

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Pedagogická fakulta

Antičtí bohové v dnešní reklamě

Bakalářská práce

Ancient Gods in Today's Advertising

Bachelor thesis

Vedoucí práce:
doc. PhDr. Jana Keparťová, CSc.

Autor:
Alena Kohoutová

Praha 2010

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce doc. PhDr. Janě Kepartové, CSc. za mnohé podnětné připomínky, odborné rady, neskonalou shovívavost a trpělivost a též svým blízkým za nezištnou podporu.

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci s názvem „Antičtí bohové v dnešní reklamě“ napsala samostatně, výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších zdrojů. Současně dávám svolení k tomu, aby tato bakalářská práce byla umístěna v Ústřední knihovně UK a používána ke studijním účelům.

V Praze, dne 15. 11. 2010

Alena Kohoutová

Anotace

Tato bakalářská práce pojednává o vlivu antické mytologie na reklamní průmysl. Největší pozornost je věnována uplatnění bájeslovných látek a jejich hlavních protagonistů v názvech firem a jimi nabízeném zboží. Výzkum si klade za cíl zmapování postupu užití jmen řecko-římských bohů a reků v souvislosti s obchodní činností, kterou se uvedené firmy zabývají. Atributy postav známých z mytologie jsou tak kladeny do kontextu s konkrétními obchodními aktivitami a strategiemi. Metodikou této studie je komparace informací získaných z registrací v internetových doménách, či přímým dotazováním firem, se souhrnnými vědeckými pracemi na výše uvedené téma.

Annotation

This bachelor thesis is focused on the influence of the ancient mythology on the advertising industry. The greatest attention is paid to application of the mythological contents of the ancient themes and their protagonists in company names and goods or services sold by those companies. The primary goal of my research is to analyse the usage of ancient Greco-Roman names of various gods and heroes in connection with commercial activity relating to listed firms. Well known mythical characters' attributes are put into context along with the specific commercial activities and strategies. The method I used in this study is based on comparison of information I gathered from registrations on the internet or by direct consulting the companies themselves with overall scientific works dealing with aforementioned topic.

Klíčová slova

Antika, antická mytologie, jména bohů a hrdinů, názvy firem, názvy zboží

Keywords

Antiquity, ancient mythology, names of gods and heroes, companies' titles, products' names

Obsah

Obsah.....	5
Úvod.....	6
Postup práce.....	11
1. Zeus a jeho sourozenci.....	13
1.1. Zeus (řím. Jupiter).....	13
1.2. Déméter (řím. Ceres).....	15
1.3. Héra (řím. Iuno).....	16
1.4. Hestiá (řím. Vesta).....	17
1.5. Poseidón (řím. Neptun).....	20
1.6. Hádés (řím. Plútó).....	22
2. Božští potomci Dia.....	24
2.1. Afrodíté (řím. Venus).....	24
2.2. Apollón (řím. Apollo).....	26
2.3. Arés (řím. Mars).....	28
2.4. Artemis (řím. Diana).....	30
2.5. Athéna (řím. Minerva).....	32
2.6. Héfaistos (řím. Vulcanus).....	33
2.7. Hermés (řím. Mercurius).....	35
3. Další významní bohové a bytosti.....	38
3.1. Hélios (řím. Sol).....	38
3.2. Tyché (řím. Fortuna).....	39
3.3. Dionýsos (řím. Bacchus).....	41
3.4. Prométheus.....	43
4. Napůl lidé.....	45
4.1. Achilleus (řím. Achilles).....	45
4.2. Odysseus (řím. Ulyxes, Ulysses).....	46
4.3. Perseus.....	51
4.4. Héraklés (řím. Hercules).....	52
Závěr.....	59
Použité prameny.....	61
Monografie.....	61
Elektronické zdroje.....	61
Literatura.....	68
Encyklopedie a slovníky.....	68
Seznam uvedených firem.....	69
Resumé.....	71
Summary.....	72

Úvod

Antika a její kultura nám bezpochyby přinesla mnoho, je základem, který ovlivňoval a stále ovlivňuje další kultury. Proč právě antika je tímto základem? Jistě díky svému smyslu pro životní realitu, také ale pro svou náklonnost k jeho poetizaci a pro svou bohatou schopnost imaginace. Přinesla nám nejenom mnohé poznatky z oborů technických, jakkoliv byly omezeny dobou, i z oblastí společenských, konkrétně z náboženství, filosofie, umění a krásné literatury. Hlavní podíl na této plodnosti má kombinace různých faktorů – ekonomického, společenských poměrů a uspořádání apod.¹

Semínka, která antika zasadila, vyrostla v mohutné stromy a stále plodí ovoce. Kultura řeckého a římského starověku měla velký vliv na vzdělanost evropského kontinentu, je ovšem často zapotřebí se k antickou vydobytým vědomostem vracet, abychom mohli vzdělanost plně pojmout a pochopit². Umělecká díla stále vybízí k obdivu, Řecko a Řím jsou stálicemi v nabídkách cestovních kanceláří, antická mytologie je stále naší součástí.

Mýty, prvotně vzniklé z potřeby vysvětlení racionálně neuchopitelných jevů a skutečností, vytvořené lidmi, začaly žít vlastním životem. Přírodní jevy nabyly podoby božstev, která měla magické či zázračné schopnosti a prožívala vlastní příběhy. Jako se kraj od kraje lišila oblíbenost a význam konkrétních bohů, stejně tak se lišily i jejich příběhy, přenášené ústním podáním z generace na generaci, skrze všechny společenské úrovně. Tyto mýty, které nikdy nebyly sepsány do všeobsažné knihy³, byly součástí každodenního života všech lidí v podobě obětí a darů bohům, všudypřítomných chrámů a domácích oltářů, vyzdobených mytologickými náměty, jenž bylo možné spatřit všude, od vzácných šperkovnic a váz, po zdi domů obyčejných lidí. Snad pro její odlehčenost a hravost, snad pro mnohostrannost, podobnou běžnému životu.⁴ Stejně jako se mohl zamilovat smrtelník, mohl i bůh, též mohli oba pro svou lásku trpět. Stejně jako smrtelník cítil zlobu a vztek a volal po pomstě, i bůh spřádal své plány a mstil se. Smrtelníci rádi jedli a zpívali, též i bohové, smrtelníci bojovali ve válkách, i bohové měli své důvody válčit.

Je těžké mluvit o něčem, o čem již bylo tolik řečeno a napsáno. Veškeré odborné texty se shodují v tom, že antická kultura měla něco, co člověka přitahovalo, přitahuje a myslím, že

¹ Srv. SVOBODA, L. a kol. *Encyklopedie antiky*. Praha : Academia, 1973. ISBN 401-22-875, str. 7n. (dále jen Encyklopedie antiky)

² Srv. BAHNÍK, V; BĚLSKÝ, J; BUSINSKÁ, H. aj. *Slovník antické kultury*. Praha : Svoboda, 1974. ISBN 25-119-74, str. 5. (dále jen Slovník antické kultury)

³ Srv. HOUTZAGER, G. *Encyklopedie řecké mytologie*. B. m. : Rebo productions, 2003. ISBN 80-7234-287-8, str. 7. (dále jen Encyklopedie řecké mytologie)

⁴ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 7n.

i přitahovat bude. Pokud bych znala odpověď na otázku, *o co konkrétně jde*, nepochybně bych ji zde uvedla, avšak přes veškerá jednotlivá nevyvratitelná fakta uvedená v slovnících a encyklopediích, nedokáži tuto „esenci“ přesně definovat.

Antika (či historie obecně) působí v různých dobách různě a podle porozumění těch, kteří ji recipují. Avšak odborné texty se zabývají převážně těmi velkými působeními, která měla vliv na vývoj vědy či umění. Ale co působení na člověka jako individuum?

Tu část lidské populace, která se o historii zajímá, můžeme rozdělit na tři skupiny, a sice podle toho, jak ta která skupina historii chápe, jak ji chce využít, nebo jak se jí chce věnovat.

První skupinu označím jako „nadšence“. Tito lidé, ať už mladí či staří, hledají a nacházejí v historii určité kořeny, základy, tradice, které jsou pro ně zábavné a zajímavé. Poslední dobou se mezi mladými lidmi rozšířil zápal pro historický šerm a tzv. „*living history*“ – tedy živou historii. Tyto skupiny se zabývají nejen starými (a tudíž osvědčenými) způsoby šermu a boje, řemesly a dávnými výrobními postupy, ale i starým náboženstvím, kdy rekonstruují, jak mohly náboženské obřady vypadat, zahrnují je do svého života a inspirují se jimi, stejně tak dávnými hrdiny té oné kultury, ať už to byli např. Keltové, Germáni, Římané a jiní. Tato novodobá „renesance starých kultur“ má podle mého názoru původ v dnešní postmoderní tekuté přetechnizované společnosti zaměřené na zisk, kdy se hrdinské činy a opravdová víra mezi lidmi dají najít jen těžko a kdy se rozdělat oheň nebo postavit přístřeší z toho, co nabízí les, jeví běžnému člověku jako problém. Návrat k původním kořenům je tedy nejen připomínání si dávných událostí a dovedností, ale také touha po příbězích o velkých činech a bozích a lidech, kteří kdysi těchto velkých činů byli schopni. A to přesně historie, mýty a pověsti (neboť nelze tyto aspekty minulosti od sebe zcela oddělit) obsahují. Skupiny a spolky zabývající se tzv. živou historií, mají společnou myšlenku, kterou odráží již název tohoto směru počínání. Pro ně je historie stále živá, je promítána do jejich činnosti a skrže ně a jejich snahu ji poznat a opakovat je zas a znovu přiváděna k životu.

Další skupinou jsou „vědci“. Tito lidé se historii věnují důkladněji, někteří jí dokonce zasvětili celý svůj život, a to z mnoha různých důvodů – ať už je to nadání pro studium a bádání, k čemuž je nutná kromě nadšení i velká dávka trpělivosti, dále naplnění duchovních potřeb, sledování paralel se současností a mnoho dalších. Avšak jeden jediný důvod můžeme s velkou dávkou jistoty ve výčtu vynechat. Zisk. Vědci, učitelé, badatelé, spisovatelé, neoživují historii v pravém slova smyslu jako skupina předcházející, spíše ji připomínají,

snaží se poznatky dál prozkoumávat, upřesňovat a posléze předávat. Ovšem první zmíněná skupina by bez výsledků práce těchto vědců neměla co oživovat.

Třetí, pro tuto bakalářskou práci nejvýznamnější skupinou, neboť jsou to objekty mého zkoumání, jsou lidé, kteří se rozhodli historii využít pro svůj materiální prospěch, konkrétně majitelé či zakladatelé firem, kteří využívají jména bohů a hrdinů a jejich příběhů (v názvech firem, produktů). Protože by nebylo možno takto obsáhnout všechna období lidské historie, zabývám se ve své práci obdobím antiky, konkrétně antické mytologie.

Pro úplnost bychom ještě mohli připomenout jedno specifické odvětví, které jde skrze všechny mnou vyjmenované a alespoň stručně charakterizované skupiny, a to zábavní průmysl. Ať už myslíme filmy, nebo deskové hry a další, se všim se v posledním desetiletí doslova „roztrhl pytel“. Hollywoodské spektakly o antických, severských a jiných recích (reálných či vymyšlených) a jejich osudech jsou mnohdy produkovány či filmovány nejen pro nadšence, ale i jimi, dokonce se na tom podílejí i vědci, ke kterým se zodpovědnější tvůrci chodí radit, a ze třetí skupiny si samozřejmě bere zábavní průmysl právě zisk.

Různá období dějin si antickou kulturu přetvářela do jim pochopitelných a uchopitelných tvarů, ať už to byla umně vytesaná socha nebo skvostné literární dílo, které se antickou kulturou a mytologií, lépe řečeno nějakým konkrétním příběhem, myšlenkou nebo událostí, inspirovalo. Co se týče obyčejných lidí, kteří se historií podrobněji nezabývají, není dnes bohužel o krásné sochy a výtečná literární díla velký zájem, zato je zájem o časopisy, bulvár, filmy a televizní pořady. Přestože si nejsem tak úplně jista, jaký poměr byl v dřívějších dobách mezi lidmi, kteří knihu přečetli a sochu obdivovali a kteří ne, není těžké zjistit, jaký deník je dnes nejprodávanější a tím pravděpodobně i nejčtenější. Tyto „lidové“ druhy zábavy mají v sobě ještě jaksí navíc (ať už se nám to líbí, nebo ne) obrovské množství reklam – a tím pádem i množství příležitostí právě pro třetí skupinu, jak člověka zlákat ke koupi či k využití služeb. Na té pak záleží, jak potenciálního zákazníka osloví, zda svou reklamu vytvoří trefně a především (zdánlivě) srozumitelně a jasně.

Zajímavá je otázka, čím všim je svět antických bohů a hrdinů vhodný pro využití reklamou, čím všim může tato reklama posléze zaujmout a ovlivnit průměrného Evropana.

V dnešní době se již neklade důraz na výuku latiny či řečtiny, antika ale zůstává součástí výuky dějepisu. Jistě je důležité, že i příběhy a báje antiky nejsou zcela vypuštěny, stále je součástí povinné četby na většině základních a středních škol Eduard Petiška a jeho Staré řecké báje a pověsti. Přestože je zde mytologie podána jednodušší formou, zůstávají tyto příběhy alespoň částečně v podvědomí lidí a jsou oživovány filmy, cestováním či exkurzemi.

Do Itálie a Řecka se dnes cestuje běžně, běžné jsou i cesty s průvodci, kteří připomínají historii i dávné pověsti.

Uvedené příběhy jsou jistě lákavé svou komplexností a složitostí. Svět antické mytologie není jen nějaký soubor pohádek, ale představuje podobně rozmanitou strukturu, jako svět opravdový (koneckonců z něj a z lidských představ vzešel). Strukturu, kde každá lidská vlastnost, ať už dobrá či špatná, každý lidský osud a úděl, ať už zasloužený, nezasloužený, předpovězený nebo daný čistou náhodou, každý tento aspekt zde má své místo a každý člověk zde může hledat paralelu k životu svému nebo životu svých blízkých, neboť i bohové jsou zde lidem nesmírně podobní. Tento mytologický systém ve starověkém Řecku a Římě prostupoval všechny aspekty života lidí, což se reklamě opět velmi hodí – její tvůrci si dokonce mohou vybrat mezi několika možnostmi, které lze využít.

Myšlenková zakotvenost je jistě nedílnou součástí souhrnu „pro“. Antická kultura dala základ kultuře dnešní, ačkoliv si to již nemusíme uvědomovat. Je to jasně daný a nevyvratitelný fakt. Křesťanství i přes dva tisíce let nedokázalo smazat a donutit zapomenout. Možná kvůli svému dogmatismu, jenž nemůže překonat kouzlo dynamicky se vyvíjejících příběhů antických božstev a hrdinů. Antiku cítíme minimálně jako důležitou a jako tradičně uznávanou hodnotu, přestože mnoho příběhů antické kultury bylo již obyčejnými lidmi zapomenuto či proměněno, přejmenováno a pokládáno za křesťanské, mnoho jich stále v našem podvědomí koluje a nebo se zdá důvěrně známá, i když si větší detaily nepamatujeme, což také může vytvářet jakýsi tajuplný opar, který antickou mytologii zahaluje a tím ji dává tajemný, magický nádech, kterým se necháváme zlákat, stejně jako mnozí významní renesanční i jiní umělci. Toho reklama velmi vhodně využívá. Dalo by se říci, že odkazovat na bájně hrdiny a jejich hrdinské činy je „v kurzu“. Též známe více antických příběhů, než těch severoevropských, asijských či jiných, tím pádem i jmen, názvů míst a pojmenování. Vskutku jen místní, odborníci a zarytí fanoušci budou znát více z těchto okruhů než z okruhu antického.

Druhů a typů reklamy je velmi mnoho. Ve své práci jsem se zaměřila na ten druh reklamy, který si může dovolit každá firma – jméno. Zajímavé je, že na rozdíl od promyšlených reklam v televizi, tisku a na internetu získávají firmy svá jména často náhodou nebo bez většího myšlenkového úsilí. Toto tvrzení mám doloženo množstvím odpovědí, které jsem obdržela od dotázaných firem, ačkoliv odpovědi bylo překvapivě výrazně méně, než položených dotazů. Kvůli, nebo naopak díky tomu, jsem však měla větší prostor při

vymýšlení důvodů a myšlenkových pochodů, které vedly k pojmenování firem tím způsobem, jaký je uveden v mé práci.

Jako cíl mého výzkumu jsem si stanovila vyhledání firem (a produktů), které nesou jména z antické mytologie a jejich porovnání s konkrétním příběhem. K podobnému výzkumu, pokud je mi známo, nebylo zatím přistoupeno, nebylo tedy možné využívat sekundární literatury.

Ve své práci jsem uvedla přepisy řeckých a latinských jmen, použité Encyklopedií antiky.

Postupu práce se věnuji v následující kapitole.

Postup práce

Předmětem mé práce byl výzkum toho, jak se používají jména antických bohů a hrdinů v reklamě. Reklama je dosti obsažný pojem a zjistila jsem, že mnoho reklam, například televizních či uváděných v rádiovém vysílání, není nikde archivováno. Pokud tedy v danou chvíli takováto reklamní kampaň neprobíhá, je velký problém ji zpětně vypátrat. Co ovšem vypátrat lze, jsou názvy firem a jimi nabízených produktů. Proto jsem zúžila oblast svého výzkumu právě na názvy.

Pramenů jsem tedy měla dostatek, a to díky internetu, ze kterého jsem povětšinou získávala informace. S firmami jsem se setkávala i v běžném životě, avšak v malém počtu. V dnešní době je téměř každá firma zaregistrována v některém z internetových portálů a domén, které často základní informace po určitý čas inzerují zdarma, druhou variantou jsou vlastní webové stránky, kde společnost může uvádět více detailů, týkajících se oblasti podnikání – nabídky služeb či zboží, kontakty apod. Takové stránky byly pro mou práci velmi důležité, protože zde mohou firmy uvádět i důvod výběru svého názvu, ať už cíleně (vysvětlení, hesla, motto, citáty) nebo detailnějším popsáním své činnosti, ve kterém jsem si mohla vyhledat potřebné informace a jejich vazby.

V rámci získávání informací jsem rozesílala e-mailové zprávy s dotazem, zda by mi objasnili důvod svého pojmenování. Odpovědí bylo bohužel poskrovnu, ale i tak mé práci posloužily.

Ke srovnání názvů firem a jejich působení s antickými bájemi jsem samozřejmě potřebovala kvalitní a přehlednou literaturu, zabývající se antickou kulturou a mytologií. Tu jsem našla ve slovnících a encyklopediích, které jsou běžně dostupné v knihovnách, a ve kterých jsou informace zpracovány v heslech řazených podle abecedy. Jsou však zpracovány různým způsobem, některý titul je více zaměřen na umění, jiný převážně na děj bájí a pověstí, další na jejich vznik a vývoj. To bylo nutné brát při výzkumu v potaz. Od každého způsobu zpracování je většinou vícero titulů, musela jsem tedy vždy vybrat ten, který má hloubku odpovídající mým potřebám. Pro práci byly též důležité překlady významných děl antické literatury, týkajících se bájesloví, ačkoliv byly pro vyhledávání množství názvů a souvislostí značně časově náročnější, než přehledná hesla v encyklopediích. Seznam použité literatury je přiložen v závěru práce.

Stať jsem rozdělila na několik částí – Zeus a jeho sourozenci, Božští potomci Dia, Další významní bohové a bytosti a Napůl lidé...Bylo možno text rozdělit jinak, například na

dvanáct bohů sídlících na Olympu a ostatní. Přesto jsem zvolila dělení složitější, a to z prostého důvodu. Ne každý čtenář ví, jaké „příbuzenské“ vztahy mezi bohy a hrdiny panovaly, mohla jsem tedy některé čtenáře obohatit o větší rozhled.

Tyto části obsahují kratší texty nazvané podle konkrétních jmen, kterým se věnují, jejich řeckou i římskou podobu, neboť jsem prozkoumávala vždy obě varianty. Následuje popsání výsledku průzkumu, porovnání s mytologií, ohodnocení vhodnosti použití a případné návrhy použití možného, avšak nenalezeného.

1. Zeus a jeho sourozenci

1.1. Zeus (řím. Jupiter)

Římská podoba je obecně méně známa, než podoba řecká, tím pádem je i méně používána. Lze ji najít v názvech hotelů (*Penzion Jupiter*⁵), společností, které se zabývají lázeňstvím (*Relaxační lázně JUPITER*⁶), diskoték (*JUPITER KT Jihlava, spol. s r.o.*⁷), firem na zajišťování hudební produkce (*Jiří Koubek - Agentura Jupiter*⁸). Všechny tyto firmy dle mého názoru využívají Jova jako symbol všemocnosti, vlády nad vším, kontroly a sebevědomí v daném oboru. Stejně tak firma *JUPITER CONSULTING s.r.o.*: „*Společnost Jupiter Consulting s.r.o. se zabývá daňovým poradenstvím, zpracováním daňových přiznání, kompletním vedením účetnictví, mzdové a personální agendy, účetním a daňovým, organizačním a ekonomickým poradenstvím. Hlavní důraz klademe na individuální potřeby klientů, snažíme se o navázání blízkého kontaktu s našimi klienty a jsme jejich partnery a poradci kdykoliv se na nás obrátí. Přejeme si, aby prioritou našich klientů bylo jejich podnikání, nikoliv zabývání se daňovou a účetní problematikou. Hlavním cílem byla vždy kvalita poskytovaných služeb a navázání dlouhodobé spolupráce s klienty.*“⁹

Hůře se hledají souvislosti ve smyslu názvu *Nakladatelství Jupiter spol .s r.o.*¹⁰, které vydává dětské knížky, či názvu umělecké agentury.¹¹

Běžné použití - v názvech lékáren, např. *U Jupitera*¹², kde bylo použito pravidelné skloňování místo nepravidelného (*U Jova*), nejspíše proto, aby byl název lékárny pro běžného člověka srozumitelný, neboť souvislost Jupitera s Jovem na první pohled nemusí být každému známa.

Zeus security agency zabezpečuje objekty: „*V Praze a okolí Vám nabízíme připojení na pult centrální ochrany, kdy Váš objekt bude střežen 24 hod. denně.*“¹³ Na webových

⁵ <<http://www.grifis.cz>> [cit. 2010-05-14]

⁶ <<http://www.laznejupiter.cz>> [cit. 2010-05-14]

⁷ <<http://www.firmy.cz/detail/421222-jupiter-kt-jihlava-jihlava.html>> [cit. 2010-05-14]

⁸ <<http://www.portaldubi.cz/jiri-koubek--agentura-jupiter/>> [cit. 2010-05-14]

⁹ <<http://www.uctoadane.cz/onas.htm>> [cit. 2010-05-13]

¹⁰ <<http://www.librum.cz/knihy/f91dddcb1f29147661c8dc02de1e99c2/>> [cit. 2010-05-14]

¹¹ <<http://www.agenturajupiter.cz/>> [cit. 2010-05-14]

¹² <<http://www.lekarnaujupitera.cz/>> [cit. 2010-05-14]

¹³ <<http://www.zeus-sa.cz/index.php?pid=1>> [cit. 2010-05-14]

stránkách má firma svůj slogan, vysvětlující její název: „ZEUS VIDÍ VŠE!“¹⁴ Stejný význam jména využívá Zeus Corp. (ochrana a sledování osob, detektivní služby¹⁵).

„...ZEUS Trade, s.r.o. se od roku 2006 specializuje na prodej ready made společností a zakládání firem - společností na zakázku.“¹⁶ Zde Zeus vystupuje jako symbol stvoření; je známo, že byl velmi záletný a kromě tří Héřiných dětí zplodil mnoho dalších potomků, avšak myslím si, že pochopení Diova jména touto firmou bylo ovlivněno Bohem křesťanským, který jako stvořitel vystupuje běžněji. Předpokládám, že firma také nechtěla dát svým zákazníkům na vědomí, že její „děti“, tedy ready made společnosti a firmy, budou pronásledovány žárlivou Hérou, která jim bude znepríjemňovat život.

