

A CÉGEK NEVÉN ALAPULÓ EPONIMA

EPONYMY BASED ON THE NAMES OF COMPANIES

KOVÁCS ÉVA¹

Definíciója szerint az eponima mint a szóképzés egyik módja olyan köznevesült személynév, amely egy várost, korszakot, irányzatot, céget, intézményt vagy más helyet és dolgot jelöl, mint pl. *aszpirin*, *dízel*, *Ford* vagy *Harvard*. Az eponimákat különböző módokon lehet osztályozni, némelyek ételek (*Margherita Pizza*), betegségek (*Alzheimer-kór*), helyek (*Washington*), mások tudományos törvények (*Arkhimédész törvénye*) és sportkifejezések (*Axel-ugrás*), megint mások márkanevek (*termosz*), díjak (*Nobel-díj*), találmányok (*Rubik-kocka*), tudományos elméletek (*darwinizmus*), főiskolák, egyetemek (*Stanford egyetem*) és cégek (*Ferrari*) jelölésére szolgálnak. A jelen tanulmány az alapítójukról elnevezett cégek nevén alapuló eponimákat vizsgálja (pl. *Porsche*, *Siemens*, *Gucci*, *Campari*, *Cadbury*, *McDonald's* és *Walt Disney*, stb.), feltárva a bennük rejlő metonimikus kapcsolatot. A kognitív nyelvészek, mint pl. Lakoff and Johnson (1980), Radden és Kövecses (1999) és Kövecses (2002) felfogásában a metoníma olyan fogalmi jelenség, amelyben egy fogalmi entitás (a közvetítő) mentális hozzáférést biztosít egy másik fogalmi entitás (a cél) számára ugyanabban az idealizált kognitív modellben. Valójában a metonímia a mindennapi gondolkodásunk része, és tapasztalaton alapul. A metonímia kognitív megközelítését követve azt feltételezem, hogy a gépkocsi-típusok, híres divatházak termékei, kozmetikumai, valamint bizonyos ételek és italok esetében AZ ALKOTÓ MINT MŰ metonímia megnyilvánulása figyelhető meg, mint azt az alábbi példák is alátámasztják: Vett egy *Ferrarit*. Evett egy *McDonaldot*, Egész nap *Walt Disneyt* nézett. Arra is rámutatok, hogy a gyártó és a termék az ALKOTÁS idealizált kognitív modelljébe tartozik, ahol a 'közvetítő' a cég, amely előállítja a terméket, a 'cél' pedig az általa előállított termék.

Kulcsszavak: eponima; szóképzés; cégek neve, metonímia; kognitív nyelvészet

As is generally defined, eponymy, one of the word formation processes refers to the derivation of the name of a city, country, era, institution, or other place or thing from that of a person such as *aspirin*, *diesel*, *Ford* or *Harvard*. Eponymy can be classified in several ways, some refer to foods (*Pizza Margherita*), diseases (*Alzheimer disease*), places (*Washington*), scientific laws (*Archimedes's principle*) and sport terms (*Axel jump*), whereas others indicate trademarks, brand names (*thermos*), prizes, awards (*Nobel Prize*), inventions (*Rubik's Cube*), ideologies (*Darwinism*), colleges, universities (*Stanford University*) and companies (*Ferrari*). The present paper discusses eponyms which denote companies based on the name of their founder(s) (e.g. *Porsche*, *Siemens*, *Gucci*, *Campari*, *Cadbury*, *McDonald's* and *Walt Disney*, etc.) by revealing what kind of a metonymic relationship is manifested in them. Cognitive linguists, such as Lakoff and Johnson (1980), Radden and Kövecses (1999) and Kövecses (2002), state that metonymy is essentially a conceptual phenomenon in which one conceptual entity, the vehicle, provides mental access to another conceptual entity, the target, within the same idealized cognitive

¹ KOVÁCS Éva
főiskolai tanár
Eszterházy Károly Egyetem
Anglisztika Tanszék
3300 Eger, Egészségház út 4.
evikov@ektf.hu

model. In fact, metonymy is part of our everyday way of thinking, and is grounded in experience. Following the cognitive approach to metonyms, I tentatively suggest that the metonymy PRODUCER FOR THE PRODUCT can be observed in the case of car makes, products of famous fashion houses, cosmetics and drinks as is illustrated by examples like He's bought a *Ferrari*. I ate a *McDonald* or We watched *Walt Disney* all day. I also point out that the producer and the product belong to the idealized cognitive model of PRODUCTION, in which the vehicle is the company producing the product and the target is the product produced by it.

