



BRANDES BABÁK: AMIKOR AZ ÚJSZÜLÖTT EGY MÁRKA NEVÉT KAPJA



SZERZŐ: **PAPP-VÁRY ÁRPÁD FERENC** | MARKETINGMESTERSZAK-VEZETŐ | BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
KÜLKERESKEDELMI KAR
E-MAIL: PAPP-VARY.ARPAD@UNI-BGE.HU

Felelősen teszik-e, vagy felelőtlenül, de Amerikában és a világ néhány más országában gyakran előfordul, hogy a szülők egy márka nevét adják gyermeküknek. E nevek egy része persze korábban is keresztnév volt, de ma már talán híresebb márkanévként, mint mondjuk a Mercedes. Ám előfordul az is, amikor egy márkanévből lesz keresztnév: Amerikában van rá példa, hogy lánygyermek a McLaren, a Ferrari vagy éppen az Audi nevet kapják. A cikkben további érdekes vagy éppen bizarr eseteket mutatunk be, és az is kiderül, hogy Magyarországon még, úgy tűnik, várnunk kell arra, hogy egy ismert márkanévet adhassuk gyermekünknek. De talán nem is olyan nagy baj ez.

Akinek van gyermeke, bizonyára emlékszik rá, mekkora fejfájást okozott, hogy mi is legyen a születendő csemete neve. Hiszen ez a név egy életen át elkíséri majd őt: nemcsak egy babának adjuk, hanem egy jövőbeli felnőttnek. Így fontos, hogy ő is szeresse, és másoknak is tetszen. Na és persze az sem lenne baj, ha nem hívnának mindenkit így.

Nem csoda, hogy Amerikában már régóta vannak bébinév-tanácsadók, akik közül sokan a TikTokon is aktívak, így például @whatsinababynamedoula, @nameswithsteph, @dreambabynames vagy éppen @namingbebe. Az utóbbi mögött álló Colleen Slagen, aki a tiktokkerkedés mellett civilben nővérként dolgozik, háromféle csomagot alakított ki. A legolcsóbb a videókonzultáció, aminek keretében 16 nevet ajánl a születendő gyermeknek 99 dollárért. A középső csomagban ugyan csupán 8 ajánlott név található, de mindegyik mellé részletes indoklás társul, 175 dollárért. Végül a nagy csomag megint csak 16 nevet tartalmaz, részletes indoklással 250 dollárért. A vox.com-nak adott tájékoztatása szerint több mint százan vették már igénybe szolgáltatásait, köztük olyan párok is, ahol még úton sem volt a baba. Taylor A. Humphrey, avagy @whatsinababynamedoula ennél drágábban dolgozik, ám bemutatkozása szerint jóval személyre szólóbban. Neki 350-től egészen 30 ezer dollárig fizettek már a névjavaslatokért – utóbbi egy komplex személyesmárkaépítés-csomagot is takart.

Nem véletlen, hogy Laura Wattenberg, a Namerology alapítója úgy látja, hogy a szülők gyereknevéadására egyre jobban elkezdett hasonlítani ahhoz, ahogyan a cégek döntenek a márkanevekről. Itt is egyfajta versenyhelyzet van ugyanis: figyelmet kell keltenie a névnek ahhoz, hogy a viselője sikeres legyen.

KIVÉTELES, KÜLÖNLEGES

A bébinév-tanácsadók igénybevétele mögött ugyan több ok is meghúzódhat, a legfőbb azonban az, hogy egyre több szülő szeretne minél különlegesebb nevet adni gyermekének. Ez persze korábban is szempont volt, de a közösségi média az igényt jelentősen felerősítette. Most már ugyanis a családi és a szűkebb baráti kör mellett a social media ismerőseink körében születő gyerekek nevééről is tudomást szerzünk. Innentől pedig az lesz a fejünkben, hogy akkor nekünk valami mást kell választanunk.

