

ENOBESEDNA IMENA ZASEBNIH PODJETIJ V NASELJU NOVE FUŽINE V LJUBLJANI

V članku avtorica obravnava enobesedna imena zasebnih trgovskih in obrtnih podjetij v naselju Nove Fužine v Ljubljani, ustanovljenih zlasti v zadnjih treh letih.

The article is about one-word names of private trade and craft enterprises founded in the last three years in the suburb of Ljubljana, Nove Fužine.

0 Imena podjetij so tisto področje jezika, ki enakovredno z drugimi zvrstmi kaže jezikovno podobo na določenem področju in odraža jezikovno kulturo naroda v določenem času. Na problematiko v tej reklamno poslovni veji imenslovja so zlasti ob posameznih primerih vse pogostejših tujejezičnih imen v zadnjih dvajsetih letih opozarjali številni naši jezikoslovci, z njo se je delno ukvarjalo tudi Jezikovno razsodišče.¹ V svoji raziskavi Enobesedna imena slovenskih podjetij sem skušala opraviti tipološki popis stanja in s tem prvo, začetno stopnjo sistematične strokovne obravnave tega za jezikovno kulturo pomembnega področja. V njej so obravnavana enobesedna imena proizvodnih in trgovskih podjetij do leta 1989, ki zaradi družbenih in gospodarskih sprememb ter iz njih izhajajočega novega Zakona o podjetjih² pomeni prelomnico glede ustanavljanja in organizacije podjetij in s tem morda tudi tipološko spremembo pri izbiri imen zanje.

Že v prvem letu tega sproščenega zakona je po vsej Sloveniji zaživelo ogromno novih manjših podjetij, zlasti zasebnih, in vsako je seveda dobilo svoje ime, bodisi večbesedno bodisi enobesedno. Zato to področje naravnost vabi k nadaljnji obravnavi in zavezuje k analizi in usmerjanju, ki naj bi utrjevalo zavest o potrebi po gojitvi in razvijanju materinega jezika na tem posebnem, reklamno usmerjenem področju.

Za začetek novega poglavja v pričujočem članku za prvo, preprosto informacijo obravnavam imena zasebnih trgovskih in obrtnih podjetij na prostorsko omejenem področju naselja Nove Fužine³ v Ljubljani. Večina teh podjetij je bila registrirana v zadnjih dveh, treh letih. Poslovni prostori, zlasti manjše zasebne

trgovinice, so v naselju arhitekturno posrečeno nanizani v treh⁴ pritličnih, tlorisno elipsastih sklopih pravokotnih nizov.

Obravnava imen⁵ je zaradi lažje primerjave metodološko oprta na kategorije, oblikovane v osnovni raziskavi za enobesedna imena trgovskih in proizvodnih podjetij⁶ na celotnem slovenskem področju do leta 1989.

1 Prekategorizirana imena

1.1 Imena, nastala z občnobesedno prekategorizacijo (s po(lastno)imenjenjem)

1.1.1 Preprosta imena

Gre za imena, nastala s poimenjenjem stilno popolnoma nevtralne, navadne slovenske besede, pomensko *metonimično*⁷ vezane na podjetje⁸, za katerega ime so bile izbrane.

Tako je enostavno ime trgovine s čevlji KORAK⁹, ki z navedbo namembnosti prodajnih artiklov posrečeno označuje vrsto prodajalne. Neposredno oznako dejavnosti nosi v imenu zlatarna ZLATARSTVO¹⁰, neposredno oznako za vrsto trgovine pa prodajalna mesa MESNICA¹¹.

1.1.2 Atraktivna imena

1.1.2.1

Opaznost imena se dostikrat poskuša doseči z izbiro v slovensko občno besede *prevzete besede*,¹² t. i. tujke, ki ima, če je že dovolj udomačena, verjetno povsem navadno mesto, ali pa jo zaznamo še kot knjižno.

