

SULYOK HEDVIG

A doktor lexémához tapadó újabb jelentések – avagy tudósok a cégben¹

Novel meaning shades attached to the word *doktor* in Hungarian

The Hungarian word *doktor* [doctor] appears more and more in names of shops, brands, websites and health care services. In the history of Hungarian its first occurrence was registered in the 15th century, meaning 'scholar' which was tantamount to 'preacher'. During the course of its use, the meaning has gradually extended as far as 'PhD' covering a field where *doktor* signifies 'competence', 'trust' and other positive connotation of the shop, service etc. publicized. The paper presents a series of such trade names in Hungarian, ordered in fields. The author offers a framework for the intents to use *doktor* in growing contexts.

1. Intézmény- és cégneveink, áru- és márkaneveink

Ebbe a körbe tartozó neveink közé a közelmúltban bevonult az egészségügy. A kozmetikai szalon homlokzatán a *Szépségpatika*, a festékboltén – némi hangzásbeli szójátékkal – a *Színpatika* tábla fogad, szomjunkat a *Sörpatikában*, *Borpatikában* olthatjuk; az *Agro-Patika* növényvédelemmel, az *Adó-Patika* pénzügyi tanácsadással foglalkozik. Miközben haldokló számítógépünket a *Komputer Klinikáról* a *Szoftver Klinikára* vittük át, gyengélkedő autónkat a *Diesel Klinika*, *Jármű Klinika*, *Karosszéria Klinika* és a *Lökhárító Klinika* szakemberei gyógyítgatják; problémásabb esetben javasolják még a *Kipufogó Klinikát*, ahol a *Kipufogó Doktor* (sic!) segítségét is igénybe vehetjük. (*Mit csinál a klinika? Mit csinál a doktor?* A választ, némi képzavarral élve, nagyvárosaink *sétáló utcái*, az orvosi rendelők *vetkőző fülkéi*, vagy inkább *A magyar helyesírás szabályainak* a különíráásra és az egybeírásra vonatkozó fejezetei adhatják meg...)

Nemcsak a – görög–latin eredetű – *klinika* jelentéstartománya bővült a 'szerviz', 'javítóműhely' jelentéssel, jártunkban-keltünkben észlelhetjük: *doktor* szavunk is egyre többször tűnik fel márka- és üzletnevekben, cégek, betéti társaságok, tevékenységek, weblapok és internetes portálok elnevezéseiben.

2.1. A *doctor/doktor* szó

A *doctor/doktor* a *docere* (*doceo*, *-cui*, *-ctum*) 'tanít, oktat' jelentésű ige ágensképzővel ellátott származéka. Viszonylag korán adathozható nyelvünkben; előfordul már

¹ Ez a tanulmány a XVIII. Magyar Alkalmazott Nyelvészeti Kongresszuson (Budapest, Balassi Intézet) a *Lexikológia és lexikográfia, terminológia* szekcióban 2008. április 4-én elhangzott előadás szerkesztett változata.

a Jókai Kódexben is, jelentése ott 'tudós' (prédikátor). A TESz. (Benkő 1967: 654–5) tanúsága szerint a XVI. század első felére a szónak már az 'orvos' jelentése is kialakult, ez egy jelzős összetételből – orvosdoktor – fűződhetett le. Különösen bő példaanyagot találhatunk a szó előfordulására az *Erdélyi magyar szótörténeti tárban* (Szabó T. 1978: 441–2). Gyakorta *dactor* alakban – 'medicus' jelentésben – bukkan fel a XVI. századi szövegekben, s a század végéről már személynévi használatát is idézi a szerző. Ugyancsak a XVI. század második feléhez (1575) köthető a szó 'tanító, iskolamester' jelentésben történő előfordulása is, s bár a bolognai egyetem már 1140-től a doktori szigorlatot letett személyeknek odaítélhette a doktori címet (mint a legnagyobb tudományos fokozatot), ebben a jelentésben nálunk csak 1760-tól adatolható (Benkő uo.).

