

Janovská Kolarovičová, Lucie

**K procesu konstituování antroponym jako intertextových jednotek
(na příkladech ruských, českých a německých publicistických textů)**

Opera Slavica. 2013, vol. 23, iss. 4, pp. 25-33

ISSN 1211-7676 (print); ISSN 2336-4459 (online)

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/128999>

Access Date: 29. 11. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

**K PROCESU KONSTITUOVÁNÍ ANTHROPONYM JAKO
INTERTEXTOVÝCH JEDNOTEK
(NA PŘÍKLADECH RUSKÝCH, ČESKÝCH A NĚMECKÝCH
PUBLICISTICKÝCH TEXTŮ)**

Lucie Janovská Kolarovičová (Brno)

Anotace:

Príspevok sleduje podmienky a proces vzniku antroponym intertextového charakteru na základe znalostí, predstav jedinců lingvokulturního prostoru o fenoménu kultury. Ukazuje na příkladech ruských, českých a německých publicistických textů užití a fungování antroponym intertextového charakteru v jednom lingvokulturním prostoru i sémantické překlenutí více takových lingvokulturních prostorů.

Klíčová slova: antroponyma, intertextualita, precedentnost, ruština, čeština, němčina

**On the Process of Constituting Anthroponyms as Intertextual Units
(on the Examples of Russian, Czech, and German Journalistic Texts)**

Abstract:

The article deals with conditions and process of formation of intertextual anthroponyms, based on knowledge and visions about culture phenomenon of individuals in a linguocultural area. It illustrates with examples of Russian, Czech and German journalistic texts the use and workings of intertextual anthroponyms in one linguocultural area as well as semantic bridging of more linguocultural areas.

Key words: intertextuality, anthroponyms, Russian, Czech, German

Intertextualita je vědeckým a vyhledávaným předmětem zkoumání jazyko-
vědci i badatelů literárních; přesto se jedná o fenomén, který není doposud zcela
jasně definován a popsán, což se projevuje i v nejednotném pojmenování tohoto
jevu. Tradice zkoumání intertextuality (intertextu, intertextovosti) vychází z teo-
rie Julie Kristevy, která svůj výklad představila v šedesátých letech minulého
století v prostředí skupiny Tel Quel (Kristeva 1978: 69). Jak sama k této teorii
uvádí, opírá se její zkoumání intertextu převážně o výsledky bádání Michaila
Michailoviče Bachtina, konkrétně o jeho teorii *dialogičnosti* (rus. Диалогич-
ность). V základu této teorie stojí „distinkce na jedné straně sebe, na druhé straně
(někoho) jiného, (toho) druhého, a tedy také vlastního a cizího“ (Hoffmannová

1997: 34). Kristeva však teorii o dialogu rozpracovává a vztahuje ji mj. na každý text, který je podle ní vystavěn jako mozaika citátů, každý text je absorpcí a transformací jiného textu a informace se dá číst minimálně ve dvojitým smyslu (Kristeva 1972: 348). V tomto momentě Kristeva nerozlišuje, zda se jedná o text umělecký, tedy literární dílo, nebo o běžné výpovědi, za což byla její teorie kritizována jako příliš široká a málo specifikovaná.

Pro praktické zkoumání intertextuality je takové široké pojetí tohoto jevu nevhodné. Proto zcela přirozeně vzniká hledisko užší, které staví na vztahu konkrétního textu k jinému konkrétnímu textu (popř. konkrétním textům). Právě druhý pohled na problematiku intertextuality je ve velkém množství případů základem pro zkoumání jednotlivých textů. Na tomto místě je také nutné zdůraznit, že v přinejmenším evropském areálu je intertextualita chápána nejen jako vztah text – text (resp. autor – čtenář), ale v podstatě i jako vztah text – žánr (srov. např. teorie G. Genetta, A. Zachové, M. Głowińskiego, resp. J. Homoláče)

Tradičně se tedy o intertextualitě pojednává jako o vztahu mezi texty, především literárními, ovšem nelze vynechat ani texty publicistické, v nichž intertextualita hraje významnou roli – i když v mnoha případech odlišnou, než je tomu u textů uměleckých. Intertextualita je často úmyslně a zřejmě označena a využita mnohdy až k manipulačním účelům konkrétního publicistického textu (Kolarovičová 2009).

Nelze také přehlédnout fakt, že nejen ucelené textové oddíly, ale i mnohem menší jednotky textu mohou v sobě ve zhuštěné formě nést intertextovou informaci – hovoříme o podstatném jméně vlastním, v našem případě pak konkrétně o antroponymu s reálnými denotáty¹. Otázka tedy zní: kdy a za jakých podmínek můžeme hovořit o vzniku antroponyma jako intertextové jednotky?

