, az alábbi hat fő szempontot figyelembe véve:

1. A név felépítése – pl. szóösszetétel, szókapcsolat, egyszerű vagy összetett forma, toldalékolás, szóelvonás.
2. A név motiváltsága – az elnevezés utal-e valamilyen tényezőre (tevékenység, tulajdonos, település, helyzet, funkció stb.)
3. A név etimológiája – mely névből származik: magyar, ukrán, angol, vegyes, mesterséges stb.
4. A név társadalmi funkciója – milyen szerepet tölt be (pl. figyelemfelkeltő, informáló, identitásképző), milyen célcsoportnak szól.
5. A név stílushatása és konnotációja – milyen érzelmi, kulturális, stilisztikai hatást kelt a név, illetve milyen asszociációkat hív elő.

3.1 KANTIN BAR



1. ábra A KANTIN BAR névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A név funkciója kereskedelmi, vendéglátó egység megnevezése. A „Kantin” szó közétkeztetési helyre, menzára utal, míg a „bar” egy angol eredetű jövevényszó, amely italkimérő helyet jelent. A két elem így együtt egy vegyes profilú vendéglátóhelyet jelöl, amely egyszerre utal étkezésre és italozásra. A név tehát deszkriptív (leíró), és részben szimbolikus, mert a „bar” szó angolos hangzása modern, trendi hangulatot közvetít.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két főnévből áll: „Kantin” (magyar főnév) + „bar” (idegen jövevényszó, angol). Nincs benne toldalék vagy képző, tehát nem morfológiai módosítással képzett név, hanem szintagmából álló szerkezet.

3. Szintagmatikus elemzés

Ez egy főnévi szerkezet, amely egymás mellé helyezett két alaptagot tartalmaz.

- Jelzős szerkezetű nevek: A „Kantin” itt helynévszerű előtag, amely jelzőként működik a „bar” főnévhez viszonyítva.

- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel nem két egyenrangú fogalom, hanem az egyik alárendelő funkcióban van.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

Igen, két lexikai egységből összeállított név, szintagmából jött létre (Kantin + bar).

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazható.

- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs többesjel vagy birtokjel.

- Határozóraggal történő névalkotás: Nem jellemző.

- Névutóval történő helynévalkotás: Nem alkalmazott névalkotási mód

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.

- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: Részben, mivel a „kantin” szó klasszikusan menzát jelent, itt viszont bővebb vendéglátó-funkcióra utal.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Igen, mivel a „kantin” a tevékenység vagy funkció alapján válik helynévvé.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: Feltételezhető, hogy a névadás célja volt egy közismert és barátságos vendéglátóhely képének megidézése.

- Névköltöztetés: Nem áll fenn.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.

- Redukció: Nem jellemző.

- Kiegészülés: Igen, a „kantin” szó kiegészült a „bar” idegen szóval.
- Bővülés: Lásd fentebb, kiegészülésként is értelmezhető.
- Deetimologizáció: Nem jellemző.
- Népetimológia: Nem jellemző.
- Névátvétel Részben idegen szóból származik („bar”), de maga a teljes név nem átvétel, hanem magyar-angol keverékalkotás, kreatív névadás.

3.2 МАГАЗИН/Центральний з кафетерієм



2. ábra A МАГАЗИН/Центральний з кафетерієм névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A név egy komplex kereskedelmi egységre utal. A „Магазин” (‘bolt’) közérthető alapszó, míg a „Центральний з кафетерієм” (‘központi, kávézóval’) bővebb meghatározással szolgál. A megnevezés egyszerre utal a hely (földrajzi vagy városszerkezeti) pozíciójára („központi”) és funkcionális jellemzőjére („kávézóval”). A név így alapvetően deskriptív: információt ad a bolt elhelyezkedéséről és a benne található szolgáltatásokról, vagyis elsődlegesen funkcionális és leíró jellegű. A stilisztikai hatás nem játékos vagy szimbolikus, inkább praktikus-informatív.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név ukrán nyelvű elemekből épül fel: „магазин” (főnév), „центральный” (melléknév), „з” (előjárószó), „кафетерієм” (főnév eszközhatározói esete). A szerkezetben van előjárós kapcsolás és melléknévi minősítés is, tehát a morfológiai elemek szempontjából gazdagabb, mint a magyar minták. Toldalékolás a „кафетерієм” szóban történik (instrumentalisz: ‘kávézóval’), azaz ragos névszó.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: A „Центральний магазин” (központi bolt) jelzős szerkezet, a melléknév előzi meg a főnevet.

- Határozós szerkezetű nevek: „3 кафетеріем” (kávézóval) tipikus eszközhatározós szerkezet, a bolt jellemzőit bővíti.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel nem egyenrangú tagokból áll.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

Igen, ez egy többszavas szintagmából álló név, amely különböző szófajú elemek (főnév, melléknév, elöljárószó) kombinációjával jött létre.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs többes vagy birtokjel.
- Határozóraggal történő névalkotás: A „кафетеріем” raggal van ellátva.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nem alkalmazott.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „bolt” szó jelentése bővül, mivel nemcsak áruvásárlásra utal, hanem szolgáltatásra is (kávézó).

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Lehetséges, mert a „bolt” maga nem csak tárgyra utal, hanem a bolt által kínált szolgáltatásra is (kávézó).

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: Igen, praktikus információk alapján történő megnevezés, amely célja a funkció és elhelyezkedés egyértelmű közlése.

- Névköltöztetés: Nem áll fenn.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő. Kiegészülés: A „bolt” szó kiegészült az elhelyezkedésre és extra funkcióra utaló elemekkel.

- Bővülés: Igen, hasonlóan a kiegészüléshez.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.

- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvétel más nyelvből, hanem ukrán nyelvű összetett névalkotás. Az idegen nyelvi hatás inkább a kifejezések szerkezetében lehet fellelhető, de nem domináns.

3.3 GO group oil



3. ábra A GO group oil árjelző táblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A név egy üzleti vállalkozást vagy cégcsoportot jelöl. A *Go* ige ('menni', 'haladni') mozgásra, előrelépésre utal, amely marketing szempontból pozitív, aktív hangulatot kelt. A *Group* a szervezeti formát (társaság, cégcsoport) jelöli, az *Oil* pedig egyértelművé teszi a működési területet. Az elnevezés angol nyelvűsége nemzetközi jelenlétet vagy ambíciót sugall. Összességében a név jelentése: „egy olajipari cégcsoport, amely haladásra, fejlődésre törekszik”.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A *Go*, *Group*, és *Oil* angol szavak, toldalék nélkül. Mindhárom főnévi vagy igei alapalakban jelenik meg. A *Go* itt funkcionálisan jelzőként működik, de morfológiailag nem módosított. A *Group* a név középpontja, míg az *Oil* utólagos, tematikus bővítmény. A név nem tartalmaz magyar morfémákat, tehát idegen nyelvi lexikai egységekből áll.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: A *Go* jelzői viszonyban áll a *Group*-pal, bár nyelvtanilag nem toldalékolt, szemantikailag igen. Ugyanígy az *Oil* is meghatározza a cégcsoport típusát.
- Határozós szerkezet: Nem jellemző.
- Mellérendelő szerkezet: Nem értelmezhető ebben a szerkezetben.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott név

Három lexikai egységből épül fel, szintagmatikus sorrendben. Az elemek logikai és szemantikai kapcsolatban állnak egymással, de nincs szóösszetétel vagy morfológiai integráció, így a név laza névszerkezetnek tekinthető.

2. Morfematikai szerkesztés

Mivel idegen nyelvi elemekről van szó, a hagyományos magyar morfematikai kategóriák nem alkalmazhatóak.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentésbővülés: Az egyes szavak (pl. „Go”) új jelentéstartalmat nyernek az üzleti név kontextusában.

- Metonimikus névátvitel: A cég elnevezése metonimikusan is használható – pl. a Go Group Oil alatt értik nemcsak a szervezetet, hanem annak szolgáltatásait, termékeit.

- Indukciós névadás: A motivációs célzatú (Go mint előremozdulás, dinamizmus) és a tevékenységi kör megjelölése (Oil) világossá teszi, hogy tudatos marketing-szemponútú névadásról van szó.

4. Szerkezeti változással alakult név: Nem alkalmazható.

5. Névátvétel: Teljes egészében idegen név, így magyar környezetben való használata névátvételnévként értelmezhető.

3.4 Bap-Zibert

Bár a képen a bár neve nem látható teljes egészében az utólagosan hozzáépített büfé miatt, a hely neve ismert, és az elemzés során „Bap-Zibert”-ként hivatkozom rá.



4. ábra A Bap-Zibert neve

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Бap-Zibert” név egy olyan szórakozóhelyet jelöl, amely bárként funkcionál, de emellett étkezési lehetőséget is kínál, például pizzát. A „Бap” szó egyszerűen a hely típusát (bár) jelöli, míg a „Zibert” a sörmárkát, amely a hely fő italához, a sörhöz kapcsolódik. A név tehát összekapcsolja a hely típusát (bár) és a márkát (Zibert sör), ezáltal egyértelműen identitást ad a helynek. A név sem szimbolikus, sem játékos, inkább praktikus és információt közvetítő jellegű.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll: „Бap” (orosz eredetű főnév, jelentése: bár, szórakozóhely), „Zibert” (sörmárka neve). A „Zibert” egy ismert sörmárka neve, amely az ital kínálatot jelzi, míg a „Бap” a hely típusára utal. Az első szó orosz nyelvű, míg a második rész a márkanévét képviseli, amely külföldi eredetű.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: A „Бap” szó önállóan jelzi a hely típusát, míg a „Zibert” márkanévét ad, ami a sörkínálatra utal.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, hiszen a név nem bővül semmilyen határozóval.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem egymás mellett szerepel, mellérendelő kapcsolatban, mivel egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „Бap” (bár) és „Zibert” (sörmárka), amely egy szintagmát alkot, ahol mindkét szó önálló jelentéssel bír, és a két elem összevonásával jön létre a hely és a márka azonosítása.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott.
 - Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs többes vagy birtokjel, de a név összetett, tehát nem egyetlen alapvető név szerepel.
 - Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
 - Névvutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.
- ### 3. Jelentésbeli névalkotás
- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.

- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Бap” szó jelentése nem szűkül, de kiegészül azzal, hogy itt nemcsak italokat, hanem étkezési lehetőséget is kínálnak, így a „бap” jelentése bővül.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Lehetséges, hiszen a „Бap” szó a helyet és a benne kínált szolgáltatásokat is jelzi.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: A név a hely típusát és szolgáltatásait célozza meg, és praktikus információkat közöl a helyről.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.

- Redukció: Nem fordul elő.

- Kiegészülés: A „Бap” szó kiegészült a „Zibert” márkanevével, amely a hely sörkínálatára utal.

- Bővülés: A név a „Zibert” márkanevű bővítéssel egy specifikusabb identitást ad a helynek.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.

- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem orosz és német elemek keveredéséből származik. A „Бap” orosz eredetű, míg a „Zibert” név egy márkanevet képvisel, amely a hely fő italát (sör) azonosítja. Az idegen nyelvi hatás inkább a kifejezés szerkezetében érezhető, de a név nem más nyelvekből történő átvétel, hanem a hely identitásához illeszkedő névalkotás.

3.5 V.ATI-WASH



5. ábra A V.ATI-WASH felirata

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „V.ATI-Wash” név egy autómosóra utal, amit a „Wash” szóból következtethetünk. A „V.ATI” a tulajdonos, Váradi Attila nevéből származik, ami személyes kapcsolódást ad a márkához, és azt is jelzi, hogy a vállalkozás egy egyéni tulajdonban lévő hely. A név tehát információt ad a szolgáltatás típusáról és a tulajdonosról is, és praktikus, informatív jellege van, nem szimbolikus.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két részből áll: „V.ATI” (a tulajdonos neve: Váradi Attila rövidítése), „Wash” (angol szó, jelentése: mosás).

A „V.ATI” rész egy név (tulajdonos neve rövidítve), míg a „Wash” egy angol nyelvű szó, amely a szolgáltatás jellegére utal. A „V.ATI” rövidítés személyes jellegű, míg a „Wash” funkcionális elemet képvisel, hiszen az autómosás szolgáltatást közvetíti.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: A „V.ATI” egy személynév, amely a hely tulajdonosára utal, a „Wash” pedig a hely szolgáltatásának (autómosás) leírása.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel nincs határozós kifejezés a névben.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem (V.ATI és Wash) mellérendelő kapcsolatban áll, mivel egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „V.Ati” (a tulajdonos neve) és „Wash” (mosás). A név egy szintagmatikus szerkezet, ahol az első rész a tulajdonost, míg a második rész a szolgáltatást jelöli.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs birtokos vagy többes jel.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nem alkalmazott.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Wash” szó jelentése nem szűkül, hanem

bővíthet az autómosás fogalmának különböző formáira.