A szótörténeti táruk – és egyéb, értelmező, valamint szinonimaszótárak hozta jelentésárnyalatok – vizsgálata után a frissen megjelent, Tolcsvai Nagy Gábor szerkesztette *Idegen szavak szótárát* lapozzuk föl (2007: 255–6). Ott azt látjuk, hogy a 1. *doktori fokozat birtokosa*, 2. *orvosi vagy jogi doktori cím birtokosa*, 3. *orvos*, 4. *egyháztanító*, 5. *a tudomány doktora* jelentések után immár szótárba foglaltatott e lexéma újabb időkben kialakult jelentésárnyalata is: 6. *vmi helyreállítani, megjavítani, helyrehozni képes személy*. Ezt a jelentésbővülést az 'orvosdoktor' is indukálhatta, hisz az ember egészségét helyrehozni képes személyhez hasonlóan jár el az a szakember is, aki valamilyen tárgyat, készüléket, szerkezetet javít meg, annak hiányosságait, bajait orvosolja; illetve ily módon cselekszik az a cég (kft., bt., szerviz, műhely, program stb.) is, amelyik nevében a *doktor (doctor/dr.)* lexemával kíván erre a tevékenységére utalni.

2.2. A szó történetéről

Lássuk, milyen okok vezethettek a szó új jelentésárnyalatának kialakulásához, megszilárdulásához, illetve az üzleti-kereskedelmi szférában befutott karrierjéhez.

A marketinggel, reklámpszichológiával foglalkozó szakemberek körében közismert, hogy egy-egy intézmény, cég, márka nevének erőssége attól is függ, milyen kép alakul ki róluk az emberek – a potenciális fogyasztók – tudatában, milyen „üzenetet” hordoznak, milyen imázs tapad hozzájuk. Ilyenformán az intézmény (üzlet, cég, termék stb.) nevének megválasztásánál lényegi, piacszerző szemponttá válik, hogy az adott név megfelelő értelmi, érzelmi értékelést is kapjon. A sikeresen megválasztott, jól csengő, pozitív üzenetet, dinamizmust hordozó név nem csupán identifikál: része a reklámnak, eladja a terméket, vásárlásra ösztönöz (Móricz és Horváth 1985, Sulyok 1999).

Ahogy a szépségpatika, borpatika elnevezésekben a *patika* lexemához, az autóklinika, szoftverklinika szavakban a *klinika* szóhoz a fogyasztó számára pozitív konnotáció tapad, úgy tapad az a megbízhatóságot, szakértelmet, feltétlen bizalmat kiváltó *doktor* szóhoz is; ezért szívesen élnek vele különféle mester- és szakemberek, szolgáltató cégek, munkájuk megbízhatóságát, árujuk kiválóságát termékük nevében és nevével is hangsúlyozni kívánó gyártók, forgalmazók.

3. A gyűjtött korpusz

A gazdag – ám éppen a bősége miatt itt nem teljes mértékben felsorolt – példaanyag több szempont szerint is osztályozható: tartoznak ide cégnevek, tevékenységek, internetes portálok, weboldalak, programok elnevezései és márkanevek egyaránt. Szép

számmal akad közöttük a nagyközönségnek érthető, hangulatos elnevezés, ám gyakorta vagyunk tanúi kevésbé bensőséges, kevésbé találó, már-már a nyelvi sznobizmus határát súroló, olykor pedig megmosolyogtató szüleményeknek is.