Keywords: eponymy, word formation, company names, metonymy, cognitive linguistics

BEVEZETÉS

Más élő nyelvekhez hasonlóan az angol nyelv is állandó változáson megy keresztül. Új szavak különböző módokon kerülnek be az angolba, a szavak jó része más nyelvekből való kölcsönzés útján talált utat, mások a szóalkotás különböző módjai által keletkeznek, mint például szóképzés, szóösszetétel, mozaikszó, szóvegyülés, konverzió, szóelvonás (JACKSON ÉS AMWELA 2007). Megint másokat a beszélők hoznak létre, és jónéhány tulajdonnévből származik. Azt a folyamatot, amelynek során egy tulajdonnév, például egy családnév közszóvá válik, eponimiának nevezzük, az eponima pedig egy olyan személy neve, aki egy ország, város, időszak, irányzat, iskola, intézmény vagy más hely névadója. Az *eponima* kifejezés a görög *epi* (jelentése: '-ról, -ről') és *onyma* (jelentése: 'név') szavakból származik, névadást jelent. Az eponimák minden nyelv szókészletének jelentős részét képezik, a legtöbbjük a beszélők általában nem is tudják, hogy egy személy nevét rejtik, pl. *szendvics*, *kardigán*, *aszpirin*, *rotring*, *jacuzzi*, *garbó*, *rekamié* vagy *biro* (golyóstoll az angolban).

Az eponimáknak különböző kategóriái vannak, attól függően, hogy mit jelölnek: ételek (*dobostorta*, *Gundel-palacsinta*, *Margarita pizza*, *Napóleon brandy*, *Sacher-torta*, *szendvics* stb.), betegségek (*Alzheimer-kór*, *Parkinson-kór*, *Asperger-szindróma* stb.), helyek (*Washington D. C.*, *Dallas*, *Baltimore*, *Houston (US)*, *St. Andrews*, *St. Davids*, *St. Albans (Nagy-Britannia)* stb.), tudományos törvények (*Arkhimédész törvénye*, *Einstein relativitás elmélete*, *Newton mozgástörvénye* stb.), mértékegységek (*volt*, *amper*, *kelvin*, *newton*, *coulomb* stb.), sportkifejezések (műkorcsolyázásban: *Axel (ugrás)*, *Salchow (ugrás)*, tornában: *Magyar vándor*, *Yurchenko (ugrás)*, *Tsukahara (ugrás)* stb.), márkanevek (*aszpirin*, *eszkalátor*, *termosz*, *walkman*, *xerox* stb.), díjak és érmek (*Davis kupa*, *Nobel-díj*, *Pulitzer-díj* stb.), találmányok (*Bunsen-égő*, *dízelmotor*, *kardigán (Cardigan)*, *mackintosh (esőkabát)*, *Rubik-kocka*, *Wellington-csizma* stb.), ideológiák (*leninizmus*, *mccarthyizmus*, *buddhizmus*, *kálvinizmus*, *darwinizmus*, *freudizmus* stb.), főiskolák és egyetemek (*King's College London*, *Stanford University*, *Harvard University*, *Yale University* stb.) és cégek (*Ford*, *Armani*, *Dior*, *Cadbury*, *Macy's* stb.) (<https://en.wikipedia.org/wiki/Eponym>).

E tanulmány célja azon eponimák vizsgálata, amelyek az alapítójukról elnevezett cégekre utalnak, feltárva a bennük rejlő gyártó és a termék metonimikus kapcsolatát.

