

mindenképpen erényévé válik a monográfiának, hogy olyan névtani kategóriákat emel a személy- és helynévi kategóriák mellé, melyek kevésbé számítanak kutatóknak a német névtanban és általában a nemzetközi onomasztikában.

KAPOSI DIÁNA

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0826-6503>

ELTE Eötvös Loránd Tudományegyetem

Bölcsészettudományi Kar

NAVRATYIL ZOLTÁN, Gondolatok névjogról, szólásszabadságról

Médiatudományi Könyvek. Magyar Tudományos Akadémia Bölcsészettudományi

Kutatóközpont, Budapest, 2015. 119 lap

1. A magyarországi hivatalos névhasználat történetében az egyik legmarkánsabb „esemény” volt az Alkotmánybíróság 58/2001. (XII. 7.) számú határozata, az ún. névhatározat. Ez a korábbi, névviselés körüli problémákat feloldó, a személynévviselést új jogi mederbe terelő határozat rávilágított a név és a jog sajátos kapcsolatára. A névvel foglalkozó névtan mint nyelvészeti terület és a jog világa a hivatalos, jogilag szabályozott névviselés kérdéskörében kapcsolódik össze, egy sajátos, közös halmazt teremtve a két tudományterület között.

A névhatározat megszületésekor és azt követően is jelentek meg névjogi munkák, amelyek mindenkor megmutatták, hogy a névviselés mennyire sokrétű jelenség. A névhatározat megjelenése természetes előidézője ezeknek a tanulmányoknak. A most terítékre kerülő munka is e sorba illik, a névjog sajátosságait, sokszínűségét tárva az olvasó elé – elsősorban alkotmányjogi megközelítésben – NAVRATYIL ZOLTÁN polgári jogász tollából.

E könyvismertető szerzője maga is jogász, azonban igyekszik nyelvészeti, névtani aspektusból vizsgálni a művet. Ennek nehézségét és könnyebbségét éppen az adja, hogy az ember neve, a természetes személyek hivatalos nevei a névtan számára is kutatási feladatokat határozhatnak meg. A nevek és a jog világának összekapcsolódása épp a szabályozott névviselésben jelenik meg; ennek egyik vetületével találkozhatunk e munkában.

2. A szerző az 1.2. fejezetben a nyelvészek számára is fontos elhatárolást tesz a névjog mint alapjog kapcsán. A 2001-es alkotmánybírósági ún. névhatározat alapján két tartományát különbözteti meg a névjognak. Az egyik a saját névhez, illetve a saját név viseléséhez való alapjog, a másik a névjog egyes részjogosítványainak a területe. Míg az első korlátozhatatlan alapjogot jelent, azaz abszolút alkotmányossági védelmet élvez, addig a másik a szükségesség-arányosság tesztje alapján korlátozható. Ez utóbbi körbe tartozik a névválasztás, a névváltoztatás és a névmódosítás joga. E területek a nyelvészek számára is relevanciával bírnak, hiszen a hivatalos nevek világában éppen ezek azok, amelyek korlátozásában, a korlátozás jellegében szerepe van a nyelvtudománynak. Elegendő a házassági nevek, a névváltozások, a névesztés vagy az utónevek kérdéskörére gondolni. Ezek azok a legmarkánsabb szegmensei a jog és a névviselés találkozásának, ahol a jogi és a névtani (nyelvészeti) szempontok összekapcsolódhatnak.

3. A szerző – a munka céljának megfelelően, azaz hogy a szólás- és médiaszabadság vonatkozásában foglalkozik a névjoggal – a 2.2. fejezetben kiválóan világít rá arra, hogy a névjog mennyire sokrétű, és „szükségszerűen fonódik össze más személyiségi jogokkal” (17). A névjog e sokrétűségét jelzik sérelmének lehetőségei is, amelyeknek teoretikus vázát a 3. fejezetben adja meg a szerző (balesetek és bűnesetek áldozatai, személy múltbeli bűncselekményei, téves azonosítás, egyéb beazonosítás, életkép oltalma, életút védelme, a név kereskedelmi jellegű jogosulatlan felhasználása), majd ezeket az esetköröket a 4. fejezetben részletezi. Ez a fejezet adja az egyik különös értékét a munkának, hiszen a névjog sérelmének a bírósági gyakorlatban megjelenő megítélését a magyar, a német és az egyesült államokbeli megoldások alapján mutatja be a szerző. Ennek mintegy összefoglalását adja meg az 5. fejezetben, amelyben leírja a vizsgált államok jellegzetességeit, illetve a közöttük lévő különbségeket a névjog vonatkozásában. Eszerint az Amerikai Egyesült Államok eltérő jogrendszerében a névjog személyiségi jogként nem jelenik meg (a magánélet védelmének kereteibe illeszkedik inkább), a német és a magyar polgári törvénykönyv viszont nevesíti és védelemben részesíti e jogot. A szerző a gyakorlati példák tükrében megállapítja, hogy az „egyéb személyiségi jogokkal összefüggésben gyakori, hogy a név csak *megjelenési forma*, s a jogsérelem nem önmagában a név, a névjog megsértéséből adódik, hanem azzal a természeténél fogva elválaszthatatlan összefüggésben lévő más személyiségi jogok – például a jóhírnév, a becsület, a magánszféra – sérelméből. Ennek megfelelően mondhatjuk, hogy gyakran a névjog sérelme *mögöttes sérelem*” (44).