- Névátvitel:

a) Metonimikus helynévalkotás: Lehetséges, mivel a „Wash” szó a szolgáltatást (autómosás) jelöli, míg a „V.Ati” a tulajdonos személyére utal.

b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

• Indukciós névadás: Igen, a név egyértelműen kommunikálja a szolgáltatás típusát (mosás) és a tulajdonos nevét, egyértelmű információt nyújtva a potenciális ügyfelek számára.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő.
- Kiegészülés: A „V.Ati” rész kiegészíti a „Wash” szolgáltatást, és személyessé teszi a helyet.

• Bővülés: Igen, a név bővült a tulajdonos nevével, ami egyedivé és személyessé teszi a márkát.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.
- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem a tulajdonos neve és a szolgáltatás (autómosás) összekapcsolása. Az angol „Wash” szó használata egy nemzetközi hangzást ad a névnek, de nem átvett elem más nyelvből, hanem a szolgáltatás leírására alkalmazott szó.

3.6 UKRNAFTA

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „UKRNAFTA” név egy benzinkútra utal, és valószínűleg egy ukrán származású



6. ábra Az UKRNAFTA névtáblája

vagy ukrán vonatkozású márka elnevezése. A „UKR” az Ukrainát jelöli, míg a „NAFTA” szó a kőolajat vagy annak származékait, azaz üzemanyagot jelöl. A név tehát az ukrán eredetre és a szolgáltatás jellegére utal: a benzinkút üzemanyagot kínál, és az ukrán kapcsolódás az ország vagy a származás ismertetésére szolgál. A név szimbolikus vonatkozással bír, hiszen egyesíti a földrajzi és funkcionális elemeket.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll: „UKR” (rövidítés, amely Ukrainát jelöli), „NAFTA” (főnév, jelentése: kőolaj, üzemanyag).

A név tehát egy földrajzi (Ukrajna) és egy funkcionális (üzemanyag) jelentéssel bír. A „UKR” rövidítés egy országot jelöl, míg a „NAFTA” a szolgáltatás, azaz a benzinkút által kínált terméket, üzemanyagot képviseli. A név funkcionális, mivel egyértelműen utal a kínált szolgáltatásra (üzemanyag-ellátás).

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete egy szegmentálható egység, amely két részből áll:

- Jelzős szerkezetű nevek: Az „UKR” földrajzi jelző, amely meghatározza a név származási helyét, míg a „NAFTA” az alapszolgáltatást (üzemanyag) adja.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel nincs határozós kifejezés a névben.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem (UKR és NAFTA) mellérendelő kapcsolatban áll, mivel egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll, és szintagmát alkot. Az első rész a földrajzi vonatkozást (Ukrajna) adja, a második rész pedig a szolgáltatás típusát (üzemanyag) közvetíti.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Az „UKR” földrajzi helyet jelöl, tehát a név tartalmaz egy helynév utalást, de helynévképzővel nem alakították.

- Névszójelekkel történő névalkotás: A névben nincs birtokos vagy többes jel.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nem alkalmazott.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „NAFTA” szó jelentése nem bővül, hanem tisztán az üzemanyagot, kőolajat jelöli.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: A „NAFTA” szó az üzemanyagokkal, konkrétan a kőolajjal van kapcsolatban, tehát metonimikusan kapcsolódik a szolgáltatáshoz.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: Igen, a név a hely és a szolgáltatás egyértelmű kommunikálására szolgál.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő.
- Kiegészülés: Az „UKR” rész kiegészíti a „NAFTA” szót, amely tisztázza a szolgáltatás típusát (üzemanyag).

- Bővülés: Igen, a földrajzi információ (Ukrajna) bővíti a szolgáltatás megértését.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.
- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett más nyelvekből, hanem ukrán származású, és a helyi piacra jellemző elnevezés. Az angol „NAFTA” szó használata inkább a nemzetközi hangzást adja a névnek, de a „UKR” rész minden bizonnyal az ukrán gyökeret erősíti.

3.7 Három ász



7. ábra A Három ász névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Három ász” név egy szimbolikus jelentéssel bír, amely valószínűleg a különböző szolgáltatásokat és az azokban rejlő minőséget kívánja tükrözni. Az „ász” kifejezés általában valamit különlegest, magas szintű teljesítményt, vagy kiemelkedő képességet jelöl. Itt a „három” szám azt sugallja, hogy három fontos funkció, vagy három fő szolgáltatás alkotja a komplexumot. A név tehát egy szimbolikus és funkcionális összefoglalása a hely különböző szolgáltatásainak, így a szálláshelyek, étkezési lehetőségek, és szórakozási szolgáltatások integrációját is kifejezi.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név magyar nyelvű elemekből áll:

- „Három” (számnév) – a név egy számot tartalmaz, amely a szolgáltatások számát is kifejezheti (étterem, motel, lakodalmás terem).
- „Ász” (főnév) – a szó a legjobb, legkiemelkedőbb jelentéssel bír, gyakran használt a legjobb kártyajátékosok, vagy kiemelkedő személyek megnevezésére. Ebben az esetben a három „ász” egyfajta szimbolikus kifejezés, amely a három szolgáltatási terület kiemelkedő minőségét jelzi.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete két szót tartalmaz:

- Jelzős szerkezetű nevek: A „Három” számnév a „Ász” szót jelöli, tehát jelzős szerkezetű név, amely a számot és a minőséget is közvetíti.
- Határozós szerkezetű nevek: Nincs határozós kifejezés a névben, de a számnév és a főnév együtt teszi lehetővé a szolgáltatás komplexitásának kifejezését.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: A név két egyenrangú elemből áll, azaz nem alárendelt szerkezetű.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

Igen, a név két szóból áll, és szintagmát alkot. Az első szó a számot adja meg, a második szó pedig a kiemelkedő minőséget, amelyet a hely szolgáltatásai jelölnek.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott, hiszen a név nem egy konkrét helyet jelöl, hanem inkább egy komplex szolgáltatást.
- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs birtokos vagy többes jel.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nincs rag a névben.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nem alkalmazott.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „három ász” kifejezés egy bővített jelentéssel bír, amely a hely komplexitását és sokszínűségét jelzi, azaz nemcsak egyetlen szolgáltatást, hanem több különböző szolgáltatást is összefoglal.

• Névátvitel:

a) Metonimikus helynévalkotás: A „három ász” szó a három fontos szolgáltatás kiemelkedő minőségét szimbolizálja, tehát metonimikusan utal a hely több szempontból kiváló szolgáltatásaira.

b) Metaforikus helynévalkotás: Az „ász” szó metaforikusan használatos, és a legjobbat, legkiemelkedőbb minőséget sugallja, tehát a hely minden egyes szolgáltatására is utal.

- Indukciós névadás: A név praktikus és szimbolikus alapokon született: három fő, kiemelkedő szolgáltatás egy helyen.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.
4. Szerkezeti változással alakult helynevek
- Ellipszis: Nem fordul elő.
 - Redukció: Nem fordul elő.
 - Kiegészülés: A név kiegészül a szolgáltatások kiemelkedő minőségével, amit az „ász” szó képvisel.
 - Bővülés: Igen, az „ász” szó a hely kiemelkedő minőségét bővíti.
 - Deetimologizáció: Nem jellemző.
 - Népetimológia: Nem jellemző.
5. Névátvétel

A név nem átvétel más nyelvekből, hanem egy magyar alapú elnevezés, amely szimbolikusan utal a szolgáltatások kiemelkedő minőségére.

3.8 Автомагазин (Autósbolt)

Szerkezeti elemzés



8. ábra Az Автомагазин (Autósbolt névtáblája)

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Автомагазин” (magyarul: *autósbolt*) egy funkcionális, leíró név, amely egyértelműen utal a bolt profiljára: autóalkatrészeket, autós kiegészítőket vagy más járműhöz kapcsolódó termékeket árusító egység. Nem márkanev, hanem általános fajtamegjelölés. A név informatív, könnyen értelmezhető, mindenki számára világossá teszi az üzlet profilját.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

Az „Автомаргазин” szó orosz eredetű:

- „авто” (autó) = autó
- „маргазин” = bolt, üzlet

A két elem összetételével egy összetett főnév keletkezik, amely analóg a magyar *autósbolt* kifejezéssel.

A magyar megfelelő is morfológiailag összetett szó: „autó” + „bolt”.

3. Szintagmatikus elemzés

• Jelzős szerkezet: A szóban az „autó-” előtag jelzi a bolt jellegét, így kvázi jelzős kapcsolat áll fenn a jelentésben (autóval kapcsolatos bolt).

- Határozós szerkezet: Nem jellemző.
- Mellérendelő szerkezet: Nem alkalmazott.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

Igen, a név két jelentésteli komponensből tevődik össze (autó + bolt), azaz szintagmatikus szerkezet.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképző: Nem alkalmazott.
- Névszójelek: Nincs.
- Határozórag: Nincs.
- Nem jellemző.

3. Jelentésbeli névalkotás

• Jelentéshasadás: Nincs.

• Jelentésbővülés/szűkülés: Az „autósbolt” jelentése szűkített értelemben értelmezhető, mert csak autóhoz köthető termékekre utal.

- Névátvitel:

a)

Metonímia: Nem jellemző.

Metafora: Nem alkalmazott.

• Indukciós névadás: Igen – a név a tevékenységből indul ki, amit az üzlet végez.

- Névköltöztetés: Nem fordul elő.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

Nem alkalmazott, mivel ez nem egy átalakított vagy stilizált név, hanem funkcionális, leíró név.

5. Névátvétel

Igen, az orosz „Автоматизация” szó a magyar nyelvben is érthető lehet főként kétnyelvű közegben. Azonban ez nem hivatalos magyar névátvétel, inkább lokális, kétnyelvű használatra jellemző forma.

3.9 Nagydobronyi Bútorbolt



9. ábra A Nagydobronyi Bútorbolt névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Nagydobronyi Bútorbolt” egyértelműen egy bútorok árusításával foglalkozó kereskedelmi egységet jelöl. A névben szereplő „Nagydobronyi” helynévi jelzőként funkcionál, amely megadja a bolt földrajzi elhelyezkedését, míg a „Bútorbolt” a tevékenységi kört (bútorárusítás) definiálja. A név tehát információt közöl a bolt típusáról és a lokalizációjáról. Nem szimbolikus vagy játékos, hanem funkcionális és informatív névadás.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő komponensből áll:

- „Nagydobronyi” → melléknévi alak, a „Nagydobrony” településnévből származtatott, -i képzővel ellátva.

- „Bútorbolt” → összetett főnév: „bútor” + „bolt”. A fő tevékenység megjelölésére szolgál.

A teljes név magyar nyelvű, morfológiailag egy helymegjelölő + funkcionális megnevezés típusú szerkezetet alkot.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: igen, a „Nagydobronyi” melléknévi jelzőként bővíti a „Bútorbolt” alaptagot.

- Határozós szerkezet: nem jellemző.
- Mellérendelő szerkezet: nem fordul elő; alárendelő (jelzős) szerkezetet látunk.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név a helynév (Nagydobronyi) melléknévi alakja és a bolt típusát jelző köznév kombinálásával jött létre. Klasszikus példája a szintagmatikus névadásnak.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképző: alkalmazott, a „-i” képző a földrajzi névből melléknevet képez.

- Névszójelek: nem jelennek meg.
- Határozórag: nem fordul elő.
- Névutóval történő helynévalkotás: nem alkalmazott.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: nem fordul elő.
- Jelentésbővülés/-szűkülés: nem jellemző.
- Névátvitel: nincs.
- Indukciós névadás: igen, a tevékenységből (bútorárusítás) és a helyből (Nagydobronyi) kiindulva készült a név.

- Névköltöztetés: nem jellemző.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: nem fordul elő.
- Redukció: nem fordul elő.
- Kiegészülés: nem.

- Bővülés: a földrajzi helynévvel bővül a „bútorbolt” alapszó.
- Deetimologizáció: nem jellemző.
- Népetimológia: nem fordul elő.

5. Névátvétel

Nem idegen nyelvből átvett kifejezés. A név teljes egészében magyar nyelvű, egyszerű, egyértelmű jelentéstartalommal bír, és helyi kontextusban funkcionális névként szolgál.

3.10 Амбар

Szerkezeti elemzés



10. ábra Az Амбар bevásárlóközpont felirata

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Амбар” név egy bevásárlóközpontot jelöl, amely különféle termékeket kínál vásárlóinak. A „Амбар” szó orosz eredetű, jelentése „tárolóhelyiség”, amit sokszor használnak az ilyen típusú épületek elnevezésére is. A név egyszerű, közvetlen, nem tartalmaz rejtett szimbolizmusokat vagy játékosságot, hanem inkább információt ad arról, hogy a helyen áruk tárolására és értékesítésére kerül sor. A név tehát egyértelmű, praktikus, és a vásárlók számára azonosítja a hely célját.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név egyetlen szóból áll:

- „Амбар” (orosz eredetű főnév, jelentése: tárolóhelyiség, raktár, hely, ahol árukat tartanak).