1. CÉGEKET JELÖLŐ EPONIMÁK

1.1. Az alapítójukról elnevezett autóiipari cégek

Az autókat, motorkerékpárokat, haszonjárműveket, repülőgépeket és vonatokat gyártó cégek nagy többségének a neve az alapítójának/alapítóinak a nevéből ered.

A cég neve	Alapítója/i
Bentley Motors Limited	W. O. Bentley
Honda Motor Co., Ltd.	Soichiro Honda

A cég neve	Alapítója/i
Citroën	André-Gustave Citroën
Ford Motor Company	Henry Ford
Porsche AG	Ferdinand Porsche
Toyota Motor Corporation	Kiichiro Toyota
Ferrari S.p.A.	Enzo Ferrari
Automobili Lamborghini S.p.A.	Ferruccio Lamborghini
Yamaha Corporation	Torakusu Yamaha
Suzuki Motor Corporation	Michio Suzuki
Rolls-Royce Holdings plc	Henry Royce and Charles Rolls
Groupe Renault	Louis Renault és testvérei, Marcel és Ferdinand
The Boeing Company	William Edward Boeing
Harley-Davidson Inc	William S. Harley és Arthur Davidson
Bombardier Inc	Joseph-Armand Bombardier
Buick	David Dunbar Buick
Chevrolet	Louis Chevrolet
Chrysler	Walter Percy Chrysler
Kawasaki Heavy Industries, Limited	Kawasaki Shōzō
Peugeot	Armand Peugeot

Érdekes módon, a *Mazda Motor Corporation* nem az alapítójáról kapta a nevét, hanem Mazdáról, a bölcsesség, az intelligencia és harmónia Nyugat-Ázsia legkorábbi civilizációiban tisztelt istenéről (Perzsia). Az *Audi* cég neve az alapítója, August Horch családnevének a latin megfelelőjéből ered. A német 'Horch' jelentése 'hallgat, figyel', latinul 'audi'. A luxusautókat gyártó *Cadillac* sem az alapítójáról lett elnevezve, hanem a francia feltalálóról, Antoine Laumet de La Mothe, sieur de Cadillacról, aki 1701-ben megalapította Detroitot.

1.2. Az alapítójukról elnevezett, autóalkatrészeket, szerszámokat gyártó cégek

Van jó néhány olyan autóalkatrészeket, kommunikációs rendszereket, orvosi háztartási berendezéseket és láncfűrészeket gyártó cég is, amelyik az alapítója nevét viseli.

A cég neve	Alapító
Pirelli & C. SpA	Giovanni Battista Pirelli
Black & Decker Corporation	S. Duncan Black és Alonzo G. Decker
Robert Bosch GmbH	Robert Bosch
Siemens AG	Werner von Siemens
Andreas Stihl AG & Company	Andreas Stihl

Érdemes azonban megemlíteni, hogy a *Goodyear Tire & Rubber Company* nem az alapítójáról kapta a nevét, hanem az amerikai Charles Goodyear-ről, a vulkanizált gumi feltalálójáról.

1.3. Az alapítójukról elnevezett divat és stílusházak, luxuscikkeket és ékszereket gyártó cégek

A legtöbb divatház, luxuscikkeket, kiegészítőket és ékszereket gyártó cég is az alapítója nevét viseli, mint például:

A divatház neve	Alapító
Giorgio Armani S.p.A.	Giorgio Armani
Calvin Klein Inc	Calvin Klein
Gucci	Guccio Gucci
Benetton Group S.p.A.	a Benetton család
Christian Dior S.A.	Christian Dior
Yves Saint Laurent YSL	Yves Saint Laurent és társa, Pierre Bergé
The Estée Lauder Companies Inc.	Estée Lauder és férje, Joseph Lauder
Gianni Versace S.p.A.	Gianni Versace
Givenchy	Hubert de Givenchy
Hugo Boss AG	Hugo Boss
Lacoste	René Lacoste
Levi Strauss & Co.	Levi Strauss
Swarovski AG	Daniel Swarovski
Chanel S.A.	Gabrielle Chanel
Bulgari	Sotirios Bulgari
Valentino SpA	Valentino Garavani

A *Max Factor* név az alapítója, Maksymilian Faktorowicz lengyel-zsidó üzletember nevének a rövidítése. Az *Adidas* céget Adolf Dassler alapította, akinek a becenevéből ered a cég neve (*Adi Dassler*).