3.1. Cégek, bt.-k, kft.-k, kis üzletek, szolgáltatók elnevezései

Az alábbiakban felsorolt példák valójában a tulajdonnevekhez sorolhatók, mégis: némelyik közülük köznévszerű, gyakran csak a nagy kezdőbetűs írásmódjuk utal hovatarozásukra (a kérdésről vö. J. Soltész 1979: 103). Előfordul, hogy egy-egy név ugyanolyan formában – esetleg csekély eltéréssel – több helyen is felbukkan (ezekben az esetekben azonos lehetett a névadás motívuma), s inkább megnevező, mintsem egyedítő funkcióval rendelkezik. Jelen írásnak nem is célja az elnevezések között szigorú típusokat felállítani, az viszont megállapítható: a felsorolt nevek valószínűleg nem minden esetben azonosak a cégnyilvántartásban szereplő – hosszabb, hivatalos – formájukkal, inkább a cégtáblán, portálon, logón olvasható rövidebb variánsuk ismert. A nevek helyesírását eredeti alakjukban közlöm, típushibáik elemzésére most nem vállalkozom (az ti. már másik dolgozat tárgyát képezhetné). A név része még legtöbbször a bt., kft. rövidítés is; ez csupán a vállalkozás működési formájára utal, a feliratokon gyakran nem is szerepel, s mivel egyéb jelentősége itt nincs, takarékosági okokból el is hagyom, az elnevezéseket pedig – a név felépítésének típusa, illetve szórendi szempontok figyelembevételével – több csoportba sorolva közlöm.

A) *Ablak doktor, Aqua doktor* (víz-, gázszerelés), *Autódoktor, Bútoroktor, Bútor Doktor, Bútor doktor* (több bt.), *Csődoktor, Cső-doktor, Csatornadoktor, Garden Doktor* (kertépítés), *Fénydoktor* (szolgáltató betéti társaság), *Épületdoktor* (építőipari kft.), *Ház-doktor, Hitel Doktor, Ingatlan Doktor, Kémény Doktor, Kéménydoktor, Kémény- és Tető Doktor, Kipufogódoktor, Kipufogó Doktor, Lakás Doktor, Mérleg-Doktor* (könyvvizsgáló), *Mobil Doktor, Nádfedél Doktor, Olajdoktor, Ott-hon Doktor, Vállalkozás doktor.*

B) *Dentál Doctor, PC-Doctor, Script Doctor* (forgatókönyvíró bt.), *Doctor Pizza, Doctor Dent, Doctor Haus* (ingatlanforgalmazó), *Doktor Bizsu, Doktor Fa* (fűrészáru), *Doktor Film* (film- és videogyártás) stb.

Az árut ma már a csomagolás is eladhatja, s a név a csomagolás, a reklám része, a reklám egyik jellemzője pedig a vevő manipulálása s a túlzás is. Tudást, magas szintű szakértelmet sugallnak, szuggerálnak az alábbi, a humán világot idéző cégnevek. Komolyabb vállalkozásnál ez lehet célravezető elnevezés, kisebb volumenű, köznapi tevékenységet folytató társaságnál azonban a név előtagja, a *Dr.* rövidítés, illetve a *Doktor/Doctor* lexéma használata nem áll összhangban a szó jelentésével, súlyával: a név inkább mosolyt fakaszt. (Egy mozgóárusnak bejegyzett bt. – *Dr. Pogi* – talán *mogyit, ropit* is forgalmaz...))

C) *Dr. Fék, Dr. Karosszéria, Dr. Kópé* (gyermekgyógyászat), *Dr. Mozaik* (szaniteráru, építőanyag), *Dr. Média* (reklámügynökség), *Dr. Motor* (gépjárműjavítás), *Dr. Padló* (parketta, padlószőnyeg, függöny), *Dr. Papír* (nyomdaipari termékek), *Dr. Polc* (háztartási cikkek), *Dr. Zene* (szlogenjük: „Minden, ami zene!”) szaküzlet stb.