Erősíti még az egyediség fontosságát néhány celebritás névéadására is. Az egyik első különlegesebb név, amiről részletesen beszámolt a média, Tom Cruise és Katie Holmes gyermekéé volt, aki 2006-os születésekor a Suri nevet kapta, ami akkor meglehetősen ritkának számított. Ma már pedig ott tartunk, hogy teljesen egyedi nevek látnak napvilágot: Elon Musk és Grimes három közös gyermeke például sorrendben az X Æ A-Xii, avagy röviden X, az Exa Dark Sideræl, avagy röviden Y, illetve a Techno Mechanicus, avagy röviden Tau nevet kapták. Utoljára ezekhez hasonló nevekkal a millennium környékén, a dotcom boom idején találkozhattunk, igaz, akkor a dotcom-



cégek fizettek azoknak a szülőknek, akik gyermeküknek ilyen nevet voltak hajlandóak adni. Az Internet Underground Music Archive például ötezer dollárt ajánlott azért, ha az újszülött a cég nevének rövidítését, az IUMA-t kapja névként. Néhányan éltek is a lehetőséggel, a cég pedig tartotta a szavát. Igaz, nemsokára – persze aligha emiatt – csődbe ment. 2002-ben az Acclaim Entertainment kínált fel 10 ezer dollárt annak a családnak, ahol a gyermek szeptember 1-jén születik, és a Turok nevet kapja. Ezen a napon jött ugyanis ki a cég új játéka, a Turok: Evolution.

Ugyanebben az évben a Dunlop autógumigyár kanadai részlege is hasonlóval élt, bár ebben az esetben nem a gyermek keresztnévéről kellett döntenie, amibe a kisbaba aligha szólhat bele, hanem felnőttek határozhattak saját vezetéknévükről. A gumiabroncsgyártó azzal kereste meg a Dunlop vezetéknévűket, hogy egészsétsék ki a nevüket Dunlop-Tire-re, azaz Dunlop-Gumira, így hirdetve a cég termékeit. Négy Dunlop is belement az üzletbe: Peter, Jason, Tracy és Bill. Mivel a névcseré nagy publicitást kapott, a cég rövidesen még hajmeresztőbb ötlettel állt elő: 25 ezer dollárt ajánlott fel a Goodyear vezetéknévűek számára, ha Dunlop-ra változtatják nevüket. Néhányan örültek is a könnyen jött pénznek, így Bradley, Jackson, Brian, valamint Janice Goodyear is a Dunlop vezetéknévre váltott. Hogy a piacon ennek mekkora lett a hatása, és hányan cserélték le Goodyear gumijukat Dunlop-ra, arról sajnos nincs információ. A Dunlop viszont megbízta a Decima Research kutatócéget azzal, készítsen felmérést a kanadai lakosság körében, hogy milyen a fogadtatása az ilyen névcseréknek. A megkérdezettek 42 százaléka azt jósolta, hogy a jövőben ez a marketing bevált



formája lesz, míg 37 százaléka azt mondta, maga is hajlandó lenne lecserélni a nevét, ha eleget fizetnek neki.

2016-ban aztán anyakönyvezték az első iPhone-t is, mégpedig Ukrajnában. Egy műszaki áruházlánc felajánlotta, hogy az első öt olyan embernek, aki felveszi az iPhone 7 nevet, ingyen adja az Apple akkori legújabb telefonját, az iPhone 7-et. A kijevi Olekszandr Turin számára saját bevallása szerint megérte a név-váltás a 850 dolláros telefonért – és mint mondta, ha gyermekei születnek majd, úgyis vissza fogja változtatni a nevét.

NEM PÉNZKÉRDÉS

Előfordul, amikor a fentihez hasonlóért fizetni sem kell, ha az illető elég nagy rajongója a brandnek: egy bolgár futballszurkoló, Marin Zdravkov Levidzsov például a Manchester United nevet vette fel neve kiegészítéséül, miután 1999-ben a Bajnokok Ligája döntőjét nézve a mérkőzés végéhez közeledve megígérte: ha 0-1-ről fordít kedvenc csapata a Bayern München ellen, akkor hivatalosan, a személyi igazolványa szerint is Manchester United lesz. Az utolsó percekben aztán a United rúgott két gólt, a bolgár szurkoló történetéből pedig 2011-ben díjnyertes dokumentumfilm is készült My Mate Manchester United címmel.