Trgovinica z različnimi drobnimi razvedrilnimi predmeti, »trafika«, nosi ime VARIANTA¹³, ki naj, kot je povedala lastnica, izraža možnost nakupa različnih drobnih stvari za kratek čas, med drugim je v njej tudi mogoče vplačati loto in kupiti srečke. Trgovini za šport in prosti čas je lastnik izbral ime PARTNER¹⁴, ki naj označuje lastnika glede na njegovo poslovno sodelovanje s kupcem. Prodajalna tekstilnih izdelkov za dojenčke in predšolske otroke je dobila ime YUNIOR¹⁵. Prevzeta, po izvoru latinska beseda junior (lat. *iunior*¹⁶), je v imenu zapisana z *y* na začetku, s čimer je lastnik hotel dati imenu še vedno reklamno modni angleški videz (ne glede na to, da se beseda junior tudi v angleščini piše z *j* in ne z *y*). Besedo junior kot prevzet knjižni izraz za pomensko ustrezen domač naraščajnik 'otrok' slovenščina v svojem občnem besedišču pozna,¹⁷ zato je s tega stališča izraz tudi kot ime trgovine sprejemljiv, saj pri imenih naša presoja ne more biti strožja, kot je pri občnobesednem fondu. Seveda pa reklamni učinkovitosti tega imena tudi pisava z *j* ne bi nič škodovala.

1.1.2.2

Kot imena obrtnih in trgovskih podjetij se pojavijo tudi *terminološke besede*. Strokovni izraz s področja elektrike nosi v imenu podjetje za izdelavo in popravilo industrijske elektronike in avtomatike, RTV-servis WATT¹⁸. Optiki, trgovini z optičnimi pripomočki, je lastnik¹⁹ izbral ime PRIZMA. Glavni motiv za izbiro takega imena je bil povsem 'prizmatično' konkreten. Po svoji prostorski zasnovi in notranji opremi je namreč trgovina oblikovana v stilu raznih vrst prizem: trgovinica s steklenimi stenami stoji na vogalu in ima tudi od zunaj vidno obliko trikotniške prizme. Ime je za trgovino z optičnimi pripomočki vsekakor primerno tudi glede na vrsto prodajnih artiklov, saj je prizma tudi termin s področja optike.²⁰

1.1.2.3

Zanimiv doživljajski učinek imajo imena, nastala s prekategorizacijo občnobe-sednega izraza, označujočega *predmetnost iz nedomačega naravnega ali kulturno - etnografskega okolja*. Prav nič ne preseneča, da se ta imenska kategorija pojavi zlasti pri okrepcovalnicah ali bistrojih. Taka imena nosijo npr. bistro OAZA²¹, bistro BORSALINO²², bistro ALKAR²³.

V skupino imen, nastalih s prekategorizacijo izraza za nedomačo predmetnost, spada tudi ime trgovine DOLAR. Kot je povedal lastnik²⁴, nosi trgovina ime po tuji denarni enoti, dolarju. Ime po svetovno priznani valuti naj bi poudarilo ekskluzivnost trgovine, v kateri je mogoče kupiti (seveda za domači denar) tudi uvožene, vsekakor pa boljše otroške športne rekvizite, igrače in stvari s področja avdio- in videotehnike. Ime trgovine Dolar pač popolnoma očitno računa na potrošnikovo poveljevanje tujega in kaže na vrednostni sistem, ki v težnji za bolj-šim zlahka pozabi na gojitev domačega.

1.1.2.4

Med imeni trgovinic, zlasti v tretjem sklopu arhitekturnih nizov, vzbudijo pozornost pomensko sicer navadna, metonimična imena, ki pa so po izrazni plati *stilno zaznamovana*, ekspresivna ali pogovorna. Tako je npr. ime trgovine s šolskimi potrebščinami TINTA²⁵. Danes nevtralen izraz za 'tekoče pisalno sredstvo, navadno črne ali modre barve', je črnilo; izraz tinta z nekoliko starinskim ali pogovornim nadihom daje imenu primerno reklamno opaznost. Posrečeno ime z rahlo ekspresivnostjo nosi trgovina s tekstilno galanterijo COF²⁶. Za več imen v tem delu je značilna *besedotvorna manjšalnost*, s čimer je povezana ekspresivnost, čustvenost. Resda je konkretni del motivacije za manjšalnost imen preprosto dejstvo, da gre za majhno kvadraturu teh trgovinic, kar pa ne zmanjšuje prijetnega doživljajskega učinka, ki ga prinašajo taka imena. Trgovinica z volno, tekstilnimi izdelki in modnimi dodatki je dobila ime ŠTRENCA²⁷. Slovar slovenskega knjižnega jezika kot manjšalnico za pogovorno besedo štrena 'preja, zvita v več