1.4. Az alapítójukról elnevezett italokat gyártó cégek

Néhány eponima a különböző italokat, szeszesitalokat, whiskyket, borokat, söröket és üdítőitalokat gyártó cég nevéből származik, amelyeket a feltalálójukról neveztek el. Vegyük szemügyre a következő példákat:

A cég neve	Alapító
Davide Campari-Milano S.p.A.,	Gaspere Campari
Guinness	Arthur Guinness
Bacardi Limited	Facundo Bacardí Masso
Heineken International	Gerard Adriaan Heineken
Johnnie Walker	John (Johnnie) Walker
Beck's Brewery	Lüder Rutenberg, Heinrich Beck és Thomas May
Jas Hennessy & Co.	Richard Hennessy
Courvoisier	Emmanuel Courvoisier
Rémy Martin	Rémy Martin
Martini & Rossi	Alessandro Martini, Luigi Rossi, Teofilo Sola
Moët & Chandon	Claude Moët

A *Dom Pérignon*, a Champagne House Moët & Chandon által gyártott pezsgő neve egy bencés szerzetes nevéhez fűződik, de a hiedelmekkel ellentétben a pezsgőkészítés módját nem ő fedezte fel, azonban a pezsgőgyártás mindenképp Champagne-ban bontakozott ki, a *champagne* szó tehát a hely nevét viseli ([https://en.wikipedia.org/wiki/Dom_Pérignon_\(wine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Dom_Pérignon_(wine))).

1.5. Élelmiszereket és édességeket gyártó cégek

Jó néhány olyan élelmiszereket és édességeket gyártó cég is van, amelyik alapítója nevét viseli, amit az alábbi példák támasztanak alá:

A cég neve	Alapító
Ferrero SpA	Pietro Ferrero
Nestlé S.A	Henri Nestlé
Barilla S.p.A	Pietro Barilla
Cadbury	John Cadbury
H.J. Heinz Company	Henry Heinz

A *Danone* nevű multinacionális élelmiszeripari cégcsoportot Isaac Carasso alapította 1919-ben. A márkát *Danone*-nak nevezték el fiának, Daniel Carossónak a beceneve alapján.

1.6. Az alapítójukról elnevezett áruházak, szupermarketek, kiskereskedések és gyorséttermek

Számos áruház, szupermarket, kiskereskedés és gyorsétterem neve is az alapítójához fűződik, mint például:

A cég neve	Alapító
Macy's	Rowland Hussey Macy
Marks and Spencer plc	Michael Marks és Thomas Spencer
Sainsbury's	John James Sainsbury
McDonald's Corporation	Richard és Maurice McDonald
Woolworths Group PLC	Frank Woolworth
Selfridges	Harry Gordon Selfridge.
Harrods	Charles Henry Harrod

A *C&A* nemzetközi holland ruházati kiskereskedelmi üzletláncot a Clemens és August Brennkmeijer testvérpár alapította, a cég az alapítók keresztnévének kezdőbetűjéből kapta a nevét. A *Tesco PLC*-t Jack Cohen alapította 1919-ben. A *Tesco* neve először 1924-ben jelent meg, miután Cohen megvett egy szállítmány teát a *T. E. Stockwell*-től és a neve kezdőbetűjét (T.E.S) összekapcsolta a családneve első két betűjével. A *Lidl Stiftung & Co. KG*-t a Schwarz család egyik tagja alapította az 1940-es években. A *Lidl* név Josef Schwarz egyik korábbi üzleti partnerének, Ludwig Lidlnek a neve, Josef fia, Dieter Schwarz megvette a *Lidl* név használatának a jogát tőle 1000 német márkáért, mivel a *Schwarz Markt* nevet nem használhatta; a *Schwarzmarkt* ugyanis 'feketepiacot' jelent. Az *Aldi* diszkontáruház-láncot (az *AL*-*b*-*r*-*e*-*c*h *DI*-*s*-*c*o-u*n*t rövidítése) eredetileg a Theo Albrecht és Karl Albrecht testvérpár irányította, az üzlet családnevük első két betűjéről kapta a nevét.