Szintén a sporthoz köthető, hogy 2005-ben a texasi Kathy és Jason Curiel kisfiukat az apuka kedvenc időtöltéséről keresztelték el. Mivel az nem más, mint az ESPN sportcsatorna nézése, a gyermek az Espn nevet kapta – a tiszta nagybetűvel való anyakönyvezést ugyanis már nem engedték, és a kiejtés sem íszpíen, hanem eszpen. Később kiderült, hogy e névadással nem voltak egyedül, mivel egy másik texasi, valamint egy michigani és egy missouri família is ugyanerre jutott 2005-ben.

Egy másik család pedig azzal került be a médiába, hogy az apuka ragaszkodott hozzá, hogy gyermeke neve Timberland vagy Reebok legyen – végül az anyuka az előbbibe egyezett bele. És mint kiderült, babájával nem volt egyedül, ugyanabban az évben még öt másik gyerek is a Timberland nevet kapta. Az Apple-rajongók örömeire az Apple is választható keresztnév az Egyesült Államokban, ahogy a Mac is – igaz, utóbbi az ismert kozmetikai márkára is utalhat. Mi több, Amerikában népszerű alkoholmentes, illetve alkoholos italokról is elneveznek időnként gyermekeket: előfordul Evian, Fanta, Pepsi, Chardonnay, Guinness, sőt Chivas Regal is – a később felnőtté váló gyerekek örömeire vagy gyakrabban inkább bánatára.

Egy idő után a márkanév mint vezeté-, illetve keresztnév annyira elkezdte érdekelni a kutatókat, hogy megpróbálták feltérképezni ennek korai példáit. Kiderült, hogy Brazíliában, az Amazonas régióban már az 1920-as évektől kezdve népszerű volt a Frigidaire nevet adni a lányoknak. Az anyukák-apukák ugyanis le voltak nyugózva a fridzsiderrel, azaz a hűtőgéptől, amelyet a General Motors szállított az eldugott, ám felettébb forró vidékre. Mások arra bukkantak, hogy a mai Malawiban volt egy olyan törzs, ahol egy reklámkatalógusból válogatták a neveket az újszülötteknek. Egyikük maga a kiadó nevét kapta, így egész életében büszkén mutatkozhatott be úgy: „Oxford University Press vagyok.”

A hasonló történeteknek pedig azóta sincs vége, ahogy a következőkben látni fogjuk, először az autómárkák, aztán pedig a divatmárkák kapcsán.

MŰNEVEK ÉS GÉPJÁRMŰNEVEK

A kisfiúk szeretnek kisautókkal játszani, a nagyfiúk pedig nagy autókat vezetni. Jó ötlet lehet tehát autókhoz kapcsolódó nevet adni a gyermekünknek – gondolhatják Amerikában és az Egyesült Királyságban, ahogy azt példák sora mutatja. A ChooseMyCar 2000 és 2018 közötti időszakot áttekintő felmérése szerint az USA-ban összesen 724 238, míg az Egyesült Királyságban 51 782 fiúgyermeknek adtak autóhoz köthető nevet. A lányok esetében ez jóval kevesebbszer fordult elő, de azért ez is említésre méltó mennyiség: 139 193 lány kapott ilyen nevet az USA-ban és 14 546 az Egyesült Királyságban.