Ennél a névtípusnál különösen gyakoriak az idegen szót tartalmazó szerkezetek, több is van belőlük, mint a hasonló módon született magyarból. Van, amikor a vállalkozás nevében indokolt lehet, vagy legalább nem feltétlenül elvetendő az idegen eredetű elem, például vegyesvállalatok, vagy a főként külföldi cégekkel együttműködő üzemek esetében; ilyenkor nem ritka, hogy tevékenységükre utaló – többnyire görög vagy latin gyökű – szóelemek a név alkotói. Gyakoribb azonban az angol – ritkábban a német, olasz, francia – nyelv ihlette elnevezés; nem az orosz, szlovák vagy román! Itt az idegen szó a bennfentesség, előkelőség látszatát kelti; talán ahhoz a generációhoz, réteghez kíván szólni, amelyik vásárlás helyett *shoppingol*; gyűlés, megbeszélés helyett *meetingre megy*; baráti találkozó, összejövetel címén *partyt ad*; ahol nem pecsenye, szalonna sül, hanem *barbecue*. (Örök igazság persze: az idegen szó változó történelmi kategória, *pecsenye*, *szalonna* szavaink sem magyar eredetűek, egy hosszabb magyar–szláv érintkezés, együttélés – akár időszakos kétnyelvűség – ajándékai, jövevényszók; míg emezek már a globalizáció – nem mindig szívesen fogadott – termékei.) Lássuk a példákat!

D) *Dr. Bau*, *Dr. Fine-Bau* (építőipari bt.), *Dr. Bilanz* (számvitel-szervező kft.), *Dr. Büro* (számítástechnika), *Dr. Concert* (rendezvényszervezés), *Dr. Consulting* (pénzügyi tanácsadás), *Dr. Dent*, *Dr. Happy Dent* (fogorvosok), *Dr. Happy-House* (ingatlanforgalmazó), *Dr. Face* („fizikai közérzetet javító szolgáltatás”), *Dr. Food* (élelmiszeripari kft.), *Dr. Foot* (cipő-nagykereskedés), *Dr. Flower* (dísznövény-kereskedelem), *Dr. Gyros* (vendéglátás), *Dr. Pack* (csomagolótechnika), *Dr. Smile* (fogorvos, járóbeteg-ellátás) stb.

3.2. Szellemi termékek nevei

A legtöbb felsorolt bt., kft. internetes honlappal is rendelkezik, ám vannak olyan szolgáltatást kínáló cégek, amelyeknek a fő tevékenysége éppen magán a világhálón bonyolódik. Ezeknek a weboldaloknak, internetes programoknak, rovatoknak a (gyakran címszerű) neve – szellemi termék lévén – szintén a tulajdonnevek csoportjához sorolható. Az internetes helyesírás – itt főként a kis és nagy kezdőbetűk használatára gondolok – meglehetősen következtelen, ezenkívül a névadók, mint azt az előzőekben is tapasztalhattuk, ugyancsak küzdenek az alárendelő szóösszetételek helyes leírásával: itt is gyakori az indokolatlan különírás, kötőjelezés. Találunk itt *Doktor Állás* webforumot a munkát keresőknek, de *mobil doktor*-t és *Dr. Mobil* webáruházat is – ugyanilyen néven még telefonszaküzletek is működnek. *Doktor Marketing*, aki – stílusosan – a *Reklám Klinika* oldalon is hirdet, kis- és középvállalkozásoknak kínál hatékony szövegírást, a *drpromotion* internetes címen pedig egy másik *reklám klinika* is működik. A *Dr. Info*-ra kattintva egészségügyi információs portállal találkozunk, hasonló oldal a *Dr. Egészség* is. A *Dr. Web Anti-Vírus+Anti-Spam* programot a reklámüzenetek kiszűrésére, a *Spyware Doctor*-t a kémmodulok eltávolítására alkalmazzák. A *Spin Doctor* hatékony vállalati és marketingkommunikációs stratégiákat hirdet, a *Növénydoktor* honlapon a *virágdoktor* ad tanácsot. Ezelnek a weblapoknak, programoknak az elnevezése is – néhány kivételtől eltekintve – főként angol indíttatású; oka lehet ennek az is, hogy egész más a célközönség, mint a javítással foglalkozó szakemberek (cipő- és egyéb *doktorok*) esetében.