0A név önálló jelentéssel bír, és nem tartalmaz további kiegészítő elemeket. A szó nem bővül más szavakkal, és nem mutat változást sem morfológiai szempontból.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete egyszerű, nem bővül egyéb kifejezésekkel.

- Jelzős szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel a név nem tartalmaz jelzőt, csupán egyetlen kifejezés, amely magában foglalja a hely funkcióját.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem alkalmazott, a név nem bővül határozóval.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: A név önálló szerkezet, nem mellérendelő kapcsolaton alapul.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név egyetlen szóból áll: „Амбap”, amely egy szintagmát alkot, ahol az egész kifejezés az egyesített jelentést hordozza. A név egyszerűen a hely célját és funkcióját azonosítja.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott, mivel a név nem tartalmaz helynévképzőt.

- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs birtokos vagy többes jel, csak egyetlen kifejezés szerepel.

- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.

- Névutóval történő helynévalkotás: A név nem bővül névutóval.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.

- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Амбap” szó jelentése bővült, mivel eredetileg raktárt, tárolóhelyet jelentett, de itt egy bevásárlóközpontot jelöl, ahol az áruk nemcsak tárolódnak, hanem eladásra is kerülnek.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Itt a név nem csak egy tárolóhelyet jelöl, hanem egy bevásárlóközpontot, így a metonimikus kapcsolat érvényesül, mivel a „Амбap” szó a tárolás funkciójára utal, de bővül a hely funkciója, az értékesítés is.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: A név pragmatikus módon kapcsolódik a hely céljához, a termékek tárolásához és eladásához.

- Névköltöztetés: Nincs alkalmazva.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő.
- Kiegészülés: A név nem bővül, csupán egy egyszerű, de jól érthető elnevezést használ.
- Bővülés: A név nem bővült semmivel, hanem egy egyszóval alkotott összetett nevet képvisel.
- Deetimologizáció: A név nem származik más szóból, így nem történik etimológiai eltávolítás.
- Népetimológia: Nincs jelen.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem orosz eredetű, amely alapvetően egy tárolóhelyiségre utal. Az idegen nyelvi hatás az orosz eredetű szó alkalmazásában van jelen, de a név nem egy más nyelvből átvett kifejezés, hanem egy sajátos helyi névalkotás.

3.11 Aliyev Roses



11. ábra Az Aliyev Roses névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Aliyev Roses” név egy virágboltot jelöl, amely a rózsákra specializálódik. Az „Aliyev” név egy családnév, ami a bolt mögötti tulajdonosra vagy alapítóra utal, míg a „Roses” (rózsák) szó a bolt fő termékére, a rózsákra fókuszál. A név elegáns, egyszerű és közvetlen, kifejezi a bolt profilját, amely a rózsa árusítására összpontosít. A név

egyértelműen azt sugallja, hogy a bolt prémium minőségű rózsákat kínál, és nem tartalmaz bonyolult szimbolikus jelentéseket.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll:

- „Aliyev”: Egy családnév vagy alapítói név, amely valószínűleg a tulajdonosára utal.
- „Roses”: Angol szó, jelentése rózsák, amely a bolt kínálatának fő elemére utal.

A név egy egyszerű és világos összetétel, ahol az első elem a bolt vagy márka személyhez kapcsolódó aspektusát, a második elem pedig a fő terméket (rózsák) jelzi.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: Az „Aliyev” személyi név, amely a bolt tulajdonosára utal, míg a „Roses” szó jelzi a bolt termékkínálatát (rózsák).
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, hiszen a név nem bővül határozóval.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem mellérendelő kapcsolatban szerepel egymás mellett, egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „Aliyev” és „Roses”, amelyek szintagmát alkotnak, ahol az első szó a személyhez vagy családhoz, a második pedig a bolt fő termékéhez (rózsák) kapcsolódik. Ez a név egy egyszerű, de világos identitást ad a virágboltnak.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott, mivel a név nem tartalmaz helynévképzőt.
- Névszójelekkel történő névalkotás: A név nem tartalmaz birtokos jelet vagy többes számot, csupán egy összetett név szerepel.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.

- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Roses” szó jelentése nem szűkül, hanem megerősíti a bolt profilját, amely a rózsákra összpontosít.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Lehetséges, mivel a név közvetlenül utal a bolt fő termékére (rózsák), tehát a bolt neve metonimikusan kapcsolódik annak kínálatához.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

Indukciós névadás: A név pragmatikus, mivel közvetlenül utal a bolt típusára és kínálatára.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.

- Redukció: Nem fordul elő.

- Kiegészülés: A név nem bővült, hanem két fő elem összevonásával jött létre.

- Bővülés: A név bővült az „Aliyev” személynévvel, amely egyértelműen a bolt tulajdonosára utal.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.

- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem egy egyszerű, de hatékony névalkotás. Az „Aliyev” szó valószínűleg az alapítóra utal, míg a „Roses” szó a bolt profilját és kínálatát erősíti meg. Az angol nyelvű „Roses” szó az egyszerűségére és könnyű megjegyezhetőségére épít, ugyanakkor a „Aliyev” név egy egyedi, személyes identitást ad a helynek. Az idegen nyelvi hatás a „Roses” használatában nyilvánul meg.

3.12 Best Dresses (A legszebb ruhák és egyéb apróságok)



12. ábra A Best Dresses (A legszebb ruhák és egyéb apróságok) névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Best Dresses” név egy olyan boltra utal, amely ruházati termékeket kínál, különösen a legszebb, legigényesebb darabokat. Az „Best” szó az egyik legfontosabb jellemzőt emeli ki: a legjobb minőséget és választékot, míg a „Dresses” (ruhák) szó konkrétan az árucikkekre utal, amiket a bolt kínál. Továbbá „A legszebb ruhák és egyéb apróságok” kiegészítés a bolt kínálatának széles skáláját is jelzi, jelezve, hogy nemcsak ruhák, hanem egyéb kiegészítők, apróságok is megtalálhatók itt. A név a bolt minőségét és eleganciáját kívánja sugallni, egyszerű, mégis figyelemfelkeltő.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll:

- „Best”: Angol szó, jelentése legjobb, amely a bolt kínálatának prémium minőségére utal.
- „Dresses”: Angol szó, jelentése ruhák, amely a bolt fő termékét jelöli.

A név egyszerű, könnyen érthető, és a bolt típusát és termékeit egyértelműen kifejezi. Az angol nyelvű kifejezés a nemzetközi stílusra és elérhetőségre is utalhat.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: Az „Best” szó jelzőként utal a legjobb minőségre, míg a „Dresses” az árucikkek típusát (ruhák) jelzi.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, hiszen a név nem bővül semmilyen határozóval.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem mellérendelő kapcsolatban szerepel egymás mellett, egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „Best” és „Dresses”, amelyek szintagmát alkotnak, ahol az első szó a minőséget (legjobb) emeli ki, a második szó pedig a bolt fő termékét (ruhák) jelzi.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott, mivel a név nem tartalmaz helynévképzőt.

- Névszójelekkel történő névalkotás: A név nem tartalmaz birtokos jelet vagy többes számot.

- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.

- Névutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.

- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Best” szó jelentése nem szűkül, hanem kifejezetten a legjobb minőséget és prémium termékeket sugallja.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Lehetséges, mivel a „Best” szó a bolt kiváló minőségére utal, míg a „Dresses” szó a bolt árucikkére (ruhák) vonatkozik.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: A név egyszerűen és világosan célozza a bolt kínálatának minőségét (legjobb ruhák).

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.

- Redukció: Nem fordul elő.

- Kiegészülés: A név nem bővült, hanem az egyszerű „Best Dresses” kombinációt használja.

- Bővülés: Az „A legjobb ruhák és egyéb apróságok” kiegészítés további információval bővíti a név jelentését, ami az üzlet kínálatát pontosabban jelöli.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.
- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem egyszerű és érthető névalkotás. Az angol nyelvű „Best Dresses” kifejezés a nemzetközi elérhetőséget sugallja, míg a magyar nyelvű kiegészítés („A legjobb ruhák és egyéb apróságok”) helyi vonatkozást ad a névnek. Az angol kifejezés könnyen érthető a nemzetközi piac számára is, miközben egyértelműen a prémium minőséget és eleganciát hangsúlyozza.

3.13 Szuper mobil



13. ábra A Szuper Mobil plakátja

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Szuper mobil” név egy mobiltelefonokkal kapcsolatos kereskedelmi tevékenységet jelöl, amely adásvételt és csereügyletet is magában foglal. A „Szuper” szó arra utal, hogy a szolgáltatás vagy a termék kiemelkedő minőségű, értékes, vagy különleges. A „mobil” szó a termék típusát jelzi, vagyis mobiltelefonokat, illetve egyéb mobil eszközöket. A név egyszerűen és egyértelműen közvetíti, hogy a bolt vagy szolgáltatás

mobiltelefonok adásvételével és cseréjével foglalkozik, és a „szuper” jelző kiemeli annak vonzó, prémium jellegét.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll:

- „Szuper”: Magyar szó, amely kiváló minőséget, kiemelkedő tulajdonságokat jelent.

- „mobil”: Az angol „mobile” szóból származó magyar szó, amely itt mobiltelefonokra vagy mobil eszközökre utal.

A név egyszerű, közérthető, és az egyes elemek jól illeszkednek a bolt tevékenységi köréhez. A „Szuper” szó kiemeli a minőséget, míg a „mobil” pontosan megnevezi a terméket.

Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: Az „Szuper” szó jelzőként a minőségre, kiválóságra utal, míg a „mobil” szó a termék típusát (mobiltelefon) jelzi.

- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, hiszen a név nem bővül semmilyen határozóval.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem mellérendelő kapcsolatban szerepel egymás mellett, egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „Szuper” és „mobil”, amelyek szintagmát alkotnak, ahol az első szó a minőséget, a második szó a termék típusát jelzi.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott, mivel a név nem tartalmaz helynévképzőt.

- Névszójelekkel történő névalkotás: A név nem tartalmaz birtokos jelet vagy többes számot.

- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.

- Névutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.

- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Szuper” szó jelentése nem szűkül, hanem kifejezetten a legjobb minőséget sugallja.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: A „Szuper mobil” kifejezés lehet egyfajta metonimikus kapcsolat, hiszen a „Szuper” szó a szolgáltatás minőségére utal, míg a „mobil” az eladott termékre (mobiltelefon) vonatkozik.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: A név egyszerűen és világosan célozza a bolt kínálatának minőségét (szuper, kiváló mobiltelefonok).

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.

- Redukció: Nem fordul elő.

- Kiegészülés: A név nem bővült, hanem az egyszerű „Szuper mobil” kombinációt használja.

- Bővülés: A név nem bővült, de egyértelműen utal a szolgáltatás prémium minőségére.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.

- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem egyszerű, magyar nyelven kialakított név, amely egyértelműen kommunikálja a bolt szolgáltatásait (mobiltelefonok adásvételét és cseréjét). A „Szuper” szó az egyes termékek minőségére utal, míg a „mobil” szó közvetlenül a kínált termékek típusát jelöli.

3.14 Ezeregyféle apróság (1000+1 дрібниць)



14. ábra Az Ezeregyféle apróság (1000+1 дрібниць) névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Ezeregyféle apróság” név egy olyan üzlet helyét jelöli, amely széles választékot kínál apróbb termékekből. Az „Ezeregyféle” szó a választék gazdagságát és sokféleségét hangsúlyozza, a „apróság” pedig az árucikkek kicsi, esetleg olcsó jellegére utal. Az ukrán kiegészítő, „1000+1 дрібниць” (1000+1 apróság), még inkább kiemeli a sokféleséget és a bőséges választékot, amely különböző apróságokat tartalmaz. A név szimbolikusan a gazdag termékpalettára utal, míg az „apró” jelző az olcsóságra vagy a kisebb értékű tárgyakra utalhat.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll:

- „Ezeregyféle”: A „ezer” számnév és a „féle” főnév összetétele, amely arra utal, hogy a bolt különböző típusú termékeket kínál.

- „apróság”: A „kis dolog” vagy „kis értékű termék” megfelelője.

Az ukrán kiegészítés:

- „1000+1”: Ez a szám szimbolizálja a nagy választékot, ami több mint ezerféle terméket jelez.

- „дрібниць”: Az ukrán „дрібниць” szó apróságokat, kis dolgokat jelent, és ugyanazt az üzenetet közvetíti, mint a magyar „apróság” szó.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: Az „Ezeregyféle” szó a választék gazdagságára utal, míg az „apróság” az árucikkek kisebb, apró jellegeit jelzi.

- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel a név nem tartalmaz határozót.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: Az „Ezeregyféle” és „apróság” mellérendelő kapcsolatban szerepelnek.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „Ezeregyféle” és „apróság”, amelyek szintagmát alkotnak, ahol az első szó a termékek mennyiségére és sokféleségére utal, míg a második szó a termékek kisebb jellegét hangsúlyozza. Az ukrán kiegészítés „1000+1 дрібниць” további erősítést ad a választék gazdagságának.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névszójelekkel történő névalkotás: A név nem tartalmaz birtokos jelet vagy többes számot.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „apróság” szó jelentése nem szűkül, hanem kifejezetten a kis értékű, de sokféle termékre utal.
- Névátvitel:
 - a) Metonimikus helynévalkotás: A név a bolt áruválasztékát és annak változatosságát tükrözi, tehát metonimikusan kapcsolódik a bolt kínálatához.
 - b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.
 - Indukciós névadás: A név praktikus, és egyszerűen közvetíti, hogy a bolt apró termékek széles választékát kínálja.

4. Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő.

- Kiegészülés: A „Ezeregyféle apróság” kiegészült az ukrán kiegészítéssel, „1000+1 дрібниць”, amely még inkább hangsúlyozza a bolt széles választékát.
- Bővülés: A név a „1000+1” kiegészítéssel bővül, amitől még inkább egyértelművé válik a gazdag választék.
- Deetimologizáció: Nem jellemző.
- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név nem átvett kifejezés, hanem magyar és ukrán elemek kombinációja. Az „Ezeregyféle apróság” egyszerű és közérthető, míg az ukrán kiegészítés „1000+1 дрібниць” még inkább megerősíti a bolt sokszínű és bőséges áruválasztékát. A név jól illeszkedik egy apró termékeket árusító üzlethez, amely széles választékot kínál a vásárlók számára.

3.15 D'Lux Studio



15. ábra A D'Lux Studio névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „D'Lux Studio” név egy szépségszalont jelöl, amely az eleganciát, prémium szolgáltatásokat és luxust sugall. A „D'Lux” szó a „luxury” (luxus) rövidített és stilizált formája, amely a hely magas színvonalát és exkluzivitását jelzi. A „Studio” szó pedig a szolgáltatás típusára utal, jelezve, hogy egy olyan helyről van szó, ahol személyre szabott szépségápolási kezelések történnek. A név összességében egy prémium élményt sugall, amely a szépítkezés, ápolás, és luxus érzetét kelti. Nincs benne sem szimbolikus, sem túlzottan játékos elem, inkább a hely egyértelmű és elegáns megnevezését szolgálja.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll:

- „D'Lux”: A „Lux” szó a latin „lux” (fény, ragyogás) szóból ered, amely a luxust, fényűzést, illetve exkluzivitást jelképezi. A „D” előjáró a nevet még hangsúlyosabbá és különlegesebbé teszi.

- „Studio”: Ez egy olasz eredetű szó, amely általában egy művészeti vagy szakmai műhelyt, helyiséget jelent. Itt a szépségápolási szolgáltatások helyét jelöli.

A név tehát egy külföldi hatású, eleganciát és prémium szolgáltatásokat sugalló nevet alkot.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: A „D'Lux” egy összetett szó, amely a luxust és prémium jelleget fejezi ki, míg a „Studio” a hely típusára, szolgáltatásra utal.

- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, mivel a név nem tartalmaz határozót.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: Az „D'Lux” és „Studio” elemek mellérendelő kapcsolatban szerepelnek, egyik sem alárendelt a másiknak, mindkettő önálló szerepet kap a névben.

Keletkezésértörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „D'Lux” és „Studio”, amelyek egymás mellett szerepelnek, mellérendelő kapcsolatban, és mindkettő saját jelentéssel bír. Az első szó a prémium jellegű szolgáltatást hangsúlyozza, míg a második szó a hely funkciójára utal.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névszójelekkel történő névalkotás: A név nem tartalmaz birtokos jelet, és nem szerepel többes számú alak. Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.

- Névutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Studio” szó nem szűkül, hanem a szépségápolásra vonatkozó speciális jelentéssel bővül. A „D'Lux” szó jelentése sem szűkül, hanem kifejezetten a luxust, prémium színvonalat hangsúlyozza.

- Névátvitel:

a) Metonimikus helynévalkotás: A név a szolgáltatás típusára utal, tehát metonimikusan jelzi a szalon prémium szolgáltatásait.

b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: A név a szolgáltatás színvonalára céloz.
- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő.
- Kiegészülés: A név nem egészült ki más elemmel, de a „D'Lux” szó önállóan is eleganciát sugall.

- Bővülés: A „Studio” szó bővítést ad a névnek, amely a hely funkciójára utal.
- Deetimologizáció: Nem jellemző.
- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A név külföldi hatást mutat, mivel a „D'Lux” szó az angol „luxury” kifejezésre utal, és egy nemzetközi, prémium hangulatú márkanév ad. A „Studio” szó olasz eredetű, és a szalonok elnevezésére használják. Ez a név nem átvett kifejezés, hanem a szépségszalon prémium színvonalát és eleganciáját kívánja közvetíteni.

3.16 Merlyn Bolt



Szerkezeti elemzés

16. ábra A Merlyn Bolt felirata

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Merlyn Bolt” név egy vegyes bolt nevét jelöli, amely két szinten különböző termékinvélatot biztosít: az alsó szinten kertészeti és háztartási termékek, míg a felső szinten

szépségápolási és női termékek találhatók. A „Merlyn” szó egy fantázianév, amely nem rendelkezik nyilvánvaló jelentéssel, de különleges, egyedi hangzást ad a névnek, ami segíthet a bolt egyediségének kifejezésében. A „Bolt” szó pedig egy egyszerű és egyértelmű meghatározás. A név így egy praktikus, ugyanakkor figyelemfelkeltő elnevezést ad a vegyes bolt számára.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő elemből áll:

- „Merlyn”: Ez egy fantázianév, amely nem tartalmaz ismert szóelemet. Lehetséges, hogy a „Merlyn” a híres Merlin varázslóra utal, ami mágikus vagy különleges jelentést is hordozhat, de a név nem rendelkezik nyilvánvaló jelentéssel a hétköznapi nyelvben.

- „Bolt”: Magyarul egy bolt, üzlethelyiség elnevezésére utal, tehát egy egyszerű, de közérthető szó.

A név tehát egy kreatív fantázianév és egy praktikus kifejezés kombinációja, amely egyszerre próbálja kifejezni a bolt egyediségét és funkcióját.

3. Szintagmatikus elemzés

A név szerkezete szegmentálható:

- Jelzős szerkezetű nevek: Nincs jelen, mivel a „Merlyn” nem egy jelző, hanem egy önálló név.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző, a név nem tartalmaz határozókat.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: A két elem, a „Merlyn” és „Bolt” mellérendelő kapcsolatban szerepelnek, egyik sem alárendelt a másiknak.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név két szóból áll: „Merlyn” és „Bolt”, amelyek önálló jelentéssel bírnak. Az első szó, a „Merlyn” egy fantázianév, míg a második szó, a „Bolt”, a hely funkcióját és jellegét határozza meg.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nincs alkalmazva.
- Névszójelekkel történő névalkotás: A név nem tartalmaz birtokos jelet, sem többes számú alakot.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nincs jelen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Merlyn” szó jelentése nem bővül, hiszen egy fantázianév, míg a „Bolt” szó jelentése egyértelmű és nem szűkül.

- Névátvitel:

a) Metonimikus helynévalkotás: A „Bolt” szó metonimikusan utal arra, hogy itt termékek vásárolhatók, de a „Merlyn” szó metonimikusan nem jelöl semmit, inkább egy egyedi márkanevet jelent.

b) Metaforikus helynévalkotás: Nincs jelen.

- Indukciós névadás: A „Merlyn” egy különleges, fantáziadús nevet ad, amely segít az egyedi identitás megteremtésében.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem fordul elő.
- Kiegészülés: A név nem kiegészült más elemmel.
- A név önállóan is kifejező, de nem tartalmaz további elemeket, amelyek bővítenék a jelentést.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.

- Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel

A „Merlyn” név egy fantáziadús alkotás, amely nem egy átvett kifejezés, hanem egyedileg létrehozott név. Az „Bolt” szó egy közismert magyar szó, amely az üzlet, hely típusát jelzi, így az átvétel nem jellemző.

3.17 Аптека (Gyógyszertár)



17. ábra Az Anmeká (Gyógyszertár) névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Аптека” (magyarul: Gyógyszertár) elnevezés egyértelműen megnevezi az adott intézmény típusát és funkcióját. A név nem fantázianév, hanem egy általános fogalom, amely azonnal információt közöl a szolgáltatás jellegéről: gyógyszerek, gyógyászati termékek forgalmazásáról van szó. Ez a típusú elnevezés nem szimbolikus vagy játékos, hanem praktikus és funkcionális.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- „Аптека”: főnév, szláv eredetű, ukrán nyelvű szó, jelentése: gyógyszertár.

A név tehát egyelemű, lexikailag zárt rendszerbe illeszkedő, közhasználatú megnevezés, amely nem tartalmaz sem fantázia-, sem márkanevet.

3. Szintagmatikus elemzés

Mivel a név egyelemű, nem bontható szintagmákra.

- Jelzős szerkezet: Nem áll fenn.
- Határozós szerkezet: Nem jellemző.
- Mellérendelő szerkezet: Nem alkalmazott.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott név

Nem jellemző, mivel a név nem több szóból áll, hanem egyetlen köznevet használ, amely a szolgáltatás típusát írja le.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképző: Nem alkalmazott.
- Névszójel: Nincs jelen.
- Határozórag: Nem jellemző.
- Névutó: Nem szerepel a névben.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: Nem jellemző, a jelentés nem változik.
- Névátvitel: Nem történt.
- Indukciós névadás: Igen, hiszen a név funkcióhoz kötötten keletkezett – az

adott intézmény típusát jelöli.

- Névköltöztetés: Nem fordul elő.

4. Szerkezeti változással alakult helynév

- Nem jellemző egyik típus sem (ellipszis, redukció, kiegészülés, bővülés stb.).

5. Névátvétel

A szó szláv eredetű, de a legtöbb európai nyelvben megtalálható hasonló alakban, tehát a nemzetközi terminológiából származik, de jelen esetben nem idegen nyelvből átvett, hanem az ukrán nyelvbe már beépült kifejezés.

3.18 Krisztina kozmetika-szépségszalón



18. ábra A Krisztina kozmetika-szépségszalón névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Krisztina kozmetika-szépségszalón” név egy személyes jellegű üzleti név, amely egy szolgáltatóegységet, jelen esetben egy kozmetikai és szépségápolási szalont jelöl. A „Krisztina” személynév az üzlet tulajdonosára vagy alapítójára utal, míg a „kozmetika-szépségszalón” a szolgáltatás jellegét pontosítja. A név egyszerre hordoz személyes és információt közvetítő funkciót. Nem játékos, hanem praktikus, könnyen beazonosítható.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név három komponensből áll:

- Krisztina: tulajdonnév, személynév
- kozmetika: köznév, a szolgáltatás típusa
- szépségszalón: köznév, szolgáltatóhelyet jelöl

A „kozmetika” és „szépségszalón” összekapcsolása összetett szókapcsolatként bővíti a szolgáltatás profilját: nemcsak kozmetikai, hanem egyéb szépségápolási szolgáltatások is elérhetők.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: A „Krisztina” tulajdonnév jelzős kapcsolatban áll a szolgáltatás jelölő részekkel.

- Mellérendelő szerkezet: A „kozmetika-szépségszalón” kifejezés mellérendeléssel kapcsolódik egymáshoz, utalva arra, hogy a szalon mindkét szolgáltatástípusba tartozik.

- Határozós szerkezet: Nem jellemző.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott név

A „Krisztina” + „kozmetika-szépségszalón” egy szintagmatikus szerkesztés eredménye, ahol a név elemei világosan beazonosíthatók és funkcionálisan kapcsolódnak.

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző: Nem szerepel.
- Névszójel: Nem tartalmaz birtokos vagy többes jelet.
- Határozórag: Nem jellemző.
- Névtő: Nem jelenik meg.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentésbővülés: A „szépségszalón” tágabb kategóriát jelöl, mint a „kozmetika”, így a kombináció a szolgáltatások szélesebb körére utal.

- Indukciós névadás: A szolgáltatás és a tulajdonos neve alapján kialakított név, tehát funkcionális és gyakorlati jellegű.

- Névtvitel, metaforikus, metonimikus használat: Nem jellemző.

4. Szerkezeti változással alakult név

- Bővülés: A név valószínűleg a „Krisztina kozmetika” formából bővült „szépségszalón”-nal.

- Redukció, ellipszis, deetimologizáció: Nem fordul elő.

5. Névtvitel

Nem tartalmaz idegen nyelvi elemet, a név teljes egészében magyar nyelvű, magyar beszélők számára egyértelmű és közérthető.