A 6. fejezet a név kereskedelmi célú jogosulatlan felhasználását taglalja, előbb a jogszerű (arculatátvitel), majd a jogellenes felhasználás bemutatásával. A szerző – következősen – ebben a fejezetben is az Egyesült Államok, Németország és Magyarország joggyakorlatát veti össze.

4. Napjaink problematikáját feszegetik a könyv következő fejezetei a „felejtés” és a „feledésbe merülés” jogának, vagyis a személy internetes beazonosíthatóságával kapcsolatos jogi kérdések körülményeivel. A probléma gyökere azokban a széles technikai lehetőségekben lehet fel, amelyeket „az internet nem felejt” közhellyel lehet leírni. „A *»felejtés«* joga és a *»feledésbe merüléshez«* való jog [...] egy lehetséges jogi válasz olyan potenciális személyiségi sérelmekre, amelyek az internet világában az egyénre vonatkozó vagy az egyén beazonosíthatóságát lehetővé tevő információkhoz való [...] hozzáféréstől következnek be” – írja a szerző (60). A továbbiakban alaposan feltárja a témát, elsősorban az alanyok, azaz az érintett személy, az adatot tartalmazó weboldal üzemeltetője és az ún. keresőmotor-szolgáltatók vonatkozásában. Mindezek tárgyalása során a nevezett jogok tartalmához, a probléma lehetséges megoldásaihoz és a joggyakorlathoz is közel kerül az olvasó.

5. NAVRATYIL ZOLTÁN munkája elsősorban jogászoknak szól, hiszen a névjog olyan aspektusát vetíti előnk, amelynek az alkotmányossági színezete sokkal élénkebb, mint a nyelvi, névtani vetülete. Mindennek ellenére névkutatók, névjoggal foglalkozó nyelvészek is haszonnal forgathatják a könyvet, hiszen az olyan (alkotmány)jogi mélységet mutat meg számukra, amely a névjog sokrétűségének megismerését segíti. A névhasználat, a névviselés fontos jogi vetületeit ismerheti meg az olvasó, s nem pusztán a magyar

viszonyokban, hanem – a kiváló összehasonlító elemzésnek köszönhetően – az amerikai és a német gyakorlat tekintetében és szempontjából is.

MEGYERI-PÁLFFI ZOLTÁN

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1366-6963>

Debreceni Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar

**PAPP-VÁRY ÁRPÁD, A márkanév ereje
Szempontok a sikeres brandépítéshez**

Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 2013. 320 lap

1. Külföldön az elmúlt évtizedekben egyre több nyelvészt kezdett foglalkoztatni a gazdasági és üzleti életben történő névadás kérdése. A korábban mellőzött témában egyre nő a publikációk száma, illetve rendszeressé váltak az olyan konferenciák és szimpóziumok, melyek kifejezetten a gazdasági életben használt nevekkal foglalkoznak. A kereskedelmi nevek iránti növekvő érdeklődés okozója többek között az a gazdasági robbanás, amely az új nevek iránti folyamatos igényt szüli. (BERGIEN–KREMER–ZILG 2008: 7–8.) Magyarországon ezzel szemben az áru- és márkanevekkel foglalkozó írások nagyobbik része egyelőre a marketing szakirodalmát gazdagítja. PAPP-VÁRY ÁRPÁD, a Budapesti Kommunikációs Főiskola Turisztikai és Gazdasági Karának dékánja, a Marketing Intézet vezetője, egyben a Magyar Marketing Szövetség alelnöke a márkanevek és a márkázás kérdését Magyarországon és Európában is ritkábbnak számító módon, névtani megközelítéssel vizsgálja. Nem kevesebbet állít, mint hogy a márkázásban a legfontosabb döntés a név megválasztása. A könyv ezt a gondolatot középpontba állítva elméleti és gyakorlati megközelítéssel elemzi a branding, azaz a márkázás világát.

A könyv 18 fejezeten keresztül ad betekintést a márkák világába. Több szempontból is definiálja ezeket, rövid márkátörténeti bemutatást követően csoportokba sorolja a márkaneveket, végül a következő főbb kérdésekre ad választ: miként működnek a márkák, hogyan teremtenek bizalmat, hogyan vesz rá a márka a vásárlásra, miért szeretünk egy márkát, más márkák miért taszítanak.

2. Az első két fejezet (11–50) a brandek világába vezeti be az olvasót. Első hallásra talán meglepetésként ér minket, hogy nagyjából háromezerre tehető azoknak a márká-üzeneteknek a száma, melyekkel egy nap alatt találkozunk. A szerző több szakember megközelítéseit is felhasználva definiálja a márka, valamint a márkázás fogalmát, majd bemutatja saját brandingmodelljét, összevetve más szerzők modelljeivel. Összefoglalásából kiderül, hogy a márkanév célja az azonosítás és a más termékektől való megkülönböztetés. A szerző a szakirodalmat összefoglalva felhívja rá a figyelmet, hogy a márka definiálásakor nem szabad megfeledkezni a fogyasztóról sem, hiszen a márka nem más, mint a fogyasztók fejében lévő percepciók összessége az adott termékről.