A legnépszerűbb nevek eredetileg is keresztnévek voltak, de aztán autómárkaként vagy almárkaként, autómodellként is ismertté váltak. Az „autós lányneveket” megvizsgálva az USA-ban a második helyen a Mercedes áll, amit tízezernél kicsivel többször választottak a szülők gyermeküknek. A legnépszerűbb a Morgan név, amelyet közel százezerszer adtak – és valószínűleg sokkal jobban ismerjük keresztnévként, mint autógyártóként, noha a brand mind a mai napig létezik, évente pár száz ilyen sportautó készül. A harmadik és a tizedik helyen lévő nevek közt már sok olyat találunk, amely inkább ismert autómárkaként, mint keresztnévként: Hunter, Devin, Lexus, Bentley, Alba, Austin, Cooper, Tesla. Igen, Tesla, amit 1395 alkalommal

Rank	Name	Total
1	Austin	187,204
2	Hunter	164,000
3	Cooper	77,000
4	Devin	66,917
5	Hudson	67,774
6	Lincoln	66,200
7	Bentley	42,300
8	Holden	18,200
9	Cruz	14,900
10	Colt	13,822

Rank	Name	Total
1	Subaru	5
2	Chevrolet	6
3	Mercedes	7
4	Audi	11
5	Dodge	16
6	Volvo	24
7	Nissan	28
8	Jaguar	29
9	Acura	31
10	Alfa Romeo	31

Rank	Name	Total
1	Mercedes	38,300
2	Mercedes	11,100
3	Harley	6,100
4	Devin	4,000
5	Lincoln	3,910
6	Bentley	2,200
7	Audi	1,940
8	Austin	1,800
9	Clara	1,610
10	Toyota	1,300

Rank	Name	Total
1	Mini	5
2	Ford	11
3	Volvo	13
4	Audi	15
5	Ferrari	20
6	Aston	24
7	Infiniti	29
8	Nissan	111
9	Acura	127
10	Audi	130

adtak lányoknak a vizsgálat által átfogott majdnem húsz évben. A Lexus, mint látjuk, népszerűbb volt, 2910-szer esett rá a szülők választása. Született pár Audi (133), Ferrari (23) és McLaren (13) kislány is, legkevesebbszer pedig a Mini (5) nevet adták, talán félve attól, hogy akkor gyermekük egész életében mini, azaz kicsi lesz.

A fiúneveket is érdemes csekkolni. A különleges toplista dobogóján az Austin, a Hunter és a Cooper nevet találjuk, melyeket külön-külön is százezerszer adtak 2000–2018 között az USA-ban. De a 4–10. helyen álló Devin, Hudson, Lincoln, Bentley, Holden, Cruz és Colt nevek mindegyike is több mint tízezerszer jutott eszükbe a szülőknek. Akadnak azért sokkal ritkábban előkerülő autónevek is a fiúk esetében, ilyen a Subaru (5), a Chevrolet (5), a Cadillac (6), a Nissan (29) vagy a Jaguar (29). Amerikában előfordul az is, hogy fiúgyermek kap Mercedes nevet: heten is erre a sorsra jutottak a vizsgált időszakban.

Az Amerikában lánynevként igen népszerű Lexus nemcsak az USA-ban, de az Egyesült Királyságban is előkerül fiúnevként: utóbbi helyen 47-en is ezt adták fiúgyermeküknek 2000 és 2018 között. Ugyanitt 107-en pedig a Kia nevet választották fiúknak, nem zavartatva magukat attól, hogy ezen időszakban 1470 lány is született ugyanezzel a névvel a szigetországon. Az Egyesült Királyságban a lányokat tekintve népszerű volt a Porsche név is (113), de előfordult a Lotus is (59). A koreai, a német és a japán brandek mellett brit gépkocsimárka is szerepel a listán: Triumph-ok is születtek, igaz, mindössze három a közel húsz év során – lehet azonban, hogy ezekben az esetekben a fehérneműmárka volt az inspiráció, és nem az autómárka. Magyarországon egyelőre még nem nagyon találkozni olyan babákkal, akik autónevet viselnek. Az egyik kivétel a Bentli, de a Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézete 2016-ban ezt csak ebben a formában engedélyezte, nem Bentley-ként. Tudni kell viszont, hogy a Bentley régóta keresztnév angol nyelvterületen. Nem mellesleg itthon a Mercedes is Mercédésznek írandó, ha gyermekünk nevének kívánjuk adni. A Magyar Kutatási Hálózat Nyelvtudományi Kutatóközpontjában (korábban MTA Nyelvtudományi Intézet) működő utónév-bizottság szempontrendszerében ugyanis kiemelten fontos,