3.3. Márkanevek

Gyakran találkozunk ipari termékek, termékcsaládok nevében is a *doktor* lexemával. A *Madárdoktor* multivitaminos készítmény, a *Muskátlidoktor* folyékony műtrágya, a *Dr. Virágdoktor* (sic!) egy virágzáspezsdítő tápoldat; nevük funkciójukra is utal. *Dr. Bag* táskák márkaneveként tűnik fel (egyúttal a gyártó cég neve is, hasonlóképp, mint a *Dr. Jeans*, amely szintén márka- és üzletnév); a *Dr. Immun* pedig haj- és bőr-ápoló termékek egy csoportját jelzi. A *dr.* rövidítés itt ugyanúgy a magas fokú szakértelem, tudás, kiváló minőség érzését kívánja sugallni a fogyasztónak, mint a *Dr. Tea* márkanév (szlogenjük: *Dr. Tea – a teadoktor!*), vagy a *Dr. Stomi* rágó- és pezsgőtabletta, amelynek már tényleg több köze van a medicinához, vö. görög–latin *stomachus* ’gyomor’ (Finály 1884/1991: 1878). Az igyekezetbe néha (helyesírási) hiba is csúszhat: *Dr. Milky cappuccino* (sic! cappuccino helyett) olvasható egy likörgyár palackjának címkéjén; szép példája ez egyúttal az eklektikusan *mixelt* neveknek is.

3.4. Tevékenységi körök nevei

Az idetartozó köznevek egy része nehezen választható el a kis üzletek, javítóműhelyek nevéől, hiszen a *cipődoktor* a ’szuszer, cipész’ szinonimája lehet, miként a *bútor-doktor* a restauráló vagy csak javítgató ’asztalos’-é. Egy – azóta megszűnt – szegedi garázsbolton sokáig függött a tábla: Maca, a *ruhadoktor*; a varrónő javításokat is vállalt. A szintén szegedi *tolldoktor* kis üzletében régi párnák, paplanok kelnek új életre. *Vízdoktor* szavunk a boldog békeidők hangulatát idézi: Herkulesfürdő, Karlsbad, Baden-Baden fürdőorvosait nevezte így a magyar ajkú látogató. Ma a Kneipp-kúrát alkalmazó természetgyógyász félig tréfás elnevezése ez, nem pedig a balneológusé. Valóban orvoslással foglalkozik a híres kőszegi *madárdoktor*: sebesült, megmérgezett ragadozó és költöző madarakat gyógyítgat. *Lódoktor* szavunk sem újabb keletű, az ’állatorvos’ olykor vicces, olykor tájnyelvi szinonimája, de a laktanyai szlengben ’katonarvos’ jelentéssel is rendelkezett. Most egy weboldalon a *Lódoktor válaszol az állattartók, főként lovasok kérdéseire*. Egy másik internetes oldalra verseket küldhet be a poétikus lelkületű fórumozó, sorait – térítés ellenében – a *versdoktor* bírálja el, csiszolgatja, s tanácsot is ad. A *Szódoktor a Tetten ért szavak* című rádióműsor egyik rovata. *Szódoktorkodom* címmel írt megszívlelendő nyelvápoló cikket Holczer József az *Édes Anyanyelvünk* folyóiratban (2006/5: 9). A „...szódoktor a szavakat, kifejezéseket, kapcsolatokat, az ezekből felépülő mondatokat, gondolatokat, sőt szöveget gyógykezel. Olvasgatás közben nem egyszer érzem: szükség van szódoktori elsősegélynyújtásomra, sürgősségi vizsgálatra, afféle jelentésröntgenre, komolyabb esetben akár műtéti beavatkozásra is.” A szerző szódoktorkodását a medicina (érthetőbb) szakszókincséből származó szavak is illusztrálják. Itt nem a névadási divathullámról van szó: a ’szódoktor’ jelentésébe a hibás szó- és kifejezéshasználát javítgatásán, csiszolgatásán túl valóban beleérezzük nyelvhasználatunk gyógyítását, a nyelvi problémák orvoslását is.