zaporednih navojev' navaja le obliko štrenca. Izraz štrenca je pač govorjena, reducirana oblika, v dejanski rabi živa in kot ime trgovinice z volno, volnenimi in drugimi tekstilnimi izdelki vsebinsko in stilno vsekakor primerna. Besedotvor-na manjšalnica je tudi ime bližnje trgovine s tekstilnimi izdelki NITKA²⁸. Nedaleč od njiju je trgovina z mešanim blagom, za katere ime je lastnik segel v podežel-ski predmetni svet in ji izbral ime KOŠEK²⁹. V bližini je dobil prostor tudi frizer-ski salon z veselim, nagajivim imenom KODRČEK³⁰. Sredi sivih stolpnic, ki vzbujajo vtis utesnjenosti in enoobličnosti vsakodnevnega življenja, se zdijo taka imena kot nostalgična domačijska oživitve.³¹

1.1.2.5

Za atraktivna štejemo tudi *metaforična imena*. Med njimi so npr. taka, ki so nastala s poimenjenjem izraza za kako žival.

Tako je ime trgovine s šolskimi potrebščinami SALAMANDER³², ki zaradi splošne nepoznanosti vrste kuščarja, po katerem je bilo izbrano, vzbuja radoved-nost in zanimanje. Kot so povedali lastniki sami, za izbor tega imena ni bilo trdnega motivacijskega razloga, »ime so izbrali po enciklopediji«, želeč pač svoji trgovini dati zanimivo zveneče, po vsebini pa nenavadno, za šolarja privlačno, skrivnostno ime. Trgovina s čevlji, športno obutvijo ter usnjeno galanterijo GAZELA³³ je dobila ime po hitri in gibčni stepski živali s črnimi očmi, gazeli, ki naj kot pojem elegantnosti in lahkotnosti teka vzbuja v kupcu pozitiven vtis.³⁴ Trgovina s športno opremo nosi ime ČAPLJA. Njen lastnik Matjaž Debelak je povedal, da je ime motivacijsko in motivno povezano s Planico, ki ima kot simbol slovenskih smučarskih poletov v svojem zaščitnem znaku tri čaplje, ustrezne trem planiškim smučarskim skakalnicam. Lastnik trgovine, slovenski smučarski skaka-lec, je v spomin na svoje smučarske zmage izbral čapljo (v letu), ponazarjajočo planiškega smučarskega skakalca, za zaščitni grafični znak svoje športne trgovine in tudi za njeno ime.

1.2 Imena, nastala z lastnoimensko prekategorizacijo

1.2.1

Imena, nastala s prekategorizacijo *zemljepisnega lastnega imena*, na obrav-nanem področju nimajo lokalizacijske in s tem delno tudi čustveno lokalpatriot-ske vloge³⁵, saj so za tovrstna imena novofužinskih podjetij izbrana zemljepisna imena zelo oddaljenih krajev,³⁶ celo iz drugih celin, ki naj s svojo tujostjo in ekso-tičnostjo vzbujajo vtis ekstravagantnosti, imenitosti, sanjskosti.

Trgovini s tehničnim blagom MANHATTAN³⁷ je lastnik izbral ime po znanem newyorškem poslovnem (podobno kot v svojem okolju Nove Fužine tudi na zunaj po nebotičnih stolpnicah takoj prepoznavnem) predelu Manhattan, s čimer je

želel poudariti izjemnost ponudbe in ambiciozno zastavljenost novoustanovljenega podjetja. Ime videocentra CASABLANCA³⁸ nosi ime po slovitem filmu Casablanca³⁹, naslovljenem tako glede na kraj dogajanja – mesto Casablanca v Maroku. Ime bistroja MALIBU⁴⁰ izstopa s svojo za slovenščino zlasti zaradi izglasja nenavadno zvočno podobo. Kot je povedal lastnik, je ime izbral po vrsti pijače, ki pa je dobila tako ime po kraju, od koder izvira: Malibu je namreč ameriška alkoholna pijača iz kokosa in belega ruma, poimenovana tako po kalifornijskem mestu.⁴¹