3.19 "Астра-Діа" анализи



19. ábra Az "Астра-Діа" анализи névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Астра-Діа анализи” név egy orvosi-laboratóriumi szolgáltatást nyújtó helyet jelöl, amely vér- és egyéb laborvizsgálatokra (analízisekre) szakosodott. Az „Астра-Діа” fantázianév, amely valószínűleg a vállalkozás márkanéve vagy tulajdonosára, alapítójára utaló összetétel, míg az „анализи” (analízis, magyarul: vizsgálatok) a szolgáltatás típusát konkretizálja. A név célja az informatív és bizalmat sugárzó megnevezés, nem játékos, hanem szakmaiságot és megbízhatóságot sugall.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név három részből áll:

- Астра – főnév, fantázianév vagy tulajdonnévként működhet
- Діа – az orvosi „diagnosztika” szó rövidített formája lehet (lásd: „dia-” előtag), tehát orvosi konnotációval bír
- анализи – ukrán köznév, jelentése „analízisek” vagy „laborvizsgálatok”

A két első elem kötőjelesen kapcsolódik, ami márkanev-jellegű szerkezetet eredményez, a harmadik elem pedig ezt pontosítja funkció szerint.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: A „аналізи” szóhoz a „Астра-Діа” mint márkanév kapcsolódik, tehát a szerkezet értelmezhető úgy, mint „az Astra-Dia által nyújtott analízisek”.

- Határozós vagy mellérendelő szerkezet: Nem jellemző.

- Szegmentálhatóság: Igen, a kötőjeles összetétel (Астра-Діа) és a szolgáltatásjelölő (аналізи) világosan elkülönül.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

A név szintagmatikus módon épül fel: a márkanév (Астра-Діа) és a szolgáltatás (аналізи) egymást kiegészítve adnak teljes jelentést.

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző, névszójel, határozórag, névutó: Nem alkalmazott.
- Összetett név: Az „Астра-Діа” fantázianév összetett, kötőjellel kapcsolva.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentésbővülés: A név nemcsak laborra utal, hanem egy adott brandhez kötött laborvizsgálatra, így márkázott, specializált jelentéstartalommal bír.

- Indukciós névadás: A szolgáltatás és a márka alapján történik.
- Metonímia/metafora: Nem jellemző.

4. Szerkezeti változással alakult nevek

- Bővülés: Igen – az „Астра-Діа” név mellé hozzákapcsolódik az „аналізи” szolgáltatásmegnevezés.

- Redukció, ellipszis, deetimologizáció: Nem fordul elő.

5. Névátvétel

A név ukrán nyelven alkotott, idegen elemként jelenhet meg egy magyar nyelvi környezetben. Az „Астра” és „Діа” fantázianevek, nem fordítási eredetűek, de nemzetközi hangzásuk lehet.

3.20 Green pizzéria



20. ábra A Green pizzéria plakátja

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Green pizzéria” elnevezés egy vendéglátóipari egységet, pizzériát jelöl, amely nevében az „Green” jelző egyfajta tematikát vagy irányultságot közvetít. Ez utalhat egészségtudatos kínálatra, friss alapanyagokra, zöld környezeti szemléletre vagy akár a berendezés stílusára (ez esetben az utóbbi). A „pizzéria” szó egyértelműen a hely fő profiljára, a pizzakészítésre és -kínálatra utal. A név célja, hogy egyszerre legyen beszédes, megjegyezhető és témaspecifikus.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- Green – angol melléknév, jelentése: zöld. Lehet szó szerinti jelentése (pl. szín), de átvitt értelemben is (pl. „zöld” életmód, környezetbarát, egészséges).
- pizzéria – olasz eredetű jövevényszó, a magyar nyelvbe is beépült, jelentése: pizzát kínáló étterem.

A név kétnyelvű elemeket tartalmaz: az első elem angol, a második magyarul is értelmezhető, de nem magyar eredetű.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: A „Green” mint jelző kapcsolódik a „pizzéria” főnévhez, így a szerkezet jelzős szerkezetnek minősül.
- Mellérendelő vagy határozós szerkezet: Nem jellemző.
- Szegmentálhatóság: Igen, világosan két tagból álló név.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A névben az alapszó a „pizzéria”, amelyhez a „Green” jelző társul, így egy összetett jelentést kapunk: egy olyan pizzéria, amely „zöld” (szó szerint vagy átvitt értelemben).

2. Morfematikai szerkesztés

- Névszójelek, határozórag, névutó: Nem jellemző.
- Helynévképző: Nem fordul elő.
- Két önálló jelentéssel bíró szó összekapcsolása: igen.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentésbővülés: A „pizzéria” alapjelentése a „Green” szóval bővül, utalva a zöld színére.

- Metafora/metonímia: A „Green” jelentése átvitt lehet, így metaforikus jelleget is ölthet.

- Indukciós névadás: A kínálat vagy filozófia alapján történhetett a névadás.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Bővülés: Igen, a „pizzéria” bázis mellé egy jelző (Green) kapcsolódott.
- Ellipszis, redukció: Nem fordul elő.

5. Névátvétel

Nem tükörfordítás vagy idegen nyelvből átvett szerkezet, hanem egy angol szó és egy magyarul is használt vendéglátóipari megnevezés kombinációja. A nemzetközi hatás érzékelhető.

3.21 ПриватБанк



21. ábra A ПриватБанк névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „ПриватБанк” egyértelműen pénzügyi intézményt jelöl, egy ismert ukrán bank neve. A „Приват” (magán) és a „Банк” (bank) elemek együttesen utalnak arra, hogy ez nem állami, hanem magántulajdonban lévő pénzintézet. A név tehát konkrét identitást hordoz, és informálja a fogyasztót a szolgáltatás típusáról.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- Приват – melléknév, orosz/ukrán nyelvben: „magán”.
- Банк – főnév, jelentése: „bank” (nemzetközi jövevényszó, széles körben

használt).

A név elemei ukrán/orosz nyelvűek, és nemzetközi fogalomkörbe tartoznak.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: A „Приват” melléknév a „Банк” főnevet módosítja, tehát

klasszikus jelzős szerkezet.

- Mellérendelő vagy határozós szerkezet: Nem jellemző.
- Szegmentálhatóság: Igen, világos szerkezeti tagolású.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név egyszerű szerkesztéssel, egy melléknév és egy főnév összekapcsolásával jött létre, amely világosan utal a bank típusára (magánbank).

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző, határozórag, névutó, névszójel: Nem fordul elő.
- Kompozíció: Igen, két önálló jelentéssel bíró elem összetétele.

3. Jelentésbeli névalkotás

• Jelentésszűkítés: A „Банк” jelentése konkrétabbá válik a „Приват” jelző által.

- Metonímia: Lehetséges, hiszen a „Приват” utalhat a tulajdonosi struktúrára.
- Indukciós névadás: A név funkció- és státuszbeli különbséget hangsúlyoz.

4. Szerkezeti változások

- Bővülés: Nem alkalmazott, mivel eredetileg is összetett név.
- Ellipszis, redukció, népetimológia: Nem fordul elő.

5. Névátvétel

Ez nem egy fordított vagy átvett név, hanem a cég saját márkaneve, amely az ukrán nyelvi környezetbe illeszkedik, de nemzetközi szinten is érthető. A „bank” szó nemzetközi volta hozzájárul ehhez.

3.22 Sting



22. ábra A Sting épület felirata

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Sting” név ma egy többfunkciós komplexumot jelöl, amely hotelként, rendezvényközpontként, étteremként, edzőteremként és korábban szórakozóhelyként is működött. A név ma már elsősorban márkanevként szerepel, és nem tükrözi közvetlenül a hely konkrét funkcióját, de az ismertség és a korábbi használat révén mégis beazonosítható.

A „Sting” szó nem leíró, inkább szimbolikus és márkaidentitásként működik, amely egy erős, egyedi, emlékezetes hangzású angol eredetű név. A jelentése angolul „csípés” vagy „szúrás”, ami a korábbi szórakozóhely profiljához illeszkedhetett (energetikus, vagány hangulat), míg ma már a prémium szolgáltatásokkal való azonosítás fontosabb szerepet kap.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- A „Sting” egy angol szó, főnévként és igeként is használható. Ebben az esetben márkaként, tulajdonnévként funkcionál.

- Idegen eredetű szó, amelyet változtatás nélkül használnak a magyar és ukrán környezetben is.

- Egyelemű név, nem toldalékolt, nem bővített.

3. Szintagmatikus elemzés

- Nem jelzős vagy határozós szerkezet, hanem egyelemű tulajdonnév.
- Szerkezetileg nem bővíthető, viszont kiegészítő leírások (pl. „Hotel & Event Palace”) a webes felületen segítenek az értelmezésben.

- Tipikus márkanev, amely a vizuális megjelenés (felirat, logó) révén válik felismerhetővé.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

- Nem szintagmából alkotott név, hanem egyelemű idegen tulajdonnév.
- Korábban bővítve szerepelt (pl. „Sting Club”), de mára visszaminősült egyszerű formává.

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző, névszójel, határozórag, névutó: nem alkalmazott.
- Nincs morfológiai bővítés.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentésbővülés: A „Sting” korábban kizárólag egy klubot jelölt, ma viszont hotelt, rendezvényhelyszínt, éttermet és fitneszlehetőséget is. Tehát a név mögötti tartalom jelentősen bővült.

- Metonímia: Igen – a márkanev alatt egy egész szolgáltatáscsomagot értünk.
- Metaforikus jelentés: A név hangzása és jelentése (pl. angol „sting” – csípés) szimbolikus lehetett egykor, ma ez háttérbe szorult.

- Indukciós névadás: Inkább a figyelemfelkeltés és az emlékezetesség dominált a névválasztásban, mintsem konkrét helyi jelentés.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Kiegészülés → majd elhagyás: Korábban szerepelt a névben a „Club”, ma viszont ez elmaradt, és a „Hotel & Event Palace” kiegészítést kapta.

- Redukció: A „Sting Club” → „Sting” változás erre példa.
- Bővülés: Funkcionális tartalom szintjén megtörtént.

5. Névátvétel

A „Sting” név valószínűleg nem helyi eredetű, hanem idegen szó átvétele (vagy utalás az ismert énekesre, Stingre, amely az éjszakai élethez is kapcsolódhatott).

A név jól használható többnyelvű közegben (magyar–ukrán), nem lokalizált, inkább univerzális stílusú.

3.23 Вікна та двері від виробника (Ajtó Ablak közvetlenül a gyártótól)

Szerkezeti elemzés



23. ábra A Вікна та двері від виробника (Ajtó Ablak közvetlenül a gyártótól) plakátja

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A név egyértelműen leíró jellegű, információt közöl a szolgáltatás tárgyáról (ajtók és ablakok) és az értékesítési módról (közvetlenül a gyártótól). Sem szimbolikus, sem játékos elem nincs benne, kizárólag praktikus, informatív célt szolgál. Az ukrán és magyar nyelvű verzió is ezt a funkciót tölti be.

A kétnyelvűség a célközönség szélesítését szolgálja, és az üzlethelyiség környezetéhez (valószínűleg kétnyelvű régióhoz) illeszkedik.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- Az elnevezés leíró szerkezet, nem tulajdonnév vagy márkanev.
- Mindkét nyelvben főnevek és határozók alkotják (pl. „ajtó”, „ablak”, „közvetlenül”, „gyártótól”).
- A magyar és ukrán verzió is szintaktikailag teljes mondat szerkezetéhez közelít, nem névként használt szókapcsolat.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: „ajtó/ablak” (főnév) + „közvetlenül a gyártótól” (határozó).
- Határozós szerkezet: jelen van a "közvetlenül a gyártótól" vagy „від виробника” rész.

- Nem mellérendelő, hanem összetett, alárendelő mondatszerű szerkezet.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

A név nem tulajdonnév, hanem funkcionális szintagma, leíró célból. Nem márkanev, hanem szolgáltatás megnevezése.

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző: nem alkalmazott.
- Határozórag (magyar: -tól) és névutó (ukrán: „від”) jelen van.
- Toldalékolt elemek is szerepelnek (pl. „gyártótól”).

3. Jelentésbeli névalkotás

- Nincs jelentéshasadás vagy metafora.
- Jelentésbővülés nem figyelhető meg, mivel a név mindig is a funkciót írja le.
- Indukciós névadás: kizárólag gyakorlati, vásárlást ösztönző célból.

4. Szerkezeti változás

- A név nem mutat korábbi verziót, valószínűleg kezdettől fogva leíró formában használják.
- Nincs ellipszis vagy redukció.
- Nem márkanevvé rövidült, megmaradt funkcionális kifejezésnek.

5. Névátvétel

A két nyelvűség nem fordításként átvett név, hanem párhuzamos megnevezés a célközönség miatt.

Nem idegen márkanév, hanem helyben képzett, két nyelvű szolgáltatásmegjelölés.