Stejně zaměřená budou pojmenování celních služeb (Ing. Břetislav Vévoda –ZEUS¹⁷), účetního a daňového poradenství (Igor Zemánek – Zeus¹⁸), stavební činnosti (Zeus s.r.o.¹⁹), realitních kanceláří (Zeus-reality kancelář s.r.o.²⁰), zajištění a organizace společenských akcí (ZEUS FABER, s.r.o.²¹), kde Diovo jméno symbolizuje pevnou ruku a komplexnost služeb.

ZEUS - zemědělské služby, spol. s r.o.²² bohužel nemá webové stránky a ke svému názvu se nevyjádřila. Nejpravděpodobnější bude spojení s blesky, hromy a deštěm, kterým Zeus vládl: „Tak starobylý ráz boha nebeských (meteorologických) úkazů, jenž se odrážel v jeho jméně, a spojení s bohy horských temen vedly k tomu, že Z. byl hlavním bohem počasí. K němu se obraceli s prosbou o déšť, o to, aby přestala letní vedra, i o ochranu před bleskem...Z boha blesku a deště se pak snadno stal vladař veškeré přírody a dárce vegetace.“²³ Možná si tedy takovýmto pojmenováním chtěla společnost naklonit Dia na svou stranu, aby chránil jejich zemědělské podnikání, aby důležitá období polních prací nezastihl nechtěný déšť, aby měly plodiny vhodné počasí pro dobrý růst. Též je možné, že v rámci nabízení svých služeb, společnost chtěla tímto jménem naznačit, že už Dia nakloněného má, a že její podnikání vždy provází štěstí a příroda vždy stojí na jejich straně, a tím pádem by si možný zákazník měl vybrat právě tuto společnost, protože její služby jistě budou nejkvalitnější ze všech. Je také možné, že název vznikl z prvních písmen slov „zemědělské „a „služby“ – ze-, -s, doplněných o písmeno –u-, může se tedy jednat o akronym. Ovšem jistě i

¹⁴ <<http://www.zeus-sa.cz/index.php?pid=1>> [cit. 2010-05-14]

¹⁵ <<http://www.zeuscorp.cz/>> [cit. 2010-05-14]

¹⁶ <<http://www.zeustrade.cz/ready-made-prodej-spolecnosti.php>> [cit. 2010-05-14]

¹⁷ <<http://www.kdomitoudela.cz/515261~Spedice>> [cit. 2010-05-03]

¹⁸ <<http://www.dufi.axis4.info/?fKategorie=12358>> [cit. 2010-05-03]

¹⁹ <<http://www.zeussro.cz/>> [cit. 2010-05-03]

²⁰ <<http://www.zeusreality.cz/>> [cit. 2010-05-03]

²¹ <<http://www.zeusfaber.cz/>> [cit. 2010-05-03]

²² <<http://www.firmy.cz/detail/2369559-zeus-zemedelske-sluzby-lichocaves-noutonice.html>> [cit. 2010-05-03]

²³ Encyklopedie antiky, str. 695.

při tomto způsobu tvoření jména muselo být myšleno na Diovy božské funkce a schopnosti, protože Zeus je v běžné populaci velmi dobře znám.

Dále je příhodně použito Diovo jméno v názvu firmy *Zeus Výtahová technika s.r.o.* Tato firma slibuje, že jejich výtahy vynesou všechny až na Olymp.²⁴

1.2. Déméter (řím. Ceres)

Co se Déméter týče, je možno zmínit *Společnost Deméter: „Sdružování a vzdělávání členů z řad odborné, rodičovské i laické veřejnosti v oblasti aktivního přístupu k výchově dětí“*²⁵. Je zde zdůrazněna mateřská a ochranná funkce této bohyně.

Dále lze najít kolem dvaceti firem²⁶, které nesou jméno (příjmení) zakladatele či vlastníka firmy. Ti se zabývají mnoha různými obory podnikání, souvislost s antickou bohyní plodnosti, úrody a mateřství zde nalezneme jen těžko.

Celkově jsou Déméter a její určení v názvech firem používána velmi málo. Jeden z možných důvodů může být i to, že příjmení Demeter je známo jako běžně používané romské příjmení. Je ale škoda, že se jméno bohyně plodnosti, dárkyně obilí a ochránkyně zemědělství²⁷ nevyužívá častěji, protože kdo jiný by měl být patronem všech společností orientovaných na zemědělství?

Ceres se vyskytuje například v názvu cestovní kanceláře *Ceres (CK CERES)* která se mimo další destinace (Chorvatsko, Rakousko) orientuje i na Itálii²⁸, zdali jsou zde další vazby, můžeme jen spekulovat.

Ovšem častěji se můžeme setkat s používáním slov cereálie, cereální, samozřejmě ve vztahu k potravinářským výrobkům z obilnin (dnes i popř. z kukuřice či rýže). Mohu jmenovat například *GEKO CEREAL, s.r.o.* (Výroba potravin zdravé výživy²⁹); *Cereal Partners Czech Republic, s.r.o.* dokonce na svých stránkách Ceres zmiňují: „Název "cereálie" pochází z mytologie a je odvozen od názvu her, které oslavovaly bohyni Ceres, patronku dobré úrody a sklizně.“³⁰ Zmiňované hry, nebo spíše oslavy, Cerálie, byly římskou obdobou

²⁴ <<http://www.vytahyzeus.cz/>> [cit. 2010-11-05]

²⁵ <<http://www.firmy.cz/detail/1691622-spolecnost-demeter-sibrina.html>> [CIT. 2010-05-03]

²⁶ <<http://www.firmy.cz/phr/demeter>> [cit. 2010-05-18]

²⁷ Encyklopedie antiky, str. 138.

²⁸ <<http://www.ceres.cz/taliansko>> [cit. 2010-10-21]

²⁹ <<http://www.firmy.cz/detail/694398-geko-cereal-praha-hodkovicky.html>> [cit. 2010-10-21]

³⁰ <<http://www.cerealie.cz/cs/pro-maminky/vse-o-cerealiich/otazky-odpovedi/>> [cit. 2010-10-21]

Eleusínských mystérií, což byly v podstatě obřady oslavující plodnost, a snahy ji zvýšit, též připomínání příběhu o Déméter, která hledala svou milovanou Persefonu, již si přivlastnil Hádés. Diem bylo nakonec rozhodnuto, že Persefoné bude devět měsíců u své matky a tři měsíce v podsvětí. Tyto tři měsíce smutní Déméter pro svou dceru a na zem sesílá zimu. Tajná (veřejnosti nepřístupná) část mystérií měla však silnější sexuální zabarvení³¹ – tento fakt ale jistě nebude firma připomínat na stránkách, kde nabízí cereálie pro děti.

Další firmy zabývající se produkcí či prodejem cereálních produktů zvolily jiná jména³², nejspíše pro snazší rozlišení jednotlivých firem.

1.3. Héra (řím. Iuno)

*Agentura HERA s.r.o.*³³ je agentura, která se zabývá realizacemi reklamních aktivit a reklamních kampaní. Otázkou je, zda si agentura vybrala svůj název záměrně podobný jménu bohyně Héry, nebo jde o slovní hříčku, složení jména z prvních písmen např. jmen zakladatelů firmy (akronym), prvních písmen nějakého firemního motta apod. Na svých internetových stránkách se firma zmiňuje o své snaze uspokojit zákazníka tak, aby se k této firmě v případě potřeby vrátil. Je možné zde najít souvislost s Hérinou žárlivostí, ne však s mateřskou láskou a péčí – vzpomenu např. Héfaista, jenž byl po svém narození pro svou slabost a ošklivost svržen Hérrou z Olympu – která by byla pro název firmy jako reklamního činitele příhodnější. Jako pravděpodobnější se jeví souvislost s Hérinou schopností vidět do budoucna – to by odkazovalo na schopnost firmy předvídat a díky tomu se přizpůsobit tak, jak je potřeba – zde by mohlo jít o odkaz na změnu podoby, které je Héra též schopna. Tím může být ukazováno i na kreativitu, umění přizpůsobit se zákazníkovi přání, dovést projekt k funkční dokonalosti a předvést se jako nejvyšší bohyně, jako vládkyně nad situací.

Héra či Hera je ovšem i příjmení, většina českých firem s tímto jménem odkazuje právě na příjmení vlastníka či provozovatele, například *Josef Héra*³⁴, *Jiří Héra*³⁵, *Miloslav Hera*³⁶ – všechny tyto firmy se zabývají rekonstrukcemi, stavební činností, zednickými pracemi atp.

³¹ Srv. Encyklopedie anitky, str. 138.

³² <<http://www.firmy.cz/phr/Cere%C3%A1lie>> [cit. 2010-10-21]

³³ <<http://www.aghera.cz/onas2.html>> [cit. 2010-05-18]

³⁴ <<http://www.firmy.cz/detail/2158122-josef-hera-mestec-kralove.html>> [cit. 2010-05-18]

³⁵ <<http://www.firmy.cz/detail/1546783-jiri-hera-mestec-kralove.html>> [cit. 2010-05-18]

³⁶ <<http://www.hera-stavby.cz/>> [cit. 2010-05-18]

Brněnské *fitness studio HeRa* svůj název pravděpodobně získalo z prvních dvou písmen jmen hlavních cvičitelek – Helena a Radka³⁷. Vazba jména studia a antické bohyně zde nejspíše nebude.

Co se týče zboží, je jméno Héra či Hera používáno podobně jako jména jiných řeckých bohyň, a to v oblasti zařizování domácnosti, spodního prádla a šperků. Tradičně se takto jmenuje rostlinný tuk na pečení Hera³⁸. Též existuje rostlinný tuk Juno, má skoro stejné výživové hodnoty jako Hera. Jméno Juno mohlo být použito v návaznosti na možnou nahraditelnost Hery Junonou – v antické mytologii měly velmi podobné určení; touto cestou se ubíraly mé myšlenky nejdříve, avšak pak jsem objevila nový zdroj informací – rodinný kruh. Dozvěděla jsem se, že existoval velmi známý slogan „Hera, rodná sestra másla“. To otevírá nové možnosti výkladu. Můžeme si představit Dia jako máslo a Heru, rostlinný tuk, jako jeho sestru (opravdu jeho sestrou byla). Juno, též rostlinný tuk, můžeme pak chápat jako další sestru zmíněných, a nebo jako sestru nejvyššího Jova – což je v podstatě stejná dvojice, což pak staví tuk Juno na stejnou úroveň s tukem Hera – a to byl pravděpodobný cíl: dát kupujícím na vědomí, že tuk Juno není o nic horší než jim známá Hera.

1.4. Hestiá (řím. Vesta)

Cudná bohyně rodinného krbu. Její řecké jméno nese např. firma *Hestia krby CZ* („Společnost *Hestia Krby* na základě požadavků klienta realizuje individuální návrhy *krbových kompletů včetně vhodných horkovzdušných systémů vytápění.*“³⁹), kde je použití příhodné, dále např. *Restaurace Hestia*⁴⁰, která spíše než na rodinný krb odkazuje na jeho teplo, pohodlí, útulnost a bezpečí a láká těmito atributy potenciální zákazníky, stejně tak láká hladové svým jménem, které slibuje, že se zde budou mít stejně dobře jako doma a stejně tak jim bude i chutnat.

Dále má Hestii v názvu firma *HESTIA spol. s r.o.*⁴¹, provozující internetový obchod s okny a dveřmi, tedy součástmi domova, jejichž kvalita zajišťuje pohodlnost bydlení, také jeho bezpečnost, udržování a regulaci teploty. Stejnou oblastí se zabývá firma *HESTIA* –

³⁷ <<http://www.studiohera.cz/o-nas>> [cit. 2010-05-18]

³⁸ <<http://www.pecenijeradost.cz/>> [cit. 2010-05-09]

³⁹ <http://www.hestia.cz/index2.php?page=o_firme> [cit. 2010-05-09]

⁴⁰ <<http://www.firmy.cz/detail/2110483-restaurace-hestia-melnik.html>> [cit. 2010-10-22]

⁴¹ <<http://www.firmy.cz/phr/HESTIA%20spol.%20s%20r.o.>> [cit. 2010-05-18]

WELT s.r.o. („Zabýváme se výrobou, montáží a poradenstvím v oblasti plastových oken a dveří, hliníkových systémů, garážových vrat, střešních oken a zasklívání lodžii.“⁴²).

Firma *Milan Zetek - Hestia* má na starosti, aby rodinný krb nezpůsobil nechtěné škody: „Agentura HESTIA - Milan Zetek již od roku 1990 zabezpečuje pro své zákazníky všechny povinnosti na úseku požární ochrany, jež právnickým a podnikajícím fyzickým osobám ukládá zákon č. 133/1985 Sb. o požární ochraně, v posledním platném znění.“⁴³ Toto použití je velmi příhodné, neboť vestálky, římské kněžky bohyně Vesty, měly za úkol udržovat a střežit posvátný oheň. Byly ale dány určité podmínky, které vestálky nesměly porušit, například musely zůstat v tomto úřadě minimálně třicet let a po tuto dobu si také musely udržet panenství, a to pod trestem smrti.⁴⁴ Věřím, že nikdo netrestal bývalé zaměstnance této firmy, kteří změnili zaměstnání před uplynutím zmíněného termínu, ani že si museli udržovat „tělesnou čistotu“. Je ale pravdou, že přísné dodržování daných pravidel a řádů, týkajících se požární ochrany, je nutnost. Pokud by firmu nestihl trest ze strany státu, jistě by se o řádný trest v případě dopadů na něčí zdraví či dokonce život postaralo svědomí nedůsledných pracovníků.

„Hestia byla velmi významnou bohyní, poněvadž rodinný krb, jehož byla strážkyní, byl středem rodiny. U něho hledali záštitu nejen členové rodiny, ale i z vlasti vypuzení a persekovaní; při krbu se i přísahalo; Hestia neochraňovala jen rodinu, nýbrž i sám stát, který je, stejně jako obec, velkou rodinou. Měla proto své oltáře i svatyně v radnicích, v prytaneích, na oltářích planuly věčné ohně. Vystěhovalci si odnášeli a pečlivě opatrovali oheň z domácího oltáře. Po založení nové obce zapalovali tímto ohněm, přineseným ze staré domoviny, oheň na nových oltářích.“⁴⁵ Realitní kancelář *Hestia bohyně domácího krbu, s.r.o.*⁴⁶ sice asi nechce zakládat věčný oheň v nabízených bytech či domech, ale jistě si bere za cíl, aby si zákazníci pro sebe vybrali to nejlepší, aby se zde hned cítili jako doma a aby tím teplo jejich rodinného krbu – dnes spíše chápáno jako domácí pohoda – neztrácelo na své síle.

Firma *Komplexní domácí péče Hestia, s.r.o.*⁴⁷ svým názvem naznačuje, že se o své zákazníky postará právě u nich doma, a tím možná nastolí i pohodu, která je pro nemocné k nezaplacení. Zmiňované vestálky měly vykonávat domácí práce v králově domě, až později v chrámu své bohyně, který udržovaly v čistotě, a kde připravovaly pokrmy pro obřady.⁴⁸ Pod

⁴² <<http://www.volny.cz/hestia-welt/>> [cit. 2010-05-09]

⁴³ <<http://www.hestia-zetek.cz/index.html>> [cit. 2010-05-09]

⁴⁴ Srv. Encyklopedie antiky, str. 670.

⁴⁵ Slovník antické kultury, str. 256.

⁴⁶ <<http://www.firmy.cz/detail/615149-hestia-bohyne-domaciho-krbu-praha.html>> [cit. 2010-05-09]

⁴⁷ <<http://www.firmy.cz/detail/725871-komplexni-domaci-pece-hestia-havirov-mesto.html>> [cit. 2010-05-09]

⁴⁸ Srv. Encyklopedie antiky, str. 670.

komplexní domácí péči si tedy můžeme představit veškerou péči nejen o pacienty, ale i o jejich domácnost, včetně úklidu, nákupu, přípravy pokrmů apod.

ATELIER HESTIA, s.r.o. se zasazuje nejen o rodinný krb, ale o vznik či změnu celého rodinného příbytku, neboť nabízí projektové a inženýrské služby, „*Novostavby, přístavby, nástavby, vestavby, rekonstrukce*“.⁴⁹

Zajímavé je ovšem *občanské sdružení Hestia*. Dovolím si citovat celý popis působení tohoto sdružení, protože myslím, že se opravdu jedná o v dnešní době nevšední záležitost:

„HESTIA je antická bohyně rodinného krbu a dobrých lidských vztahů. Podle ní jsme v roce 1993 nazvali nadaci pro rodinu, kterou jsme založili při pražské manželské a rodinné poradně. Připravovali jsme semináře a kurzy pro sociální pracovníce a další pomáhající profese, vydávali jsme adresáře sociálních služeb. V roce 1998 jsme změnili nadaci na občanské sdružení. Díky fondům George Sorose jsme se začali věnovat managementu dobrovolnictví a založili organizační článek "HESTIA - Národní dobrovolnické centrum". Když říkáme: "Jsme placeni za to, že ostatní dělají zadarmo ...", znamená to, že jsme nastartovali v ČR řadu dobrovolnických projektů zaměřených na děti, mládež, pacienty, seniory i nezaměstnané. Pomohli jsme při založení dvaceti regionálních dobrovolnických center, připravili jsme řadu metodik, vyjednali pojištění dobrovolníků, pořádáme pravidelné kurzy a supervizní kluby pro koordinátory dobrovolníků. Metodicky pomáháme již více než padesáti organizacím sdruženým v Koalici dobrovolnických iniciativ. V roce 2001, v mezinárodním roce dobrovolníků, jsme se podíleli na přípravě zákona o dobrovolnické službě, jako prvním legislativním počínem českého státu, který uznává dobrovolnictví jako součást společnosti. Spolupracujeme s řadou mezinárodních dobrovolnických organizací, pořádáme národní i mezinárodní konference věnované dárcovství a dobrovolnictví v Kroměříži. Naším dobrovolnickým centrem projde ročně několik stovek dobrovolníků do několika desítek pražských neziskových organizací. Každoročně předává primátor hl. města Prahy vybraným dobrovolníkům "Křesadlo" - cenu pro obyčejné lidi, kteří dělají neobyčejné věci. Cena Křesadlo naším prostřednictvím nachází cestu do dalších již více než deseti měst a regionů ČR. Na jedné straně se věnujeme těm velmi potřebným - nezaměstnaným, kterým dobrovolnictví pomáhá nalézt novou cestu do zaměstnání a na druhé straně spolupracujeme s několika komerčními firmami na filantropických programech jejich společenské odpovědnosti. V posledních letech se rozšiřují naše aktivity zaměřené na profesionální pracovníky v sociálních službách. Proto jsme v roce 2005 založili druhý organizační článek

⁴⁹ <<http://www.atelierhestia.cz/>> [cit. 2010-05-09]

"HESTIA - Metodické a vzdělávací centrum". V jeho rámci se podílíme na projektech celoživotního vzdělávání a systému kvality v sociálních službách. Naše činnost je zaměřena stále na původní cíl - dobré lidské vztahy. Dobrovolnictví učí lidi spolupracovat na základě dobré vůle, která vyžaduje dobrou vzájemnou komunikaci. To všechno jsou předpoklady pro kvalitu péče nejen v sociálních a zdravotních službách a dalších pomáhajících profesích. Možná neskromně věříme, že zároveň pomáháme k morální a občanské rehabilitaci naší společnosti.⁵⁰

Římská Vesta výrazněji používáno není, pravděpodobně pro shodu s názvem součásti oblečení (pokud není inzerováno právě to).

1.5. Poseidón (řím. Neptun)

Poseidón jako jeden z nejvyšších bohů Olympu, vládce moří, bouří a zemětřesení má celkem jasné určení. Například *Potápěčský klub Poseidon Brno*⁵¹ je toho důkazem, neméně pak restaurace nabízející řecké menu popř. speciality z ryb. Zajímavé je ovšem trochu nevšední pojmenování např. autoservisu, pneuservisu (*POSEIDON Mikulov, s.r.o.*):⁵² „Při vzniku naší firmy jsme se orientovali na prodej sprchových koutů a jeden z těchto koutů se jmenoval POSEIDON. I když se firma časem přeorientovala na jiné činnosti, tak název již zůstal.“⁵³ I takto může být přenesen název firmy, ačkoliv se svým významem již míjí.

Dále se pak zdá zvláštní pojmenování bytového družstva, přestože zde bychom mohli najít souvislost s Poseidónovou pomocí při stavbě hradeb města Tróje. Na svých webových stránkách má družstvo tyto informace: „Bytové družstvo POSEIDON (dále jen "BD") bylo založeno dne 24. listopadu 1999 a je určeno výhradně členům BD (budoucím vlastníkům bytových jednotek) a nájemníkům komerčních prostor v rámci Obytného a komerčního centra POSEIDON (dále jen "OKC")“⁵⁴. Bytové družstvo se tedy jmenuje stejně jako centrum Poseidon, které je pravděpodobně teprve ve výstavbě. Při detailnějším zkoumání se dozvíme více: „V roce 1999 byla zahájena výstavba OKC. V nádherné lokalitě centra města na levém břehu řeky Labe vznikne vysoce moderní komplex nabízející novou dimenzi bydlení...“⁵⁵

⁵⁰ <http://www.hest.cz/h_historie.shtml> [cit. 2010-05-09]

⁵¹ <<http://www.poseidonbrno.wbs.cz/Uvod.html>> [cit. 2010-05-09]

⁵² <<http://www.autoservis-poseidon.cz/>> [cit. 2010-05-09]

⁵³ ZÁMEČNÍK, M. Re: *poseidon* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2009-12-14 [cit. 2009-12-15]. Osobní komunikace.

⁵⁴ <<http://www.okc-poseidon.cz/index.php?page=about>> [cit. 2010-10-23]

⁵⁵ <<http://www.okc-poseidon.cz/index.php?page=about>> [cit. 2010-10-23]

Jméno Poseidon se tedy váže na umístění centra poblíž vody. Pokud ještě zapojíme fantazii a představíme si hezké prostranství s jiskřivou fontánou, je Poseidon vlastně pěkným a příhodným pojmenováním.

Dále je Poseidón součástí jména lékárny (*Lékárna Poseidon*)⁵⁶, bohužel se v názvech lékáren jména antických bohů či hrdinů vyskytují častěji bez větších vnitřních souvislostí.

Bylo by možné využít Poseidónovo jméno pro firmy zabývající se např. výkopy studen, hledání pramenů apod. nebo v souvislosti s bojem Poseidóna a Athény o Attiku. Athéna a Poseidón soupeřili o to, kdo dá užitečnější dar Athénám. Athéna věnovala městu olivovník, Poseidón nechal ze skály vytrysknout pramen slané vody. Athénský král Kekrop rozhodl ve prospěch Athény.⁵⁷ Pokud pomineme to, že byla voda slaná, může být jméno Poseidónovo použito i pro názvy zavlažovacích systémů, pomůcek pro akvaristy atd. Při běžném průzkumu jsem však zjistila, že tyto možnosti ještě nebyly využity.

Co se týče výrobků a zboží, Poseidóna nejčastěji potkáme v názvech potápěčského vybavení⁵⁸, dále např. vysokotlakových čističů⁵⁹, elektroniky, bazénů⁶⁰ nebo stanů⁶¹, jejichž název pravděpodobně naznačuje odolnost vůči vodě; toto pojmenování stanů můžeme vyložit jako „vládce nad vodami“, přestože prvotní myšlenková linie týkající se jména Poseidónova spíše implikuje představu o prostoru, kde se právě voda vyskytuje v hojném množství.

Jméno římského protějšku Poseidóna, Neptun, má podobné, ne-li stejné užití. Často se užívá pro rozlišení firem se stejným zaměřením. Například restaurace⁶² a hotely⁶³ (např. *Horský hotel NEPTUN*), *yachtcentrum Neptun*⁶⁴, dále⁶⁵ potápěčský klub, vodácký oddíl, nabídky kurzů potápění či závodní rybaření. Toto jméno je též užíváno pro názvy⁶⁶ bazénů, nábytku, vysavačů, kol, bot či dalších produktů vyvedených v modré barvě evokující barvu moře či v nepromokavém provedení.

⁵⁶ <<http://www.firmy.cz/detail/375044-klatovske-zdravi-lekarna-poseidon-klatovy-i.html>> [cit. 2010-10-23]

⁵⁷ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 210.