1.7. Az alapítójukról elnevezett média-, szórakoztatóipari, film és televízió műsorgyártó cégek

Néhány amerikai média-, szórakoztatóipari, film és televízió műsorgyártó cég is az alapítói nevét viseli, többek között:

A cég neve	Alapító
The Walt Disney Company	Walt Disney és Roy O. Disney
Warner Bros. Entertainment Inc.	Warner testvérek: Harry, Albert, Sam és Jack
Hanna-Barbera Productions, Inc.	William Hanna és Joseph Barbara
Lucasfilm Ltd., LLC	George Lucas

1.8. Az alapítójukról elnevezett, különböző árukat gyártó cégek

Különböző árukat, mint pl. bútort, fogyasztási cikkeket, játékokat, táskákat, bőröndöket, órákat, zongorát stb. gyártó, alapítójukról elnevezett cégek megalkotójuk nevét viselik, mint például:

A cég neve	Alapító
Procter & Gamble Co.	William Procter, James Gamble
Fisher-Price	Herman Fisher, Irving Price, Margaret Evans Price, Helen Schelle
Casio Computer Company, Limited	Kashio Tadao
Steinway & Sons	Heinrich Engelhard Steinway

A *Samsonite* táskákat és bőröndöket gyártó és kiskereskedő céget Jesse Shwayder alapította 1919-ben, aki az első bőröndök egyikét Sámsonról, a rendkívüli testi erővel bíró bibliai alakról nevezte el, és 1941-ben kezdte el használni a *Samsonite* márkanevet. A Casio céget 1946-ban alapította az elektronikai technológiára szakosodott mérnök, Kashio Tadao, akinek a neve visszatükröződik cége nevében. Az *IKEA*-t, a multinacionális bútorkereskedelmi cégcsoportot, amely egyszerűen összeszerelhető bútorokat és háztartási kiegészítőket tervez és értékesít, Ingvar Kamprad alapította. A cég neve olyan betűszó, amely az alapító nevének és lakóhelyének kezdőbetűiből tevődik össze: Ingvar Kamprad, Elmtaryd (a tanya, ahol felnőtt), és Agunnaryd (a szülővárosa Smålandban, Svédország déli részén).

1.9. Az alapítójukról elnevezett elektronikai és számítástechnikai cégek

Elektronikai berendezéseket és számítástechnikai eszközöket forgalmazó cégek is többnyire az alapítójuk nevét viselik, pl. a *Hewlett-Packard Company* Bill Hewlett-ről és Dave Packardról, a *Koninklijke Philips N.V.* pedig Gerard Philipsről és apjáról, Frederik Philipsről van elnevezve.

1.10. Az alapítójukról elnevezett könyvkiadó cégek

A *Longman* könyvkiadó céget Thomas Longman alapította, a *Merriam-Webster, Inc.* kiadót pedig Noah Webster, akinek a halála után George és Charles Merriam folytatta az üzletet.

1.11. Az alapítójukról elnevezett szállodák, légitársaságok

Előfordul, hogy szállodákat és légitársaságokat is alapítójukról neveznek el, például a *Hilton Hotels & Resorts* szállodaláncot Conrad Hiltonról, a *Marriott Corporation* egyik alapítójáról,

J. Willard Marriotttól. Az ír *Ryanair Ltd.* fapados repülőtársaságot 1985-ben alapította Christopher Ryan, Liam Lonergan és az ír üzletember Tony Ryan (akiről a cég a nevét kapta).

