

Márkanévet a babának

Kismamáknak és kispapáknak nem kis fejtörést okoz, hogy mi legyen születendő gyermekük neve. Nem akarunk örült ötleteket adni, de külföldön egyre gyakoribb, hogy egy márka nevét kapja a csöppség.



dik, gyakrabban kaptak jó jegyet (azaz A-t vagy B-t), mint akiknek C-vel vagy D-vel.

Ugyanennek az egyetemre való felvételben is szerepe lehet: Wiseman kutatásai alapján 400 ezer jogász adata alapján kimutatható, hogy akinek a neve A-vel vagy B-vel kezdődik, mint Adlai vagy Bill, jobb felsőoktatási intézményekbe jutnak be, mint akiknek C-vel és D-vel, mint Chester és Dwigth.

Vigyáznunk kell azzal is, hogy a keresztnévvel milyen monogramja lesz a gyermeknek. Ha ugyanis ez negatív, vagyis a monogram például PIG, BUM és DIE (magyarul disznó, tróger, illetve halál), akkor az illetők az átlaghoz képest három évvel hamarabb halnak meg. Ezzel szemben azok, akiknek a monogramja pozitív, például ACE, HUG, JOY (magyarul ász, ölelés, öröm) négy és fél évvel tovább élnek, mint az átlag.

De melyek lehetnek a legjobb keresztnévek az angolszász területen? Nemrégiben hatezer ember szavazott online, és ez alapján a következők állapíthatók meg: a királyi asszociációk, mint a James vagy az Elizabeth segít abban, hogy az illető sikerebbnek és intelligens



gensebbnek tűnjön. A legvonzóbb nőnevek puhán hangzanak és ee-re (magyarul kiejtve i-re) végződnek, mint a Lucy és Sophie. A leginkább szexi férfinevek ezzel szemben rövidke és gyakran kemény hangzásúak, mint a Jack és a Ryan.

A szülőket a névadáskor persze az adott kor is befolyásolja. Közkezdelt tévésorozatok esetén például szeretnék a kedvenc szereplő nevét adni a gyermeküknek. Így szaporodott el idehaza a Dallas idején a Szamanta vagy a Pamela – igen, csak így lehet írni őket. De a latin-amerikai nevek is népszerűek: már hivatalosan is választhatjuk az Antóniót, az Armandót, az Enrikót, az Ernestót és a Leándroszt is. Jól ismert irodalmi művek és sci-fi-k sem maradnak ki: az MTA Nyelvtudományi Intézete által elfogadott utónevek közt ott van a Gyűrűk urából Gandalf és Frodó, a Star Warsból pedig Amidala és Anakin.

A legkülönösebb talán Isaura, a nyolcvanas években vetített Rabszolgasors című sorozat főszereplőjének esete. Emlekezetes, hogy felszabadítására még pénzt is gyűjtöttek itthon, és többen szertették volna, ha kislányukat így nevezhetik. Aztán kiderült, hogy a név nem is újdonság: Madách Az ember tragédiájában is szerepel egy Izaura, pontosabban Éva így mutatkozik be az egyik színben. Így aztán a választásnak semmi akadály.

Lexus lányok

Bár a filmekből már gyakran adaptálunk nevet gyermekeinknek Magyarországon is, a „márkanév-keresztelés” kevésbé elterjedt. Pedig ahogy az aláb-

bi példák mutatják, az USA-ban már ez sem ritka.

Az első ilyen Isabella Alexis McDevitt nevéhez kötik, akinek története Kevin Roberts Szeretetmárkák című könyvébe is bekerült. A kislány 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 segítette világra hozni a kicsit. Nemsokára azonban kiderült, hogy nem ő az egyetlen: 2000-ben 353-an kapták nemhogy az Alexis, hanem egyenesen a Lexus nevet. A nameplayground.com weboldalon az is kiderül, hogy a Lexus név 1992-ben került be a top ezerbe, és 1996-ban adták a legtöbben gyermeküknek, amikor a 450. legnépszerűbb lánynév volt Amerikában.

De térjünk vissza 2000-be: a 353 Lexus mellett 269 Chanel és 24 Porsche is született – mindannyian lányok. Timberland „mindössze” hat jött a világra, ők fiúk. A legnépszerűbb azonban az Armani volt, ugyanis 298 lányt és 273 fiút is így „kereszteltek”. Amerikában népszerű italookról is elneveznek időnként gyermekeket: előfordul Evian, Fanta, Pepsi, Chardonnay, Guinness, sőt Chivas Regal is.