⁵⁸ <<http://www.divers-direct.cz/automatika-jetstream-octopus-poseidon/d35873/>> [cit. 2010-10-23]

⁵⁹ <<http://www.naradionline.cz/zbozi/tlakovy-studenovodni-cistic-alto-poseidon-4-36.html>> [cit. 2010-10-23]

⁶⁰ <<http://www.virive-bazeny.cz/virivy-bazen-poseidon.html>> [2010-10-23]

⁶¹ <<http://www.e-outdoor.cz/p-414-stan-ferrino-poseidon-22.aspx>> [cit. 2010-10-23]

⁶² <<http://www.firmy.cz/phr/restaurace%20Neptun>> [cit. 2010-10-23]

⁶³ <<http://www.firmy.cz/phr/hotel%20Neptun>> [cit. 2010-10-23]

⁶⁴ <<http://www.neptunpraha.cz/>> [cit. 2010-10-23]

⁶⁵ <<http://www.firmy.cz/phr/Neptun>> [cit. 2010-10-23]

⁶⁶ <<http://zbozi.cz/?q=Neptun&sId=iP-5BlaDwz5YinwI4Zx6&r=hp>> [cit. 2010-10-23]

1.6. Hádés (řím. Plútó)

Hádés v názvech firem není běžným jevem, objevila jsem pouze *AUTO-HADES*⁶⁷, prodej ojetých vozů. Nejsem si jista, zda je tento název vhodný – Hádovo jméno totiž upomíná na podsvětí a to zas na nekalé praktiky, což jistě prodejce ojetých vozů zdůraznit či připomínat nechtěl, naopak by spíše raději prezentoval průhledné a čestné jednání.

Pluto se vyskytuje častěji, avšak bez větších souvislostí s oblastmi činnosti firem.

A - PLUTO, s.r.o.⁶⁸ nabízí úklidové a údržbové práce. Tento název zřejmě evokuje snahu sprovodit odpad ze světa, zničení, odsunutí, odstranění odpadu navždy.

*Pluto C.B.S. Security*⁶⁹, neboli bezpečnostní agentura, může využívat stejnou asociaci, ke které se může přidat i jistá nekompromisnost, neboť každý jednou skončí své putování v podsvětí říši, tedy jistota dopadení případného pachatele, nebo jistota v kvalitním zásahu proti němu. Toto vysvětlení se ovšem ukázalo být přespříliš komplikované, neboť dotázaný zástupce firmy vysvětlil název takto: „...*pouze shoda náhod*.“⁷⁰

Dále se Pluto nachází v názvech: obchodu s nápoji a tabákem⁷¹, prodeji kusového textilu a hraček⁷², prodeji krmiv a chovatelských potřeb⁷³ (zde je název odvozen od pohádkového psa Pluta), realitní kanceláře⁷⁴, restaurace⁷⁵, montáže a oprav vody, plynu a topení⁷⁶, nabídkách ubytování^{77 78}, klempířských, pokrývačských, tesařských a zámečnických prací⁷⁹.

Toto jméno nese i plzeňské *Divadlo Pluto*⁸⁰, divadlo malých komediálních forem. Na dotaz po smyslu názvu jsem dostala tuto odpověď:

„...*důvodů je několik*:

a) dle Offenbachovy operety vládce podsvětí holdoval zábavě, kráse a různým kratochvílím.

Myslím, že do „kratochvíle“ patří mimo jiné i divadlo...

⁶⁷ <<http://www.firmy.cz/detail/475160-jiri-sladky-hades-hlucin.html>> [cit. 2010-10-23]

⁶⁸ <<http://www.a-pluto.cz/>> [cit. 2010-10-23]

⁶⁹ <http://www.pluto-security.cz/Pluto_01.htm> [cit. 2010-10-23]

⁷⁰ <petr.hollay@pluto-security.cz> Re: *Pluto* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2010-02-02 [cit. 2010-02-06]. Osobní komunikace.

⁷¹ <<http://www.firmy.cz/detail/269161-pluto-cv-chomutov-3-chomutov.html>> [cit. 2010-10-23]

⁷² <<http://www.pluto.eu/>> [cit. 2010-10-23]

⁷³ <<http://www.chovatelskepotreby-pluto.cz/>> [cit. 2010-10-23]

⁷⁴ <<http://www.reality-pluto.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁷⁵ <<http://www.firmy.cz/detail/2202135-restaurace-pluto-hermanova-hut-horni-sekyrany.html>> [cit. 2010-10-24]

⁷⁶ <<http://www.firmy.cz/detail/1278271-miroslav-moravek-pluto-dohalice.html>> [cot. 2010-10-24]

⁷⁷ <<http://www.penzionpluto.pardubicko.com/>> [cit. 2010-10-24]

⁷⁸ <<http://www.firmy.cz/detail/735891-ivana-ernstova-penzion-pluto-hermanova-hut-horni-sekyrany.html>> [cit. 2010-10-24]

⁷⁹ <<http://www.firmy.cz/detail/704368-pluto-chrudim-ii.html>> [cit. 2010-10-24]

⁸⁰ <<http://www.divadlo-pluto.cz/home.php?page=historie>> [cit. 2010-10-24]

b) *dle mého horoskopu je moje vládnoucí planeta PLUTO*

c) *PLUTO proto, že tento bůh byl svým způsobem velmi kontroverzní...což svým způsobem je i divadlo a vše, co s tím souvisí...*⁸¹

Je pravdou, že divadlo je kontroverzní, je to totiž jeho historická úloha, přinášet a řešit kontraverzí témata nenásilnou cestou, vystupovat proti nastoleným pořádkům, kritizovat je, popř. zesměšňovat, ironizovat, poukazovat na jejich negativa a tím také aktivizovat obecnost a přinášet katarzi.

Pluto se ve zboží vyskytuje opět běžně v⁸² nábytku, hračkách, sportovním vybavení, kočárcích či oblečení bez vnitřní souvislosti.

⁸¹ KIKINČUKOVÁ, J. Re: *Pluto* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2010-01-22 [cit. 2010-01-26]. Osobní komunikace.

⁸² <<http://zbozi.cz/items?q=pluto&order=relevance&minPrice=&maxPrice=&r=zbozi1&redir=1&pId=iP-5BlaDw2in5iCSSj5N&page=3>> [cit. 2010-10-24]

2. Božští potomci Dia

2.1. Afrodité (řím. Venus)

Jméno bohyně především erotické lásky a krásy přímo vybízí k použití v oblasti svatebních salónů⁸³, které slibují nevěstám, že na své svatbě budou vypadat přenádherně - o tom, že se Afroditina láska často křížila s manželským slibem věrnosti se obezřetně nezmiňují, mohli bychom se ovšem zamyslet nad otázkou, zdali by to nevěstám vůbec vadilo. Dále se vyskytuje v oborech kosmetických služeb - *Afrodité - estetické studio*⁸⁴ a kadeřnictví (*Studio AFRODITE*)⁸⁵. Je známým faktem, že bohyně nepodléhaly vlivu stárnutí a tento fakt je pro reklamu dobře využitelný. Která žena by nechtěla být věčně mladá a tím pádem věčně krásná? Dnešní technologie a kosmetické postupy jsou na vysoké úrovni a může se zdát, že opravdu věčné mládí mohou splnit. Realita většinou nebývá až tak pozitivní, jak reklamy slibují, přesto se ale ženy, které o sebe nechají profesionálně pečovat, cítí lépe, krásnější, dokonalejší, což vlastně splňuje jejich touhy, alespoň ty reálné.

Afroditino jméno nese i obchod s květinami (*květinářství AFRODITE*)⁸⁶ - ženy krásné jako Afrodité si přeci zaslouží nádherné květiny z květinářství, nesoucí stejné jméno; alespoň takto si na první pohled žena vyloží tento název. Důvod je ale trochu jiný, neboť Venuše, římská bohyně, ještě než byla ztotožněna s řeckou Afroditou, byla především bohyní jara a přírody.⁸⁷

Ženy samozřejmě chtějí být nejkrásnějšími, ale chtějí být i nejžádanějšími, žádanějšími než ostatní: „*Potupený Héfaistos se vrátil a pozval i ostatní bohy, kteří se smíchem hleděli na důmyslně lapený cizoložný pár. Přítomný bůh Hermés však naplno prohlásil:*“⁸⁸

*„Třikrát tolik by pout, byt' bez konce, mohlo mě svírat,
vy pak, bozi, se dívat, a veškeré bohyně k tomu,
u zlaté Afrodity bych přec chtěl na lůžku spátí.“*⁸⁹

Toto se jim po návštěvě všech zmíněných salónů, center a obchodů, kde nechají někdy až překvapující sumy peněz – což je hlavním cílem reklamy, dozajista musí vyplnit.

⁸³ <<http://www.afrodite-strakonice.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁸⁴ <<http://www.afrodite-laserstudio.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁸⁵ <<http://www.studioafrodite.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁸⁶ <<http://kvetiny-afrodite.cz/index.php?docid=1>> [cit. 2010-10-24]

⁸⁷ Srv. Slovník antické kultury, str. 651.

⁸⁸ Encyklopedie řecké mytologie, str. 27.

⁸⁹ HOMÉROS. *Odysseia*. Praha : Petr Rezek, 2007. ISBN 978-80-86027-26-0, str. 158n.

Pozměněné jméno Afrodita a latinská Venus či počestěná Venuše se vyskytuje častěji, avšak ve stejných souvislostech.⁹⁰

Jako bohyně erotické lásky podněcuje k pojmenování spodního prádla a jeho prodejců, modelingových agentur, erotických salónů a podobně zaměřených služeb, např. *Sex-shop Afrodita*⁹¹, *Afrodité erotic club Ostrava* (noční erotický podnik)⁹² atp. Není pravdou, že by se Afrodité nabízela každému, ale byla přístupná mimomanželským vztahům, ať už s bohy – „*Arés však nebyl jediným milencem Afrodity. S Dionýsem, bohem vína a vegetace, zplodila Afrodité boha plodnosti Priápa, vybaveného nadměrným falem. Ze spojení s Hermem se narodil Hermafrodítos, který později splynul s nymfou Salmakis...*“⁹³ či smrtelníky – například Anchísem, jemuž dala syna Aineia, nebo s krásným Adónidem.⁹⁴

Opět je použita, ve všech verzích jména, ve jménech hotelů⁹⁵ a jiných ubytovacích zařízení⁹⁶, restaurací⁹⁷ a cestovních kancelářích⁹⁸, zaměřených hlavně na Řecko. Též je zmíněna v názvech realitních agentur např. *Venus Reality*⁹⁹, a u výrobců a prodejců šperků¹⁰⁰.

Zajímavé je využití pověsti o zrození Afrodity. V jedné z možných verzí se zrodila z Úranova údu, který, useknut synem Títánem Kronem, spadl do moře a vytvořil pěnu, ze které Afrodité vystoupila; samotné slovo afros znamená pěna¹⁰¹. A to třeba v názvech pěn do koupele, koupelových solí a jiných kosmetických přípravků¹⁰². S bílou mořskou pěnou určitě souvisí i bílé svatební šaty.^{103 104}

Zboží s názvem Venus není malé množství. Nejčastěji je takto nazváno mnoho různých druhů spodního prádla, ačkoliv ani Afrodité, ani Venuše nepotřebují oděv, který by zvýraznil jejich krásu – vždyť kolikrát byly v umění zobrazovány zcela nahé a tím jejich dokonalost vynikla v plné míře. Dnešní ženy ale, už jen proto, že jsou to ženy, ne bohyně,

⁹⁰ <<http://www.firmy.cz/phr/Venu%C5%A1e>> [cit. 2010-10-24]

⁹¹ <<http://www.sexshop-afrodita.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁹² <<http://www.afroditeclub.cz/cz/index.html>> [cit. 2010-10-24]

⁹³ Encyklopedie řecké mytologie, str. 27.

⁹⁴ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 27.

⁹⁵ <<http://www.hotel-venuse.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁹⁶ <<http://www.venusemb.cz/>> [cit. 2010-10-24]

⁹⁷ <<http://www.firmy.cz/phr/restaurace%20Venu%C5%A1e>> [cit. 2010-10-24]

⁹⁸ <<http://www.vtt.cz/informace/kontakt-vtt>> [cit. 2010-10-24]

⁹⁹ <<http://www.venus.cz/index.php?stranka=sluzby>> [cit. 2010-10-24]

¹⁰⁰ <<http://www.kerastyl.ic.cz/>> [cit. 2010-10-24]

¹⁰¹ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 26.

¹⁰² <[http://www.eshop.tavlisa.cz/store/goods-\\$000040B4\\$00000001-1269-sul-koupelova-peniva-afrodita-golemia-1kg.html](http://www.eshop.tavlisa.cz/store/goods-$000040B4$00000001-1269-sul-koupelova-peniva-afrodita-golemia-1kg.html)> [cit. 2010-10-24]

¹⁰³ <<http://www.nevestanauteku.cz/nevestanauteku/eshop/4-1-Svatebni-saty-EXCLUSIVE/0/5/210-Svatebni-saty-VENUS>> [2010-11-11]

¹⁰⁴ <<http://www.nevesta-zenich.cz/svatebni-saty-cosmobella.html>> [cit. 2010-11-11]

potřebují k té kráse něco navíc – a proč ne zrovna spodní prádlo Venus? Afrodíté uměla přimět bohy i smrtelníky zamilovat se.¹⁰⁵ Může mít spodní prádlo nesoucí Venušino jméno stejný účinek? Anebo Venuše vidí, která žena nosí prádlo s jejím jménem, a může této ženě dopomoci ke kýžené lásce třeba tím, že jí na čas propůjčí svou krásu? Zde se nabízejí další dvě otázky – zdali by ta láska neměla přijít ještě před tím, než se žena takto ukáže (ačkoliv, víme, jak přesně tomu bylo u Afrodíté?) a zdali by dočasný zásah do krásy nezpůsobil šok při následném vyprchání tohoto účinku.

Dále je, zajisté díky lákavé televizní reklamě, známý holicí strojek *Venus*¹⁰⁶. Opět zde vystupují otázky. Zde opět vyvstávají otázky, zdali si starověké bohyně holily či depilovaly nohy? O římských ženách, dokonce i mužích, je to známo, ale bohyně to neměly zapotřebí, ať už proto, že byly dokonalé, a nebo proto, že se dříve takové detaily, jako oholené nohy, nezapojovaly do představ o kráse. Ale dnešní doba má tendence dovádět vše do extrému, stejně tak dnešní ženy, bažící po uznání a obdivu. A pokud jim to, že si zakoupí strojek Venus a udělají tím své nohy božsky hladké, k tomuto pocitu dopomůže, pak se tato reklama neminula účinkem.

2.2. Apollón (řím. Apollo)

Využití Apollónova jména v reklamě je pochopitelné a vlastně i rozumné. Apollónovy charakteristiky jsou totiž velmi rozmanité a paralely k nim najde mnoho oborů.

Blízko jeho hlavním rysům budou cestovní agentury, které se zaměřují na oblast Řecka (*APOLLON cestovní kancelář, s.r.o.*¹⁰⁷), ačkoliv Apollónův kult původně vznikl v dnešním jihovýchodním Turecku; avšak to platí i u mnoha dalších božstev.

Četnost použití je vysoká v oboru gastronomie a ubytování. Možné je, že si majitelé spojili Apollóna jako boha světla a umění s navozením příjemných pocitů, či k napovězení vyšší úrovně poskytovaných služeb. Blíže k tomuto rysu ale mají názvy tanečních klubů (*Disco club Apollo*¹⁰⁸, *Disco Apollo*¹⁰⁹) a rádií (*Daxi rádio Apollo*¹¹⁰), a to pro Apollónovy hudební sklony a jeho sebevědomí v tomto směru (v hudebním zápolení stáhl satyra Marsya,

¹⁰⁵ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 27.

¹⁰⁶ <http://www.gillettevenus.cz/cz_CZ/products/embrace/index.jsp> [cit. 2010-10-24]

¹⁰⁷ <<http://www.ck-apollo.cz/>> [cit. 2010-10-24]

¹⁰⁸ <<http://www.firmy.cz/detail/420277-disco-club-apollo-praha-brevnov.html>> [cit. 2010-10-25]

¹⁰⁹ <<http://www.apollo-centrum.cz/>> [cit. 2010-10-25]

¹¹⁰ <<http://www.radioapollo.cz/#>> [cit. 2010-10-25]

jenž prohrál, z kůže¹¹¹; král Midas si za svou nestoudnost v posuzování Apollónovy hudby vysloužil dlouhé uši¹¹² atd.).

Na boha světla si vzpomněly i firmy *Foto Apollon*¹¹³ a *Apollo art* – nabízející řešení problematiky osvětlování¹¹⁴, také *Apollo, spol. s r.o.*¹¹⁵, nabízející všemožné druhy těsnění oken a dveří. I toto jméno, ač se tak nemusí zdát, není použito nevhodně. Okna (dokonce i dveře, ale spíše v symbolické rovině) jsou to, co nám do našeho domova přináší světlo, a firma se stará právě o tyto „nositele slunečních paprsků“, což je vlastně i přívlastkem Apollovým.

Služby v oblasti oprav a PC (*Apollo servis s.r.o.*¹¹⁶) mohou mít spojitost s uzdravujícím působením Apollónových šípů (stejně tak ale jeho šípy mohly působit zcela opačně, to však reklama vyzdvihoval v rámci svých zájmů jistě nebude), nebo s poselstvími a věštby, které předával svým věštcům v Delfách. Ty by mohly tvořit vidinu budoucích úspěchů či budoucí spokojenosti zákazníků, ačkoliv věštby bývaly velmi neurčité a ne vždy s kladným hodnocením budoucna; Pýthia věštila v extázi způsobené výparů vody z posvátného pramene či žvýkáním vavřínových listů. Odpovědi na dotazy přetlumočené kněžkami byly zprostředkovány buďto kaménky, nebo později zvuky, které Pýthia vydávala pod vlivem zmíněných látek. Tyto zvuky byly kněžkami opět transformovány ve dvojsmyslné odpovědi – proto se říká „mluvit jako Pýthie.“¹¹⁷ Do této skupiny patří i firmy nabízející leasing.¹¹⁸ Tato oblast může volbou Apollónova jména také odkazovat na jeho uctívání Římany jako symbolu rozvinuté řecké vzdělanosti.

*Apollo Service Agency, s.r.o.*¹¹⁹ se mimo jiné zabývá zaopatřováním všech možných věcí potřebných k cestování – dopravy, letenek a dalších dokladů, pojištění atp. Víme, že Apollón postupně nahradil původnějšího boha slunce Héliá, tím pádem převzal i povinnost cestovat, jako to dělá slunce.¹²⁰ A protože slunce se nám zatím nikdy „nezastavilo“, může *Apollo Service Agency* připomínat jeho hladkou a bezproblémovou cestu, kterou může společnost nabídnout i svým zákazníkům.

¹¹¹ Encyklopedie řecké mytologie, str. 51.

¹¹² Encyklopedie řecké mytologie, str. 51.

¹¹³ <<http://www.firmy.cz/detail/487203-milan-vachal-tlucna.html>> [cit. 2010-10-25]

¹¹⁴ <http://www.apolloart.cz/ApolloArt/Main_Frames.html> [CIT. 2010-10-25]

¹¹⁵ <<http://www.tesneni-oken-dveri.cz/>> [cit. 2010-10-26]

¹¹⁶ <<http://www.e-apollo.cz/>> [cit. 2010-11-10]

¹¹⁷ Srv. Encyklopedie antiky, str. 516.

¹¹⁸ <<http://www.firmy.cz/detail/311478-apollo-leasing-plzen-severni-predmesti.html>> [cit. 2010-10-25]

¹¹⁹ <<http://apollo.cz/>> [cit. 2010-11-10]

¹²⁰ Srv. Encyklopedie antiky, str. 60.

Zajímavé ovšem je využití v sektoru výstavby, materiálů na výstavbu (hl. rodinné domy¹²¹ - okna, dveře, střechy, vodoinstalace atp.). Možná jde i o reakci na Apollónovu „soudržnost“ s rodinou (matka Létó, sestra Artemis), kdy matku oprostil od nelítostného hada Pýthóna, obra Titya či vychloubačnosti Niobé nebo reakce na jeho funkci odháněče vlků¹²² – tato varianta mi ale přijde nepravděpodobná, neboť jeho „ochranitelská vlastnost“ není dle mého názoru moc známá. Pravděpodobná je také tato vazba: „*Dvakrát byl Apollón potrestán Diem za své násilné činy; musel se očistit ve službě pro smrtelníky, mimo jiné stavěl společně s bohem Poseidónem městské hradby Tróje. Podle jedné verze tak nečinil zadarmo, nýbrž měl za tuto lopotu dostat zapláceno od trójského krále Láomedonta. Ten však byl proradný a dohodu nedodržel.*“¹²³, tento detail samozřejmě firma vyzdvihoval nechtěla, stejný problém se naskýtá i u Herkula (viz níže), kterému též nebylo za jeho (byť kvalitní) kvalitní služby zapláceno.

2.3. Arés (řím. Mars)

Obě podoby jména jsou hojně využívány.

Římany uctívaný bůh války, otec zakladatelů Říma, Mars, se hodí pro pojmenování oblasti výroby čisticích prostředků¹²⁴. „*Před započítím válečného tažení žádali vojevůdcové Marta vždy o pomoc.*“¹²⁵ Výrobce čističů tímto názvem opravdu může žádat Martovu pomoc - tentokrát s válkou proti špině.

Známa tyčinka Mars, jež se jmenuje stejně jako firma, která ji začala vyrábět a ta nese jméno po svém zakladateli¹²⁶, tímto označením slibuje, že ten, kdo jí sní, bude mít v budoucím boji navrch – nejen díky energii získané z této vysoce kalorické pochutiny, ale i díky Martově náklonnosti a zuřivosti v boji.

Zajímavý je název stavební firmy *M.A.R.S.*¹²⁷, kde se zkratka podobá Martovu jménu. Je možné, že měl autor názvu na mysli i krásný Martův chrám v Římě. Firma *MarS a.s.*¹²⁸ se zabývá výrobou padáků. Název pravděpodobně vznikl též zkratkou jména.

¹²¹ <<http://www.energydomy.cz/index.php?clanek=include/katalog/apollon>> [cit. 2010-11-10]

¹²² Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 49.

¹²³ Encyklopedie řecké mytologie, str. 50.

¹²⁴ <<http://www.firmy.cz/detail/450281-mars-praha-praha-zizkov.html>> [cit. 2010-10-26]

¹²⁵ Slovník antické kultury, str. 374n.

¹²⁶ <<http://www.mars.com/czech/cs/who-we-are/our-history.aspx>> [cit. 2010-11-05]

¹²⁷ <<http://www.firmy.cz/detail/203422-m-a-r-s-praha-vinohrady.html>> [cit. 2010-10-26]

¹²⁸ <<http://www.marsjev.cz/>> [cit. 2010-10-26]

„Arés byl bohem lítého boje; jeho družkami byly bohyně vražedné války Enýó a bohyně sváru Eris...Téměř všichni bohové Area nenáviděli, dokonce i jeho otec, vševládný Zeus; výjimkou byla bohyně Afrodité, která s Areem podváděla svého manžela...Arés nikdy nedbal řádu a zákona, ba přímo jimi opovrhoval. Nezastavil se ani před vraždou. Zabil Bellerofóntova syna Ísandra a dokonce Poseidonova syna Hallirhothia.“¹²⁹

Arés tedy nabádá ke spojení s válčením – např. *Paintball Áres*.¹³⁰ Pokud jde o paintball, který napodobuje opravdové střelení, avšak obejde se bez vážnějších následků, musím podotknout, že Árés, jak vyplývá z předchozí citace, neměl ve zvyku brát ohledy - v dnešní době by Arés pravděpodobně sáhl po opravdové střelné zbrani, spíše než po zbrani paintballové.

Dále jsem našla bezpečnostní agenturu *Ares Group*¹³¹, v souvislosti s ní můžeme jen doufat, že je zde Areovým odkazem zuřivost použita k obraně majetku potencionálního klienta, který na název firmy narazí a obrátí se na ni o pomoc, spíše než naznačení, že by pro majetek klienta byla agentura schopná i vraždit, a to nelítostně. Webové stránky této agentury ale mají určitý děsivý účinek, například použití zvukové kulisy střelení apod.