2. METONIMIKUS KAPCSOLAT A CÉG ÉS A TERMÉK KÖZÖTT

Az irodalmi nyelvben és nyelvi díszítő kifejező eszközként használva a metonímia alatt olyan nyelvi képet értünk, amelyben egy dolog nevét egy olyan másikra vonatkoztatva használjuk, aminek az sajátossága, vagy amihez kapcsolódik (Merriam–Webster szótár). Más szóval, a metonímia dolgok nevéen alapul, az egyik fajta dolog nevét helyettesíti egy másik dologéval, és feltételezi, hogy a két dolog valahogyan kapcsolatban van egymással.

Azonban a kognitív nyelvészek, pl. Lakoff és Johnson (1980), Radden és Kövecses (1999: 18) azt a nézetet vallják, hogy a metonímia nemcsak dolgok megnevezését jelenti, hanem fogalmi természetű, olyan fogalmakhoz kapcsolódik, amelyek a mindennapi gondolkodásunk részei, és tapasztaláson alapulnak. Lakoff és Johnson példája a metonímiára *Ő csak egy csinos arc* a metonímia fogalmi természetét illusztrálja. Egy személyről szerzett alapvető információkat a személy arcából eredeztetjük. A mögötte rejlő fogalmi metonímia az ARC A SZEMÉLY HELYETT, ami az emberekkel kapcsolatos gondolkodásunk része.

Radden és Kövecses (1999: 19) megfogalmazásában a metonímia kognitív folyamat, amelyben egy fogalmi entitásnak egy másik entitáson keresztül biztosítunk gondolati hozzáférést. Más szóval két entitást úgy kapcsolunk össze, hogy az egyik entitás (arc) helyettesíti a másik entitást (személy). Mint ez a példa is mutatja, a metonímia használatával az egyik entitásra a másikon keresztül próbáljuk ráirányítani a figyelmet. Langacker (1993: 30) megfogalmazásában a metonímia hivatkozási pont jelenség, amelyben egy fogalmi entitás, a hivatkozási pont mentális elérést biztosít egy másik fogalmi entitáshoz, a kívánt célentitáshoz. Radden és Kövecses (1999: 19) a hivatkozási pontot közvetítő entitásnak nevezi, míg azt az entitást, amelyre a figyelem irányul, célentitásnak. Az *Ő csak egy csinos arc* példában a 'csinos arc' szolgál közvetítő entitásként a 'személy' mint célentitás mentális elérése számára.

Radden és Kövecses (1999: 20) rámutatnak továbbá, hogy a metonímia mint közvetítő entitás akkor biztosít mentális elérést a célentitáshoz, ha a két entitás ugyanabba az idealizált kognitív modellnek elnevezett tartományba tartozik, amely nemcsak az emberek egy bizonyos tartománnyal kapcsolatos enciklopédikus tudását foglalja magában, hanem azokat a kulturális modelleket is, amelynek részesei. Ennek megfelelően a fent említett három kognitív sajátosság alapján Radden és Kövecses (1999: 21) a következőképpen definiálja a metonímiát:

A metonímia olyan kognitív folyamat, amelyben egy fogalmi entitás, a közvetítő fogalmi elérést biztosít egymásik fogalmi entitás, a cél felé ugyanabban a fogalmi tartományon, az idealizált kognitív modellen belül. Néhány leggyakrabban említett metonímia-típust (EVANS 2007: 142–3) a következő csoportosításban foglal össze:

AZ ALKOTÓ A MŰ HELYETT

Épp most vettem egy új *Citroent*.
Add ide a legfelső polcon lévő *Shakespeare-t*.
Szeret *Burger Kinget* enni.

A HELY AZ ESEMÉNY HELYETT

Irak majdnem Tony Blair elnökségébe került.
Az amerikai közvélemény egy újabb *Vietnámtól* fél.
Reméljük *Peking* olyan sikeres olimpia lesz, mint *Athén*.

HELY AZ INTÉZMÉNY HELYETT

A Downing Street nem volt hajlandó nyilatkozni.
Párizs és *Washington* ellentétes nézetet vallanak.
Európa emelte a tétet az Egyesült Államokkal vívott kereskedelmi háborúban.