1.2.2

Imena, nastala s *prekategorizacijo osebne imena*, so na obravnavanem področju pogosta. Gre navadno za ženska imena, nastala, glede na privatno lastništvo trgovine, največkrat po imenu lastnice. Taka imena nosijo Boutique ZLATA⁴², Otroški boutique MOJCA⁴³, Boutique MAJA⁴⁴, trgovina s tekstilnimi izdelki LUCIJA⁴⁵, Šiviljstvo in pletiljstvo MIRA⁴⁶. Svoji otroški tekstilni trgovinici NATAŠA⁴⁷ je lastnica izbrala ime po imenu svoje hčerke. Za ime trgovine s tekstilom in usnjeno galanterijo za mlade PIXI⁴⁸ je njen lastnik izbral svoj imenski vzdevek.

Z zasebnim lastništvom so povezana tudi imena, nastala po priimkih lastnikov, npr. Čevljarstvo SITAR, Semenarna STRAJNAR.

Druga vrsta izosebnih imen podjetij je nastala s prekategorizacijo imena kake slavne osebe. Tako sta lastnika⁴⁹ svoji turistični agenciji GALILEO izbrala ime po imenu italijanskega naravoslovca Galilea Galileija. Motivacijsko osnovo za izbor tega imena pojasnjujeta, sicer z reklamno naravnanim, nekoliko ironičnim pomen-skim obratom, v reklamnem oglasu takole: »In vendar se vrti; če ne svet okoli vas, pa vi po svetu. Turistična agencija Galileo je pravi naslov za turizem.« Svetovno zveneče ime nosi tudi drogerija in kozmetika AMADEUS⁵⁰. Gre za prekategorizacijo imena skladatelja Wolfganga Amadeusa Mozarta, in sicer za sekundarno prekategorizacijo. Kot je povedal lastnik sam, je izbor imena motivacijsko povezan z njegovo življenjsko potjo – ime Amadeus je nosila že glasbena skupina⁵¹, katere vodja je bil.

2 Izvirno tvorjena imena

Gre za imena, ki so oblikovana namenoma, le za ime podjetja in torej niso nastala s prekategorizacijo v jeziku že obstoječe besede. Na tem vzorčnem področju se glede na poimenovalne besedotvorne kategorije, registrirane v osnovni raziskavi o enobesednih imenih slovenskih podjetij, pojavljajo le tri:⁵² izvirni krni, izvirne zloženke s krnjenim delom in kratična imena.

2.1 Izvirni krni

Na obravnavanem področju sta le dve imeni tega tudi sicer izjemno redkega tvorbenega tipa: Studio P nosi kot ime začetno črko priimka lastnika⁵³ Pahor, frizerski salon M pa začetno črko imena lastnice Marije Lavrič.

2.2 Izvirne zloženke s krnjnim delom

Zloženke s krnjnim delom so tiste, ki so nastale z zlaganjem ene cele in ene krnjene besede Tako je npr. ime servisa šivalnih in pletilnih strojev DOMTEKS, ki je oblikovano iz besede *dom* in prvega dela besede *tekstil*,⁵⁴ po lastnikovih besedah smiselno povezanih v zvezi 'tekstil za dom'.

Ime trgovine z vodovodnoinstalacijskim materialom CENTROVOD⁵⁵ je zloženka, nastala, po lastnikovih besedah, s kombiniranjem prvega dela *centro* s krnjeno besedo *voda*, kar sovpade s pomensko za ime tovrstne trgovine prav tako ustrezno besedo *vod* (po vodovodna instalacija). Tudi ime trgovine z električnim materialom ELEKTROMAX⁵⁶ je oblikovano s kombiniranjem besede *elektro* (ki v občnem nastopa vedno kot prvi del zloženek) in na začetni del krnjene besede *maksimalno* (pisane po tuje z *x*), ki naj poudarja obetajočo kvaliteto. Podobno izglasno podobo ima ime DOMAX, ki pa je nastalo iz začetnega dela lastnikovega priimka in njegovega imena: *Dornik Maks*. Gre sicer za preprosto strojno ključavničarstvo, pa vendar je soglasniška skupina *ks* tudi v tem primeru pisana reklamno modno z *x*. Ime servisa koles in športne opreme SKILO⁵⁷ je lastnik oblikoval iz tuje besede *ski* (francoska beseda za smuči) in končnega dela besede *kolo*, kar, ustrezno razširjeni dejavnosti servisa, sovpada tudi s prvim delom besede (teniški) *lopar*.