3.24 **Міні Маркет**



24. ábra A *Міні Маркет* bejárata

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Міні Маркет” név jelentése „Mini Market”, azaz kis méretű vegyesbolt vagy élelmiszerbolt. Ez egy általános, leíró típusú név, amely nem utal sem egyéni márkára, sem szimbolikus tartalomra. Célja az, hogy a vásárlónak rögtön világossá tegye a bolt típusát és kínálatának jellegét.

A korábbi „Zsuzsa bolt” név személyhez kötött volt, és helyi kötődésű, népi névformaként működött, amit a közösség máig megőrzött. A hivatalos névváltozás ellenére a kollektív emlékezetben tovább él az eredeti személynévi elnevezés, ez a névköltöztetés és népi névhasználat egyik példája.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- „Міні” – melléknév (’kicsi’), funkciója: jelző.
- „Маркет” – főnév (’piac’, ’üzlet’), angol eredetű szó ukránosított írásmóddal.

Ez egy kétagú összetétel, ahol az első tag minőségjelző, a második a bolt típusát megnevező főnév.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: a „mini” jelzi a méretet, a „market” a funkciót.

- Nem határozós, nem mellérendelő.
- A szerkezet egyszerű, nem toldalékolt, sem bővített.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott név

A „Mihi Mapker” nem fantázianév, hanem funkcionális összetétel, mely a bolt méretét és típusát fejezi ki. Nem tartalmaz egyedi márkát vagy nevet, nem utal konkrét személyre.

2. Morfematikai szerkesztés

- Nincs névképző, birtokjel, határozórag vagy névutó.
- Az összetétel a szóösszetétel eszközével jött létre.

3. Jelentésbeli névalkotás

Névátvitel nem történt, de jelentésbővülés volt: eredetileg ruhát is árusítottak, ma már csak élelmiszert, amit a név nem tükröz, de a funkció változott.

- A név tehát részben elvesztette az eredeti sokszínű jelentését, szűkült az értelme.

- Indukciós névadás: a bolt új neve a méretre és típusra utal, gyakorlati céllal.

4. Szerkezeti változással alakult név

- Redukció: a „Zsuzsa bolt” név elhagyása.
- Kiegészülés nem történt, sőt: az új név általánosabb és személytelenebb.
- Névköltöztetés: a hivatalos név változott, de a közösségi használatban tovább él az eredeti név, ami tipikus népi névhasználat.

5. Névátvétel

Az „Mapker” szó angol eredetű, de az ukrán nyelvben meghonosodott, így nem számít klasszikus idegen névátvételnek.

Nem fordítás, hanem átvett fogalom alapján képzett összetétel.



25. ábra Az Elizabet szépségszalon (Салон краси) névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „Elizabet szépségszalon (Салон краси)” egy kétnyelvű, leíró típusú üzletnév, amely egy szépségápolással foglalkozó szolgáltató helyet (fodrászat, kozmetika, manikűr stb.) jelöl. Az „Elizabet” fantázianévként vagy személynévi ihletésként funkcionál, és egyedi arculatot ad az üzletnek. A „szépségszalon / салон краси” kifejezés a hely típusát és funkcióját konkretizálja, kétnyelvűen. A név nem játékos, inkább elegáns, nőies és praktikus hatást kelt, amely illik a szolgáltatás jellegéhez.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- „Elizabet” – tulajdonnév, valószínűleg idegen (angol) eredetű női név.
- „szépségszalon” – összetett köznév (szépség + szalon), magyar nyelvű.
- „салон краси” – ukrán nyelvű, a „szépségszalon” tükörfordítása.

A név vegyíti a fantázianevet és a funkcionális megnevezést, valamint kétnyelvűséget mutat, ami az adott régióban gyakori és praktikus.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: „szépségszalon” mint összetett főnév, ahol a „szépség” jelzőként működik.
- Az „Elizabet” előtagként kapcsolódik hozzá, megkülönböztető névként.
- Nem mellérendelő vagy határozós szerkezet.
- Az ukrán rész nem külön szerkezeti elem, hanem fordítás.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott név

Az elnevezés az „Elizabet” névből és a szépségszalon megnevezésből áll. A két elem különböző típusú (egyedi + általános), de összekapcsolásuk világos funkciót ad.

2. Morfematikai szerkesztés

- Nincs helynévképző, névszójel, rag vagy névutó.
- A név nem morfológiai módosítás eredménye, hanem szóösszetétel és névkapcsolás.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás nincs.
- Jelentésbővülés lehet abból fakadóan, hogy az „Elizabet” névhez korábban nem társult szépségszalon-funkció. Indukciós névadás történt: a név esztétikailag vonzó, elegáns hangzású és nőies, ezért illeszkedik a szolgáltatás jellegéhez.

4. Szerkezeti változással alakult nevek

- Redukció, ellipszis vagy bővítés nem jellemző.
- Kétnyelvűség viszont megfigyelhető, ami a kommunikációs rugalmasságot szolgálja.

5. Névátvétel

Az „Elizabet” név idegen eredetű, de itt nem idegen név átvételként funkcionál, hanem mint fantáziánév. A „szépségszalon” / „салон краси” funkcionális fordításban jelenik meg – kétnyelvű névhasználat a helyi nyelvi közeghez alkalmazkodva.-

3.26 Márk mester (Майстер марк)

Szerkezeti elemzés



26. ábra A Márk mester (Майстер марк) névtáblája

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A név egyértelműen a szolgáltatás típusára utal: barkácsolás, szerelés. A „Márk” szó a tulajdonos fia nevét viseli, és ezzel személyes vonatkozást ad a névnek, ami egyedivé és emlékezetessé teszi. A „mester” kifejezés egy szakembert, professzionális tudással rendelkező személyt jelöl, aki a barkácsolás vagy szerelés területén dolgozik. Ez erősíti a szakmai kompetenciát és a megbízhatóságot.

Ez a név egyértelműen arra utal, hogy az üzlet szakértői szolgáltatásokat kínál a barkácsolás és szerelés területén.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- Márk: egy férfi név, mely itt a tulajdonos fia nevét jelöli, ezzel egy személyes érintettséget adva a márkának.

- Mester: magyar főnév, amely a szakmai tudás és tapasztalat szinonimája. Az ilyen típusú üzleteknél gyakran használják a „mester” kifejezést, hogy a vásárlóban bizalom és professzionális hozzáállás képet alakítson ki.

Az ukrán változat, „Майстер марк”, a magyar megfelelő közvetlen fordítása, így a célcsoport számára is érthető és könnyen megjegyezhető.

3. Szintagmatikus elemzés

A név két részből áll:

- „Márk”: A személyes vonatkozás, amely a családi és egyedi jelleget hangsúlyozza.

- „Mester”: A szakértelem, a mesterség szimbóluma, amely a professzionalizmust, a megbízhatóságot és a tudást sugallja.

A két szó együtt erősíti a szakértelem és személyesség érzését. A „Mester” szó az egyik legfontosabb kulcsszó a barkács és szerelési szolgáltatások piacán.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

A név két szintagmát tartalmaz:

- „Márk”: A fiatalabb generáció, a család neve, a személyes jelleg kiemelése.
- „Mester”: Egy szakmai kifejezés, amely a mesterséget és a tapasztalatot, szaktudást hangsúlyozza.

Ez a szerkezet a vásárlók számára személyes és megbízható szolgáltatást ígér.

2. Morfematikai szerkesztés

- „Márk”: nem tartalmaz más morfémaakat, ez egy egyszerű személynév.

- „Mester”: a főnév egy képzett morfémből származik, amely a mesterségbeli tudást jelöli.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: nincs jelentéshasadás, a név világosan a személyes vonatkozást és a szakmai kompetenciát is kifejezi.

- Jelentésbővülés: a „Mester” szó kiegészíti a név jelentését, amit a „Márk” személyes vonatkozása tesz különlegessé.

- Metonimikus vagy metaforikus jelentés: nem alkalmazott.

- Indukciós névadás: A név az egyediséget és a családi kapcsolatot hangsúlyozza, amit a tulajdonos fia nevének használata erősít.

4. Szerkezeti változással alakult név

A név sem nem bővített, sem nem redukált, hanem egy egyszerű, átlátható névválasztás.

- Bővítés: A „Mester” szóval a név kifejezi a szakértelmet, de nem jelentős mértékű bővítést.

- Redukció: A név nem lett leegyszerűsítve, mivel a tulajdonos neve is benne maradt.

5. Névátvétel

Névátvétel nem történt, mivel a név személyes jelleget hordoz, és kifejezetten a tulajdonos fia nevére épít, miközben a szakmai jelzőt is alkalmazza.



27. ábra A Dudich Minimarket plakátja

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A név két alapvető részből áll:

- „Dudich”: ez egy családnév, ami személyes jelleget ad a vállalkozásnak. A helyiek számára ez ismerősséget és bizalmat sugall.
- „Minimarket”: ez a szó egy kisebb alapterületű, de széles választékot kínáló élelmiszerboltot, háztartási kisáruházat jelöl. Funkcióját tekintve napi fogyasztási cikkeket, alapvető élelmiszereket és háztartási kellékeket kínál.

A név így egyértelműen utal a tevékenységi körre (mindennapi szükségletek kielégítése) és a tulajdonos családi hátterére.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- „Dudich”: tulajdonnév, magyar családnévként használatos, amely a bolt személyes arculatát hangsúlyozza.
- „Minimarket”: nem magyar eredetű, de beépült a köznyelvbe, és a kisméretű, de vegyes választékot kínáló boltokra használják. Ez egy összetett főnév, ahol a „mini” méreetre, a „market” pedig árusítási funkcióra utal.

Ez a szerkezet a vásárlók számára egyszerű, érthető és gyorsan beazonosítható.

3. Szintagmatikus elemzés

A név tulajdonnév + fogalom szerkezetű:

- „Dudich” → a család neve, a személyes kapcsolatot és a lokális megbízhatóságot hangsúlyozza.

- „Minimarket” → a bolt típusát, funkcióját jelöli.

Ez a kombináció gyakori a kisboltok világában, hiszen egyszerre ad egyediséget (név) és orientációs segítséget (üzlettípus).

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

A név egy alapszerkezetű üzleti név, amelyben a tulajdonos neve és a szolgáltatás típusa kapcsolódik össze. Ez egyszerű, mégis hatékony szerkesztési mód.

2. Morfematikai szerkesztés

- „Dudich”: egyszerű, osztatlan morféma – nem képezhető tovább, nem származtatott.

- „Minimarket”: összetett szó, két részből áll (mini + market), amelyek külön-külön is jelentéssel bírnak, de együtt a fogalmat pontosítják.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: nincs.

- Jelentésbővülés: a „Minimarket” szó nem csak élelmiszert, hanem mindennapi háztartási cikkeket is feltételez, tehát bővebb jelentést hordoz, mint egy sima élelmiszerbolt.

- Indukciós névadás: erősen jelen van – a bolt helyi, családi jellegét kiemelve adja meg az üzlet identitását.

4. Szerkezeti változással alakult név

Ez a név nem bővített, de strukturálisan kerek. Lehetett volna például: „Dudich Élelmiszer és Vegyesbolt”, de a „Minimarket” tömören közvetíti ugyanezt, így praktikus és modern névválasztás.

5. Névátvétel

Névátvétel nem történt – a családnév használata teljes mértékben eredeti, és nem utal már meglévő márkára vagy láncre.

3.28 АТБ маркет



28. ábra Az ATB market névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

Az „ATB market” egy nagy bevásárlóközpont neve, amely egy ukrainai országos üzletlánc része. A „market” szó egyértelműen utal az üzlet jellegére – élelmiszer- és vegyesbolt, amely széles választékkal rendelkezik. Az „ATB” egy betűszó, amely egy nagyvállalat nevének rövidítése, a márkanevet képviseli. A név hivatalos, komoly hangulatú, nem játékos, a vállalat megbízhatóságát és jól szervezettségét hivatott kommunikálni. A stilisztika tehát semleges, funkcionális.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő részből áll:

- „ATB”: három betűből álló rövidítés, amely az ukrán „Агротехбізнес” vagy „Агро-Торговий Блок” nevet takarhatta eredetileg (különböző források szerint). Ma már önálló márkanevként funkcionál.
- „market”: idegen eredetű szó (az angol „market” átvétele), amely az üzlet jellegére, a kereskedelmi funkcióra utal.

A név tehát egy vállalati betűszóból és egy funkciót jelölő főnévből álló szerkezet.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezetű nevek: A „market” funkcionálisan alárendelt a „ATB” rövidítésnek, mivel az utóbbi jelöli a márkát, az előbbi pedig a funkciót.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem jellemző.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: Nem áll fenn mellérendelés, a két elem alá- és fölérendelt viszonyban van (márkanev + típus).

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név elemei világosan szétválaszthatók: az egyik a márkát (АТБ), a másik a hely funkcióját (mapket) jelöli. A kettő egymás mellé kerülésével jön létre a márkanévet hordozó üzlet megnevezése.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem fordul elő.
- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem jellemző.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nem fordul elő.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem jellemző.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „mapket” szó jelentése kibővíülhet egy teljes bevásárlóközpont fogalmává, hiszen a hely nemcsak kisbolt, hanem nagy volumenű kereskedelmi egység.