A legkülönösebb azonban valószínűleg a következő eset: 2005-ben a texasi Kathy és Jason Curiel kisfiukat az apuka kedvenc időöltéséről keresztelték el. Mivel az nem más, mint az ESPN sportcsatorna, így lett a gyermek Espn – a tiszta nagybetűvel való anyakönyvezést már nem engedték, és a kiejtés sem íeszipien, hanem eszpen. Később kiderült, hogy a névadással nem voltak egyedül, mert egy másik texasi család, egy michigani és egy missouri familia is ugyannerre jutott 2005-ben.

Fizetek, ha felveszed

A márkanévkeresztelésnek időnként anyagi előnyei is lehetnek a szülők számára. A dotkombóom idején az Internet Underground Music Archive öt-ezer dollárt ajánlott azért, ha az újszülött a cég rövidítését, vagyis az IUMA-t kapja névként. Néhányan éltek is a lehetőséggel, a dotkombóom pedig tartotta a szavát. Igaz, nemsokára (persze nem emiatt) csődbe ment. 2002-

ben az Acclaim Entertainment ajánlott 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 hasonlóan élt: igaz, itt nem a gyermek keresztnévéről kellett döntenie, amelybe a kisbaba aligha szólhat bele, hanem felnőttek határozhattak saját vezetéknevükről. A gumiabroncsgyártó azzal kereste meg a Dunlop vezetéknevűeket, hogy egészítsék ki a nevüket Dunlop-Tire-re, azaz Dunlop-Gumira, így hirdette 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 vezetéknevűek számára, ha azok Dunlop-ra cserélnék. Néhányan pedig örültek a könnyen jött pénznek, így Bradley, Jackson, Brian, valamint Janice Goodyear is a Dunlop vezetéknevre 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, hogy készítsen felmérést a kanadai lakosság körében, milyen a fogadtatása az ilyen névcseréknek. Ebből az derült ki, hogy 42 százalék szerint ez a jövőben a marketing bevált formája lesz, míg 37 százalék maga is hajlandó lecserélni nevét, ha elég fizetnek neki.

A márkanév a vezeték-, illetve keresztnévben annyira elkezdte érdekelni a kutatókat, hogy elkezdtek keresni ennek első jeleit. Kiderült, hogy Braziliában, az Amazonas régióban már az 1920-as évektől kezdve népszerű volt a Frigidaire nevet adni a lányoknak. Az anyukák-apukák ugyanis le voltak nyűgözve a fridzsidertől, azaz a hűtőgéptől, amelyet a General Motors szállított az eldugott, ám felettebb forró vidékre.

Mások arra bukkantak, hogy a mai Malawiban volt egy törzs, ahol egy reklámkatalógusból válogatták a neveket az újszülötteknek. Egyikük maga a kiadó nevét kapta, így egész életében büszkén mutatható be úgy: „Oxford University Press vagyok”. ■

Tudta-e...?

Egy bolgár futballrajongó a Manchester United nevet vette fel, amelyből 2011-ben díjnyertes dokumentumfilm is készült, My Mate: Manchester United címmel.



Szerző:
Papp-Váry Árpád
Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, marketingintézet-vezető

Nem könnyű a szülők helyzete, amikor meg kell mondaniuk a klinikán, hogy milyen névre esett a választásuk. Ez ugyanis egy életen át elkíséri majd fiukat, lányukat. Márpedig tudományos kutatások sora igazolja, hogy a keresztnévnek meghatározó szerepe lehet az illető megítélésében.

A Tulane Egyetem munkatársai például hat egyformán csinos hölgy fotóját mutatták meg férfiaknak – legalábbis amikor nem tudták a neveiket, egyformán vonzóknak találták őket. Amikor azonban a nevek is ismertté váltak, a Kathy, Jennifer, Christine hármas külsejét sokkal jobbra értékelték, mint az Ethel, Harriet és Gertrude nevűekét.

Hasonló a helyzet a diákok terén, mutatott rá a Journal of Educational Psychology folyóirat egyik tanulmánya.

Amikor arra kértek oktatókat, hogy adjanak jegyet a „Mit csináltam a múlt szombaton” esszékre, a Dávid és Liza nevű diákok jobban teljesítettek, mint az Elemérek és Berták. Pedig az esszé szövege ugyanaz volt!

Izaura és Anakin

Ennél is különösebb az, hogy a keresztnév kezdőbetűje meghatározhatja az osztályzatot. Tudni kell, hogy az angolszász területen nem 1-től 5-ig terjedő skálát használnak, a legjobb jegy az A, aztán a B. Kevésbé jó a C és a D, a bukást pedig az F jelöli.

Nelson és Simmons kutatócsoportja 15 éven át vizsgálta egy nagy amerikai egyetem eredményeit, amelyből az derült ki, hogy azok a diákok, akiknek a keresztnéve A-vel vagy B-vel kezdő-



FOTÓ: ARCHÍV, PROFIMEDIA