2.3 Kratična imena

Kot kaže, je kratični tvorbeni način najbrž tudi zaradi prijetnega občutka besednega inovatorstva vselej priljubljen - pojavi se tudi na tem vzorčnem področju.

Kratično je ime Podjetja za posredovanje, informiranje, promet z nepremičninami in organizacijo avtošole RIL⁵⁸, ki je nastalo iz začetnih črk širšega imena *Realitetni inženiring Ljubljana*. Tudi ime trgovine za preskrbo z vsem, kar je v zvezi s priljubljenimi domačimi živalmi, psi in mucami, KIFEX⁵⁹ je kratica, oblikovana iz začetnih zlogov besed *knologijo*, *felinologijo* in črke *x*, ki v kombinaciji s predhodnim *e* označuje, kot je povedal lastnik, izvozno dejavnost (*export*) ali pa poudarja *ekskluzivnost*.

Zasebno lastništvo se včasih odraža tudi v kratičnih imenih. Tako je ime fotoateljaja ARK oblikovano iz začetnih imen lastnika⁶⁰ ter njegove hčerke in žene: *Anja, Robert, Ksenija*.

Naj bodo na tem mestu obravnavana še t. i. *potencialna kratična imena*. Gre za imena, ki so nastala s krnjenjem več besed, a v pisni obliki z uporabo ustreznih grafičnih znakov (zaenkrat) uradno ostajajo večdelna; v govorjeni obliki, zlasti pri pregibanju, prihaja do strnitve pisno ločenih delov, kar je že kratična lastnost.

Tako je npr. ime tekstilne trgovinice SA & BA. Ime je oblikovala lastnica⁶¹ trgovine iz začetnih delov svojega in sestrinega imena Saša in Barbara. Ime je večdelno, oblikovano z uporabo nečrkovnega grafičnega znaka, označujočega poslovno družabništvo (&). V govorjeni obliki se, kot je povedala lastnica, ime obnaša kot enodelno (npr.: To sem kupila v Sabi.). Potencialno kratično je tudi ime trgovine B. L. i. K.⁶² Oblikovano je iz začetnih črk prodajnih artiklov: barve, laki, igrače, kozmetika. Ločenost krajsanih delov je grafično poudarjena s pikami, vendar se ime ne izgovarja črkovalno, ampak že kot ena beseda.

3 Celotno imensko podobo, zlasti na tako ozkem, strnjenem področju enega naselja da šele predstavitev vseh tipov imen, ne le enobesednih, zato so poleg teh za informacijo dodana tudi *večbesedna*⁶³ imena.

Kot dvodelna se običajno pojmujejo imena, ki so po svoji strukturi samostalniške fraze iz dveh samostalnikov, od katerih prilastkovni, določujoči del kot razlikovalni oz. atraktivnejši stoji na levi, kar je zanj v slovenščini opazno mesto.⁶⁴ Taka so npr. imena bistrojev SIMON BAR⁶⁵, FLORIDA BAR⁶⁶, MELODY BAR⁶⁷, s citatno pisano angleško besedo.

Ime tekstilne trgovine MIK LINE BOUTIQUE je celo trobesedno. Prvi del, ki je po osnovni motivaciji sicer kratičnega izvora (MIK - nastalo iz imena in priimka lastnice Milene Kafol), je zaradi svoje homonimnosti z občnoimenskim izrazom mik 'privlačnost, čar' za ime trgovinice z modno konfekcijo pomensko zelo učinkovit. Tretji del je beseda boutique, ki se kljub dolgoletni prevzetosti v tudi slovenskem občnem besedju še vedno največkrat piše citatno. Ime deluje moteče zlasti zaradi drugega dela, slovenščini neznane angleške besede line 'črta, linija', čeprav so jo že uporabile številne tovarne modnih oblačil in kozmetike.