Areova průbojnost až agresivita a úspěšnost v boji (Římané Martovi připisovali úspěchy při budování říše¹³²) bude pravděpodobně důvodem, který vedl při volbě názvu firmy zabývající se reklamou (*Reklamní agentura Ares 96*;¹³³ *ARES CZ*¹³⁴, poskytující reklamní a marketingové služby), stejně tak vydavatelství a nakladatelství *ARES-PRINT s.r.o.*¹³⁵, neboť poukazem na Areovu inteligenci by si firma asi nepřilepšila – moudrá Athéna vždy měla nad Aréem navrch. Opět budeme věřit, že názvy těchto firem neznamenají, že pro své klienty a pro jejich spokojenost půjdou doslova přes mrtvoly. Mohly by ale odkazovat na Areův úspěch u Afrodité – tedy získání významného činitele na úkor soupeře (Héfaistos), pokud pomineme nepříjemný detail: „Později ji potrestal podobným způsobem jako svou matku, neboť zjistil, že jej Afrodité podvádí s bohem války Areem. Ukoval neviditelnou síť, již zavěsil nad postel, a do ní se oba cizoložníci zamotali. Pak Héfaistos pozval ostatní bohy, aby se na ně přišli podívat.“¹³⁶, tedy to, že byl Arés následně zesměšněn.

¹²⁹ Slovník antické kultury, str. 62n.

¹³⁰ <<http://www.paintballares.cz/>> [cit. 2010-10-26]

¹³¹ <<http://www.ares-group.cz/>> [cit. 2010-10-26]

¹³² Encyklopedie řecké mytologie, str. 53.

¹³³ <<http://www.ares96.cz/index.html>> [cit. 2010-10-26]

¹³⁴ <<http://www.arescz.cz/>> [cit. 2010-10-26]

¹³⁵ <<http://www.ares-print.cz/>> [cit. 2010-10-26]

¹³⁶ Encyklopedie řecké mytologie, str. 107.

2.4. Artemis (řím. Diana)

Jako bohyně lovu, stejně zručná s lukem a šípy jako její dvojče Apollón, oděná do lví kůže, má Artemis jasné a konkrétní využití v takových směrech podnikání, které se orientují na zbraně, hl. střelné – jejich vývoj, výroba, prodej, opravy, znehodnocování atd., ať to jsou názvy firem (*ARTEMIS - puškařství, v.o.s.*¹³⁷), nebo výrobků (*puškohledy Artemis*¹³⁸). Zároveň ale tato bohyně připomíná nutný respekt k přírodě, jejíž se vyplácí držet, což může ukazovat tyto firmy jako zodpovědné k zákonům lidským i přírodním.

Její těsné sepětí s přírodou je obecně známo, např. v prodeji učebních a demonstračních pomůcek¹³⁹ pro výuku biologie, ošetrovatelství a v souvislosti s tím pro školství celkově je její jméno použito příhodně.

Krásná, avšak po sexuální stránce nepřístupná Artemis též nabádá k pojmenování salónů krásy a studií pečujících o tělo, např. *Artemiss*.¹⁴⁰ V tomto názvu bylo buďto skříženo jméno bohyně s všeobecným povědomím o současných soutěžích krásy MISS, anebo využito latinské *ars, arte, a miss*, tedy spojení dívky s uměním. Firma se k názvu naneštěstí nijak nevyjádřila.

Pojmenování cestovních agentur, např. *Artemis Tour*¹⁴¹, po antických božích, je běžné (viz níže). Tato konkrétní cestovní agentura má opravdu nejvyšší počet nabízených destinací v Řecku.

Dále Artemidino jméno nesou reklamní či umělecké agentury (*Art&mis s.r.o.* – reklamní umělecká agentura, tvořící webové stránky;¹⁴² *GS Artemis*, zabývající se grafickými návrhy¹⁴³). Zde bych pravděpodobně spíše volila Artemidino dvojče, Apollóna. Latinská podoba jména – Diana – je spojována převážně s hoteliérstvím či ubytovacími službami a gastronomií. Jméno Diana je v českém prostoru již běžným jménem, může tedy jít o křestní jméno majitelky či provozovatelky.

Diana – svět oříšků (*Diana Company spol. s r.o.*) má pro své jméno prozaický důvod: „Firmu založil jako jediný majitel v roce 1993 JUDr. Jamil Shaya, CSc. a pojmenoval ji po své dceři.“¹⁴⁴ Za vydatné pomoci vedoucí mé práce se mi však podařilo najít další souvislost.

¹³⁷ <<http://www.firmy.cz/detail/455870-artemis-puskarstvi-slavicin.html>> [cit. 2010-10-26]

¹³⁸ <<http://www.zbrane-vzduchovky.cz/puskohledy/puskohledy-meopta/artemis-2000-39x42>> [cit. 2010-10-26]

¹³⁹ <<http://www.artemis-ucebnipomucky.cz/>> [cit. 2010-10-26]

¹⁴⁰ <<http://www.artemiss.cz/first.htm>> [cit. 2010-10-28]

¹⁴¹ <<http://www.artemis.wm.cz/firma.html>> [cit. 2010-10-26]

¹⁴² <<http://www.artemis-webdesign.cz/realizace/umelecke-webove-stranky>> [cit. 2010-10-26]

¹⁴³ <<http://www.firmy.cz/detail/202623-gs-artemis-novy-jicin.html>> [cit. 2010-10-26]

¹⁴⁴ <<http://www.diana-company.cz/default.aspx?l=1029>> [cit. 2010-05-08]

Karya, dcera lakónského krále a milenka Dionýsa, byla po své smrti proměněna Dionýsem v ořešák. Byla to právě Artemis, kdo zvěstoval její smrt lakónskému lidu, který jí následně zbudoval ve městě Karya chrám – chrám Artemidy Karyjské.¹⁴⁵ Podle tohoto města získaly své jméno i karyatidy, sochy žen, které nahrazovaly sloupy, neboť byly spojovány s ženami z Karyi.¹⁴⁶

Jako nevhodné se jeví použití Dianina jména při pojmenování erotických služeb.¹⁴⁷ Panenská Artemis byla v této oblasti zcela nemilosrdná. Svoji družku Kallistó, která byla obětí Diovyh hrátek, ze své společnosti vypověděla¹⁴⁸ a Aktaión, který náhodou zahlédl Artemis a její družky při koupeli v lese, byl za svou opovážlivost proměněn v jelena a následně roztrhán vlastními psy.¹⁴⁹ V Efesu (dnes západ Turecka¹⁵⁰) byla uctívána „mírnější“ podoba, zosobňující bohyni matku, avšak erotika je stále mimo její určení. Je pravda, že jednou Artemis jednala proti svým zásadám: *„V rozporu se svými zásadami podlehla Artemis kouzlu tělesné krásy velkého hrdiny a vášnivého lovce Óríóna a pozvala jej do své lovecké družiny. Óríón se však nezachoval příliš vděčně; neodolal totiž krásné bohyni ranních červánků Éós (řím. Aurora). Artemis se tedy rozhodla skoncovat s ním a zastřelila jej šípem. Podle jiné verze stál za pomstou Apollón, který Artemidin vztah ke svalnatému krasavci neschvaloval...“*¹⁵¹

Slovník antické kultury vypráví příběh trochu jinak. Óríón se chtěl pomstít králi Oinopiónovi, který ho oslepil, protože Óríón znásilnil jeho dceru Meropu. Zrak mu vrátil bůh Helios na přímlovu bohyně Éós, která se do Óríóna zamilovala. Ten však při pronásledování Oinopióna na Krétě potkal Artemidu. Apollón se bál, že Óríónova краса poplete hlavu oběma bohyním, a tak přinutil bohyni Gáiu, aby na Óríóna poslala obrovského štíra, který ho měl zahubit. Bájný lovec před ním uprchl na Délos. Apollón Artemidě namluvil, že plavec, kterého vidí, je Kandaón, svůdce její kněžky. Artemis ve vzteku po plavci vystřelila šíp. Až poté si uvědomila, že zabila svého Óríóna.¹⁵²

Který ze zákazníků by si dvakrát nerozmyslel navštívit erotický salón s vědomím, že ho čeká Apollónova pomsta v podobě pronásledování a smrti? V tomto případě se bude nejspíše jednat o neznalost nebo nezáměr o kontext, pokud nejde o spojení Artemidy

¹⁴⁵ Srv. Slovník antické kultury, str. 309.

¹⁴⁶ Srv. Encyklopedie antiky, str. 288n.

¹⁴⁷ <<http://www.diana-privat.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁴⁸ Srv. Slovník antické kultury, str. 306.

¹⁴⁹ Srv. ABC Antiky, str. 19.

¹⁵⁰ Encyklopedie řecké mytologie, str. 60n.

¹⁵¹ Encyklopedie řecké mytologie, str. 61.

¹⁵² Srv. Slovník antické kultury, str. 437.

s Hekatou, bohyní magie a čar, na jejíž roveň byla Artemis stavěna¹⁵³, či připomenutí jejich temných stránek – později byla uctívána jako bohyně měsíce. Může také jít o shodu se jménem majitelky, zakladatelky či provozovatelky firmy a služeb.

Příjemné je spojení jména Diany a restaurace v lázeňských lesích u Karlových Varů, která leží na zajímavých výletních trasách do okolní přírody.¹⁵⁴

V názvech zboží se Artemis vyskytuje stejně jako jiné bohyně v oblasti spodního prádla, nábytku, vybavení domácnosti, dále ji pak kvůli svému spojení se zvířaty a lovem můžeme nalézt v názvu krmiva pro psy, kožených pouzder nebo pracovní obuvi (zřejmě odkaz na Artemidiny lovecké sandále).

2.5. Athéna (řím. Minerva)

Athéna, všestranná bohyně, zosobnění moudrosti, vědy a války, ve smyslu strategicky vedeného boje a římská Minerva, bohyně moudrosti, učitelka řemesel a lékařství¹⁵⁵, též našly své uplatnění v názvech firem.

Na moudrost upomínají jména jazykových, soukromých a jiných škol¹⁵⁶ a společností¹⁵⁷, slibujících vysoké a důkladné vzdělání svých studentů a absolventů, taktéž vydavatelství odborných časopisů a specializované firmy, které chtějí, aby již jejich název napovídal, že se ve svém oboru či řemesle opravdu vyznají.

Jméno Minerva též neslo první dívčí gymnásium, založené v Praze na podnět Elišky Krásnohorské spolkem Minerva v roce 1890. Zahrnovalo čtyři vyšší stupně, s jednoletou, později dvouletou přípravkou. Roku 1902 byl ústav přeměněn v osmitřídní gymnásium.¹⁵⁸

Pro názvy fitness center¹⁵⁹ a cvičebních studií¹⁶⁰, která Athénino jméno též využívají, nejspíše upozorňují na Athéninu statnost, ztepilost a na její pomoc statným hrdinům, nebo na největší svátky řeckého kalendáře, tedy Panathénaje.

Řecké svátky konané na počest bohyně Athény byly dvojí, neboť Athéně, vlivné bohyni, která zasahovala do života bohů i lidí a netrpěla urážky, bylo potřeba vzdávat náležitou úctu.

¹⁵³ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 61.

¹⁵⁴ <http://www.dianakv.cz/page_about.htm> [cit. 2010-10-28]

¹⁵⁵ Srv. Slovník antické kultury, str. 389.

¹⁵⁶ <<http://www.athena.cz/>> [cit. 2010-10-25]

¹⁵⁷ <<http://www.athena.euweb.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁵⁸ Srv. NEUHÖFER, R. *Deset úvah o středním školství*. Praha : Česká grafická unie a.s. 1930, str. 35.

¹⁵⁹ <<http://www.athena-fit.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁶⁰ <<http://www.cviceni-slender.cz/>> [cit. 2010-10-28]

Konaly se Panathénaje Malé, každý rok po dva dny, a Panathénaje Velké, vždy ve třetím roce olympiády. Ty měly ukázat, že jsou Athéňané ve vysoké tělesné i duševní kondici, kterou jim zajišťovala právě bohyně Athéna. Zahrnovaly recitace, zpěvy, všemožné músické projevy, mnoho druhů závodů a cvičení. Ženy vyráběly peplos – skvostný oděv pro bohyni. Oslavy byly zakončeny průvodem všech na Akropoli do Erechtheia a pohoštěním.¹⁶¹

Vhodné je i použití Athénina jména cestovními kanceláři¹⁶², jež se orientují na Řecko. Athéna je jedním z božstev, která opravdu mohou být symbolem celého Řecka. Nejenže patří k bohům sídlícím na Olympu, ale drží svou ruku nad vědou, právem a moudrostí, je ochránkyní zemědělství, představitelkou síly a taktiky, bojující na straně Řeků. Athéna Parthenos, bohyně, jež zůstala panenská, tedy nepatří žádnému bohu ani muži, patří však celému Řecku.

Důmyslné by bylo pojmenování olivového oleje tímto jménem. Ve při s Poseidonem o vládu nad Attikou zvítězila Athéna právě díky tomu, že darovala městu olivovník. Vhodné je pojmenovat takto i další výrobky olivový olej obsahující.¹⁶³

Často lze Athénu i Minervu najít v názvech bytových doplňků, nábytku, prádla, drogerie a parfumerie. Parfém nazvaný po bohyni není výjimečný jev, ovšem Athénu si můžeme připodobnit k jedinečné ženě, moudré, všestranné a silné osobnosti, kterou jistě mnohá žena občas zatouží být, a parfém může k tomuto pocitu dopomoci, ať už reálně, či jen zdánlivě. Obracení se na touhu žen po dokonalosti je velmi dobrý reklamní tah.

2.6. Héfaistos (řím. Vulcanus)

Římský Vulcanus, Vulkán, je mezi jmény firem k nalezení převážně v těžko vysvětlitelných vztazích ke smyslu jeho působení. Například firma *VULKAN - Medical*, a.s.¹⁶⁴, která distribuuje zdravotnický materiál, *Pneuservis Autoservis AUTO PNEU VULKÁN*¹⁶⁵ nebo *Vinárna Vulkán*.¹⁶⁶ Spojení těchto firem s Vulkánem můžeme najít snad jedině v tom, že chtěli dát najevo, že svou práci opravdu umí.

¹⁶¹ Srv. Slovník antické kultury, str. 447.

¹⁶² <<http://www.project-athena.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁶³ <<http://www.ekorodinka.cz/katalog/pro-vasi-krasu/kosmetika-prirodni-a-bio/mydla/tuha-mydla/produkt/athena---mydlo-pro-zeny>> [cit. 2010-10-28]

¹⁶⁴ <<http://www.vulkanmedical.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁶⁵ <<http://www.pneuvulkan.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁶⁶ <<http://www.firmy.cz/detail/574449-vinarna-vulkan-hradec-kralove-prazske-predmesti.html>> [cit. 2010-10-28]

Oproti Vulkánovi je jeho řecký protějšek využíván hojněji, převážně v názvech firem zabývajících se kovářstvím, uměleckým kovářstvím, například *Hefaistos, spol. s r.o.*, „Nabízíme zakázkovou výrobu veškerých uměleckých, zámečnických a kovářských výrobků ze železa, oceli, nerez, mosazi, mědi, hliníku, tedy ze všech obvyklých kovů. Provádíme zejména výrobu a dodávky příslušenství budov a související stavební práce, včetně prací sklenářských, truhlářských, apod. Podle potřeby subkontrahujeme řadu dalších profesí.“¹⁶⁷; Hefaistos, umělecké kovářství, „Naše společnost vznikla v roce 1993 a zabývá se převážně uměleckým kovářstvím. Postupem času se naše nabídka rozšířila o další činnost související s tímto oborem. Práce spočívá v klasické kovářské výrobě, kde vycházíme z pracovních postupů používaných v dobách, kdy toto řemeslo nalézalo uplatnění při stavbách dnes již uměleckých památek, až po současné moderní technologie“¹⁶⁸, výrobou i prodejem, ukazující na Héfaistovo umění v práci s ohněm a kovem, jež se naučil v podmořské jeskyni bohyň Euronymé a Thetis, které ho zachránily po pádu do Okeánu, kam ho v šoku a studu z jeho znetvoření hodila jeho matka Héra.¹⁶⁹

Athéna byla ladná a krásná, na rozdíl od kulhavého mrzáka Héfaista, který byl často terčem posměchu. Přes jeho nedostatky byl schopen vystavět olympské paláce, vytvořit Achilleovu zbroj, brnění pro Dioméda, hrdinu trojské války, a stvořit Pandoru, bytost z vody a země.¹⁷⁰

V případě Héfaista jsou jeho slabé stránky v podstatě nedůležité, protože jsou překonány jeho nezměrným umem, pro který se budou zájemci obracet právě na Héfaista, ať už je krásný, či ne.

Možné, avšak velmi doslovné, by bylo použití v názvech charitativních organizací nebo tzv. chráněných dílen, kdy by jméno odkazovalo na handicap, který ale může být tvůrčí silou a vůlí k práci překonán – stručné, jasné, srozumitelné. Tato možnost však dle mého průzkumu zatím využita nebyla.

Stejně jednoznačné určení má Héfaistovo jméno v názvech zboží. Jeho jméno nesou např. různé druhy kotlů, řetízky a pracovní stůl.

¹⁶⁷ <<http://www.hefaistos-praha.cz/>> [cit. 2010-5-8]

¹⁶⁸ <<http://www.hefaistos.wz.cz/uvod.html>> [cit. 2010-5-8]

¹⁶⁹ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 106n.

¹⁷⁰ Srv. Slovník antické kultury, str. 243.

2.7. Hermés (řím. Mercurius)

Hermes se zdá být pro účely reklamy velmi vhodným bohem, obzvláště pokud chce firma vyzdvihnout své vůdcovství, schopnost vždy najít cestu, ať už pomocí hvězd, popřípadě i pomocí vychytralosti či lsti, např. firma *Hermes Ltd., Representants, Consultants & Dealers, spol. s r.o.*¹⁷¹, poskytující poradenství v oblasti ekonomie a financí, dále např. *Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s.*¹⁷² - udělování úvěrů; *Hermés Consulting, s.r.o.*¹⁷³ – realitní služby. Zde by bylo jistě zajímavé prozkoumat, zda běžný člověk také tuší, že Hermes byl bohem i pro zloděje a sám nad nimi v tomto ohledu vynikal.

Herma jako toho, kdo předává sdělení, tlumočí a informuje, využívá např. *Agentura Hermés*¹⁷⁴, zajišťující jazykové kurzy; *Hermesmedia.cz*¹⁷⁵, firma, která se zabývá profesním vzděláváním pracovníků v oboru massmédií a komunikačních či informačních středisek, dále např. *Hermés MB s.r.o.*¹⁷⁶, opět pořádající školení a jiné vzdělávací programy.

*Občanské sdružení HERMÉS*¹⁷⁷ ukazuje na jinou možnost využití symbolu cesty, a to cesty správné, k dobru a lepší budoucnosti pro ty, jenž ztrácí naději v těžkých životních situacích.

Herma také připomíná název firmy *SMARAGD-HERMES*¹⁷⁸, která se zabývá zakázkovou výrobou šperků. Tento název jistě naráží na tzv. Smaragdovou desku, důležitým a základním dílem pro hermetismus a alchymii, se kterou se zpracovatelé drahých kovů mohli spojovat.¹⁷⁹

Nejisté je vysvětlení názvu firmy *HERMES TRISMEGISTOS, s.r.o.*¹⁸⁰ Hermes Trismegistos není jednoznačná postava. Existuje spojení Herma Trismegista, bájného mudrce, jednoho z možných autorů Smaragdové desky, toho, který ovládá jazyk a písmo, dále Herma, řeckého boha, a egyptského boha Thovta a je typickým úkazem vývoje myšlení, náboženství a vědy v průběhu staletí, kdy se přebírají kulty jiných společenství a postupně se přetvářejí v jiné, vlastní, či splývají s jinými staršími kulty. Thovt představuje boha moudrosti, kultury,

¹⁷¹ <<http://www.podnikatel.cz/firmy/?id=5103590615000>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷² <<http://www.eulerhermes.cz/cs/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷³ <<http://www.firmy.cz/detail/476402-hermes-consulting-trutnov-vnitri-mesto.html>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷⁴ <<http://www.agentura-hermes.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷⁵ <<http://www.hermesmedia.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷⁶ <<http://www.hermes-mb.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷⁷ <<http://www.oshermes.cz/cz/index.php>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷⁸ <<http://www.smaragd-hermes.cz/index.php>> [cit. 2010-10-28]

¹⁷⁹ Srv. EBELING, F. *Tajemství Herma Trismegista: Dějiny Hermetismu*. Praha : Malvern, 2009. ISBN 401-22-875, str. 20n.

¹⁸⁰ <<http://www.firmy.cz/detail/1330615-hermes-trismegistos-praha-josefov.html>> [cit. 2010-10-28]

má funkci prostředníka, jazyka boha Re, zaštiťuje správnost provádění náboženských rituálů a provází mrtvé před bohy; Hermés je též prostředníkem, má hudební vlohy, doprovází zemřelé k řece Styx. Avšak zdali jsou tyto „osoby“ totožné či ne, nelze přesně určit. HERMES TRISMEGISTOS, s.r.o. se zabývá pořádáním divadelních představení, pořádáním kurzů rétoriky, koncertů nebo natáčením filmů. Otázkou je, zda je tento název myšlen doslovně, tedy s návazností na zmiňovanou problematiku, nebo je zde použit více či méně doslovný překlad tohoto slovního spojení, tedy Hermés jako řecký bůh a trismegistos jako třikrát mocný. Pro reklamní účely může jít o vhodné, alespoň částečně srozumitelné a přesvědčivé pojmenování. Kdo z dnešních potencionálních zákazníků totiž ví, co Hermes Trismegistos představuje?¹⁸¹

Opět již tradičně můžeme najít Hermovo jméno v názvu obchodu s potravinami dováženými z Řecka, nebo typicky řeckými a restaurace – firma *D.M. Hermes*.¹⁸² Hermes má pro typického představitele Řecka mnoho vhodných aspektů. První část názvu firmy jsou iniciály majitelky.

Hermés je bůh opravdu velmi všestranný: „*Jako ochránce pocestných dohlížel Hermés, který sám často cestoval, na značení cest. Ve starém Řecku stály podél cest a ulic kamenné sloupy, tzv. hermovky, zdobené Hermovou hlavou a falem. Vyvinuly se z hromádek kamení, které původně vršili lidé na rozcestích za účelem lepší orientace...*“¹⁸³

Hermés byl oblíbený u atletů a sportovců pro své rychlé nohy, jeho jméno by tedy mohlo být využito v odvětvích týkajících se sportu (názvy fitnesscenter, lehkootletických klubů, firem, které se orientují na sportovní potřeby, potřeby pro běžce možná i pro parašutisty a jiné zájemce o vzdušné sporty).

Pro své hudební vlohy (vynalezení lyry, píšťaly atd.) je Hermés vhodným adeptem pro názvy výrobců hudebních nástrojů, popř. hudebních škol, ačkoliv ty se spíše obrátí na pomoc Hermova přítele Apollóna. Toto pojmenování však na svou chvíli zatím stále čeká.

Hermés plnil funkci prostředníka bohů, pro něž vykonával mnoho služeb. Hermés ochraňuje obchodníky, stejně jako Hermův římský protějšek Mercurius, který je především bohem obchodu. Již byl zmíněn vztah Herma ke zlodějům, dále je ochráncem stád a pastevců, na své si přijdou i hudebníci a řečníci. Označení Hermés Psýchopompos, získal díky již zmíněné úloze doprovázet mrtvé k řece Styx.¹⁸⁴ Herma tedy můžeme považovat za důležitého

¹⁸¹ Srv. EBELING, F. *Tajemství Herma Trismegista: Dějiny Hermetismu*. Praha : Malvern, 2009. ISBN 401-22-875, str. 20n.

¹⁸² <<http://dmhermes.cz/>> [cit. 2010-10-28]

¹⁸³ Encyklopedie řecké mytologie, str. 134.

¹⁸⁴ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 135.

zástupce celého Řecka, neboť každému Řekovi mohl být během života v mnohém nápomocen. Jeho jméno by mohla nést cestovní kancelář zaměřená na Řecko a okolí. Objevila jsem pouze cestovní kancelář *Hermes Touristik*, německou společnost.¹⁸⁵

V názvech zboží se Hermés vyskytuje jako název parfémů¹⁸⁶ a toaletních vod¹⁸⁷, což si můžeme dát do souvislosti s mnohými Hermovými milostnými dobrodružstvími; dále například sedáků¹⁸⁸ (horolezecká výbava), jistě vhodných pro cestovatele a dobrodruhy jako je Hermés, hodinek, oblečení či šperků, kde je použití jeho jména málo výmluvné.