- Névátvitel:

a) Metonimikus helynévalkotás: A név a cég nevével utal az üzletre, azaz metonimikusan helyettesíti a kereskedelmi központot a márkanévvel.

b) Metaforikus helynévalkotás: Nem fordul elő.

- Indukciós névadás: A név a vállalat szerkezetéből, működéséből és ismertségéből indul ki.

- Névköltöztetés: Nem fordul elő.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- Redukció: Nem történt.
- Kiegészülés: A „mapket” szóval bővült a márka, hogy egyértelmű legyen az üzlet típusa.

- Bővülés: A márkanév mögé került a funkció megnevezése.
- Deetimologizáció: Az „АТБ” eredeti jelentése ma már kevésbé ismert, így részben deetimologizálódott.

- Népetimológia: Nem fordul elő.

5. Névátvétel

Az „АТБ” márkanév ukrán eredetű, saját fejlesztésű név, nem átvétel. A „market” szó viszont idegen (angol) eredetű, amely széles körben elterjedt a kereskedelem területén Kelet-Európában is.

3.29 Welcome



29. ábra A Welcome üzlet névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Welcome” üzletnév egy angol eredetű köszöntőszó, amely magyarul annyit jelent: „Üdvözöljük!” vagy „Szívesen látjuk!” Ez a név barátságos, vendégszerető hangulatot sugall, amely azt az érzést kelti a vásárlóban, hogy örömmel fogadják, és szívesen látják az üzletben.

A név önmagában nem utal konkrét termékkörre vagy szolgáltatásra, de univerzális jellegének köszönhetően jól illik egy olyan vegyes profilú bolt arculatához, ahol szépségápolási termékek, ruházati cikkek, konyhai eszközök és háztartási kellékek is megtalálhatók. A név játékosnak nem nevezhető, de pozitív hangulatot sugároz, ami bevásárlásra ösztönözhet.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név egyetlen szóból áll:

- „Welcome” – egy angol igéből (to welcome – üdvözölni) származó főnévként használt forma, amely az üzlet atmoszférájára, vásárlóbarát jellegére utal.

A név nem tartalmaz magyar elemeket, teljes mértékben idegen nyelvű, mégis könnyen érthető és pozitív asszociációkat kelt a magyar vásárlók körében is.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezetű nevek: Nem jellemző – a név nem tartalmaz jelzőt.
- Határozós szerkezetű nevek: Nem fordul elő.
- Mellérendelő szerkezetű nevek: Nem alkalmazott – a név egy önálló, egyelemű forma.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

A név nem összetett, hanem egyetlen szó – idegen nyelvi eredetű, amely funkcióját (vonzó névként) önmagában teljesíti.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem jellemző.
- Névszójelekkel történő névalkotás: Nincs.
- Határozóraggal történő névalkotás: Nem alkalmazott.
- Névutóval történő helynévalkotás: Nem fordul elő.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Welcome” szó eredeti jelentése kiterjed

az üzlet atmoszférájára, vendégszeretetére.

- Névátvitel:

a) Metonimikus helynévalkotás: Részben, mivel a név nem az árukra, hanem a vásárlói élményre utal.

b) Metaforikus helynévalkotás: Enyhén metaforikus, mivel az „üdvözlés” átvitt értelemben utal a nyitottságra és vásárlóbarát környezetre.

- Indukciós névadás: Igen, a név célja, hogy jó érzést keltsen a vásárlóban, és kifejezze az üzlet vendégszerető jellegét.

- Névköltöztetés: Nem fordul elő.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem jellemző.
- Redukció: Nem fordul elő.

- Kiegészülés: Nem történt.
 - Bővülés: Nem történt.
 - Deetimologizáció: Nem jellemző, mivel a szó értelme továbbra is világos.
 - Népetimológia: Nem fordul elő.
5. Névátvétel

A „Welcome” egy angol szó, tehát idegen nyelvi névátvétel. Az üzlet nevében alkalmazva nem az eredeti funkciójában, hanem márkanevesített formában szerepel, így részben névátvételtől, részben új kontextusban való alkalmazásról beszélhetünk.

3.30 Fegya építkezési bolt

Szerkezeti elemzés



30. ábra A Fegya építkezési bolt névtáblája

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Fegya építkezési bolt” név egyértelműen utal a bolt profiljára és személyes jellegére is. A „Fegya” valószínűleg egy becenév vagy keresztnév, amely közvetlen, ismerős hangulatot kölcsönöz a névnek. Az „építkezési bolt” rész pontosan megnevezi az árukört – építőipari anyagokat, szerszámokat, felszereléseket árusító üzletről van szó. A név tehát egyszerre informál (mit árul), és közvetlen, lokálisan beágyazott hangulatot kelt (kihez kötődik). Funkcionálisan célszerű, egyértelmű és bizalmat ébresztő.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

A név két fő tagból áll:

- „Fegya” – egy rövid, becézett formájú név, vélhetően a tulajdonos nevére utal, közvetlen, népies hangulattal.
- „építkezési bolt” – összetett főnévi szerkezet, amely funkcionálisan leírja a bolt tevékenységi körét.

Ez a kombináció világos jelentéstartalommal bír: a bolt Fegya nevű személyhez köthető, és építőipari termékeket kínál.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezetű nevek: Igen – „Fegya” a név elején jelzőként funkcionál a „bolt” kifejezéshez kapcsolódva, mint birtokos vagy névmegjelölő.

- Határozós szerkezetű nevek: Részben – az „építkezési” szó határozós funkcióban pontosítja, milyen bolt.

- Mellérendelő szerkezetű nevek: Nem jellemző.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztéssel alkotott nevek

Igen – a név világosan két részből áll: egy személyes név és egy boltprofil-meghatározó utótag egymás mellé rendeléséből született.

2. Morfematikai szerkesztéssel alkotott nevek

- Helynévképzővel történő névalkotás: Nem jellemző.
- Névszójelekkel történő névalkotás: Nem tartalmaz birtokos jelet, bár a jelentésében birtokosságot közvetít („Fegya boltja”).

- Határozóraggal történő névalkotás: Nem fordul elő.

- Névutóval történő helynévalkotás: Nem jelenik meg.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés vagy -szűkülés: A „Fegya” személynévből üzletnévvé válik, tehát jelentésbővülés történik.

- Névátvitel:

- a) Metonimikus helynévalkotás: Igen – a bolt nevét a tulajdonosról kapta.

- b) Metaforikus helynévalkotás: Nem jellemző.

- Indukciós névadás: Igen – a név ismerősséget, közvetlenséget és személyes jelleget indukál.

- Névköltöztetés: Nem fordul elő.

4. Szerkezeti változással alakult helynevek

- Ellipszis: Nem fordul elő.

- Redukció: Nem jellemző.

- Kiegészülés: Igen – a „Fegya” név mellé az „építkezési bolt” bővítmény került a profil megnevezésére.

- Bővülés: Igen, hasonlóan.

- Deetimologizáció: Nem jellemző.

- Népetimológia: Nem fordul elő.

5. Névátvétel

Nem klasszikus értelemben vett névátvétel, de a „Fegya” név egy ismert becenév, amelyet üzleti névvé alakítottak – tehát személyes név „márkásítása” történt. Ez gyakori kisebb, helyi vállalkozások esetében, különösen olyan közösségekben, ahol a tulajdonos ismeretsége vagy neve önmagában már ismertté teszi a helyet.

3.31 Tünde Divat



31. ábra A Tünde Divat logója

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Tünde Divat” üzletnév egy nagyobb méretű, főként ruházati termékeket, táskákat, kiegészítőket és tanszereket árusító boltot jelöl. A „Tünde” név a tulajdonos keresztnéve, ami a névnek személyes jelleget ad, bizalmat kelt, és erősíti a helyi kötődést. A „Divat” szó eredetileg az öltözködéssel kapcsolatos árukra utal, de itt jelentésbővülés tapasztalható, mivel a bolt kínálata bővült tanszerekkel és egyéb termékekkel is. A név egyszerű és közérthető, ugyanakkor egy személyhez kötődő márka benyomását kelti.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- „Tünde” – magyar női keresztnév, amely személyességet, bizalmat és helyi kötődést hordoz.
- „Divat” – főnév, amely a bolt alaptermék-kínálatára (ruházat, kiegészítők) utal, de szimbolikusan ma már egy szélesebb választékot fed le.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: Igen – a „Tünde” név jelzőként funkcionál, egyedivé és személyessé teszi az üzlet nevét.
- Határozós szerkezet: Nem fordul elő.

- Mellérendelő szerkezet: Nem jellemző – a két tag között világos alá-fölérendeltségi viszony van (név + tevékenység).

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

A név szintagmatikus szerkesztés eredménye: egy személynév és egy tevékenységre utaló főnév kombinációjából jött létre.

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző: Nem alkalmazott.
- Névszójelek: Nincs birtokos jel, de a név jelentése közvetve „Tünde divatja”, azaz „Tünde által képviselt stílus”.
- Határozórag: Nem jellemző.
- Névutó: Nem tartalmaz.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés: A „Divat” szó jelentése bővült – nem csak ruházatra, hanem egyéb, a stílussal vagy életmóddal kapcsolatos termékekre (táska, tanszer, kiegészítő) is utal.
- Névátvitel:
 - a) Metonimikus – Igen: a „Tünde” név alapján utalunk a bolt kínálatára.
 - b) Metaforikus – Nem jellemző.
- Indukciós névadás: Igen – a bolt elnevezése a tulajdonos nevéből kiindulva született, azt sugallva, hogy a kínálat Tünde ízlését, választásait tükrözi.

- Névköltöztetés: Nem alkalmazott.

4. Szerkezeti változások

- Ellipszis: Nem jellemző.
- Redukció: Nem történt.
- Kiegészülés: A tulajdonos neve mellé került a „Divat” tevékenységjelölő szó.
- Bővülés: A „Divat” jelentése bővült az árukínálat fejlődésével.
- Deetimologizáció: Nem fordul elő.
- Népetimológia: Nem fordul elő.

5. Névátvétel

A név nem tartalmaz idegen szavakat, nem átvett, hanem teljesen magyar, helyi és személyes jellegű elnevezés.

3.32

Пошта (Post)



32. ábra A Пошта (Post) névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Пошта” (magyarul: „posta”) közintézményt, szolgáltatóhelyet jelöl, amely levelek, csomagok továbbításával, pénzáttalásokkal, hivatalos ügyintézással foglalkozik. A név rendkívül funkcionális, közismert, és nem tartalmaz egyedi, kreatív vagy játékos elemet. Az „Post” megnevezés is a hivatalos, szolgáltatói jelleget erősíti.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

- „Пошта” – önálló főnév, ukrán nyelven, nem tartalmaz toldalékot vagy képzőt.
- „Post” – ugyanazon fogalom angol megfelelője, egyértelmű, kontextusfüggetlen megjelölés.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: Nem tartalmaz.
- Határozós szerkezet: Nem fordul elő.
- Mellérendelő szerkezet: A két változat (Пошта / Post) külön-külön szerepelhet, de nem alkotnak mellérendelő szerkezetet – inkább nyelvi párhuzamként vannak jelen.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztés

Egyelemű név, amely a funkcióra utal. Nem kombinált, nem tartalmaz személyes vagy helyi elemet.

2. Morfematikai szerkesztés

- Helynévképző: Nem alkalmazott.

- Névszójelek: Nincs birtokos forma vagy többes szám.
- Határozórag: Nem fordul elő.
- Névutó: Nem jellemző.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nincs.
- Jelentésbővülés/szűkülés: A „posta” szó a klasszikus levélküldéstől ma már

elektronikus, pénzügyi szolgáltatásokig is bővült jelentéssel bírhat.

- Névátvitel:
 - a) Metonímia: Igen – a szó a szolgáltatás helyét jelöli.
 - b) Metafora: Nem jellemző.
- Indukciós névadás: Nem jellemző, inkább intézményi megnevezés.
- Névköltöztetés: Nem történt.

4. Szerkezeti változás

Nincs jelentős strukturális változás, mivel egyelemű, hagyományos névről van szó.

5. Névátvétel

A „Post” a „Пошта” angol megfelelője, funkcionális párja – nem idegen márkánév, hanem hivatalos megnevezés.

3.33 Закусочна-falatozó



33. ábra A Закусочна-falatozó névtáblája

Szerkezeti elemzés

1. Funkcionális-szemantikai elemzés

A „Закусочна – falatozó” név két nyelven jelenik meg, ukránul és magyarul, ami a kétnyelvű közösség kiszolgálását tükrözi. A „Закусочна” szó ukránul egy gyorsétkezdé, kisebb étterem jelentésű kifejezés, míg a „falatozó” magyarul szintén hasonló típusú vendéglátóhelyet jelöl. A két forma együtt való használata egyértelmű kommunikációra törekszik, ugyanakkor megtartja a lokális identitást is.