hogy Magyarországon magyar állampolgárnak csak magyar helyesírással lehet nevet bejegyeznie. Itthon az se fordulhat elő, hogy ugyanazt a nevet fiú és lány is viselje: fiúnak csak fiúnevet, lánynak pedig csak lánynevet lehet adni. Amennyiben egy nevet elfogadott a bizottság női névként, később férfinévként már nem bejegyezhető. Pár éve például az Andreea nevet kérvényezte valaki fiúnévként, vélhetően amiatt, mert Olaszországban népszerű férfinév, ám nem járt sikerrel.

DIVATOS NÉVADÁS

Térjünk még vissza a nemzetközi példákhoz! Az autómárkás felméréshez nagyon hasonlólt végzett a Jewellery Box, ebben a 2000–2020-as időszakot átfogó kutatásban azonban a divatmárkákra, fashion brandekre voltak kíváncsiak. És kifejezetten a márkák kapcsán: a Hugo Boss esetében például nem vizsgálták a Hugo nevet, hiszen az népszerű, ismert keresztnév. Helyette a Boss nevű gyerekekre kerestek – és mint kiderült, találtak is ilyeneket. Ugyanígy az egyébként népszerű Calvin keresztnévet sem vonták be a felmérésbe, pedig lehet, hogy párán épp Calvin Klein miatt adják ezt a nevet a gyermeküknek. Annak azonban nagyobb az esélye, hogy a Klein nevet a divattervező miatt választják – és igen, pár Klein is született. Hasonló volt a szempont a Christian Dior esetében – a Christian nevet a kutatás nem vette figyelembe, de a Diort már igen. Bár igen népszerű volt, az Oakley sem került fel a listára, mivel ez a keresztnév jóval régebbi az elsősorban napszemüvegeiről és sportruházati termékeiről ismert cég létrejötténél.

Ezen szigorú szempontrendszer alapján az USA-ban a márkaneves fiúkat tekintve a dobogón az Armani (9021 eset), a Salvatore (5158) és a Valentino (4955) áll. A negyedik a Kenzo (1565), az ötödik pedig a Cartier (1226). Ezernél kevesebben, de több mint százan adtak fiúgyermeküknek olyan divatmárkaneveket, mint a Manolo, Dior, Omega, Yves, Hermes, Klein, Boss, Lynx, Tag. Száznál kevesebbszer választották viszont a Nike, a Cavalli vagy éppen a Tiffany nevet – az utóbbi, az ékszer-gyártó neve fiúk esetében azért így is meglepő. Az Armani és a Salvatore a Nagy-Britanniában legnépszerűbb divat inspirálta fiúnevek dobogóján is helyet kapott, a Valentino azonban nincs ott. A dobogó legfelső fokán a Kenzo áll; a 4–10. helyen pedig a Cavalli, a Dior, az Yves, a Hermes, a Klein, a Cartier, valamint a Manolo található.

Ha az autómárkáknál már zavart láttunk, hogy mi lehet fiúnév, és mi lehet lánynev, akkor a divatmárkák esetében ez még inkább igaz. Az Egyesült Államokban ugyanis a fiúknál első helyen álló Armani (9021) a lányok körében is az első (7489), és a fiúnévként szintén előforduló Dior is ott van az amerikai lányok esetében a dobogón (2568). A második a lányoknál a Chanel (6645). A többi név már ezernél kevesebbszer szerepel a listán, így a negyedik Nivea és az ötödik Maybelline is. Utóbbi kapcsán érdekesség, hogy a Maybelline márkanev a gyártó testvére, Mabel után kapta a nevét, ma viszont már