Vtipný odkaz na Hermovy zážitky z raného dětství připomíná dětská postýlka *JUNIORS HERMES*¹⁸⁹, která je speciálně vyrobena tak, aby z ní dítě nemohlo vylézt, a též má protiúrazová opatření. Hermés se totiž jako malé děčko vytratil ze své postýlky a stihl ukrást Apollónovi jeho stádo, usmířit se s ním, darovat za stádo nově vynalezenou lyru a opět se zabalit do plenek, než si toho jeho matka Maia vůbec všimla.¹⁹⁰

¹⁸⁵ <<http://www.hermes-touristik.de/>> [cit. 2010-10-25]

¹⁸⁶ <<http://www.zbozi.cz/?q=Hermes+EDP&r=zbozi1&thru=&sId=VTnppfOHwWOgliYVWjCu&origQuery=Hermes+EDP&sourceScreen=products&categoryId=0&categoryPath=%2F>> [cit. 2010-10-25]

¹⁸⁷ <<http://www.zbozi.cz/?q=Hermes+EDT&r=zbozi1&thru=&sId=VTnppfOHCAeLlimMqWWE&origQuery=Hermes+EDP&sourceScreen=products&categoryId=0&categoryPath=%2F>> [cit. 2010-10-25]

¹⁸⁸ <<http://www.zbozi.cz/p84472-mammut-hermes/>>

¹⁸⁹ <<http://www.zbozi.cz/p343080-juniors-hermes-new/?q=JUNIORS%20HERMES&q=JUNIORS%20HERMES&r=tab&thru=&sId=bOoBD8udwAuYQnPdLdgB>> [cit. 2010-10-28]

¹⁹⁰ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 133n.

3. Další významní bohové a bytosti

3.1. Hélios (řím. Sol)

Hélios jako bůh světla, jasu a tepla, který každý den započíná cestu na východě, aby ze západu opět přeplul zpět a mohl ráno započít nový den, je nejčastěji využíván firmami, které se zabývají právě světlem či teplem, a to ať už pro název vlastní nebo pro název výrobků; např. *Helios Group, spol. s r.o.*¹⁹¹, zabývající se výrobou svítidel a obchodování s nimi, *Helios RM, spol. s r.o.*¹⁹², zajišťující realizaci nízkoenergetických staveb, tj. staveb s nízkou potřebou tepla na vytápění; *HELIOS Tech, a.s.*¹⁹³, poskytující nosné konstrukce pro solární panely; dále pak např. *VIA HELIOS, s.r.o.*¹⁹⁴ (elektrárny a systémy pro ohřev vody), *HELIOS - OKNA, spol. s r.o.*¹⁹⁵, *HELIOS FOTO Ostrava, výrobní družstvo*¹⁹⁶ (fotografické služby) atp.

Dále najdeme Héliovo jméno v cestovní kanceláři *HELIOS VIA - Vlastimil Světlík*¹⁹⁷, jež se zabývá pořádáním zájezdů do Itálie či Bulharska, vhodnější destinací by pro toto jméno byl kupř. Rhodos, ačkoliv cestování v širším slova smyslu můžeme vidět v každodenní cestě Helia na západ, dále je užít také v názvu *Lékárny Helios*¹⁹⁸, neboť přiměřeně dlouhý pobyt na slunci je zdraví prospěšný; *Zlatnictví Helios*¹⁹⁹, odkazující na zlatou barvu a třpyt slunce, možná zde jde i o jeho "věčnost", naznačující, že i výrobky jejich dílny jsou věčné a věčně zářivé.

*HELIOS - Mostkovice*²⁰⁰ je hiporehabilitační centrum pro zdravotně postižené, využívající asociaci s Héliovým spřežením a též možná se světlem a teplem lidské štědrosti, vstřícnosti a snahy pomáhat potřebným, což jsou vlastnosti, které jsou v dnešní době opravdu jako světlo v hluboké tmě. *SANATORIUM HELIOS s.r.o.*²⁰¹, gynekologické sanatorium též asociuje světlo, ale spíše světlo jako pozitivní náhled do budoucna, vyřešení zdravotních problémů. Héliovo putování může také evokovat pocit jistoty, jenž je konejšivým gestem pro klientky tohoto sanatoria.

¹⁹¹ <<http://www.helios.cz/>> [cit. 2010-10-25]

¹⁹² <<http://www.helios-rm.cz/>> [cit. 2010-10-25]

¹⁹³ <<http://www.heliostech.cz/cz/produkty-sluzby/>> [cit. 2010-01-25]

¹⁹⁴ <http://www.los-ec.eu/Komplet_soubory/Page353.htm> [cit. 2010-10-25]

¹⁹⁵ <<http://www.firmy.cz/detail/258261-helios-okna-turnov-dalimerice.html>> [cit. 2010-10-25]

¹⁹⁶ <<http://www.heliosfoto.cz/>> [cit. 2010-10-25]

¹⁹⁷ <<http://www.heliosvia.cz/>> [cit. 2010-10-25]

¹⁹⁸ <<http://www.firmy.cz/detail/298463-lekarna-helios-kolin-iv.html>> [cit. 2010-10-29]

¹⁹⁹ <<http://www.helios-zlato.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²⁰⁰ <<http://www.helios-mostkovice.ic.cz/news.php>> [cit. 2010-10-25]

²⁰¹ <<http://www.sanatoriumhelios.cz/>> [cit. 2010-10-29]

*HELIOS - velkoobchod*²⁰², se zabývá prodejem cyklistického a sportovního vybavení, které podpoří blahodárný pohyb v přírodě a na slunci, *Penzion Helios* svým jménem zas nabízí "slunečnou" dovolenou, možná tímto názvem upozorňuje i na spolupráci se *Ski & Board School*, lyžařskou školou, která se pravděpodobně původně jmenovala Sun (delší dobu neaktualizované internetové stránky odkazují na *SUN Ski & Board School*²⁰³).

Vševědoucnost Héliá využívá název ekonomického softwaru *Podnikový informační systém Helios Orange – ERP*.²⁰⁴

Héliá v názvech zboží nejčastěji zastupují různé typy plavidel²⁰⁵, např. kajak *Helios 1*, *Helios 2* atd., dále názvy radiátorů, nahříváče, hodinek se solární baterií, solární sprchy, různých typů osvětlení, kosmetiky, krémů na opalování, kol připomínajících zjednodušenou kresbu slunce nebo například skládacího pozadí s mraky pro fotografie.

Latinské Sol využívá např. *SOL CENTRUM Mělník*²⁰⁶, zabývající se tepelnými čerpadly a solárními systémy.

3.2. Tyché (řím. Fortuna)

Římská Fortuna, symbol štěstí, náhody, má též v názvech společností a firem nemalé zastoupení.

Nejznámější je *Fortuna sázková kancelář a.s.*²⁰⁷, působící v mnoha zemích Evropy. Podobně se jmenuje *Nakladatelství Fortuna*, které má na svých webových stránkách tento slogan:

„*FORTUNA = ŠTĚSTÍ*

ŠTĚSTÍ při výběru učebnic = FORTUNA“²⁰⁸,

kteřý pravděpodobně vystihuje záměr pojmenování. Nakladatelství Fortuna nabízí učebnice pro základní i střední školy a další odbornou literaturu. Tato literatura si pravděpodobně bere za cíl zajistit kvalitní vzdělání a s tím pravděpodobně i štěstí do budoucího života.

Restaurace Fortuna v Chebu vysvětluje své jméno na svém webu²⁰⁹ takto;

²⁰² <<http://www.kola-helios.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²⁰³ <<http://www.sunski.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²⁰⁴ <<http://www.pchelp.cz/helios-orange/helios-orange-zakladni-popis.htm>> [cit. 2010-10-25]

²⁰⁵ <<http://zbozi.cz/items?q=Helios&r=zbozi1&thru=&itemType=new&Id=kFb5bFlcw9YCEnYAOEN->>> [cit. 2010-10-25]

²⁰⁶ <<http://www.solcentrum.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²⁰⁷ <<http://www.ifortuna.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²⁰⁸ <<http://www.fortuna.cz/>> [cit. 2010-1-19]

²⁰⁹ <<http://www.restaurant-fortuna.cz/historie-domu.html>> [cit. 2010-1-19]

„Odedávna pohostinná je střecha domu č. 474, v němž se tvořila historie. Štěstěnu si dal do přídomku jeho dřívější majitel a důkazem Vaší šťastné doby je návštěva restaurace Fortuna.“

Přesto je tato informace buďto neúplná, nebo záměrně matoucí, aby byla navozena tajemná historická atmosféra. K mému dotazu se restaurace nijak nevyjádřila.

*FORTUNA reality, s.r.o.*²¹⁰, nabízející služby v oblasti realit, pravděpodobně svým jménem chce přesvědčit zájemce o tyto služby, aby si vybral právě tuto realitní kancelář z důvodu její „šťastné ruky“, přestože by se měly výsledky zakládat spíše na zkušenostech, než na vrtkavém štěstí. Fortuna totiž nepředstavuje jen štěstí, ale právě i jeho vrtkavost, nestálost a pomíjivost. Ze stejného důvodu vypadá zvláště i jméno *Lékárny Fortuna*.²¹¹ Avšak dostupné léky jsou pro pacienty dozajista štěstím, protože jen zdravý člověk může být zcela šťasten. I tak je ale zdraví pomíjivé, stejně jako štěstí.

Fortunu lze samozřejmě najít i v názvech dalších restaurací, často hotelů a penzionů, také v názvech různých klubů, např. *Taneční klub Fortuna Zlín*²¹², *Sportklub Fortuna Kolín*²¹³, *TJ Fortuna*²¹⁴, *Skupina historického šermu Fortuna*.²¹⁵

Dále lze narazit i na stavební společnost *FORTUNA, s.r.o.*²¹⁶, jejíž název je v návaznosti na zmiňovaný problém též nevhodně použit, zákazníka stavební společnosti by jistě nepotěšilo, že stavbu jeho domu má v rukou nejistá štěstěna, ovšem firma nejspíše chce svým klientům přinést opravdové štěstí.

Řecká Týché, bohyně náhodného osudu a nehody celkově, se kterou římská Fortuna splývala²¹⁷, má poměrně menší zastoupení.

Tyché má též své zastoupení v názvech firem, například firma *Tyché s.r.o.*²¹⁸, stavební obchodní společnost nebo *TYCHÉ - CS, s.r.o.*²¹⁹, firma obchodující s ojetými vozy, *Knihkupectví Tyché*²²⁰ nebo prodej pochutin²²¹, nejspíše ze stejných důvodů, jako Fortuna.

Mimo české prostředí jsem při průzkumu objevila *Tyche Consulting Group, Inc.* Na svých webových stránkách (v anglickém jazyce) uvádějí toto: „*Tyche (pronounced Tee-chee) is the*

²¹⁰ <<http://www.firmy.cz/detail/1958812-fortuna-reality-praha-chodov.html>> [cit. 2010-10-25]

²¹¹ <<http://www.firmy.cz/detail/376140-lekarna-fortuna-havirov-podlesi.html>> [cit. 2010-10-25]

²¹² <<http://www.tkfortuna.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²¹³ <<http://www.fortuna.kolin.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²¹⁴ <<http://www.ipoint.cz/firmy/197117700-tj-fortuna/>> [cit. 2010-10-25]

²¹⁵ <<http://www.kralupy.cz/fortuna/index1.php?action=about.php3>> [cit. 2010-10-25]

²¹⁶ <<http://www.firmy.cz/detail/2324158-fortuna-ostava-poruba.html>> [cit. 2010-10-25]

²¹⁷ Srv. ZAMAROVSKÝ, V. *Bohové a hrdinové antických bájí*. Praha : Brána, 1996. ISBN 80-85946-29-7, str. 430. (dále jen Bohové a hrdinové antických bájí)

²¹⁸ <<http://www.tyche.info/cz/index.htm>> [cit. 2010-10-25]

²¹⁹ <<http://www.firmy.cz/detail/630317-tyche-cs-usti-nad-labem-centrum.html>> [cit. 2010-10-25]

²²⁰ <<http://www.edb.cz/Detail.aspx?L=CZ&SML=5509990950000>> [cit. 2010-10-25]

²²¹ <<http://www.etuare.com/Tyche.html>> [cit. 2010-10-25]

daughter of Zeus and the Greek Goddess of Fortune and Prosperity. Often, she was portrayed as the rudder of destiny. At Tyche Consulting, we believe that the fortune of organizations is not a matter of chance. Doing the right things well makes the difference between consistently great performance and disappointing results. Prosperity follows naturally. We are committed to helping our clients steer the right course for them. We are focused on your prosperity—that is our course.”²²² Firma tedy chápe štěstí v podnikání nejen jako vrtkavou štěstěnu, ale jako výsledek kroků tím pravým směrem, a k tomuto správnému směru může klienty nasměrovat právě Tyche Consulting, převážně v oblasti personalistiky, zaměření na výkon zaměstnanců, jejich správný výběr a přiřazení k určité funkci. Firma tedy vede Štěstěnu tím správným směrem.

3.3. Dionýsos (řím. Bacchus)

Bůh vína a radovánek je dobrou inspirací pro vše týkající se vína a hojnosti. Inspiroval například *Tavernu Dionysos*²²³, nabízející převážně řecká jídla a speciality se slibem, že nám, zákazníkům, připomene chuť řeckého moře a slunce; také *Vinařství rodu Pazderků*, které má Dionýsa ve své e-mailové adrese.²²⁴ Základny má vinařství dvě, v Mikulově a v Bulharech, konkrétněji na břehu Dyje. I to může být další důvod k přihlášení se k Dionýsovi.

Dionýsos má však oproti např. Apollónovi, který je zastáncem umírněného, racionálního požitku, příznak nespoutanosti a bujarosti. Jeho přívrženkyňe a uctívačky, známé bakchantky, při rituálech na počest boha Dionýsa mnohokrát rozvířily přímo nespoutané taneční, alkoholové a jiné orgie, což jedny přitahovalo a jiné naopak odpuzovalo. Mít co do činění s bakchantkami se ale nemuselo vždy vyplatit, jako tomu bylo u Thébského krále Penthea, jenž byl šílenými bakchantkami, které vedla jeho matka, zabit, jsa považován za divokou zvěř.²²⁵ Podobný osud stihl také Orfea, který se po smrti Eurydiky od bakchantek odvrátil.²²⁶

²²² <<http://www.tycheconsulting.com/index.html>> [cit. 2010-10-30]

²²³ <<http://www.tavernadionysos.eu/index.php>> [cit. 2010-10-25]

²²⁴ <<http://www.dionysos.breclavsko.com/>> [cit. 2010-10-25]

²²⁵ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 85.

²²⁶ Srv. Encyklopedie antiky, str. 438.

Tento motiv pravděpodobně ani *Bakchantky, spolek moravských vinařek*, svým názvem zdůraznit nechtěly. Činnost, jíž se zabývají, popisují na svých internetových stránkách takto:

„Pravidelně se setkáváme, vyměňujeme si zkušenosti, vzděláváme se, diskutujeme se zajímavými hosty a společně organizujeme společenské a vzdělávací akce. V uplynulých letech jsme navštívily bezmála 40 vinařství ve všech podoblastech Moravy, vinaře a vinařky v sousedním Slovensku i Rakousku, navázaly jsme řadu kontaktů a přátelství, načerpaly zkušenosti a ochutnaly bezmála tisíc vzorků vín.“²²⁷

Pokud po zmíněných ochutnávkách nenásledují mnou výše popsané praktiky, na což není slušné se ptát, je tento název poněkud zavádějící. Pro umírněné milovnice vín by se jistě našel vhodnější název, avšak bakchantky by tak neměly své vlastní uplatnění v názvech firem a společností, a tím by část antických příběhů zůstala neoživena.

*BACCHUS, spol. s r.o.*²²⁸ nabízí smíšené zboží, zde má pojmenování nejspíše evokovat hojnost, *Bacchus Vins & Champagnes*²²⁹ je internetový obchod s vínem.

Běžně již najdeme Baccha jako jednoho z antických bohů v názvech restaurací²³⁰, které by ovšem víření ve stylu bakchanálií ve svých zařízeních jistě neuvítaly.

Bacchus se vyskytuje i v názvech zboží a v oděvech, což může odkazovat na Dionýsův thrácký oděv, ačkoliv nemůžeme předpokládat, že je každé jméno řeckého boha či hrdiny, které v rámci reklamy potkáme, použito pro svůj původní význam. Je velmi běžné, že jméno je užito jen pro jeho lákavost a obecnou známost.

Dále se takto jmenuje i trashmetalová hudební skupina *Bacchus*²³¹, u které je možná pro hudební a jiné šílenství Bacchovo jméno použito nejvhodněji.

²²⁷ <<http://www.bakchantky.cz/obsah.php?id=1>> [cit. 2010-4-18]

²²⁸ <<http://www.firmy.cz/detail/2332889-bacchus-chomutov.html>> [cit. 2010-10-25]

²²⁹ <<http://eshop.bacchus.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²³⁰ <<http://www.firmy-decin.cz/f428410-restaurace-bacchus-rumburk-restaurace/?reportchyba=1>> [cit. 2010-10-25]

²³¹ <[http://www.spirit-of-metal.com/groupe-groupe-Bacchus_\(USA*1\)-1-en.html](http://www.spirit-of-metal.com/groupe-groupe-Bacchus_(USA*1)-1-en.html)> [cit. 2010-10-25]

3.4. Prométheus

Tvůrce prvních lidí, bojovník za lidská práva vůči bohům. Jeho jméno znamená předvídavý.²³² Navratitel ohně do lidského života.

V názvu společnosti, poskytující energetické služby (*Prometheus, energetické služby s.r.o.*²³³) je připomínán Prométheův spor s Diem. V Sykióně vyvstal spor o to, jaké části obětních zvířat patří bohům, a které lidem. Prométheus Istí zařídil, aby si sám Zeus vybral kosti obalené tukem a lidem nechal maso. Diovi se však Prométheův zásah protivil, a tak za trest vzal lidem veškerý oheň. Prométheus ale oheň lidem navrátil – podle jedné verze příběhu ukradl oheň Héfaistovi, podle jiné Prométhea pustila Pallas Athéna na Olymp zadní branou a Prométheus zde zapálil pochodeň od ohnivého vozu Heliova - a naučil lidi, jak s ohněm nakládat, a mnoha dalším dovednostem. Za krádež a opovážlivost byl Prométheus Hefaistem přikován ke kavkazské skále, kde mu každý den Diův orel kloval nově dorostlá játra. Nakonec se Zeus umírnil a po službě, již mu Prométheus prokázal varováním před sňatkem s Thetidou, byl Héraklem orel zabit a Prométheus vysvobozen.²³⁴

Tento mýtus dále příhodně využila firma *Prometheus Nymburk*²³⁵: „*Prometheus Nymburk sdružení zajišťuje oblast činností vyplývajících jako právní povinnosti právníckým a podnikajícím fyzickým osobám na úseku požární ochrany, bezpečnosti a ochrany zdraví při práci a ochraně veřejného zdraví. Zajišťujeme provádění projektových řešení k projektům staveb z hlediska požární bezpečnosti a znaleckou činnost v oblasti požární ochrany. Všechny činnosti zajišťujeme výhradně prostřednictvím odborných osob s kvalifikací a praxí odpovídající dané problematice. V uvedených oblastech poskytujeme odborné rady a konzultace.*“²³⁶, neboť Prométheus ve své prozřetelnosti učil lid nejen, jak oheň zachovat a použít, ale jistě i jak ho ovládat a střežit se před následky, které může oheň způsobit.

Na vědění, které předával lidem, reaguje název *Prometheus Education*²³⁷, společnost nabízející počítačové kurzy, nebo *Prometheus, spol. s r. o.*²³⁸, vydávající řady učebnic matematiky a fyziky. Společnost má na webových stránkách citát: ²³⁹ „Výchova by měla být taková, aby to, co je nabízeno, bylo přijímáno jako cenný dar, ne jako povinnost“, jehož

²³² Encyklopedie řecké mytologie, str. 213.

²³³ <<http://www.prometheusgas.cz/>> [cit. 2010-10-25]

²³⁴ Srv. Slovník antické kultury, str. 508.

²³⁵ <<http://www.prometheus-nb.cz/Sluzby.asp>> [cit. 2010-10-25]

²³⁶ <<http://www.prometheus-nb.cz/Sluzby.asp>> [cit. 2010-10-29]

²³⁷ <http://pocitace-informatika.centralni-registr.cz/internetove_sluzby/prometheus_education_spol_s_r_o.html> [cit. 2010-10-29]

²³⁸ <<http://www.firmy.cz/detail/201794-prometheus-praha-nusle.html>> [cit. 2010-10-25]

²³⁹ <<http://www.prometheus-nakl.cz/index.php>> [cit. 2010-05-16]

autorem je Albert Einstein. Opravdu se zdá, že za dob Prométhea lidé vědomosti, které předával, brali jako dar. Stejně tak si ale mohla firma ponechat již použitého Einsteina i ve svém názvu a nepůsobilo by to nijak rušivě.

Ani Prométheus neušel provozovatelům restaurací²⁴⁰ (vždyť to on vrátil lidstvu oheň, určitě i proto, aby si lidé mohli připravovat chutné jídlo) a hoteliérům²⁴¹, naštěstí nejsou jejich hotely umístěny na vrcholech kavkazských hor a návštěvníkům jistě není nabízen celodenní program v podobě setkání s nebezpečným supem. Spojitost s hoteliérstvím evokuje Prometheova ochrana a starost o lidi a jejich pohodlí.

Vtipně působí kombinace Prométheova jména s nabídkou výroby potřeb pro sochaře a kameníky *Nářadí Prométheus*²⁴², jakkoliv je toto jméno příznačné – Prométheus naučil lidi mnohým řemeslům, která činila jejich život lepším a snazším; s kamenem či skálou je Prométheus spjat trvale, neboť na připomínku skály, ke které byl přikován, musel nosit prsten, vyrobený z jeho okovů, ve kterém byl zasazen kamínek právě ze skály Kavkazu.²⁴³

Kdyby podobná firma existovala i za oněch časů, mohli bychom mít mýtus bohatší – o hrdinného kameníka či výrobce potřeb, který se vydrápal k Prométheovi na horu a osvobodil ho, a kterému se Prométheus posléze odvděčil předpovědí budoucnosti, ve které chrabřý kameník zastane funkci krále v daleké bohaté zemi a manžela jedné z krásných královských dcer, která se však v noci mění na krvelačnou bestii jako Diův trest za vysvobození Prométhea a o neustávající boje mezi Diem a Prométheem, který se rozhodne sesadit Dia z Olympského trůnu a zastávat jeho místo a stranit lidem; a nebo, kdyby se Prométheus i výrobce kamenického náčiní zachovali nehrdinně a před Diovým hněvem se po celý zbytek života skrývali, žili poustevnický život a vzpomínali na svou zašlou slávu. Ovšem možností takovýchto úvah je nesčetné množství.

²⁴⁰ <<http://www.restaurace.cz/ostrava/restaurace-prometheus.html>> [cit. 2010-10-26]

²⁴¹ <<http://www.hotel-prometheus.cz/>> [cit. 2010-10-26]

²⁴² <<http://www.naradi-prometheus.cz/>> [cit. 2010-10-26]

²⁴³ Srv. Bohové a hrdinové antických bájí, str. 366n.

4. Napůl lidé...

4.1. Achilleus (řím. Achilles)

Firma *Achilles CZ*, zabývající se papírenskými výrobky a produkcí výrobků k marketingovým účelům, na svém webu²⁴⁴ píše o svém názvu toto: „*Již přes 60 let symbolizuje název Achilles produkty v oblasti zušlechťování papíru a výroby kreativních prezentačních produktů...*“ Myšleno je tím však to, že jsou na trhu už 60 let, Achilleovo jméno, jež si firma zvolila, však tímto více vysvětleno není, tedy pokud nesrovnávají zušlechťování např. s péčí Achilleovy matky Thetis, jež svého syna ve strachu o jeho život máčela v řece Styx, či, podle jiné verze, zocelovala nad ohněm a potírala ambrózií.²⁴⁵ Avšak ani to nepomohlo proti osudu, který byl Achilleovi předpovězen, tedy předčasně smrti. Rychlý vzestup v podobě plně žitého života a rychlý pád v brzké smrti pravděpodobně firma se svou činností spojovat nechtěla. Dále na internetových stránkách firma uvádí tento slogan: *"Jen ten, kdo jde vlastní cestou, nemůže být nikým dohnán."* /Marlon Brando/

Ani tento citát Marlon Brando ale smysl pojmenování neosvětluje. Zde si dovoluji citovat: „*Z jednotlivých homérských hrdinů byli oblíbenými lit. postavami zvl. Achilleus, Helena a Odysseus. U postavy Achilleovy lákal básníky motiv předčasné smrti hrdiny, který jde vědomě vstříc svému osudovému údělu...*“²⁴⁶ Můžeme tedy, pokud zahrneme pravděpodobnou myšlenkovou linii při vzniku názvu této firmy a reklamní taktiku, vidět v názvu cílevědomost, znalost své cesty k cíli (zde bude cíl představovat progresivitu ve výrobě papíru a spokojeného zákazníka) a pevné směřování k němu. Název stejně tak může připomínat Achilleovo hrdinství, avšak i částečnou bezhlavost, se kterou šel vstříc svému osudu. Toto jméno také bezděky stále připomíná tzv. Achillovu patu neboli zranitelné místo. Vhodnost jeho použití v názvu firmy je tedy otázkou, s ohledem na to, zda si zákazník vůbec vybaví něco jiného než právě Achillovu patu.