A RÉSZ AZ EGÉSZ HELYETT

A kerekeim a hátsó udvarban parkolnak.
 Hadd nyújtsak segítő kezet.
 Ő nem csak *egy csinos arc*.

AZ EGÉSZ A RÉSZ HELYETT

A 2003-as Rögbi Világkupa döntőjében *Anglia* legyőzte *Ausztráliát*.
Az Európai Unió elfogadta az új emberjogi törvényeket.
A kocsimnak műszaki hibája lett.

A HATÁS AZ OK HELYETT

Savanyú arcot vágott.
 Nyomában jár *a tavasz*.
Az arca sugárzik.

A metonímiákban olyan fogalmak szerepelnek, amelyek fogalmi rendszerünkben szorosan összekapcsolódnak. Az alkotó szorosan kapcsolódik a műhöz, az egész szorosan kapcsolódik a részeihez, az esemény szorosan kapcsolódik a helyhez, ahol lezajlott, a hely szorosan kapcsolódik az azon a helyen lévő intézményhez, a rész szorosan kapcsolódik az egészhez, az egész szorosan kapcsolódik a részeihez, illetve az okozat szorosan kapcsolódik az okhoz, ami kiváltotta. Mindegyik esetben egyetlen idealizált kognitív modellről van szó (pl. alkotás, okozás, cselekvés, stb.), amely több elemet tartalmaz, és ezek az elemek helyettesítik egymást (KÖVECSES 2002:251).

A mindennapi életben gyakran használunk eponimákat, amelyekben egyfajta metonimikus kapcsolat figyelhető meg a cég, amely egy bizonyos terméket állított elő (az alkotó) és maga a termék között (mű). Ilyen metonimikus kapcsolat fedezhető fel a különböző autógyártók által előállított gépkocsi-típusok, divatházak termékei, ételek és italok körében.

Jó példa erre az Oscar-díj-átadó, amelyet vörös szőnyeges eseménynek neveznek, vagy a New York-i Metropolitan Múzeum jótékonyági Met Gálája, ahol a világsztárok, színészek/nők és énekesek a különböző divatházak pazar estélyi ruháiban vonulnak fel. A fotók alatt megjelenő szövegek világosan mutatják, hogy a divattervezőház neve az általuk tervezett ruhát helyettesíti (<http://oscar.go.com/red-carpet>, <http://www.vogue.com/866286/best-dressed-2014-met-gala/>).

Actress Emma Stone wearing *Elie Saab* as she attends the 87th Annual Academy Awards at Hollywood & Highland Center on February 22, 2015 in Hollywood, California.

Actress Jennifer Aniston in *Atelier Versace*.

Actress Chloe Grace Moretz wears *Miu Miu*.

Alexa Chung in *Nina Ricci*.

Diana Kruger in *Hugo Boss*.

Rihanna in *Stella McCarthy*.

Chloe Moretz in *Chanel*.

Marion Cotillard in *Christian Dior*.

Frank Ocean in *Givenchy*.

Ryan Reynolds in *Gucci*.

Rachel McAdams in *Ralph Lauren*, Victoria Beckham in *Victoria Beckham* and Anne Hathway in *Calvin Klein*.

Rihanna toting her new brown *Giorgio Armani*.

It will come as no surprise that she is wearing *Christian Dior*.

Vegyünk szemügyre néhány további példát a gyártó és a termék közötti metonimikus kapcsolatra:

Vett egy *Porsche/Ferrari/Suzuki*t.

Ettem egy *MacDonald*-ot/*Gundelt/Sachert*.

Igyunk egy *Johnny Walker/Beck's/Heineken/Campari*t.

A *Ferrero Rocher*-t emberek milliói élvezik az egész világon.

*Pirelli*m volt, amely gyorsan tönkrement.

Hugo Boss illata volt, amikor először találkoztam vele.

Vett egy vadonatúj *Steinway*-t.

Walt Disney-t nézett egész nap.

Nézzük meg ezt a szót a *Webster–Merriam*-ben.

A *Hiltonban/Marriottban* szállt meg.