A név nem tartalmaz szimbolikus vagy márkajellegű elemeket, deskriptív, tehát egyértelműen megnevezi a hely funkcióját (étkezési lehetőséget biztosító hely). A funkció a névben megváltozott: míg korábban inkább kocsmaszerű volt, ma már rendezvényekre is alkalmas, tehát a funkcióbővülés nem tükröződik a névben, de ismert a közösség számára.

2. Lexikális-morfológiai elemzés

Két elemből álló név, két különböző nyelvből:

- „Закусочна”: főnév, nőnemű, ragozható az ukrán nyelvtan szerint.
- „falatozó”: magyar főnév, képzett szó (ige + -ó képző), vendéglátóhelyet jelöl.

A két nyelv együttes használata formailag is tükrözi a többnyelvű közeg sajátosságait.

3. Szintagmatikus elemzés

- Jelzős szerkezet: Nem jellemző, nincs jelző az alaptaghoz kapcsolva.
- Határozós szerkezet: Nem fordul elő.
- Mellérendelő szerkezet: Igen – a két külön nyelvű szó funkcionálisan egyenrangúan áll egymás mellett, fordítási kapcsolatban.

Keletkezéstörténeti vizsgálat

1. Szintagmatikus szerkesztésű név

A név két különálló elemből áll, nyelvi párhuzamosságban, a kétnyelvűség jegyében. Egymás tükörfordításai, tehát a jelentéstartalom azonos.

2. Morfematikai szerkesztés

- Nem tartalmaz ragokat, névutókat, képzők csak a magyar részben jelennek meg („-ó”).

- A „falatozó” az „falatozni” igéből származó főnév.

3. Jelentésbeli névalkotás

- Jelentéshasadás: Nem fordul elő.
- Jelentésbővülés: Igen – a közösség tudatában a hely már nem csak egy falatozó, hanem egy rendezvényhelyszín is, de ez a névben nem tükröződik.

- Névátvitel:

- a) Metonímia – igen: a funkció alapján nevezték el.

- b) Metafora – nem jellemző.

- Indukciós névadás: A jelenlegi név a funkció megváltozása után került előtérbe (a korábbi „Csájna” név helyett), tehát célzott névadás eredménye.

- Névköltöztetés: Nem történt, de a „Csájna” név a köznyelvben továbbél – ez egy *népi elnevezés* vagy *becenév*ként értelmezhető.

4. Szerkezeti változás

- Ellipszis: Nem fordul elő.
- A „Csájna” név talán valamilyen eredeti hosszabb formából eredhetett, de ma már egy rövidített alak.

- Kiegészülés / Bővülés: A hivatalos név kétnyelvű formában szerepel.

- Deetimologizáció / Népetimológia: Nem jellemző.

5. Névátvétel és névmegőrzés

A „Csájna” mint nem hivatalos, de elterjedt név része a falu nyelvi kultúrájának – egyfajta kollektív emlékezet és nyelvi hagyomány őrzi.

IV. ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK

5.1 Fő megállapítások összessége

A dolgozat célja a Nagydobronyi Kistérségben található kereskedelmi és szolgáltató egységek funkcionális-szemantikai, lexikális-morfológiai és szintagmatikai vizsgálata volt, különös tekintettel a nyelvi sokszínűsége, a névadási stratégiákra és azok mögötti motivációkra. A vizsgálat során feltérképezésre került a település aktuális üzlethálózata, valamint elemezve lettek az egyes üzletnevek és szolgáltató egységek szerkezeti és jelentésbeli sajátosságai.

A legfőbb megállapítások a következők:

Nyelvi kettősség: A vizsgált nevek egy jelentős részében megfigyelhető a magyar–ukrán kétnyelvűség, amely tükrözi a helyi lakosság nyelvi összetételét. Több bolt elnevezése tartalmazza mindkét nyelvet.

Névadási minták: A legtöbb név a funkcióra, a tulajdonos nevére vagy a kívánt asszociációra (pl. luxus, minőség, kényelem) épül. Egyes esetekben metaforikus vagy metonimikus névátvitel is megfigyelhető volt, máskor pedig idegen nyelvi hatások, globalizációs tendenciák hatották át az elnevezéseket.

Történeti és közösségi rétegződés: Számos üzletnév esetében megfigyelhető, hogy a hivatalos elnevezéstől eltér a helyi közösség által használt név (pl. „Csájna” esetében). Ez a jelenség rámutat a helyi szokásrendszer és kollektív emlékezet szerepére a névadásban és a névhasználatban.

Szerkezeti sajátosságok: A nevek nagy része főnévi szerkezetre épül, gyakoriak az egyszerű és összetett tulajdonnevek, valamint a fantázianevek. Ugyanakkor előfordulnak lexikailag motivált és szintagmává bővült elnevezések is.

A fentiekből kitűnik, hogy a helyi üzletnevek nemcsak kereskedelmi, hanem kulturális és nyelvészeti szempontból is jelentős adatforrásként szolgálnak.

5.2 A kutatás jelentősége és további lehetőségek

A dolgozat hozzájárul a helynévkutatás és nyelvészeti toponímia azon irányvonalához, amely a mikroközösségek névadási gyakorlatát vizsgálja. Külön értéket képvisel az, hogy egy kétnyelvű településen végzett vizsgálat révén betekintést nyerhettünk a nyelvhasználati stratégiákba, kulturális mintázatokba és identitásképző folyamatokba.

A kutatás jelentősége több szinten is megmutatkozik:

Nyelvi sokszínűség dokumentálása: A magyar–ukrán nyelvi érintkezés vizsgálata újabb példákkal szolgálhat a kétnyelvűség és nyelvi alkalmazkodás tanulmányozásához.

Helyi identitás megragadása: Az üzletnevek elemzése révén megérthetővé válik a település közösségének értékrendje, emlékezete és önmeghatározása.

Nyelvi és kulturális örökség megőrzése: Az ilyen típusú kutatások hozzájárulhatnak a helyi nyelvi örökség feltérképezéséhez és dokumentálásához, különösen olyan régiókban, ahol a nyelvhasználat veszélyeztetett.

A jövőbeni kutatások számára több irány is kínálkozik. Érdekes lenne összehasonlító vizsgálatot végezni más hasonló településekkel, különösen a Kárpátalján vagy más többnyelvű régiókban. Továbbá a névhasználati szokások időbeli változásának vizsgálata (pl. interjúk, kérdőívek alapján) árnyaltabb képet adhatna a névadási és névhasználati dinamikákról. Emellett a névhasználat és a vizuális megjelenítés (pl. feliratok, logók, tipográfia) közötti kapcsolat elemzése is izgalmas új kutatási irány lehet.

V. HIVATKOZÁSOK/IRODALOMJEGYZÉK

1. Hoffmann István. *Helynevek nyelvi elemzése*. Második kiadás. Budapest: Tinta Könyvkiadó, 2007. (Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához 67.)
2. Csernicskó István. „Magyar helységnevek Kárpátalján: Kodifikációs kísérletek és eredmények (1989–2000).” *Fórum Társadalomtudományi Szemle*, 2015. Elérhető: <https://forumszemle.eu/2015/01/08/magyar-helysegnevek-karpataljan-kodifikacios-kiserletek-es-eredmenyek-1989-2000>
3. Bevezetés a helynévkutatásba – Kutatási segédletek, Debreceni Egyetem. Elérhető: https://mnhp.unideb.hu/kutatasi_segedletek/bevhnkut/1hnyelem.htm
4. Kiss Jenő. „A magyar helynevek rendszere és az Árpád-kori helynévanyag.” *Nyelvtörténeti tanulmányok*, 5 (1994): 193–202. Elérhető: https://acta.bibl.u-szeged.hu/54508/1/nyelvtort_005_193-202.pdf
5. Csernicskó István. „A nagydobronyi nyelvjárás.” Elérhető: <https://netpansip.hhrf.org/ungparty/docu/csernicsko/nagydobrony-nyelvjaras.php>
6. Benkő Loránd. *A magyar nyelv történeti-etimológiai szótára*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 1967–1984. Elérhető: <https://mek.oszk.hu/01700/01700/01700.pdf>
7. Nagy Katalin. *A helynévgyűjtés elmélete és módszerei*. Elérhető: https://mnytud.arts.unideb.hu/tananyag/nagykatalin/a_helynevgyujtes_elmelete_es_modszerei.pdf

РЕЗІЮМЕ

Дане дослідження присвячене аналізу назв місцевих магазинів у Великодобронській сільській громаді та їхній ролі в повсякденному житті мешканців. У роботі розглядаються як мовознавчі аспекти (етимологія, структура, семантика назв), так і соціокультурне значення локальних торговельних закладів.

У теоретичній частині узагальнено основи топоніміки та ономастики, а також проаналізовано основні підходи до вивчення назв населених пунктів і об'єктів у локальному контексті. У практичній частині представлено докладний опис кількох магазинів, супермаркетів та сервісних закладів Великої Доброні, звертаючи увагу на походження їхніх назв, типологію та роль у повсякденному житті громадян.

Окремо проаналізовано, як місцеві жителі сприймають назви магазинів, які асоціації або культурні зв'язки з ними пов'язують. Дослідження базується як на власних спостереженнях і описах, так і на допоміжних наукових джерелах. Набуті результати можуть мати значення для подальших мовознавчих досліджень у сфері мікротопоніміки й бути корисними для підтримання та збереження культурної ідентичності місцевих спільнот.

MELLÉKLETEK

Kérdőíves kutatás

A kutatás célja a Nagydobronyi Kistérség kereskedelmi és szolgáltató egységeinek feltérképezése volt. A kérdőívet összesen összesen 41 fő töltötte ki. Az alábbiakban a legfőbb eredményeket foglalom össze:

- A válaszadók 92,7%-a (38fő) nagydobronyi lakos.
- A válaszadók 95,1%-a több mint 10 éve él a településen.
- A kitöltők 58,5%-a szerint a településen található kereskedelmi egységek elnevezései inkább kevert típusúak (azaz nem tisztán magyar vagy ukrán nyelvűek, hanem vegyesek).

- A kérdőív nyílt kérdései lehetőséget adtak arra is, hogy a résztvevők szabadon fejtssék ki véleményüket a nevekkel kapcsolatban. Ezek az észrevételek százalékosan nem mérhetők, de több érdekes gondolat kiemelésre érdemes:

- A legtöbb válaszadó nem tett különösebb megjegyzést vagy javaslatot.
- Egy válaszadó szerint figyelemfelkeltőbbek azok a nevek, amelyek személyhez köthetők.

- Egy másik válaszadó úgy vélte, nem is az üzlet neve a fontos, hanem hogy kié az adott bolt. Például hiába a hivatalos név „Ezeregyféle apróságok”, a helyiek „Rezi bolt”-ként emlegetik, utalva a tulajdonos csúfnevére.

- Egy válaszadó megjegyezte, hogy a falu egyre növekvő ukrán anyanyelvű lakossága miatt hasznos, ha az üzletnevek magyarul és ukránul is ki vannak írva.

- Ugyanakkor volt olyan vélemény is, amely ellenezte az ukrán nyelvű fordításokat.

- Egy válaszadó úgy érezte, hogy nem minden üzletnév tükrözi az adott bolt kínálatát.

- Egy másik válaszadó szerint több magyar elnevezésre lenne szükség, mert az idősebb korosztály nehezen jegyzi meg az idegen, főként angol neveket. Példaként említették a „Best Dresses” és a „D’lux Studio” nevű boltokat, amelyeket az idősök nem nevük, hanem a tulajdonos alapján ismernek.

- A névváltozásokkal kapcsolatban a válaszadók többsége nem tudott konkrét példát említeni, vagy nem emlékezett ilyenre. Aki mégis, az tulajdonosváltással indokolta az esetleges névcseréket.

Konkrét példák:

A „Закусочна-falatozó” korábban „Csájna” néven működött. A korábbi „Sting Club” ma már „Sting Hotel” néven ismert. A régi „Zsuzsa bolt” már csak sima élelmiszerboltként működik („Мини Магнет”). A kérdőív elérhető itt: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScjdIk28czL90IZkf1xhIpKslwtPGLPRsMgComcHlukVyLlA/viewform>

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian

Заголовок

Bara Bianka_Magyar szak_Szakdolgozat_2025-4-81

Науковий керівник / Експерт

Автор **Аніко Чурман-Пушкеш**

підрозділ

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

0.00%

0.00%

КП 1

3.99%

3.99%

КЦ

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

14256

Кількість слів

121590

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв	Б	0
Інтервали	A→	0
Мікропробіли	␣	0
Білі знаки	Б	0
Парафрази (SmartMarks)	a	0

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
з домашньої бази даних (0.00 %)		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
з програми обміну базами даних (0.00 %)		
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
з Інтернету (0.00 %)		

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------------	--

Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------	---------------------------------------