4. Összegzés

Mindenképpen üdvözlendő, hogy a *doktor* lexemának ezt a – talán már nem is annyira új, ám a mindennapi életünkben egyre gyakrabban felbukkanó – jelentését a frissebb kiadású, igényesebb szótáraink már rögzítik. Az elmondottakból láttuk, hogy a

szó jelentéstartományához az élet különböző területein még milyen árnyalatok tapadnak, s azt is észlelhetjük: különösen a reklám nyelve tudja e jelentésárnyalatok használatával a potenciális vásárlót, fogyasztót mozgósítani, befolyásolni. A névanyag átvizsgálásakor az is kiderült, hogy azok a helyesírási és elnevezés-módszertani hiányosságok, amelyekre J. Soltész Katalin (1979), Antalné Szabó Ágnes (1983), Zimányi Árpád (1995), Grétsy László (2004), Bozsik Gabriella (2004) – és sokan mások – már hosszú évekkkel ezelőtt felhívták a figyelmet, ma is léteznek, jelen vannak: olykor stílusérzékünket, máskor helyesírási ismereteinket rombolják. Biztató ugyanakkor, hogy a *Magyar Nyelv*, a *Magyar Nyelvőr*, az *Édes Anyanyelvünk* s más szakfolyóiratok – olykor napilapok – hasábjain is gyakran jelennek meg olyan hosszabb-rövidebb írások, amelyek ezekről a – nyelvünkben is nyomot hagyó – társadalmi jelenségekről, a nyelvi sznobizmusról, a „kevesebb több lenne” elvéről, a helytelen írásmód okozta értelmezési zavarokról szólnak – nem bántó módon (vö. Mínya 1999: 10). Azt is el kell ismernünk: a fentiekben körüljárt névtípus egyáltalán nem csak magyar jelenség. A *Dr. Reklam* weboldal például Izlandtól Törökországig fellelhető, Olaszországban *Dr. Spot* (ua.) címen működik. Eltűnődhetünk: kordivat, kórdivat, s – hogy stílusosak legyünk – *pandémia* ’világméretű járvány’ áldozatai vagyunk? Esetleg – megkopván a *hiper-*, *super-*, *extra-* minőségjelzők – egy új típusú lexikai fokozás felé haladunk?

IRODALOM

- Antalné Szabó Ágnes (1983): *Névírás-szociológia az intézménynevekben*. (Magyar névtani dolgozatok 28.) Budapest: ELTE.
- Benkő Loránd (1967, főszerk.): *A magyar nyelv történeti-etimológiai szótára* I. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Bozsik Gabriella (2004): Szóösszetételek az intézménynevekben. *Édes Anyanyelvünk* XXVI/5.
- Finály Henrik (1884/1991): *A latin nyelv szótára*. Budapest: Franklin.
- Holczer József (2006): Szódoktorkodom. *Édes Anyanyelvünk* XXVIII/5.
- Grétsy László (2004): Néhány bizakodó szó a reklámnyelvtörvényről. *Édes Anyanyelvünk* XXVI/4.
- J. Soltész Katalin (1979): *A tulajdonnév funkciója és jelentése*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- M[inya] K[ároly] (1999): Nyelvi nagyképűség. *Édes Anyanyelvünk* XXI/2.
- Móricz Éva – Horváth Ágnes (1985): *A reklámnyelv anatómiája*. Budapest: Magyar Reklámszövetség.
- Sulyok Hedvig (1999): Dentissima és társai (Olasz szavak cégtábláinkon és az üzletben). In: Balaskó Mária – Kohn János (szerk.): *A nyelv mint szellemi és gazdasági tőke*. A VIII. Magyar Alkalmazott Nyelvészeti Konferencia előadásainak gyűjteményes kiadása. Szombathely: BDTF, pp. 265–270.
- Szabó T. Attila (1978): *Erdélyi magyar szótörténeti tár* I. Bukarest: Kriterion.
- Tolcsvai Nagy Gábor (2007): *Idegen szavak szótára*. Budapest: Osiris.
- Zimányi Árpád (1995): Korunk típushibája: a különírás. *Édes Anyanyelvünk* XVII/3.