Ha közelebbről megvizsgáljuk a fenti példákat, azt mondhatjuk, hogy az egyik fajta entitás, az ALKOTÓ (pl. *MacDonald*) egy másik fajta entitást, az alkotó MŰVÉT helyettesíti (pl. a *MacDonald* egyik szendvicse). Továbbá, az alkotó és műve egyaránt az ALKOTÁS idealizált kognitív modelljébe tartozik, amelyben számos entitás szerepel: az alkotó, az alkotás (mű), az alkotás helye, stb. A 'közvetítő' a cég, amely előállítja a terméket és a 'cél' az általa előállított termék. A metonimikusan összefüggő közvetítő és célentitások alapvető jellemzője, hogy a fogalmi térben egymáshoz közel helyezkednek el. Az alkotó az alkotáshoz közel helyezkedik el, mivel ő hozza létre. A közvetítő entitás azért biztosít mentális elérést a célentitáshoz, mert a két entitás ugyanabba a fogalmi tartományba esik. Más szóval a metonímia az érintkezés viszonyán alapul, és a metonimikus kapcsolatban részt vevő elemek szoros kapcsolatban állnak. Így ezek az entitások a világról való tapasztalatainkban egy összefüggő egészet alkotnak, hiszen általában együtt jelentkeznak. Mivel a tapasztalatokban szorosan összekapcsolódnak, bizonyos entitásokat az ugyanabban az idealizált kognitív modellben szereplő más entitások helyettesítésére használunk (KÖVECSES 2002: 149).

ÖSSZEGZÉS

Az eponima egy általánosan használt névnek (egy város, korszak, intézmény vagy más hely és dolog) egy híres személy nevéből való származtatása, és az szóalkotás egyik módja az angolban. Az eponimáknak különböző típusai vannak, az ételeket, betegségeket, természettudományos törvényeket, mértékegységeket, sportszakkifejezéseket és márkaneveket jelölőktől kezdve a díjakat, találmányokat, ideológiákat jelölőkön keresztül az egyetemeket, főiskolákat és cégeket jelölőkig. A cégek nevén alapuló eponimák tárgyalása kapcsán arra próbáltam rávilágítani, hogy sok esetben az ALKOTÁS idealizált kognitív modelljében értelmezhető és metonimikus kapcsolat van a gyártó cég neve és a termék között, amelyben az előbbi a közvetítő, az utóbbi pedig a cél. Követve a kognitív nyelvészeket [Lakoff és Johnson (1980), Radden és Kövecses (1999) és Kövecses (2002)], arra is rámutattam, hogy a metonímia nem csupán egy olyan nyelvi díszítő kifejező eszköz, amely fogalmak, dolgok jelölésére szolgál, hanem alapvetően fogalmi jelenség, amely része a mindennapi gondolkodásunknak és tapasztalásunknak.

IRODALOM

- EVANS, Vyvyan 2007. *A Glossary of Cognitive Linguistics*. Edinburgh, Edinburgh University Press Ltd.
- JACKSON, Howard–ZÉ AMVELA, Étienne 2007. *Words, Meaning and Vocabulary. An Introduction to Modern English Lexicology*. London, Continuum.
- KÖVECSES, Zoltán. 2002. *A metafora. Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Budapest, Typotex.
- LAKOFF, George–JOHNSON, Mark 1980. *Metaphors We Live by*. Chicago, The University of Chicago Press.
- LANGACKER, Ronald W. 1993. Reference-point Constructions. *Cognitive Linguistics*, 4: 1–38.
- RADDEN, Günter–KÖVECSES, Zoltán 1999. Towards a Theory of Metonymy. In: PANTHER, Klaus-Uwe–RADDEN, Günter (eds) *Metonymy in Language and Thought*. Amsterdam–Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 17–59.

FORRÁSOK

- <http://www.merriam-webster.com/dictionary/metonymy>
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Eponym>
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Dom_Perignon_\(wine\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Dom_Perignon_(wine))
- <http://oscar.go.com/red-carpet>
- <http://www.vogue.com/866286/best-dressed-2014-met-gala/>