Zajímavější by bylo použití jména Paridova, který je na „hledání“ Achillových pat expertem, a to třeba v případě reklamní agentury, poradenských služeb apod. V jiných oblastech, neslibujících rychlé a kvalitní změny, ale naopak dlouhodobější působení, Paridovo jméno může vypadat nevhodně (nedlouho poté, co Paris zabil Achillea, sám zemřel), ale

²⁴⁴ <<http://www.achilles.cz/acz.html>> [cit. 2009-10-20]

²⁴⁵ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 31.

²⁴⁶ Encyklopedie antiky, str. 239.

pouze do té doby, než si uvědomíme, že běžné znalosti týkající se Achillea a Parida končí právě Paridovým vítězstvím. Paridovo jméno se ale v názvech firem a výrobků střetává se jménem hlavního města Francie (Paris), které jasně nad Paridem v tomto směru převažuje. Jméno dnešního hlavního města Francie vzniklo v souvislosti s názvem keltského kmene. Cituji:²⁴⁷ „*Karnutové sousedili na severu s kmenem Parisiů, který kontroloval soutok Oisy a Seiny a jehož hlavní město Lutetia bylo předchůdcem Paříže.*“ Odtud tedy jméno Paříže.

Jméno Achilles se objevilo např. v názvech modelů letadel²⁴⁸ či tanků²⁴⁹ (také bojovníků, jako byl Achilles, též možné spojení s anglickým slovem *artillery*) a taktéž byla, nutno podotknout, že velmi vtipně, nazvána ortéza na kotník *Mc David Achilles Tendon Strap*²⁵⁰. Stejně tak se ale mohla ortéza jmenovat Oidipus²⁵¹: „*Když chlapci nebyly ještě ani tři dny, nechal jej otec otrokem odnést daleko do hor Kithairónu. Pro jistotu provrtal synkovi kotníky a svázal mu je řemenem, aby chlapec nemohl uniknout dravé zvěři. Otroek však svěřil dítě pastýři, který jej přinesl bezdětnému korinthskému králi Polybovi, a ten jej pojmenoval Oidipús („S opuchlými nohama“).*“

4.2. Odysseus (řím. Ulyxes, Ulysses)

Vnímání Odysseových osudů může být velmi různorodé. Představitelé Stoiků viděli Odyssea jako člověka nejvyšších ctností, překonávajícího vše, dokud nedosáhne svého cíle, středověk naopak jako hříšníka, který měl na svědomí mnoho mrtvých, za což musel pykat blouděním. Renesance zdůrazňovala jeho odvážnost, neboť vždy hrdě a směle šel za novými dobrodružstvími, romantikové vyzdvihovali jeho nespokojenost, nová doba životní nejistotu.

²⁵²

A jak vnímá Odyssea dnešní reklama?

Cestovní kancelář *ULYSSES T.R.U.S.T. PRAGUE spol. s r.o.* využívající latinskou podobu Odysseova jména, své jméno použila v návaznosti na oblast určení zájezdů

²⁴⁷ DUBY, G. aj. *Dějiny francie od počátků po současnost*. Praha : UK v Praze, 2003. ISBN 80-7184-514-0, str. 73.

²⁴⁸ <<http://www.mpmsshop.cz/dopluky/fotoleptane-dily/135-bojova-technika-1/achilles-mkii-c.html>> [cit. 2010-10-29]

²⁴⁹ <<http://www.mpmsshop.cz/plastikove-modely/bojova-technika/172-1/achilles-iic.html>> [cit. 2010-10-29]

²⁵⁰ <<http://www.kubistasport.com/Kotnik/8713-Orteza-Mc-David-Achilles-Tendon--Strap>> [cit. 2010-10-29]

²⁵¹ Encyklopedie řecké mytologie, str. 188n.

²⁵² Srv. Encyklopedie antiky, str. 239n.

Středozemního moře, do které pro své klienty hodlala organizovat zájezdy.²⁵³ Abych zjistila, zda se nabízené lokality shodují s Odysseovou cestou, převedu stručněji jeho putování.

Odysseův deset let trvající návrat do vlasti zahrnoval mnohá nebezpečí, při jejichž překonávání Odysseus ztratil všechny své druhy. Na thráckém pobřeží, u kterého přistálo dvanáct lodí jeho výpravy, musel bojovat s Kikony a ztratil přes 70 mužů. Dále jejich cesty vedly do země Lótofágů, ludu, který jedl lotosy, způsobující ztrátu paměti. Poté se vylodili v oblasti, kterou obývali Kyklóповé, jednoocí obři. Tam byl Odysseus jedním z nich, Polyfémem, zajat a uvězněn v kyklóповě jeskyni. Při osvobození ztratil další spolence a Polyféma oslepil, což rozhněvalo Polyfémova otce, Poseidona, který mu následně při plavbě způsoboval velké obtíže přivolanými bouřemi. Díky bohu větrů, Aiolovi, již byli na dohled Itaky, avšak Odysseovi druhy otevřeli měch, která Aiolos rekovi věnoval, a vypustili nepříznivé větry. Ty je zahaly dále na moře. Lidožraví Laistrygonové Odyssea připravili o mnoho dalších druhů a jeho výpravě zbyla jen jediná loď. Tou připluli na ostrov kouzelnice Kirky, Aiaiu. Kouzelnici musel nejdříve přinutit, aby druhům vrátila lidskou podobu, neboť byli proměněni ve vepře. Na Aiaie se zdržel celý rok. Podařilo se mu uniknout Sírénám, avšak ve zrádném průplavu mezi Skyllou a Charybdou ztratil další muže. Vyhladovělá skupina se odvážila porazit několik zvířat z posvátného Héliova stáda na ostrově Thrinakii, za což je Zeus potrestal bleskem, který potopil poslední loď a zahubil zbylé druhy Odyssea. Ten se zachránil na trámu, který ho zanesl k Ógygii. Na tomto ostrově zůstal po sedm let s nymfou Kalypsó, která ho propustila až na příkaz bohů. Vyrobit si vor a zamířil k domovu, ztroskotal ale, opět kvůli Poseidonově hněvu, u ostrova Scherii. Před utonutím ho zachránila bohyně Leukotheá tím, že mu hodila závoj. Na břehu ho objevila dcera krále Alkinoia, Nausikaá. Odysseus byl králem pohoštěn, na oplátku hrdina vyprávěl vše, co se jemu a jeho druhům po cestě událo. Na lodi, darované Alkinoem, se nakonec dopravil domů na Ithaku.²⁵⁴

Bližší srovnání cesty Odyssea s reálnými místy není vždy zcela jednoznačné:

„A přece už ve starověku se našlo dost těch, kdo brali tyto sny doslova a věnovali se – někteří cíleně, jiní jen okrajově – identifikaci podivných zastávek Odysseova bloudění s reálnými místy Středomoří.

Tak u Hérodota čteme o lidu Lótofágů, sídlících v Libyi na výběžku vybíhajícím do moře (oblast Malé Syrty): živi se prý pouze požíváním plodů lótosu, který je asi tak velký jako plod lentišku a sladký jako datle, a Lótofágové z něj vyrábějí také víno... Thúkydídés pak označuje Laistrygóny a Kyklóпы za nejstarší obyvatele Sicílie...a v tom ho následují

²⁵³ <www.ulysses.cz> [cit. 2009-10-25]

²⁵⁴ Srv. Encyklopedie antiky, str. 430.

Theopompos, Strabón i Plinius; ale podle Horatia měli Laistrygóni přijít na Sicílii ze střední Itálie..., a Krátés z Mallu je zase umísťuje na nejzazší sever... Moderní badatelé ostatně v této lokalizační snaze pokračují a umísťují tyto obludy vrhající skály jako kuličky do Maroka – anebo až k Černému moři, zatímco jednooké Kyklópy by rádi viděli třeba v Tunisku... Ostrov Aiólův, jakožto ostrov plovoucí, na sebe nestrhával tolik lokalizačního úsilí, přesto však ho Thúkydídés měl za jeden z Liparských ostrovů, ležících severně od Sicílie... Thrínakie, ostrov s Héliovými stády, byla tradičně ztotožňována se Sicílií pro svůj trojúhelníkovitý tvar, Skylla a Charybda měly ležet u Messiny – ale možná taky u Bosporu nebo Gibraltaru; stanoviště Sirén se podle Strabóna nacházelo někde mezi Sorrentem a Capri... a ostrov čarodějnice Kirké jménem Aia, resp. Aiaia se měl rozkládat někde ve střední Itálii, což potvrzovala stará tradice označující Agria a Latina, syny Odyssea a Kirké, za vládce Tyrhénů...; ostatně ještě dnes najdeme severně od Neapole mys jménem Capo Circeo. Jiná tradice ale lokalizovala ostrov Aia, jakožto sídlo Héliovo, na nejzazší východ... a nedaleko od proudů Ókeanových...; tam také prý, podle starých Argonautik..., měla žít Kirké, dcera Héliova, na ostrově jménem Aiaíé, tj. „příslušející k Aia“ ...

Ogýgie nymfy Kalypsó je charakterizována jakožto omfalos thalassés, pupek, tj. střed moře: ke každé pevnině je odtud stejně daleko, a právě zde bydlí dcera úskočného Titána Atlanta, který musí za trest držet nebeskou klenbu. Ostrov bývá situován do Iónského moře na základě Homérova časového údaje: leží prý osmnáct dní cesty od Schérie, rozuměj Kerkýry, a na severozápad od ní...“²⁵⁵

Pro ty, kteří se nevyznají v různých podobách jmen Řeckých ostrovů, stejně jako autorka této práce, cituji: „Korkýra, Kerkýra, Korfu – to jsou tři označení, která nesl ostrov ve své historii. Ale existuje ještě jedno jméno, pod nímž je tento ostrov znám z řecké mytologie. Podle souhlasného mínění většiny vykladatelů Homérova díla je totiž Kerkýra totožná s mytickou Scherií, ostrovem Fajáků.“²⁵⁶

Co se týče Skyilly, Charybdy a neurčitosti míst opět cituji: „Podle mapy to měly být tři ostrovní shluky, skládající se z několika desítek skalisek a nesoucí dohromady příznačné jméno Adelfai (či v současné řečtině Adelfes) „Sestry“; opravdu se tu tyčí pěkně pospolu a matou námořníky tím, že je lze těžko od sebe rozeznat. Ani jejich ženské jméno není asi náhodné. Ve starých námořnických zkazkách bývala často osamělá skaliska obdařena

²⁵⁵ FISCHEROVÁ, S. Odysseus, Chaos a iónská trojčata: aneb mýtus a logos v jedné z dutin země. In *Mýtus a geografie : svět, prostor a jejich chápání ve starších i novějších kulturách*. Praha : Herrmann & synové, 2008. ISBN 978-80-87054-13-0, str. 59n.

²⁵⁶ BARTONĚK, A.; BARTOŇKOVÁ, D. *Přímořským světem Helady*. Brno : Blok, 1987. ISBN 47-020-87, str. 127.

kouzelnou mocí ženských bytostí, které ubohé plavce k sobě poutaly, lákaly, až je nakonec strhly do záhuby. Adelfai, S/e/irény, Skylla s Charybdou, ale i rýnská Lorelei – to všechno jsou místní jména, a zároveň i bytosti ženského rodu, které si fantazie dávných generací námořníků vykreslila do podivuhodně živé lidské podoby a umístila je do nejnebezpečnějších úseků vodních cest. Na takovýchto místech, pěnících se mořským příbojem či říčními víry a vyluzujících rozmanité zvuky od divokého jakotu Charybdy až po libé tóny Seirén, se pak snadno rodily pověsti o mořských příšerách, strhujících plavce do hlubokých vírů, nebo o krásných vilách, lákajících námořníky do svého smrtícího objetí.“²⁵⁷

ULYSSES T.R.U.S.T. PRAGUE spol. s r.o.²⁵⁸ ve své nabídce opravdu většinu těchto destinací má. V nabízeném repertoáru chybí Lybie.

Hrdinovo jméno je používáno v obou jeho variantách, častější je však jeho řecká podoba. Objevuje se i možnost s jedním –s- uprostřed slova.

Odysseus je pro naše účely vcelku vhodným adeptem. Například *Odysseus Jachtklub* z Hradce Králové. V mé práci jsem se většinou setkávala s více méně náhodně zvolenými názvy firem a produktů, avšak tento Yachtclub, je mezi ostatními výjimkou. Nejen že se na svých internetových stránkách jmenovitě Odysseovi věnují, dokonce se vydali na plavbu po jeho stopách: „*Na rozdíl od personálního obsazení při stvoření světa stála roku 1970 při založení Odysseus Jachtklubu Hradec Králové parta nadšenců, která se rok předtím vydala na malých jachtách Achát a Olivín po stopách zmíněného nejvýznamnějšího hrdiny starořeckých bájí. Trasa plavby vedla z Chorvatska do Jónského moře a odtud Korintským průplavem do moře Egejského.*

O dobrodružství - podobně jako v případě Odysseově - nebyla nouze: chyběly námořní mapy, a tak jedna z posádek prožila nejprve nepříjemné chvíle při výslechu vedeném čínskými soudruhy v albánském vězení v přístavu Drač a záhy poté, kdy při pokusu přistát na Onassisově ostrově Skorpios narazila na nepochopení ze strany goril jeho ostrahy. První zkušenosti s mořskou nemocí některé odradily, těm ostatním pronikla zato mořská sůl dokonale pod kůži. A snad i proto, že moře leží dál než Tálínský rybník, je nakonec volání dalek a stesk a vzpomínky přivedly k tomu, že v Hradci Králové založili klub orientovaný na námořní jachting.“²⁵⁹

Tato a další dobrodružství, která mladí cestovatelé prožili, se opravdu dobrodružstvím Odysseovým podobají. Přestože loď nebyla jediným Odysseovým plavidlem (vor, trám), je

²⁵⁷ Tamtéž, str. 65.

²⁵⁸ <<http://www.ulysses.cz/>> [cit. 2009-11-01]

²⁵⁹ <<http://odysseus.roji.cz/view.php?navezclanku=historie-klubu&cislocclanku=2009020004>> [cit. 2009-11-01]

potěšující, že je tentokrát dané jméno využito pro ne zcela komerční účely sportovního klubu. Bohužel se mi nepodařilo získat bližší informace o cestě po Odysseových stopách, srovnání s přesnou cestou zakladatelů Jachtklubu tedy není možné.

Odysseovo jméno též využívá *ODYSSEUS digitální atlas s.r.o.*²⁶⁰, který se zabývá tvorbou podrobných map celé České republiky, aby všichni měli možnost najít svou cestu domů o něco příjemněji, než jaké bylo hledání Odysseovo. Heslo, uvedené na webových stránkách, „*Pomůžeme Vám najít správnou cestu*“, se ale o rychlosti nijak nezmiňuje. Doufejme tedy, že služby digitálního atlasu nemají dodací lhůty kolem deseti let. Odysseus však není jediné pro tento účel použitelné jméno – digitální atlas by se mohl jmenovat např. Anaximandros (tvůrce první řecké mapy), Eratosthenos; jeho mapa představovala nejvyšší stupeň umění řecké kartografie.²⁶¹ Zamíříme-li do římských geografických snah, byla proslulou mapa na stěně Vipsaniova sloupořadí na římském Martově poli, kterou nechal pořídit Augustus na základě díla Marka Vipsania Agrippy. Dále by pro naše účely byla vhodná významná mapa tehdy známého světa Klaudia Ptolemaia z 2. století n. l.²⁶² Může tedy být použito jméno Agrippa, či Klaudios, popř. Ptolemaios. Stejně tak by se ale digitální atlas mohl jmenovat Hermés – jako bůh pocestných.

Firma *Odysseus NET*²⁶³, zajišťující reklamní servis, konkr. webové stránky, e-shopy či portály, pravděpodobně svým názvem slibuje úspěšné plnění svých zakázek, a to přes všechny překážky. Může také odkazovat na Odysseovu odvážnou loupež palladia z Tróje, která, chápána obrazně, představuje získání prostředku potřebného k vítězství.

Jazyková škola Odysseus Olomouc výběr svého názvu vysvětluje sloganem: „*Domluvte se a splňte si své sny!*“.²⁶⁴ Zde se pravděpodobně hovoří o snech o cestování a poznávání dálek. Je ovšem diskutabilní, zdali Odysseus chtěl poznávat dálky a zdržovat se deset let pryč od domova pro splnění svých snů, neboť víme, že jeho bloudění byla vůle bohů. V tomto případě nelze jinak, než chápat použití tohoto jména jako symbol cesty za poznáním a odvahy se na ní vydat a dokončit ji, neboť pro mnohé je naučit se jazyk nemalou překážkou.

Co se týče zboží, jsou po Ithackém králi pojmenovány například různé typy dveří, ručníky (pravděpodobně asociace s mořem), nebo počítačové hry, které nabízejí prožití některých Odysseových zážitků.

²⁶⁰ <<http://www.odysseus.cz/>> [cit. 2010-10-31]

²⁶¹ Srv. Encyklopedie antiky, str. 364.

²⁶² Srv. Encyklopedie antiky, str. 364.

²⁶³ <<http://www.odn.cz/>> [cit. 2010-10-31]

²⁶⁴ <<http://www.js-odysseus.cz/>> [cit. 2009-11-1]

4.3. Perseus

Perseus group na svých webových stránkách uvádí toto vyjádření: „*Investiční a poradenská skupina PERSEUS se zabývá vyhledáváním strategických a finančních partnerů pro Vaše firmy zejména na teritoriu východní a střední Evropy. Tak jako mýtický PERSEUS byl synem boha Dia a ženy Danae, tak i skupina PERSEUS funguje jako společný podnik nejlepších místních a zkušených zahraničních odborníků, kteří prostřednictvím spojení špičkového zahraničního know-how a detailní dlouhodobé znalosti místních podmínek nabízí svým klientům následující služby. Tak jako mýtický PERSEUS bojoval a porazil starověké titány, tak i skupina PERSEUS konkuruje největším renomovaným investičním bankám tím, že nabízí služby vysoké kvality za ceny dostupné a výhodné pro středo a východoevropské klienty. PERSEUS byl vybudován skupinou odborníků, kteří před jeho založením působili několik let v různých státních a soukromých zahraničních subjektech a mají tak zkušenosti s fungováním a řízením různorodých projektů. Poprvé se jméno PERSEUS objevilo v průběhu roku 2000 jako kódové označení projektu připravovaného pro vlastníky ČSOB v souvislosti s řešením nestandardních aktiv převzatých od IPB.*“²⁶⁵ Takto podané vysvětlení je možno aplikovat téměř na každou firmu, stejně tak mnoho hrdinů z antických bájí bojovalo s různými nástrahami úspěšně, mnoho z nich také bylo spřízněno s bohy, pokud nebyli přímo jejich potomci. Jméno této firmy je důkazem toho, jak lze příběh přizpůsobit potřebám dané firmy.

Perseus, personální agentura má též své vlastní motto: „*Vašemu růstu dáme křídla.*“²⁶⁶ Tento slogan a použití Perseova jména jsou v tomto případě vhodné, firma reaguje na báje o Perseovi, kde mu při cestě za jeho cílem pomáhají bohové tím, že mu věnují potřebné vybavení pro boj, a nymfy, které mu věnují okřídlené sandály a neviditelnou helmu. Tito „pomocníci“ zprostředkují Perseovi úspěšnost jeho konání, stejně tak jako agentura Perseus, která pomáhá lidem zlepšovat se ve svých schopnostech a všestranně se rozvíjet, aby se posléze mohli lépe pracovně uplatnit. Název Perseus též koresponduje s lat. slovem *persona*, i anglickým *person*, tedy osoba; toto slovo se vyskytuje již v základním popisu oblasti působení této firmy.

*Turistický oddíl Perseus*²⁶⁷ mi poskytl toto vyjádření: „*V dávných dobách se oddíl jmenoval TOP - zkratka pro Turistický oddíl Péčko. Z důvodu používání slova Péčko pro hambaté filmy, jsme od názvu upustili s tím, že zachováme první písmeno v novém názvu.*

²⁶⁵ <<http://www.perseusgroup.cz>> [cit. 2009-12-1]

²⁶⁶ <<http://www.agentura-perseus.cz/cz/o-firme/>> [cit. 2009-11-5]

²⁶⁷ <<http://perseus.ipl.cz/>> [cit. 2010-10-31]

Vytvořili jsme si seznam vhodných názvů, ze kterých jsme formou ankety vybírali ten správný a vystihující. Ve hře byli např. Poutníci. Pak někoho /tuším vedoucí Dášu/ napadl název Perseus - kladný hrdina z řecké mytologie, kterou jsme měli rádi a znali z pověstí od Ed. Petišky. Dalo by se říct, že proti názvu Perseus neměl nikdo žádnou připomínku - dobře se vyslovuje, pěkně zní a je dobře zapamatovatelný. Navíc má vlastní souhvězdí, v létě vystřelují Perseidy. Dále jak si V. Zamarovský povšimnul, tuším ve slovníku antické mytologie - Bohové a hrdinové antických bájí, snad jako jediný z řeckých hrdinů neměl žádnou zápornou vlastnost. Čili se jedná o vyjádření jakéhosi lidského ideálu.²⁶⁸ Je pravdou, že první uvedené důvody jsou nejčastějšími důvody názvů po antických bozích, hrdinech a jiných stvořeních.

Co se výrobků týče, není jméno Perseus nijak významně používáno, pouze již běžně v oblasti nábytku či vybavení koupelen, svítidel, váz a květináčů nebo počítačových her – díky kterým si každý může prožít Perseova dobrodružství v klidu svého domova, ačkoliv by k tomu stejně dobře posloužila i kniha.

4.4. Héraklés (řím. Hercules)

Dvanáct úkolů, které Herkules na podnět Delfské věštby a svého svědomí musel a chtěl splnit, aby se očistil z vraždy svých dětí a dětí svého nevlastního bratra, a které mu byly zadávány Eurysthénem, králem Mykén a Tíryntu, na první pohled vypadá pro účely reklamy zajímavě, avšak průzkum neukázal výrazně větší četnost využití Herkulova jména. Přesto či možná právě proto jsem se rozhodla porovnat všech dvanáct prací ať už s reálným využitím v názvech existujících firem a společností, nebo s teoretickými možnostmi, jež se zde naskýtají.

Nemejský lev

První Herkulovou prací bylo zabít velkého lva z nemejských hor s kůží, která odolávala jakékoli zbrani. Lidé si se lvem nevěděli rady, byl dvakrát tak velký jako ostatní lvi. Poté, co Herkules lva vypátral a zjistil, že pověsti nelhaly, ho omráčil kyjem a zardousil. Přinesl ho Eurystheovi do Mykén. Eurystheus, vyděšený ze lva i z Herkulovy síly, zakázal

²⁶⁸ KOKECKÝ, R. Re: *Perseus* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2009-12-14 [cit. 2009-12-23]. Osobní komunikace.

hrdinovi vstupovat za hradby. Herkules stáhl lva z kůže a tu pak používal jako brnění, včetně hlavy jako přilby.²⁶⁹

Těžký boj Herkula a Nemejského lva by mohl být využit pro symboliku pozitivně myšlené agrese např. reklamních agentur, popř. právnických firem. Nemejský lev by mohl být symbolem např. pro obchod s ochrannými pracovními pomůckami a oděvy, nebo jen pro prodejnu s kožešinami nebo kůžemi, např. pro kutily.