The Most Common Car Names For UK Boys				The Most Unusual Car Names For UK Boys				The Most Common Car Names For UK Girls				The Most Unusual Car Names For UK Girls			
Rank	Names	Total		Rank	Names	Total		Rank	Names	Total		Rank	Names	Total	
1	Maya	15,181		1	Maya	4,332		1	Maya	4,332		1	Maya	4,332	
2	Armani	8,388		2	Maya	4,332		2	Maya	4,332		2	Maya	4,332	
3	Rio	4,871		3	Maya	4,332		3	Maya	4,332		3	Maya	4,332	
4	Heidi	4,280		4	Maya	4,332		4	Maya	4,332		4	Maya	4,332	
5	Lucas	3,897		5	Maya	4,332		5	Maya	4,332		5	Maya	4,332	
6	David	3,285		6	Maya	4,332		6	Maya	4,332		6	Maya	4,332	
7	Adam	3,840		7	Maya	4,332		7	Maya	4,332		7	Maya	4,332	
8	Hudson	3,779		8	Maya	4,332		8	Maya	4,332		8	Maya	4,332	
9	Prince	1,371		9	Maya	4,332		9	Maya	4,332		9	Maya	4,332	
10	Bentley	1,220		10	Maya	4,332		10	Maya	4,332		10	Maya	4,332	

egyes szülők a Maybelline nevet adják a leánygyermeküknek a márka után. A 6–11. helyen megint lehet átfedést látni a fiú-nevekkel: a Salvatore, Omega, Cartier és Valentino neveket egyenként több mint százszor adták lányoknak, a Dove és a Dolce mellett. Ha pedig a száz eset alatti névadásokat nézzük a lányok körében, ott is bőven találunk fiúknál is szereplő neveket a listán: Fendi, Nike, Kenzo, Manolo, Yves, Lynx, Hermes, Klein, Cavalli, Tag.

Furcsa szituáció lehet, amikor egy fiú és egy lány Kenzo, Manolo, Hermes, Cavalli vagy éppen Tag találkozik. És ha azt gondolnánk, ilyen csak az USA-ban fordulhat elő, akkor nézzük meg a legnépszerűbb divat inspirálta neveket az Egyesült Királyságban: ahogy a brit fiúk körében, úgy a brit lányok esetében is az Armani a második.

LUXUSBAN MEGFÜRDETVE

A fentiekből talán úgy tűnhet, hogy nagyon népszerű márkanevet adni az említett két országban a gyerekeknek. Ez azonban korlátozottan igaz: az USA-ban legnépszerűbb, márka inspirálta név, az Armani 2020-ban a 261. helyet szerezte meg a fiúk ranglistáján, a lánynevek közt pedig a 493. helyen végzett. És az is lehet, hogy nem mindenki a divatmárka után nevezte el Armaninak a gyereket, hanem a név eredeti jelentése miatt, ami annyit tesz: 'harcos'. Gyanítható azonban, hogy ezt a legtöbb szülő nem tudja, és egyszerűen az olasz luxusmárka inspirálta őket.

Hasonló lehet a helyzet a Lexus név esetében, melynek eredeti, görög jelentése: 'emberek védője'. Amerikában az ilyen névadás mégsem ehhez, hanem inkább olyan történetekhez kötődik, melyek egyike Kevin Roberts Lovemarks című könyvébe is bekerült. Isabella Alexis McDevitt azért kapta az Alexis nevet, mert a szülők 2000. július 1-jén egy Lexus LX 450-nel indultak a kórházba. Amikor azonban látták, hogy nem fognak odáig eljutni, begördültek egy Lexus-kereskedésbe, ahol a személyzet segített világra hozni a kicsit. Nemsokára viszont kiderült, hogy nem ő az egyetlen ilyen: 2000-ben 353-an kapták nem-hogy az Alexis, hanem egyenesen a Lexus nevet. A nameplayground.com weboldalon az is kiderül, hogy a Lexus név 1992-ben került be a top 1000-be.

