

Onomastics in Contemporary Public Space [Névkutatás a jelenkori közösségi térben]

Szerkesztők: OLIVIU FELECAN – ALINA BUGHEȘIU. Cambridge Scholars Publishing,
Newcastle upon Tyne, 2013. 621 lap

1. A két nagybányai román névkutató által szerkesztett kötet a neveket és a névadási szokásokat interkulturális perspektívából, a jelenkori közösségi terek kontextusában elemző tanulmányokat ad közre, mivel a közösségi tér ezekkel kapcsolatban is alapvető szerepet játszott a történelem során, elkülönülve a személyes tér fogalmától. A kötetben vizsgált területek Európán túl Ázsiára, Amerikára és Afrikára is kiterjednek, s a szerzők is hasonlóan széles körből kerülnek ki: 18 ország 49 kutatója képviselteti magát a kiadványban. A kötet külön figyelmet érdemel a feldolgozott témák modern megközelítése miatt. A fejezetek két olyan területnek ásnak a mélyére, amelyek az egyén számára nagy jelentőséggel bírnak a globalizálódó világban. A tanulmányokat összefogó gondolatmenet kiindulópontja, hogy a szociokulturális változások közvetlenül tetten érhetőek a névadásban, mivel szabadon nevezhetünk el embereket, helyeket és termékeket egyaránt. A közreadott munkák egyedisége a multidiszciplinaritásában rejlik: a szerzők a névtan mellett a nyelvészeti diszciplínák közül a szociolingvisztika, a pszicholingvisztika és a pragmatika, mellettük pedig más tudományok, így a történelem-, politika-, vallás- és irodalomtudomány, az antropológia és a közgazdaságtan módszereit is alkalmazzák elemzéseikben.

2. A kötet öt nagyobb részből áll, közülük három pedig további fejezetekre tagolódik. A kötet első része négy névelméleti tanulmányt tartalmaz. IRINA KRYUKOVA a márkanemek szerepét vizsgálta különböző típusú orosz szövegekben, megállapítva, hogy a márkanemekhez az elsődleges jelentésükön kívül új konnotációk tapadnak (2–10). EPHRAIM NISSAN az általa *misantonym* angol terminussal megnevezett téves antonimákat vizsgálja névfajták szerint, számos nyelvből kölcsönzött példákkal illusztrálva munkáját (11–27). A harmadik, szójátékokat is rejtő paradox nevekkel kapcsolatos bemutató tanulmányt is ő jegyzi (28–49). Ide tartozik például Leo Pardí esete, akiből zoológus lett, illeszkedve abba az antikvitás óta fennálló mintába, mely szerint hasznos, ha a név illik a viselőjéhez. ȘTEFAN OLTEAN a tulajdonnevek szemantikájáról ír, középpontba helyezve azt a nézetet, hogy a tulajdonnevek önmagukban nem bírnak jelentéssel, a jelentésüket mindig az általuk jelölt dolog hordozza (50–65).

3. A második rész két, nyelvi tájképpel foglalkozó tanulmányt tartalmaz. A nyelvi tájkép YUAN JIANG és KAZUKO TANABE szerint a nyelv és a társadalom bonyolult viszonyának a látható megnyilvánulása (68–84). A nyelv ugyanis érzékenyen reagál a társadalmi jelenségekre, és követi a globalizációval járó változásokat. A szerzőpáros ázsiai városi közösségek nyelvi tájképét vizsgálta különböző változók mentén (terület, írásrendszer stb.). JOAN TORT-DONADA Barcelona óvárosának és újvárosának 100 helynevét teszi vizsgálatá tárgyává, bemutatva ezzel a város névtani értelemben vett kettősségét (85–101).

4. A harmadik rész a társadalmi, gazdasági, kulturális, vallási és sportintézmények elnevezésének a hátterét tárja fel, három egységre osztva a szerzeágazó témakört. Az első, hat tanulmányból álló egység a cégek és üzletek névadására koncentrálnak. ANGELIKA BERGIEN a nagy múlttal és gazdasági háttérrel rendelkező helyszínek identitásképző szerepét vizsgálta cégnevekben (106–119). A tanulmány rávilágít, hogy esetenként egy adott vállalat neve nem egy konkrét fizikai helyre utal, csupán a hangzása miatt alkalmazzák névként (*Shadow Mountain*). BARBARA CZOPEK-KOPCIUCH különbséget tesz a cégnevek és az üzletnevek között, majd Lengyelország 50 legsikeresebb cégének a nevét elemezve sorra veszi a cégnevek keletkezési módjait (120–130). SERGEY GORYAEV és OLGA OLSHVANG a személyneveket tartalmazó cégnevekkel foglalkozik egy 154 elem-ből álló orosz korpuszon keresztül (131–147). Tapasztalatuk szerint a laikusok a cégneveket nem tekintik tulajdonneveknek, mivel elsősorban a személyneveket értik *név* alatt. Szerintük emiatt alakulhatott ki az a gyakorlat, hogy a cégnevekben gyakori a *Mister, Mrs, Miss, Herr, Frau, Fäulein, Monsieur, Madame, Mademoiselle* használata, ezzel érve el azt az érzetet, hogy a cégnév személynév. MICHEL A. RATEAU a kereskedelem (szépségipar, divat, gasztronómia stb.) és a városok helynévadásában terjedő, kiemelkedő presztízsű francia nevekről, névelemekről ír tanulmányában (148–160). PAULA SJÖBLOM a finn Turku példáján keresztül mutatja be a kereskedelmi nevek szerepét a városi életmódban és a közösségi életben (161–171). A reklámok és hirdetések Turkuban csakúgy, mint más európai városokban, egyszerre teszik nemzetközivé és otthonossá a hangulatot. AUDE WIRTH-JAILLARD a belgiumi francia nyelvben vizsgálja a márkanevek köznevesülését (172–184).