Hydra z Lerny

Druhý úkol byl ještě těžší a nebezpečnější. Zabít Hydru z bažin u Lerny v Argolidě, která měla hadí tělo a devět hlav. Pomáhal jí obrovský rak s velkými klepety. Herkules si také vzal pomocníka – synovce Ioláa. Odřízli Hydře únikovou cestu hořícím lesem a boj začal. Podařilo se jim zabít raka a zjistit, že po vypálení hydře nenaroste na krku nová hlava, jak se dělo předtím. Herkules tedy postupně usekával hlavy a Ioláos, jakmile začínala Hydře růst hlava nová, ihned místo vypálil. Nakonec se jim podařilo Hydru zahubit, pro jistotu její tělo ještě rozsekali na kousky.²⁷⁰

„Vzhledem k pomoci Ioláa se Eurystheus zdráhal přiznat Hérakleovi splnění tohoto úkolu. Podle některých pramenů mu původně uložil 10 prací a další dvě mu přidal za údajné nedbalé provedení až později.“²⁷¹

Tento úkol, co do srozumitelnosti v reklamě, významněji použitelný není, možná kvůli částečné nepřímosti, komplikovanosti (Herkulovi pomáhal Ioláos, pochyby Eurysthea a nechuť uznat Herkulovi úkol za splněný), neboť reklamě nejvíce vyhovuje jasné a stručné sdělení, jakkoliv je původní význam posunut. Hydra by mohla být využita pro naznačení neústupnosti, vytrvalosti či dravosti. Ioláovo jméno zase jako motiv pomocníka, který dopomůže dojít ke zdárnému cíli, ačkoliv je tento pomocník více či méně nepovolený. Zde by se mohl uchytit např. internetový obchod s různými doplňky stravy, bylinkami, výrobky z konopí, podpůrnými prostředky pro sportovce atd.

Artemidina laň a kanec z Eurymanthu

Tentokrát byl Herkules pověřen, aby přinesl tato dvě zvířata, a to živá. Zde by si mohli přijít na své veterinární stanice, odchytové stanice, útulky, popř. hledači ztracených domácích mazlíčků a celkově hledači nějakých pokladů, např. krásek, umělců či nových pěveckých

²⁶⁹ Srv. Bohové a hrdinové antických bájí, str. 169.

²⁷⁰ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 120.

²⁷¹ Encyklopedie řecké mytologie, str. 120.

hvězd, dále pak detektivní agentury apod. Žádné podobné společnosti a firmy s tímto jménem jsem nenašla. Tento příběh pravděpodobně není znám dostatečně na to, aby byl použit ke zviditelnění.

Augiášův chlív

Pátý, pravděpodobně nejznámější z dvanácti Herkulových úkolů, kdy musel Herkules vyčistit zaneřádné Augiášovy chlívky, má své určení jasné. To potvrzuje úklidová firma *HERAKLES*²⁷², zabývající se úklidem a čištěním a dalšími podobnými činnostmi. Jistě by ale tato firma nechtěla, aby si její zákazníci vzpomněli, že Herkulovi ani Augiáš, ani Eurystheus po jeho službě nechtěli zaplatit.

Dále jsem našla *Augias- úklidový servis*²⁷³, což se vzhledem k běžné asociaci Augiáš – chlív a posléze Augiáš – hrozivý nepořádek trochu míjí účinkem, pokud název není myšlen jako zprostředkovatel, či ten, kdo úklid zajistí (ale stále zůstává i jeho původcem).

Stymfálští ptáci

*„Ještě jednu práci vykonal Héraklés na Peloponnésu: zahnal nebezpečné dravé ptáky, kteří se ve velkých hejnech usadili u stymfálského jezera v malebné Arkadii a pustošili celé okolí. Tito ptáci měli peří s kovovými hroty, které za letu shazovali, a jimiž tak usmrcovali lidi i zvířata. Héraklés stymfálské ptáky zahnal ukrutným rámusem bronzové klapáčky zhotovené bohem Héfaistem, kterou mu předala bohyně Athéna. Mnoho takto vyplašených dravců stačil ještě Héraklés postřílet šípy.“*²⁷⁴

Tento méně známý příběh je možné využít pro názvy řehtaček, plašiček ptáků, strašáků, hlídačů úrody před špačky, nebo pro postřík, který by všetečným ptákům zabránil ji ohrožovat. Pod tímto názvem jsem bohužel žádné takové prostředky neobjevila.

Zdivočelý Krétský býk a Diomédovi koně

Býka, který zdivočel, Herkules nejenom chytil, jak mu bylo přikázáno, ale i zkontroloval a nechal se jím odnést až do Argolidy.²⁷⁵

Diomédovo stádo získal též. Tento úkol splnil, přestože si jeho vykonání nakonec vybralo svou daň – zemřel při něm Herkulův přítel Abdéros.²⁷⁶

²⁷² <<http://www.adherakles.cz/>> [cit. 2010-10-31]

²⁷³ <<http://ing-petr-vensky-augias-uklidov.topkontakt.idnes.cz/?101592>> [cit. 2010-10-31]

²⁷⁴ Encyklopedie řecké mytologie, str. 122.

²⁷⁵ Srv. Bohové a hrdinové antických bájí, str. 171.

²⁷⁶ Srv. Tamtéž, str. 171.

Tato jména je možné využít např. v oblasti krocení zlé zvěře nebo koridy, popř. rodea, dále jej může nést název jezdeckého spolku, spolku trenérů koní či psů, ovšem pokud pomineme fakt, že koně, které Herkules Eursystheovi přivedl, byli po svém vypuštění roztrháni zvěří a Krétský býk byl nakonec zabit Théseem.

Hippolytin pás

Eurystheova dcera Admété zatoužila po pásu královny Amazonek Hippolyty. Hippolyta mu sama chtěla dobrovolně pás darovat, avšak Héra opět zasáhla a vnukla Amazonkám, že chce jejich královnu zotročit. Amazonky zaútočily na Herkula a jeho druhy, byly však poraženy a mnoho z nich zajato. Herkules si proto myslel, že ho královna zradila a zabil ji.²⁷⁷

Pro reklamu opět dosti komplikovaný příběh, ale mohl by být užitečný v názvech sportovních závodů pro ženy, dámských sportovních klubů, popř. jiných ženských bojových aktivit a spolků, např. kurzů sebeobrany. V souvislosti s tímto příběhem jsem našla pouze odkazy na Amazonky, např. *Občanské sdružení ONKO AMAZONKY*²⁷⁸, které se snaží pomáhat onkologicky nemocným pacientkám; toto spojení je vhodné, neboť se o amazonkách traduje, že si uřezávaly prso, aby se jim lépe nosil toulec se šípy.²⁷⁹ Dále pak *Holoubkovské Amazonky*²⁸⁰ – ženský fotbalový tým z Holoubkova, *Fit club amazonky*²⁸¹, který své služby nabízí nejen ženám, ale celé veřejnosti.

Géryonova stáda

Géryonova stáda měl Herkules přiřknout jako desátý úkol, jenž přes mnohé překážky opět zvládl. Nabízí se tu název pro společnost, firmu, či jednotlivce, kteří by měli zájem o chov dobytka „postaru“, neboli o eko či biofarmu.

*Geryon organisation.sk*²⁸² je společnost zahrnující sdružení nadšenců pro pohanství, satanismus, dále internetový obchod a internetovou televizi. Spolek neopohanů se zabývá zpřítomňováním starých pohanských zvyků, tradic a svátků, a to nejen teoreticky, ale hlavně prakticky. Na otázku po smyslu názvu této organizace jsem dostala od pohanské části této organizace tuto odpověď:

²⁷⁷ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 123.

²⁷⁸ <<http://www.onko-amazonky.cz/>> [cit. 2010-10-31]

²⁷⁹ Srv. Encyklopedie antiky, str. 49.

²⁸⁰ <<http://www.amazonkyholoubkov.estranky.cz/>> [cit. 2010-10-31]

²⁸¹ <<http://www.amazonky.eu/html/info/onas.php>> [cit. 2010-10-31]

²⁸² <<http://geryon.org/sk/index.html>> [cit. 2010-10-31]

„Ste sa pytali tiež preco sa nasa organizacia vola Geryon, no ma to hlbsiu podstatu. Vsetci dobre vieme, ze Geryon pochadza z greckej mytologie a preto sa prave hlada tato spojitosť, no pravy vyznam nieje tento. Vsak skutocny vyznam vidia ludia dobre zasvateni nasmu spolku a to znamena, ze musia pochopit nas spolok az potom pochopia nazov. Isto sa pytate, preco zrovna tato teoria, ci nechceme ludi manipulovat, ze vlastne ani nevedia co je "to zac"? No odpoved je jasna a prozretelna, ludia nemusia na pociatku chapat nazov ale zameranie a ak pochopia toto tak isto s jednoduchostou budu opisovat nazov. Snazime sa vniest do tohto trosku tajomna, nie vsak pretvarky ci falose.

Ci je suvislost s Greckou mytologiou, ano aj nie vpodstate, clovek nazval mytologiou myty, ktore pozostavaju z predstav, ak povieme predtave poznanie, potom mozme velmi vzdialene mytologii povedat subor vedomosti, samozrejme na realnych zakladoch budovane a isto dotvorene svojim subjektom, comu by som prirovnal slovo predstava.²⁸³

Název Geryon zde bude souviset s představami o dávných věcích, s diskuzí o „pohanském“ náboženství, původnosti, přírodnosti, vztahu člověka k sobě samému a člověka k vyššímu – přírodě, mýtu, bohu a k jejich poznání, samozřejmě na velmi obecném až abstraktním myšlenkovém stupni.

*Geryon group s.r.o.*²⁸⁴ se zabývá prodejem elektroniky a elektrotechniky. Po dotazu jsem dostala toto vyjádření:

„Jak jistě víte, v řeckém bájesloví, Geryon, syn Chrysaora a Callirrhoe a vnuk Medusy, byl hrůzostrašný obr, který přebýval na ostrově Erytheia v dalekém Středomoří. Geryon byl často popisován jako netvor s lidskými tvářemi. Geryon měl jednu hlavu a tři těla. Některé prameny říkají, že měl také šest nohou, zatímco jiné říkají, že tři těla byla spojená k jednomu páru. 3 hlavy symbolizují 3 společníky naší společnosti, jak tomu často bývá, pointa je prostá.“²⁸⁵

V dnešní době, jak jsem měla možnost zjistit, člověku k vyjádření, které může být zveřejněno, stačí i nekvalitní překlad okopírovaný z internetových stránek. Možná, kdyby si autor tohoto výroku přečetl o málo více, zjistil by, že král Géryonés byl okraden Herkulem o svá stáda a všechny tři části jeho těla Herkules proklál šípy.²⁸⁶ Společnost však zřejmě

²⁸³ SAMAEL, M. Re: *Geryon* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2009-12-19 [cit. 2009-12-23]. Osobní komunikace.

²⁸⁴ <<http://www.liberec-net.cz/geryon-group-s-r-o>> [cit. 2010-10-31]

²⁸⁵ Holba, M. Re: *Geryon group* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2009-12-11 [cit. 2009-12-23]. Osobní komunikace.

²⁸⁶ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 124.

nechtěla naznačit, že je snadným cílem, ani snad to, že když už se snadným cílem stane, padnou všichni tři společníci naráz. Jiné spojení krále Géryona (kromě trojitého těla) s touto společností se nenabízí.

Tři jablka ze zahrady Hesperidek

Herkules při hledání zahrady Hesperidek dlouho bloudil, než se mu podařilo vynutit si informaci o směru cesty od mořského boha Nérea, a zažil při tom mnohá další dobrodružství. Když ale konečně našel, co hledal, musel požádat Atlanta, otce Hesperidek, aby mu pomohl. Ten souhlasil, pokud mu Herkules podrží nebeskou klenbu. Títán Atlas mu přinesl vzácná jablka, svatební dar Héře od Gaie, avšak zpět pod nebeské břímě se mu nechtělo. Herkules ho musel přelstít – poprosil Atlanta, aby klenbu na moment podržel, aby si ji mohl podložit, neboť ho tísnila. Atlas tak udělal a Herkules sebral jablka a odešel zpět do Mykén.²⁸⁷

Jablka Hesperidek, či zahrada Hesperidek může dobře posloužit třeba v názvu obchodu s ovocem a zeleninou, nabízejícího kvalitnější zboží, sdružení zemědělců, dále v názvech farmářských festivalů, trhů nebo sadařství.

Při hledání jsem našla jen Zahradu Hesperidek - zahradnictví, kurzy, kavárna, kultura v Německu (*Hesperidengarten*)²⁸⁸.

Kerberos

Aby přivedl Eurystheovi Kerbera, trojhlavého psa, musel Herkules podniknout cestu do samotného podsvětí. Nejdříve se musel očistit při eleusinských mystériích z vraždy Kentaurů. Hádés nehodlal Herkulovi Kerbera jen tak odevzdat, musel ho přemoci, což ale nebyl pro Herkula tak velký problém. Po tomto úkolu byl Herkules Eurystheem propuštěn a první, co jako svobodný vykonal, bylo navrácení Kerbera zpět do podsvětní říše.²⁸⁹

Kerberem se inspiroval např. *Pavel Urban – KERBEROS* (Nabídka výcviku psů všech plemen, pořádání kurzů výcviku štěňat a začínajících psovodů, hlídání psů)²⁹⁰, dále *Kerberos Trade, s.r.o.*²⁹¹, firma nabízející zbraně, střelivo atd., si z Kerbera bere jeho ochrannou funkci; *KERBEROS KŘELOV* je klub bojových sportů. Na svých webových stránkách sice

²⁸⁷ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 125n.

²⁸⁸ <<http://www.hesperidengarten.info/index.html>> [cit. 2010-05-18]

²⁸⁹ Srv. Encyklopedie řecké mytologie, str. 127n.

²⁹⁰ <<http://www.pavelurban.estranky.cz>> [cit.2010-05-18]

²⁹¹ <<http://www.firmy.cz/detail/680504-kerberos-trade-klimkovice.html>> [cit. 2010-10-31]

mají zmínku o Kerberovi, jakožto strážci podsvětní říše, ale více se ke svému názvu nevyjadřují.²⁹² Jméno Kerberos by velmi slušelo bezpečnostní agentuře.

Pila Herkules spol. s.r.o. se ke svému názvu vyjádřila takto: „...*Herkules, protože první pila, kterou jsme viděli, se tak jmenovala...*“²⁹³ Pro toho, kdo vymyšlením názvu své firmy nechce strávit příliš času, může být tato metoda funkční. Vlastně se Herkules pile celkem podobá, svou rázností a cílevědomostí. Stejně tak vždy vyřešil zadaný úkol či problém s razancí hodnou motorové pily.

HERKULES KHKD s. r. o. se ke svému názvu též vyjádřil: „*S partou nadšenců opravujeme a provozujeme historické parní vlaky. Abychom mohli legálně působit na trhu, založili jsme v roce 1994 obchodní společnost - HERKULES KHKD s.r.o. Když jsme název vymýšleli, napadlo nás, že jednou z prvních parních lokomotiv na našem území byla právě lokomotiva HERKULES. No a dodatek KHKD je zkratka našeho spolku a jediného společníka firmy - Klub Historie Kolejové Dopravy.*“²⁹⁴ Lokomotiva Herkules byla opravdu první na našem území: „*Tisíce zvědavých lidí zde netrpělivě čekaly, až se ze zatáčky vynoří funicí parní lokomotiva Herkules. Sedmého července roku 1839 byl totiž zahájen provoz na železniční trati Vídeň-Břeclav-Brno, první parostrojní železniční trati v českých zemích.*“²⁹⁵

V názvech zboží jsem našla pouze sedací soupravu.

²⁹² <<http://www.kerberos.stranky1.cz>> [cit. 2010-05-18]

²⁹³ pila.herkules@volny.cz. Re: *pila Herkules* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2009-12-12 [cit. 2009-12-23]. Osobní komunikace.

²⁹⁴ KŘENEK, J. Re: *Herkules* [elektronická pošta]. Message to: Alena Kohoutová. 2009-12-14 [cit. 2009-12-23]. Osobní komunikace.

²⁹⁵ <http://brno.idnes.cz/presne-pred-170-lety-vyrazila-z-brna-do-vidne-lokomotiva-herkules-p80-/brno-zpravy.asp?c=A090706_184354_brno_krc> [cit. 2010-11-01]

Závěr

Jaké nové informace a výsledky tato práce přináší? Mimo jiné poskytuje poznatky o adaptaci řecko-římských jmen v českém prostředí. Jazyková stránka jmen je naneštěstí často zjednodušována. Pokud se ve jméně vyskytuje zdvojená hláska, bývá nahrazena jen jedinou. Interpunkce bývá, až na výjimky, vypouštěna. Je možné, že se tak děje kvůli snazší vyhledatelnosti firmy, ačkoliv internetové vyhledávače zobrazí výsledky vždy s různými kombinacemi interpunkce, popřípadě je název přizpůsoben formátu internetových adres, ve kterých se interpunkce nepoužívá. Skutečný důvod je však zřejmě mnohem prozaičtější. Dnešní populace, která se již na školách neučí latině, ani řečtině, má problém zapamatovat si, kde konkrétně se čárek užívá. Vynechání čárky pak předchází jejímu chybnému použití. Roli zde může hrát také vliv anglického jazyka, dnes téměř celosvětově rozšířeného, neboť ten používá antických jmen též bez interpunkce. Od nepravidelného skloňování jmen se často upouští. Jména, použitá v názvech firem a produktů, bývají kombinována s dalšími slovy, která napovídají jejich bližší určení. Běžné je použití zkratk a akronymů.

Co se významu týče, velká část firem se svůj název snaží nějakým způsobem, ať už více či méně komplikovaným, přesnějším či vágním, vysvětlit. Zdá se, že určitý podíl firem význam svého pojmenování hledá až poté, co si toto pojmenování určí, čemuž rozvinutá antická mytologie, její mnohdy komplikované příběhy a různé jejich varianty napomáhají. Ne vždy se ovšem podaří vyzdvihnout správné atributy, nebo vhodné momenty příběhu. Většina dotázaných firem se ale ke svému názvu nevyjádřila, je tedy možné, že pro svůj název určité důvody mají, avšak při tvorbě této práce mi nebyly známy. Naopak se v několika případech podařilo najít souvislosti, které ani majitelé firem neznají. Některá pojmenování byla vybrána v podstatě náhodně, některá naopak s důvtipem nebo vtipným kontextem. Vyskytly se i případy, ve kterých bylo jména užito zcela nevhodně, jediný možný důvod pak spočívá v libozvučnosti, případně v nechtěné dezinterpretaci. Jisté obory podnikání byly pro užití jmen podhoubit, konkrétně cestovní ruch, hoteliérství a provozování restauračních zařízení.

Přes všechny výtky, kterých je v práci hojně, je evidentní, že je antická mytologie stále oblíbená. Tomu nasvědčuje i fakt, který byl při práci zásadní – opravdu bylo s čím pracovat, neboť firem se jmény antických božstev a hrdinů je překvapivě velké množství. Otázkou zůstává, zdali se i v budoucnosti obrátí majitelé firem na pomoc Dia, Héry, Athény či Héfaista, aby jim bohové pomohli zviditelnit se, či aby si firmy získaly jejich náklonnost. Je

pravděpodobné, že se spolu se snižováním úrovně vědomostí o antické kultuře bude snižovat i výskyt jejich sekundárního využití.

Shrnutí závěru a další možnosti výzkumu viz resumé.

Použité prameny

Monografie

BARTONĚK, A.; BARTONĚKOVÁ, D. *Přímořským světem Helady*. Brno : Blok, 1987. ISBN 47-020-87.

HOMÉROS. *Odyseia*. Praha : Petr Rezek, 2007. ISBN 978-80-86027-26-0.

NASO, P. O. *Proměny (Metamorphoses)*. Praha : Svoboda, 1974. ISBN 25-131-74.

Elektronické zdroje

<<http://apollo.cz/>> [cit. 2010-11-10]

<http://brno.idnes.cz/presne-pred-170-lety-vyrazila-z-brna-do-vidne-lokomotiva-herkules-p80-/brno-zpravy.asp?c=A090706_184354_brno_krc> [cit. 2010-11-01]

<<http://dmhermes.cz/>> [cit. 2010-10-28]

<<http://eshop.bacchus.cz/>> [cit. 2010-10-25]

<<http://geryon.org/sk/index.html>> [cit. 2010-10-31]

<<http://ing-petr-vensky-augias-uklidov.topkontakt.idnes.cz/?101592>> [cit. 2010-10-31]

<<http://kvetiny-afrodite.cz/index.php?docid=1>> [cit. 2010-10-24]

<<http://odysseus.roji.cz/view.php?navezclanku=historie-klubu&cisloclanku=2009020004>> [cit. 2009-11-01]

<<http://perseus.ipl.cz/>> [cit. 2010-10-31]

<http://pocitace-informatika.centralni-registr.cz/internetove_sluzby/prometheus_education_spol_s_r_o.html> [cit. 2010-10-29]

<<http://www.adherakles.cz/>> [cit. 2010-10-31]

<<http://www.afroditeclub.cz/cz/index.html>> [cit. 2010-10-24]

<<http://www.afrodite-laserstudio.cz/>> [cit. 2010-10-24]

<<http://www.afrodite-strakonice.cz/>> [cit. 2010-10-24]

<<http://www.agentura-hermes.cz/>> [cit. 2010-10-28]

<<http://www.agenturajupiter.cz/>> [cit. 2010-05-14]

<<http://www.agentura-perseus.cz/cz/o-firme/>> [cit. 2009-11-5]

<<http://www.aghera.cz/onas2.html>> [cit. 2010-05-18]

<<http://www.achilles.cz/acz.html>> [cit. 2009-10-20]

<<http://www.amazonky.eu/html/info/onas.php>> [cit. 2010-10-31]

<<http://www.amazonkyholoubkov.estranky.cz/>> [cit. 2010-10-31]

<<http://www.a-pluto.cz/>> [cit. 2010-10-23]

<http://www.apolloart.cz/ApolloArt/Main_Frames.html> [CIT. 2010-10-25]