Med večbesednimi imeni nosi motivacijsko zanimivo ime Trgovina z mešanim blagom NOČ IN DAN.⁶⁷ Lastnik je izbral tako ime glede na urnik, saj je trgovina odprta vsak dan, tudi ob sobotah in nedeljah, od 7^h do 23^h in je edina trgovina s takim urnikom v Ljubljani.

4 Sklep

Pestrost, ki sploh vselej razveseljuje in poživlja, pri imenih podjetij pa je zaradi njihove reklamne vloge še toliko bolj potrebna, je značilna tudi za imena

trgovskih in obrtnih podjetij v naselju Nove Fužine v Ljubljani, ustanovljenih zlasti v zadnjih dveh, treh letih.

Enobesedna imena obrtnih in trgovskih podjetij v omenjenem naselju ostajajo v okviru poimenovalnih kategorij, registriranih v osnovni raziskavi Enobesedna imena slovenskih podjetij, kjer so obravnavana imena do leta 1989. Kot je pokazal ta informativni pregled, so med izvirno tvorjenimi imeni zastopani krni, nekaj je zloženek s krnjenim delom, ki so predstopnja vselej priljubljenih kratičnih imen. Prevladujejo prekategorizirana imena, za katera je po izrazni plati značilna sprostitvev v pogovornost, ekspresivnost. V splošnem so opazni trije pomenski težiščni poudarki: na imenih, nastalih z osebnoimensko motivacijsko osnovo lastnika (bodisi pri prekategoriziranih imenih, pri krnih ali pri kratičnih imenih) (1) in na prekategoriziranih imenih, ki z vsebinskega vidika odražajo psihološko in sociološko zanimivo ambivalentnost: seganje v domačnosten, podeželski svet (s čimer je dostikrat povezana manjšalnost) (2) ali iluzionizem tujega in daljnjega, ki ga dajejo imenom izrazi, zajeti iz nedomačega zemljepisnega, naravnega ali kulturnega okolja (3). Prvo je odraz zasebnosti podjetij, drugo glede manjšalnosti sicer ustreza majhni kvadraturi prodajnih prostorov, vsekakor pa se zdi v obeh polih svoje ambivalentnosti psiholingvistično zanimiv poslovnoimenoslovni pojav, v sodobnem stolpniškem naselju še toliko bolj opazen.

OPOMBE

- ¹ Jezikovno razsodišče je bilo ustanovljeno leta 1980 v sklopu sekcije Slovenščina v javnosti pri Socialistični zvezi delovnega ljudstva Slovenije. Svoja jezikoslovnousmerjevalna mnenja je predstavljalo v obliki krajših izjav, objavljenih v časopisih Delo in Dnevnik. Začasno je prekinilo svoje delo maja 1990.
- ² Novi Zakon o podjetjih velja od 1. 1. 1989.
- ³ Nove Fužine so tipično blokovsko oz. stolpniško naselje na jugovzhodnem delu Ljubljane, ob Zaloški cesti, s približno 18.000 prebivalci oz. 4.500 stanovanji, zgrajeno v minulih desetih letih.
- ⁴ Na Trgu oktobrske revolucije, Leninovem trgu in Marinkovem trgu. - V pripravi je sprememba številnih uličnih imen in imen trgov v naselju, verjetno tudi teh.
- ⁵ V članku ne obravnavam imen družbenih podjetij (npr. Tkanina, Mercator, Emo-na), ker ta nimajo sedeža na Novih Fužinah in zlasti ker jih obravnavam v razpravi Enobesedna imena slovenskih podjetij.
- ⁶ Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU pripravlja knjižno izdajo te raziskave z naslovom Enobesedna imena slovenskih podjetij.