A harmadik rész második alegysége a vallási intézmények elnevezésével és a kulturális asszociációkkal foglalkozik. OLIVIU és NICOLAE FELECAN azt vizsgálja, hogy Romániában az ortodox, római katolikus és görög katolikus templomok elnevezési gyakorlata miként tér el a protestáns és evangélikus templomok, illetve a zsinagógák elnevezésétől (186–206). ADELINA EMILIA MIHALI a neveken keresztül igyekezett felmérni, hogy az Ázsiában és Amerikában élő román kisebbségek milyen mértékben képesek megőrizni identitásukat (207–221). Megállapítása szerint e kisebbségek az önmegnevezéssel egyrészt igyekeznek megőrizni önállóságukat, másrészt nyelvhasználati szempontból is alkalmazkodniuk kell az adott országhoz.

A harmadik rész harmadik alegysége egy tanulmányt tartalmaz: FRANK NUESSEL a *Names* című folyóirat 2008–2012 közötti 92 cikkében és jegyzetében feltűnő 192 névnek a névfajták szerinti megoszlását vizsgálja (224–236).

5. A kötet negyedik része hat alegységre tagolódik. Ezekből a továbbiakban terjedelmi okokból csupán egy-egy tanulmányt emelek ki. Az első egység az ételek, italok és az élelmiszeripari márkák elnevezésével foglalkozik, 11 szerző 10 tanulmányán keresztül. MARIE ANTOINETTE RIEGER egy olasz hangzású, de német cégek által használt márkanevekből álló korpuszt elemezve azokat az eszközöket tárta fel, amelyekkel a német cégek olasz hangzást igyekeznek adni termékeik nevének (354–370).

A második alfejezet két, fedőnevekkel kapcsolatos tanulmányt tartalmaz; ezek a román titkosszolgálati szervek együttműködésével születhettek meg. GEORGETA RUS a kódnevek, illetve álnevek névadási aspektusaival és szociolingvisztikai tényezőivel foglalkozik román korpuszon keresztül (413–422).

A harmadik alegység három tanulmányt tartalmaz az irodalmi névadásról. GEORGIANA LUNGU-BADEA a szépirodalomban szereplő tulajdonnevek és címek fordításáról ír (pl. *La Belle et la Bête*, *Beauty and the Beast*, *Frumoasa și bestia*) (443–456). Megállapítása szerint a nevek fordításakor a pszichológiai, szemantikai, kulturális és ideológiai szempontokat is figyelembe kell venni ahhoz, hogy a fordító át tudja adni az író által választott vagy alkotott név összetett jelentéstartalmát.

A negyedik alfejezetben a politikában, a művészvilágban és a futballban előforduló ragadványnevekkel és álnevekkel találkozhatunk. DANIELA CACIA egy 150 elemből álló korpuszon vizsgálja a híres olasz és külföldi focisták beceneveit (458–469). Szemantikai átlátszóságuk alapján három csoportba sorolja őket: teljesen átlátszók (minden, az olasz kultúrában jártas ember számára egyértelműek), részlegesen átlátszók (motivációjuk felderítéséhez a rajongók tudására van szükség), nem átlátszó nevek.

Az ötödik alegységben a közösségi térben használatos nevekről olvashatunk. DAVIDE ASTORI az olasz diákok ímélcímeiben található felhasználónevekről ír tanulmányában egy 1000 névből álló minta alapján (506–519).

A negyedik rész utolsó alfejezetében ADRIANA STOICHIȚOIU ICHIM és MELANIA ROIBU a macskafajták névadásának romániai jellemzőit vizsgálja (532–546).

6. A kötet ötödik, egyben utolsó részébe a máshová nehezen besorolható munkák kerültek, egyfajta egyveleget alkotva. JOSEPH M. BRINCAT tanulmánya például az autók elnevezésével foglalkozik máltai példákon keresztül: mekkora teret enged a három betűből és három számból álló rendszám tábla az önkifejezésnek (557–564)?

7. Mint a bemutatott tanulmányok tematikai sokszínűségéből is láthatjuk, a kötet a névtan és egyéb nyelvészeti és nem nyelvészeti tudományterületek együttműködésének eredménye, mely földrajzi szempontból is kiterjedt képet ad a névtani kutatások aktuális állásáról. A tanulmányok sorában nemcsak olyan munkák kaptak helyet, melyek a két legnagyobb névfajtával, a helynevekkel és a személynevekkel foglalkoznak, hanem a máskor perifériára szoruló típusok is nagy hangsúlyt kaptak. Az írások mögötti koncepciók a mindennapi életből származnak, így a laikusok is érdekesnek találhatják őket.

BALOGH ERNA
Eötvös Loránd Tudományegyetem
Bölcsészettudományi Kar

A nevek szemiotikája

Szerkesztők: BAUKO JÁNOS – BENYOVSZKY KRISZTIÁN. Nyitrai Konstantin Filozófus Egyetem Közép-európai Tanulmányok Kara – Magyar Szemiotikai Társaság, Nyitra–Budapest, 2014. 266 lap

1. A 2014-ben elhunyt Hajdú Mihály emlékének ajánlott kötet tizennyolc tanulmányt közöl. A tanulmánygyűjtemény nem titkolt célja volt a névtan és a szemiotika „nyelvének” és módszereinek közös nevezőre hozása, valamint a létrejövő termékeny párbeszéd