<<http://www.apollo-centrum.cz/>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.ares96.cz/index.html>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.arescz.cz/>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.ares-group.cz/>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.ares-print.cz/>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.artemis.wm.cz/firma.html>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.artemiss.cz/first.htm>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.artemis-ucebnipomucky.cz/>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.artemis-webdesign.cz/realizace/umelecke-webove-stranky>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.atelierhestia.cz/>> [cit. 2010-05-09]
 <<http://www.athena.cz/>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.athena.euweb.cz/>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.athena-fit.cz/>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.autoservis-poseidon.cz/>> [cit. 2010-05-09]
 <<http://www.bakchantky.cz/obsah.php?id=1>> [cit. 2010-4-18]
 <<http://www.cerealie.cz/cs/pro-maminky/vse-o-cerealiich/otazky-odpovedi/>> [cit. 2010-10-21]
 <<http://www.ceres.cz/taliansko>> [cit. 2010-10-21]
 <<http://www.ck-apollo.cz/>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.cviceni-slender.cz/>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.diana-company.cz/default.aspx?l=1029>> [cit. 2010-05-08]
 <http://www.dianakv.cz/page_about.htm> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.diana-privat.cz/>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.dionysos.breclavsko.com/>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.divadlo-pluto.cz/home.php?page=historie>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.divers-direct.cz/automatika-jetstream-octopus-poseidon/d35873/>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.dufi.axis4.info/?fKategorie=12358>> [cit. 2010-05-03]
 <<http://www.e-apollo.cz/>> [cit. 2010-11-10]
 <<http://www.edb.cz/Detail.aspx?L=CZ&SML=5509990950000>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.ekorodinka.cz/katalog/pro-vasi-krasu/kosmetika-prirodni-a-bio/mydla/tuha-mydla/produkt/athena---mydlo-pro-zeny>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.energydomy.cz/index.php?clanek=include/katalog/apollo>> [cit. 2010-11-10]
 <<http://www.e-outdoor.cz/p-414-stan-ferrino-poseidon-22.aspx>> [cit. 2010-10-23]
 <[http://www.eshop.tavlisa.cz/store/goods-\\$000040B4\\$00000001-1269-sul-koupelova-peniva-afrodita-golemia-1kg.html](http://www.eshop.tavlisa.cz/store/goods-$000040B4$00000001-1269-sul-koupelova-peniva-afrodita-golemia-1kg.html)> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.etuare.com/Tyche.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.eulerhermes.cz/cs/>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.firmy.cz/detail/1278271-miroslav-moravek-pluto-dohalice.html>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.firmy.cz/detail/1330615-hermes-trismegistos-praha-josefov.html>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.firmy.cz/detail/1546783-jiri-hera-mestec-kralove.html>> [cit. 2010-05-18]
 <<http://www.firmy.cz/detail/1691622-spolecnost-demeter-sibrina.html>> [CIT. 2010-05-03]
 <<http://www.firmy.cz/detail/1958812-fortuna-reality-praha-chodov.html>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.firmy.cz/detail/201794-prometheus-praha-nusle.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/202623-gs-artemis-novy-jicin.html>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.firmy.cz/detail/203422-m-a-r-s-praha-vinohrady.html>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.firmy.cz/detail/2110483-restaurace-hestia-melnik.html>> [cit. 2010-10-22]
 <<http://www.firmy.cz/detail/2158122-josef-hera-mestec-kralove.html>> [cit. 2010-05-18]
 <<http://www.firmy.cz/detail/2202135-restaurace-pluto-hermanova-hut-horni-sekyrany.html>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.firmy.cz/detail/2324158-fortuna-ostrava-poruba.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/2332889-bacchus-chomutov.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/2369559-zeus-zemedelske-sluzby-lichoceves-noutonice.html>> [cit. 2010-05-03]
 <<http://www.firmy.cz/detail/258261-helios-okna-turnov-dalimerice.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/269161-pluto-cv-chomutov-3-chomutov.html>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.firmy.cz/detail/298463-lekarna-helios-kolin-iv.html>> [cit. 2010-10-29]
 <<http://www.firmy.cz/detail/311478-apollo-leasing-plzen-severni-predmesti.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/375044-klatovske-zdravi-lekarna-poseidon-klatovy-i.html>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.firmy.cz/detail/376140-lekarna-fortuna-havirov-podlesi.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/420277-disco-club-apollo-praha-brevnov.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/421222-jupiter-kt-jihlava-jihlava.html>> [cit. 2010-05-14]
 <<http://www.firmy.cz/detail/450281-mars-praha-praha-zizkov.html>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.firmy.cz/detail/455870-artemis-puskarstvi-slavicin.html>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.firmy.cz/detail/475160-jiri-sladky-hades-hlucin.html>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.firmy.cz/detail/476402-hermes-consulting-trutnov-vnitni-mesto.html>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.firmy.cz/detail/487203-milan-vachal-tlucna.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/574449-vinarna-vulkan-hradec-kralove-prazske-predmesti.html>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.firmy.cz/detail/615149-hestia-bohyne-domaciho-krbu-praha.html>> [cit. 2010-05-09]
 <<http://www.firmy.cz/detail/630317-tyche-cs-usti-nad-labem-centrum.html>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.firmy.cz/detail/680504-kerberos-trade-klimkovice.html>> [cit. 2010-10-31]
 <<http://www.firmy.cz/detail/694398-geko-cereal-praha-hodkovicky.html>> [cit. 2010-10-21]
 <<http://www.firmy.cz/detail/704368-pluto-chrudim-ii.html>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.firmy.cz/detail/725871-komplexni-domaci-pece-hestia-havirov-mesto.html>> [cit. 2010-05-09]
 <<http://www.firmy.cz/detail/735891-ivana-ernstova-penzion-pluto-hermanova-hut-horni-sekyrany.html>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.firmy.cz/phr/Cere%C3%A1lie>> [cit. 2010-10-21]
 <<http://www.firmy.cz/phr/demeter>> [cit. 2010-05-18]
 <<http://www.firmy.cz/phr/HESTIA%20spol.%20s%20r.o.>> [cit. 2010-05-18]
 <<http://www.firmy.cz/phr/hotel%20Neptun>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.firmy.cz/phr/Neptun>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.firmy.cz/phr/restaurace%20Neptun>> [cit. 2010-10-23]
 <<http://www.firmy.cz/phr/restaurace%20Venu%C5%A1e>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.firmy.cz/phr/Venu%C5%A1e>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.firmy-decin.cz/f428410-restaurace-bacchus-rumburk-restaurace/?reportchyba=1>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.fortuna.cz>> [cit. 2010-1-19]
<<http://www.fortuna.kolin.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<http://www.gillettevenus.cz/cz_CZ/products/embrace/index.jsp> [cit. 2010-10-24]
<<http://www.grifis.cz>> [cit. 2010-05-14]
<<http://www.hefaistos.wz.cz/uvod.html>> [cit. 2010-5-8]
<<http://www.hefaistos-praha.cz/>> [cit. 2010-5-8]
<<http://www.helios.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.heliosfoto.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.helios-mostkovice.ic.cz/news.php>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.helios-rm.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.heliostech.cz/cz/produkty-sluzby/>> [cit. 2010-01-25]
<<http://www.heliosvia.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.helios-zlato.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.hera-stavby.cz/>> [cit. 2010-05-18]
<<http://www.hermes-mb.cz/>> [cit. 2010-10-28]
<<http://www.hermesmedia.cz/>> [cit. 2010-10-28]
<<http://www.hermes-touristik.de/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.hesperidengarten.info/index.html>> [cit. 2010-05-18]
<http://www.hest.cz/h_historie.shtml> [cit. 2010-05-09]
<http://www.hestia.cz/index2.php?page=o_firme> [cit. 2010-05-09]
<<http://www.hestia-zetek.cz/index.html>> [cit. 2010-05-09]
<<http://www.hotel-prometheus.cz/>> [cit. 2010-10-26]
<<http://www.hotel-venuse.cz/>> [cit. 2010-10-24]
<<http://www.chovatelskepotreby-pluto.cz/>> [cit. 2010-10-23]
<<http://www.ifortuna.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.ipoint.cz/firmy/197117700-tj-fortuna/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.js-odysseus.cz>> [cit. 2009-11-1]
<<http://www.kdomitoudela.cz/515261~Spedice>> [cit. 2010-05-03]
<<http://www.kerastyl.ic.cz/>> [cit. 2010-10-24]
<<http://www.kerberos.stranky1.cz>> [cit. 2010-05-18]
<<http://www.kola-helios.cz/>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.kralupy.cz/fortuna/index1.php?action=about.php3>> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.kubistasport.com/Kotnik/8713-Orteza-Mc-David-Achilles-Tendon--Strap>> [cit. 2010-10-29]
<<http://www.laznejupiter.cz>> [cit. 2010-05-14]
<<http://www.lekarnaujupitera.cz/>> [cit. 2010-05-14]
<<http://www.liberec-net.cz/geryon-group-s-r-o>> [cit. 2010-10-31]
<<http://www.librum.cz/knihy/f91dddb1f29147661c8dc02de1e99c2/>> [cit. 2010-05-14]
<http://www.los-ec.eu/Komplet_soubory/Page353.htm> [cit. 2010-10-25]
<<http://www.mars.com/czech/cs/who-we-are/our-history.aspx>> [cit. 2010-11-05]
<<http://www.marsjev.cz/>> [cit. 2010-10-26]

<<http://www.mpmshop.cz/dopluky/fotoleptane-dily/135-bojova-technika-1/achilles-mkii-c.html>> [cit. 2010-10-29]

<<http://www.mpmshop.cz/plastikove-modely/bojova-technika/172-1/achilles-iic.html>> [cit. 2010-10-29]

<<http://www.naradionline.cz/zbozi/tlakovy-studenovodni-cistic-alto-poseidon-4-36.html>> [cit. 2010-10-23]

<<http://www.naradi-prometheus.cz/>> [cit. 2010-10-26]

<<http://www.neptunpraha.cz/>> [cit. 2010-10-23]

<<http://www.nevestanauteku.cz/nevestanauteku/eshop/4-1-Svatebni-saty-EXCLUSIVE/0/5/210-Svatebni-saty-VENUS>> [2010-11-11]

<<http://www.nevesta-zenich.cz/svatebni-saty-cosmobella.html>> [cit. 2010-11-11]

<<http://www.odn.cz/>> [cit. 2010-10-31]

<<http://www.odysseus.cz/>> [cit. 2010-10-31]

<<http://www.okc-poseidon.cz/index.php?page=about>> [cit. 2010-10-23]

<<http://www.okc-poseidon.cz/index.php?page=about>> [cit. 2010-10-23]

<<http://www.onko-amazonky.cz/>> [cit. 2010-10-31]

<<http://www.oshermes.cz/cz/index.php>> [cit. 2010-10-28]

<<http://www.paintballares.cz/>> [cit. 2010-10-26]

<<http://www.pavelurban.estranky.cz>> [cit.2010-05-18]

<<http://www.pecenijeradost.cz/>> [cit. 2010-05-09]

<<http://www.penzionpluto.pardubicko.com/>> [cit. 2010-10-24]

<<http://www.perseusgroup.cz>> [cit. 2009-12-1]

<<http://www.pchelp.cz/helios-orange/helios-orange-zakladni-popis.htm>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.pluto.eu/>> [cit. 2010-10-23]

<http://www.pluto-security.cz/Pluto_01.htm> [cit. 2010-10-23]

<<http://www.pneuvulkan.cz/>> [cit. 2010-10-28]

<<http://www.podnikatel.cz/firmy/?id=5103590615000>> [cit. 2010-10-28]

<<http://www.portaldubi.cz/jiri-koubek--agentura-jupiter/>> [cit. 2010-05-14]

<<http://www.poseidonbrno.wbs.cz/Uvod.html>> [cit. 2010-05-09]

<<http://www.project-athena.cz/>> [cit. 2010-10-28]

<<http://www.prometheusgas.cz/>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.prometheus-nakl.cz/index.php>> [cit. 2010-05-16]

<<http://www.prometheus-nb.cz/Sluzby.asp>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.prometheus-nb.cz/Sluzby.asp>> [cit. 2010-10-29]

<<http://www.radioapollo.cz/#>> [cit. 2010-10-25]

<<http://www.reality-pluto.cz/>> [cit. 2010-10-24]

<<http://www.restaurace.cz/ostrava/restaurace-prometheus.html>> [cit. 2010-10-26]

<<http://www.restaurant-fortuna.cz/historie-domu.html>> [cit. 2010-1-19]

<<http://www.sanatoriumhelios.cz/>> [cit. 2010-10-29]

<<http://www.sexshop-afrodita.cz/>> [cit. 2010-10-24]

<<http://www.smaragd-hermes.cz/index.php>> [cit. 2010-10-28]

<<http://www.solcentrum.cz/>> [cit. 2010-10-25]

<[http://www.spirit-of-metal.com/groupe-groupe-Bacchus_\(USA*1\)-1-en.html](http://www.spirit-of-metal.com/groupe-groupe-Bacchus_(USA*1)-1-en.html)> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.studioafrodite.cz/>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.studiohera.cz/o-nas>> [cit. 2010-05-18]
 <<http://www.sunski.cz/>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.tavernadionysos.eu/index.php>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.tesneni-oken-dveri.cz/>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.tkfortuna.cz/>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.tyche.info/cz/index.htm>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.tycheconsulting.com/index.html>> [cit. 2010-10-30]
 <<http://www.uctoadane.cz/onas.htm>> [cit. 2010-05-13]
 <<http://www.ulysses.cz/>> [cit. 2009-10-25]
 <<http://www.ulysses.cz/>> [cit. 2009-11-01]
 <<http://www.venus.cz/index.php?stranka=sluzby>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.venusemb.cz/>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.virive-bazeny.cz/virivy-bazen-poseidon.html>> [2010-10-23]
 <<http://www.volny.cz/hestia-welt/>> [cit. 2010-05-09]
 <<http://www.vtt.cz/informace/kontakt-vtt>> [cit. 2010-10-24]
 <<http://www.vulkanmedical.cz/>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.vytahyzeus.cz/>> [cit. 2010-11-05]
 <<http://www.zbozi.cz/?q=Hermes+EDP&r=zbozil&thru=&sId=VTnppfOHwWOgliYVWjCu&origQuery=Hermes+EDp&sourceScreen=products&categoryId=0&categoryPath=%2F>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.zbozi.cz/?q=Hermes+EDT&r=zbozil&thru=&sId=VTnppfOHCAeLlimMqWWE&origQuery=Hermes+EDP&sourceScreen=products&categoryId=0&categoryPath=%2F>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.zbozi.cz/p343080-juniors-hermes-new/?q=JUNIORS%20HERMES&q=JUNIORS%20HERMES&r=tab&thru=&sId=bOoBD8udwAuYQnPdLdgB>> [cit. 2010-10-28]
 <<http://www.zbozi.cz/p84472-mammut-hermes/?q=Hermes&categoryPath=/&r=zbozil&thru=&categoryId=0&sId=VTnppfOHOOtliPL7ROa>> [cit. 2010-10-25]
 <<http://www.zbrane-vzduchovky.cz/puskohledy/puskohledy-meopta/artemis-2000-39x42>> [cit. 2010-10-26]
 <<http://www.zeuscorp.cz/>> [cit. 2010-05-14]
 <<http://www.zeusfaber.cz/>> [cit. 2010-05-03]
 <<http://www.zeusreality.cz/>> [cit. 2010-05-03]
 <<http://www.zeus-sa.cz/index.php?pid=1>> [cit. 2010-05-14]
 <<http://www.zeus-sa.cz/index.php?pid=1>> [cit. 2010-05-14]
 <<http://www.zeussro.cz/>> [cit. 2010-05-03]
 <<http://www.zeustrade.cz/ready-made-prodej-spolecnosti.php>> [cit. 2010-05-14]
 <<http://zbozi.cz/?q=Neptun&sId=iP-5BlaDwz5YinwI4Zx6&r=hp>> [cit. 2010-10-23]

<<http://zbozi.cz/items?q=Helios&r=zbozi1&thru=&itemType=new&sid=kFb5bFlcw9YCEnYAOEN>> [cit. 2010-10-25]

<<http://zbozi.cz/items?q=pluto&order=relevance&minPrice=&maxPrice=&r=zbozi1&redir=1&pId=iP-5BlaDw2in5iCSSj5N&page=3>> [cit. 2010-10-24]

Literatura

ECO, U. *Jak napsat diplomovou práci*. Olomouc : Votobia, 1997. ISBN 80-7198-173-7.

FISCHEROVÁ, S. Odysseus, Chaos a iónská trojčata: aneb mýtus a logos v jedné z dutin země. In *Mýtus a geografie : svět, prostor a jejich chápání ve starších i novějších kulturách*. Praha : Herrmann & synové, 2008. ISBN 978-80-87054-13-0.

KEPARTOVÁ, J. *Antika? Zajděte do kina, přečtěte román...* Praha: Lidové noviny, 2006. ISBN 80-7106-850-0.

NEUHÖFER, R. *Deset úvah o středním školství*. Praha : Česká grafická unie a.s., 1930.

SPOUSTA, V. *Vádémékum autora odborné a vědecké práce humanitního a sociálního zaměření*. Brno : Akademické nakladatelství Cerm, 2009. ISBN 978-80-7204-617-1.

Encyklopedie a slovníky

BAHNÍK, V; BĚLSKÝ, J; BUSINSKÁ, H. aj. *Slovník antické kultury*. Praha : Svoboda, 1974. ISBN 25-119-74.

HOUTZAGER, G. *Encyklopedie řecké mytologie*. B. m. : Rebo productions, 2003. ISBN 80-7234-287-8.

LÖWE, G; STOLL, H. A. *ABC Antiky*. Praha : Ivo Železný, 2005. ISBN 80-237-3938-7.

SVOBODA, L. a kol. *Encyklopedie antiky*. Praha : Academia, 1973. ISBN 401-22-875.

ZAMAROVSKÝ, V. *Bohové a hrdinové antických bájí*. Praha : Brána, 1996. ISBN 80-85946-29-7.

Seznam uvedených firem

A - PLUTO, s.r.o.
Afrodité - estetické studio
Afrodité erotic club Ostrava
Agentura HERA s.r.o.
Agentura Hermés
Achilles CZ
Apollo art
Apollo art
Apollo Service Agency, s.r.o.
Apollo servis s.r.o.
Apollo, spol. s r.o.
APOLLON cestovní kancelář, s.r.o.
ARES CZ
Ares Group
ARES-PRINT s.r.o.
Art&mis s.r.o.
ARTEMIS - puškařství, v.o.s.
Artemis Tour
Artemiss
ATELIER HESTIA, s.r.o.
Augias- úklidový servis
AUTO-HADES
Bacchus Vins & Champagnes
BACCHUS, spol. s r.o.
Bakchantky, spolek moravských vinařek
Bytové družstvo POSEIDON
Cereal Partners Czech Republic, s.r.o.
CK CERES
D.M. Hermes
Daxi rádio Apollo
Diana – svět oříšků (Diana Company spol. s r.o.)
Diana Privat
Disco Apollo
Disco club Apollo
Divadlo Pluto
Euler Hermes Čescob, úvěrová pojišťovna, a.s.
Fit club amazonky
Fitness studio HeRa
FORTUNA reality, s.r.o.
Fortuna sázková kancelář a.s.
FORTUNA, s.r.o.
Foto Apollon
GEKO CEREAL, s.r.o.
Geryon group s.r.o.
Geryon organisation.sk
GS Artemis
Hefaistos, spol. s r.o.
HELIOS - Mostkovice
HELIOS - OKNA, spol. s r.o.
HELIOS - velkoobchod
HELIOS FOTO Ostrava, výrobní družstvo
Helios Group, spol. s r.o.
Helios RM, spol. s r.o.
HELIOS Tech, a.s.
HELIOS VIA - Vlastimil Světlík
HERAKLES
HERKULES KHKD s. r. o.
Hermés Consulting, s.r.o.
Hermes Ltd., Representants, Consultants & Dealers,
spol. s r.o.
Hermés MB s.r.o.
Hermes Touristik
HERMES TRISMEGISTOS, s.r.o.
Hermesmedia.cz
Hesperidengarten
HESTIA – WELT s.r.o.
Hestia bohyně domácího krbu, s.r.o.
Hestia krby CZ
HESTIA spol. s r.o.
Holoubkovské Amazonky
Horský hotel NEPTUN
Igor Zemánek – Zeus
Ing. Břetislav Vévoda –ZEUS
Jazyková škola Odysseus Olomouc
Jiří Héra
Jiří Koubek - Agentura Jupiter

Josef Héra
 JUPITER CONSULTING s.r.o.
 JUPITER KT Jihlava, spol. s r.o.
 KERBEROS KŘELOV
 Kerberos Trade, s.r.o.
 Knihkupectví Tyché
 Komplexní domácí péče Hestia, s.r.o.
 květinářství AFRODITE
 Lékárna Fortuna
 Lékárna Helios
 Lékárna Poseidon
 Lékárna u Jupitera
 M.A.R.S
 MarS a.s.
 Milan Zetek - Hestia
 Miloslav Hera
 Nakladatelství Fortuna
 Nakladatelství Jupiter spol .s r.o.
 Nářadí Prométheus
 Občanské sdružení HERMÉS
 občanské sdružení Hestia
 Občanské sdružení ONKO AMAZONKY
 ODYSSEUS digitální atlas s.r.o.
 Odysseus Jachtklub
 Odysseus NET
 Paintball Áres
 Pavel Urban – KERBEROS
 Penzion Helios
 Penzion Jupiter
 Perseus group
 Perseus, personální agentura
 Pila Herkules spol. s.r.o.
 Pluto C.B.S. Security
 Pneuservis Autoservis AUTO PNEU VULKÁN
 POSEIDON Mikulov, s.r.o.
 potapěčský klub Neptun
 Potapěčský klub Poseidon Brno
 Prometheus Education
 Prometheus Nymburk
 Prometheus, energetické služby s.r.o.
 Prometheus, spol. s r. o.
 Reklamní agentura Ares 96
 Relaxační lázně JUPITER
 Restaurace Fortuna
 Restaurace Hestia
 Restaurace Neptun
 SANATORIUM HELIOS s.r.o.
 Sex-shop Afrodita
 Skupina historického šermu Fortuna
 SMARAGD-HERMES
 SOL CENTRUM Mělník
 Společnost Deméter
 Sportklub Fortuna Kolín
 Studio AFRODITE
 SUN Ski & Board School
 Taneční klub Fortuna Zlín
 Taverna Dionysos
 TJ Fortuna
 Turistický oddíl Perseus
 TYCHÉ - CS, s.r.o.
 Tyche Consulting Group, Inc.
 Tyché s.r.o
 ULYSSES T.R.U.S.T. PRAGUE spol. s r.o.
 Venus Reality
 VIA HELIOS, s.r.o.
 Vinárna Vulkán
 Vinařství rodu Pazderků
 vodácký oddíl Neptun
 VULKAN - Medical
 Výletní restaurace s rozhlednou DIANA
 Yachtcentrum Neptun
 ZEUS - zemědělské služby, spol. s r.o.
 Zeus Corp.
 ZEUS FABER, s.r.o.
 Zeus s.r.o.
 Zeus security agency
 ZEUS Trade, s.r.o.
 Zeus Výtahová technika s.r.o.
 Zeus-realistní kancelář s.r.o.
 Zlatnictví Helios

Resumé

Tato bakalářská práce se zabývá vlivem antické mytologie na reklamu, konkrétně použitím jmen významných postav v názvech firem a zboží. Porovnává informace získané z internetových domén, portálů a z vyjádření firem s odbornou literaturou, týkající se starověké řecko-římské mytologie.

Jména bohů a hrdinů jsou s vnitřními souvislostmi používána častěji v jejich řecké podobě, než v římské, též jsou často psána bez interpunkce. Běžné je použití akronymů, které mají podobu konkrétního jména, avšak ne vždy se vztahem k dané mytologické látce. Názvy většiny společností opravdu mají dohledatelný vztah k bájím, a to v různém, v práci popsaném rozsahu. Nemalé zastoupení oslovených firem své jméno vybralo náhodně či kvůli jeho libozvučnosti.

Výzkum vynesl na světlo množství vhodně použitelných jmen v souvislosti s různými obory podnikání, které doposud zcela využity nebyly, například jméno Herkulovo. Též byla objevena spojení, která nebyla autorům názvu známa, např. vztah Diany a ořechů a další.

Přestože nebylo možné obsáhnout veškeré výskyty jmen ve zmiňovaných názvech, podává práce dostačující vhled do problematiky živosti řecko-římské kultury, v závislosti na dnešním trendu rušení výuky klasických jazyků, jíž se toto počínání silně dotýká. I za těchto okolností však zatím zůstávají rámcové příběhy antické mytologie součástí myšlenkové tradice, jakkoliv se z ní místy vytrácejí konkrétnější detaily, přestože právě tyto detaily mohou mnohdy význam pojmenování posunout jiným směrem.

Další možnost výzkumu se nabízí v oblastech s jiným jazykovým vybavením, např. na Slovensku. Tak se poodhalí přístup obyvatel daného státu k mytologii, který lze srovnat s výsledky této práce, a následně je možno určit a porovnat všeobecný vliv antických bájí na daných územích.

Summary

This bachelor thesis deals with ancient mythology influence on advertising specifically with usage of remarkable characters' names in titles of companies and products. It compares information gathered from internet domains, portals and companies' representation with literature specialised in ancient Greco-Roman mythology.

Names of the gods and heroes are more frequently used with inner context in their Greek form rather than in Roman form and they are often written with no punctuation. Very common is usage of acronyms which bear resemblance to specific names, however, without any closer relation to the given mythological theme. Most company titles really have relatively traceable relation to the ancient myths, which is described in this work. Many of those companies have chosen their names because of the euphonious effect they possess.

The research brought to light many appropriately used names related to various fields of business that have not been thoroughly exploited before, eg. name of Hercules. Also, findings unknown to the authors were made revealing eg. relation between Diana and nuts etc.

Although it was not possible to embrace presence of all the names in mentioned titles, this work provides adequate insight into the matter of ancient Greco-Roman culture and its topicality as it is related to the trend of abolishing the classical languages education. The topicality of the ancient Greco-Roman culture itself is strongly affected by this trend. However, basic elements of the ancient stories are still part of the general knowledge even under aforementioned circumstances and with particular details vanishing from this general knowledge, despite the fact that these details can change the meaning of the title related to the original mythical name dramatically.

More potential of the research is being offered in areas with different spoken language eg. Slovakia. This is a way of revealing certain citizens' attitude towards mythology. This attitude can be compared with results of this work and subsequently, general influence of the ancient myths in the given areas can be analysed, described and compared.