Az Armani és a Lexus is egyfajta luxusmárka, és népszerűségük talán nem is annyira meglepő annak ismeretében, hogy a Nameberry kutatása szerint Angliában 2023-ban a Luxury név vezette a névadási trendet. Persze utóbbi csupán trendet, dinamikus növekedést jelent, és nem azt, hogy ez állna a legtöbbször adott nevek listájának az élén. Ez az Olivia volt az Angliában és Walesben 2021-ben született lányok körében. Az újszülött fiúknak pedig a Noah nevet adták a leggyakrabban ebben az évben. Igaz, volt egy olyan név, amely még ezt is megelőzte, ha figyelembe vesszük az összes írt változatát. Ez nem más, mint a Mohamed, ami Muhammad (5.), Mohammed (35.) és Mohammad (84.) alakban is szerepelt a brit top 100-ban.

Ha a Magyarországon népszerű neveket vizsgáljuk, azt találjuk, hogy az elmúlt évtized uralkodója a lánynevek körében a Hanna volt: 2011 és 2022 közt minden évben ezt választották legtöbbször lánygyermekük nevének. A fiúkat tekintve pedig a Bence nevet húsz éven át nem lehetett letaszítani a trónról, 2001 és 2020 közt mindvégig ez volt a legnépszerűbb. 2021-ben aztán a Levente, míg 2022-ben a Dominik lett a favorit.

MAGYAR MÁRKÁK

Persze itthon is egyre többen szeretnék különleges nevet adni gyermeküknek: míg az 1948-ban kiadott névjegyzékben még csak mintegy ezer név volt, ma már bőven négyezer felett van a választható nevek száma.

Nem áruunk el titkot, hogy ebben a médiának mekkora szerepe van. A Dallas idején például igen kedvelt volt a Szamanta vagy a Pamela név – a fent említett szabály miatt csak így, magyarosan lehet anyakönyvezni őket. Manapság pedig a latin-amerikai nevek is népszerűek: már hivatalosan is választhatjuk az Antóniót, az Armandót, az Enrikót vagy az Ernesztót is. A török sorozatok hatását is jól látni: adható a Hürrem, a Hatidze és természetesen a Szulejmán név is. A legkülönösebb talán Isaura, a nyolcvanas években vetített Rabszolgasors című

the most popular fashion & beauty names for boys UK			
1	Kenzo	589	boys born since 2000
2	Armani	397	boys born since 2000
3	Salvatore	164	boys born since 2000
4	Cavalli	109	
5	Dior	68	
6	Yves	57	
7	Hermes	13	
7	Klein	13	
9	Cartier	9	
10	Manolo	6	

sorozat főszereplőjének esete. Emlékezetes, elterjedt, hogy felszabadítására még pénzt is gyűjtöttek itthon, és többen szerették volna, ha kislányukat róla nevezhetik el. Aztán kiderült, hogy a név bizonyos szempontból nem is újdonság: Madách Az ember tragédiájában is szerepel egy Izaura, pontosabban Izóra, Éva ugyanis így mutatkozik be a hetedik színben.

Jól ismert irodalmi művek sem maradnak tehát ki: a Nyelvtudományi Intézet, majd Nyelvtudományi Kutatóközpont által elfogadott utónevek közt megtalálható A Gyűrűk Urából Gandalf és Frodó. De sci-fi nevek is akadnak: a Star Warsból például Lejla, Amidala és Anakin. Ahogy az a helyesiras.mta.hu oldalon szerepel, „az elismert, nemzetközi írói fantázia-név elfogadható abban az esetben, ha a név külföldön már önálló és elterjedt személynévként használatos”, ilyen például az említett Anakin.

De mi a helyzet a márkanévvel? Nos, itthon inkább arra van példa, hogy keresztnév, melyek márkanév lettek, továbbra is népszerűek keresztnévként. Ismerhetünk Éva vermutot, Ági és Piroska szörpöt, Orsi virslit, Anikó sajtot, Flora margarint, Katica tortabevonót, Aranka pudingot, Alexandra Könyvkiadót, Tina magazint, Gabi fogkrémet, Szilvia papírtörölt, Kamilla zseb-kendőt, Dalma felmosót. De azért ezek a nevek keresztnévként is erősek, nem feltétlenül a márka az első asszociációnk. A Zara név esetében viszont már lehet, hogy elsőként a fast fashion brand jut eszünkbe, mint ahogy az Allegra esetében az allergiaellenes gyógyszer, és rácsodálkozunk, ha valaki ilyen nevet választ gyermekének.