- ⁷ Metonimične kategorije, registrirane v osnovni raziskavi, so še: za delujočo osebo, za proizvod oz. prodajni artikel, za material, za tipični pojem v zvezi z izdelki oz. dejavnostjo, za krajevno ali časovno značilnost. Imena za te pomenske kategorije so zaradi izrazne atraktivnosti obravnavana pod 1.1.2.
- ⁸ Imena lastnikov trgovskih in obrtnih podjetij, katerih imena obravnava članek, so navedena v opombah, razen če je ime podjetja pojasnjevalno vezano na ime lastnika.
- ⁹ Lastnica Gordana Arsić.
- ¹⁰ Lastnik Damjan Dolinar.
- ¹¹ Lastnik Amgijad Halebić.
- ¹² Imena, ki bi pomenila prvi prevzem kake občnobesedne tujejezične besede namenoma za ime podjetja, so na tem vzorčnem področju redka. Med enobesednimi jih ni. Prim. občnobesedno ime MIK *line* boutique v poglavju 3.
- ¹³ Lastnica Andreja Puc. – SSKJ besedo *varianta* prikazuje nevtralnno, brez kakega kvalifikatorja, slovenska sinonima *inačica*, *različica* sta dodana le informativno.
- ¹⁴ Lastnik Marko Flajs.
- ¹⁵ Sedanja lastnica Vida Gužvič je obdržala ime, ki ga je za svojo trgovinico izbral njen prvi lastnik.
- ¹⁶ Gre za primernik *junior* ('mlajši') pridevnika *juvenis*.
- ¹⁷ Pogosteje se ta prevzeti knjižni izraz uporablja kot 'zapostavljeni pristavek k imenu ene (mlajše) izmed dveh oseb z istim imenom v sorodstvenem odnosu', kjer ohranja prvotni pridevniški pomen (npr. pokličite Janeza Dolenca juniorja). Gl. SSKJ, geslo *junior*.
- ¹⁸ Lastnik Milan Cunjak. *Watt* – enota za merjenje moči električnega toka.
- ¹⁹ Lastnik Cano Hristov.
- ²⁰ SSKJ, geslo *prizma* ... *fiz.* (optična) prizma, prizma iz stekla ali druge prozorne snovi, ki se uporablja za lom ali razklon svetlobe. Glede na takšno strokovno vsebino je izraz prišel tudi v fraze, npr. pogledati kaj skozi objektivno prizmo (objektivno), ocenjevati kaj skozi prizmo današnjega okusa (po današnjem okusu); prim. SSKJ, geslo *prizma*, 2. pomen.
- ²¹ Lastnik Ivan Sinkovič. – SSKJ, geslo *oaza* ... porasla površina z vodo v puščavi, zelenica... // *knjiž.* ... področje, kraj, ki se razlikuje od okolja po kaki lastnosti, zlasti pozitivni: redke kulturne oaze; oaza civilizacije, miru.
- ²² *Borsalino* je moški klobuk iz tanke, mehke klobučevine, imenovan tako po italijanskem tovarnarju. – Borsalino je tudi ime znamenitega filma, znanega zlasti med srednjo generacijo. – Klobuk borsalino je tudi zaščitni grafični znak tega bistroja.
- ²³ Lastnik Dane Jukič. – SSKJ, geslo *alkar* ... tekmovalac na alki; *alka* ... tekmovalno jahanje v Sinju, pri katerem mora jezdec s kopjem sneti viseč obroč.