Bármennyire szeretné is valaki a gyermekének adni, nem szerepel a hivatalos névjegyzékben a Balaton név, melyet pár éve visszautasított az utónévbizottság – valószínűleg nemcsak a csokimárka, hanem a földrajzi név volta miatt is. A Szamos név bejegyzését sem támogatta, nem nevezhetjük így a gyermekünket, legalábbis hivatalosan nem. Ahogy az a szülői pár sem járt sikerrel, amely az Eon nevet akarta fiúgyermekének adni – talán az energiacég miatt, talán más okból.

JÖVŐ-MENŐ

A legviccesebb kétségtelenül a Táblácska leánynev esete. Ezt sem támogatta a Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézetének bizottsága, ahogy a rá következő évben, 2017-ben a Táblácskavirág nevet sem. De maga a benyújtó sem gondolta feltétlenül komolyan, hogy a Táblácska keresztnév lesz, inkább csak ilyen egyedi módon kívánta felhívni a figyelmet egyedi termékére, a Táblácskára, mely egy, a megrendelő útmutatásai alapján megrajzolt, a megajándékozott személyére szabott színes, vidám alkotás egy fatáblán. Ahogy a Dunakeszin élő művész-vállalkozó, több ismert, gyermekeknek szóló könyv szerzője, Vámos Robi mesélte a Dunakeszi Post hírportálnak, célja egyrészt az volt, hogy legyen egy hivatalos papírja arról, a Táblácska nem adható névnek, másrészt pedig az, hogy feldobja a hivatal hangulatát.



Nos, az utóbbi valószínűleg megtörtént, de a hivatalos indoklás is megszületett a Táblácska elutasítására. A bizottság úgy érvelt, hogy a kérelmezett név egy kicsinyítő képzős közszó, és mint ilyen nem alkalmas emberi névnek. Indoklásként azt is írták, hogy abban az esetben szokták javasolni egy új szó elfogadását keresztnévként, ha beilleszthető a magyar és az európai névkultúra típusainak valamelyikébe. Mindez persze lehetőséget adott arra, hogy a Táblácska márka jó kis publicitást kapjon az offline és az online médiában.

Megjegyzendő, a Táblácska esetében az MTA érvelhetett volna azzal is, ami az mta.helyesiras.hu oldalon is szerepel az utónevek kapcsán, miszerint „nem bejegyezhetők a földrajzi névként, márkanévként és művésznévként, valamint csak családnévként használt alakok (kivéve, ha az személynévi eredetű: pl. Abony)”. Azaz ahogy látható, márkanévből Magyarországon nem lehet keresztnév.

Meglehetősen bölcsnek tűnik ez annak fényében, amit az utónevek kapcsán általában ír az MTA, de a márkanéves utónevek kapcsán még inkább igaz lehetne: „A névadásnak is vannak trendjei, ami ma »menő«, az holnapra furcsán is hangozhat. Jól gondoljuk tehát meg, hogy milyen névvel áldjuk vagy keserítjük meg gyermekünk egész életét.”

Végül, hogy egy márkanévnek mekkora hatása lehet a névadásra, azt jól mutatja az Alexa név esete, igaz, fordítva. A statista.com adatai alapján 2015-ben még 6053-an választották ezt lánygyermekük nevéül az USA-ban. Ugyanebben az évben azonban megjelent az Amazon virtuális asszisztense, mely az Alexa nevet viseli. Ettől kezdve nem volt biztos, hogy ha az Alexa nevet említjük, saját gyermekünkhöz vagy épp az Amazon Alexájához akarunk-e beszélni, így a név népszerűsége meredeken csökkenni kezdett: 2016-ban 4772 lánynak adták, 2019-ben már csak 1999-nek, 2022-ben pedig mindössze 574-nek. A márkanév itt kétségtelenül legyőzte a keresztnévet.