- ²⁴ Lastnika Simon Pavlica in Iztok Ivanovič.
- ²⁵ Lastnik Roman Šmid.
- ²⁶ Lastnica Snežana Žagar.
- ²⁷ Lastnica Barbara Lotrič.
- ²⁸ Lastnica Mirjana Škofic.
- ²⁹ Lastnik Andrej Tomšič.
- ³⁰ Lastnica Mojca Povše.
- ³¹ Tak doživljajski učinek teh imen izvira po eni strani verjetno iz naraščajoče potrebe ljudi v mestih po vračanju nazaj k domačnostnemu, v novofužinskem stolpniškem naselju, ki se dobesedno stika z majhnimi, starimi ljubljanskimi predmestnimi kmetijami, na katerih zemlji je bilo zgrajeno, pa taka imena dobijo še poseben poudarek.
- ³² Lastnik Matjaž Štiglic.
- ³³ Lastnik Branko Bulajić.
- ³⁴ Gazela je tudi žargonski športni izraz; pomeni vrsto teka s podaljšanimi skoki. »Črna gazela« je znan vzdevek za črnske tekačice, npr. za olimpijsko zmagovalko Florence Griffith.
- ³⁵ Lokalizacijska in s tem povezana čustvenostna vloga je značilna za večino izzemljepisnih imen podjetij, obravnavanih v osnovni raziskavi.
- ³⁶ Na tem mestu so obravnavana tudi tista imena podjetij, pri katerih gre za sekundarno prekatégorizacijo zemljepisnega imena.
- ³⁷ Lastnik Saša Dragaš.
- ³⁸ Lastnica Majda Keder.
- ³⁹ Upravičenost slovitosti tega imena za svojo videoteko lastnika (ime je po lastničinah besedah izbral njen mož) pojasnjujeta tudi v reklamnem oglasu: »Casablanca Vam omogoča nakup filmov vseh žanrov, ki so trenutno najbolj gledani v svetu in pri nas.«
- ⁴⁰ Lastnik Milan Granda.
- ⁴¹ Malibu je kalifornijsko mesto na obali Pacifika blizu mesta Santa Monica. – Eksoptično opojnost obljublja tudi ime bližnjega bistroja Florida bar, nastalo s prekatégorizacijo zemljepisnega imena ameriškega polotoka.
- ⁴² Lastnica Zlata Lomovšek.
- ⁴³ Lastnica Mojca Ropoša.
- ⁴⁴ Lastnica Miletič Slokan Maja. Iz začetnic imena in obeh priimkov je oblikovan zaščitni grafični znak podjetja (M^SM).
- ⁴⁵ Lastnica Lucija Trontelj.
- ⁴⁶ Lastnica Mira Lenko.

- ⁴⁷ Lastnica Zorka Jankovič.
- ⁴⁸ Vzdevek lastnika Borisa Požega.
- ⁴⁹ Lastnika Robert Blaha in Iztok Ivanovič.
- ⁵⁰ Lastnik Imer Brizani.
- ⁵¹ Glasbena skupina Amadeus je prenehala delovati pred štirimi leti.
- ⁵² Ni izvirnih izpeljank, izvirnih zložen, izloženskih osamosvojenk, izvirnih sklopov, izvirnih sestavljenk; v poglavju o večdelnih imenih je navedeno le nekaj t. i. potencialnih zložen.
- ⁵³ Lastnik Zoran Pahor.
- ⁵⁴ Lastnik Franc Žalik.
- ⁵⁵ Lastnik Esad Melkić.
- ⁵⁶ Lastnik Peter Romovh.
- ⁵⁷ Lastnik Peter Pock.
- ⁵⁸ Lastnik Jože Jagrič.
- ⁵⁹ Lastnik Tone Hočevar.
- ⁶⁰ Lastnik Robert Trobec.
- ⁶¹ Lastnica Barbara Miklič.
- ⁶² Ime se piše tudi kratično (BLIK) – prim. novofužinski poslovni informativni list Ponudnik, št. 1, febr. 1991.
- ⁶³ Formalno večbesedni imeni Sa & Ba in B.L.i.K. sta kot potencialni kratični imeni obravnavani že v poglavju o kratičnih imenih.
- ⁶⁴ Strukturno tovrstne zveze se navadno proglasijo za zloženke in se zato pišejo skupaj. SSKJ pri tem tipu ostaja pri tradicionalnem stališču in take zveze navadno prikaže s pisavo narazen; samostalniški prilastek na levi v taki zvezi označi s kvalifikatorjem *neskl.*(onljivi) *pril.*(astek).
- ⁶⁵ Lastnik Petrina ga je poimenoval po svojem sinu.
- ⁶⁶ Ime je omenjeno že pri imenih, nastalih s prekategorizacijo zemljepisnega imena.
- ⁶⁷ Lastnica Gabrijela Podboršček. – Ime je pisano citatno angleško za domačo besedo *melodija*.
- ⁶⁸ Lastnik Marko Svete. – Ime je t. i. potencialni sklop, saj bi se po dolgotrajni rabi lahko začelo pisati skupaj.

Abstract

ONE-WORD NAMES OF PRIVATE ENTREPRISES
IN THE SUBURB OF LJUBLJANA, NOVE FUŽINE

One-word names of private trade and craft enterprises founded in the last three years in the suburb of Ljubljana, Nove Fužine, remain within the already established categories. However, entrepreneurial tendencies reveal themselves in the use of proper names, while the use of deminutives points to the feeling of homeliness, and the use of foreign names to illusionism and the attraction of distant places.