Není cílem a není ani možno pouštět se zde detailněji do odpovídající analýzy intertextu, zaměříme se jen na sémantický status vlastních jmen intertextového charakteru. Pokud vyjdeme z teorie vlastního jména, má takové kromě jiných funkcí i funkci identifikovat a lokalizovat daný objekt (Šrámek 1999). Jakékoliv takové antroponymum (s reálným denotátem) má svůj referent a označuje konkrétní osobu reálného světa. Je možné hovořit o *vlastnosti* antroponyma – toto však ještě nemůže označovat nic z toho, co stojí vně textu. Naproti tomu vlastní jméno intertextového charakteru lze chápat přinejmenším dvojitým způsobem: sice má stále vztah ke svému referentu, už ho ovšem neidentifikuje tak, jak popsáno výše, nýbrž odkazuje a ukazuje na situace referent obklopující a tato skutečnost se promítá do textu (vztah text – reálná situace, ev. situace zachycená v textu).

¹ Zkoumání vlastních jmen jako jednotek intertextového charakteru vychází z ruské teorie precedentnosti J. N. Karaulova. Ovšem i v českém nebo německém prostředí najdeme jednotlivé snahy o popsání takových jmen, třebaže nejsou vždy nazývána „intertextovými“ – např. u P. Stockera nebo R. Grenarové.

Vznik antroponyma intertextového charakteru je podmíněn existencí prostředí, které lze definovat kulturněhistoricky, jazykově, geograficky apod.: ve většině případů se jedná o areál vymezený politickou hranicí a jazykem. Nazýváme tento prostor kulturním prostorem (lingvokulturním prostorem). Jedinec, žijící v takovém prostředí, prochází nutně procesem socializace, kdy se začleňuje do společnosti. Kromě osvojení si základních návyků, orientace v základních společenských normách a hodnotách či stanovení sociální role, si takový jedinec osvojuje i mateřský jazyk a získává základní poznatky, nejprve pohledem svých rodičů a později na základě vzdělávání. Postupně se seznamuje s jevy nacházejícími se v jeho kulturním prostoru, ty se stávají součástí jeho povědomí o okolním světě. K tomuto povědomí později velmi přispívá další vzdělání a „obecný rozhled“. V kulturním prostoru se tedy shromažďují všechny znalosti o prostředí, které jedince kulturního prostoru obklopují, je to souhrn všech možných představ o fenoménu kultury.

Profesor Gudkov vyčleňuje ve svém rukopisu o mezikulturní komunikaci centrum a periferii kulturního prostoru. V centru se soustřeďují takové jevy, které jsou „majetkem“ většiny (teoreticky všech) jedinců kulturního prostoru. A naopak, na periferii se vyčleňují jednotlivé jevy, které mají význam jen pro jednoho člena kulturního prostoru, případně pro úzkou skupinu jedinců kulturního prostoru. Představy jednotlivých nositelů kultury jsou však různorodé a proto i kulturní prostor je různorodý a tím nestabilní, nicméně právě z jeho centra se mohou rekrutovat intertextová antroponyma (Гудков b. d.). S velmi podobnými termíny pracuje i I. V. Zacharenko; ve své teorii zdůrazňuje slovo *vědomí* (rus. сознание), neboť kulturní prostor existuje dle ní právě ve vědomí člověka (Захаренко in Брилева 2004).

Je pochopitelné, že pouhé uvědomění si znalostí jedinců kulturního prostoru nemůže pro vznik antroponym intertextového charakteru stačit. Je podmíněn i mírou „*prodiskutovanosti*“ (Bachtin, 1980): čím více se o referentu daného antroponyma (resp. o situaci referent obklopující) h o v o ř í, tím více přechází tato informace do povědomí jedinců kulturního prostředí; ostatně i zakladatel ruského pojmu *precedentnost* (rus. прецедентность) J. N. Karaulov, který se zabývá intertextuálností menších textových i netextových jednotek a jejich odkazy nejen k pretextu, nýbrž i k situacím, stanovuje jako jednu z podmínek vzniku široce chápaného precedentního/intertextuálního textu jeho opakovaný výskyt v diskurzu jazykové osobnosti (Карaulов 1987: 216). Kromě toho hovoří Karaulov i o „*nadosobnostním*“ (rus. сверхличностный) charakteru takového textu, tzn., že má tentýž význam pro toho či ono jedince kulturního prostoru z hlediska informativního i emocionálního (tamtéž). Takovou množinu „prodiskutovaných“ textů (situací) nazývá Gudkov i Zacharenko shodně kognitivní základnou, resp. jádrem kulturního prostoru. Tento jev má za následek i to, že se v povědomí jedinců daného kulturního prostředí může pojetí v našem případě antroponyma uložit

nakonec jako invariant, který je sémanticky stabilní a srozumitelný (v ideálním případě všem) jedincům kulturního prostředí. Z této množiny vstupuje antroponymum do procesu komunikace „publicista – čtenář publicistického textu“ jako intertextová jednotka.

Uveďme si následující příklady pro ruské, české a německé prostředí pro lepší pochopení takového invariantu:

Немцы готовы отправить за решетку «Ивана Грозного» (titulek) [...] *Делом Демьянюка, получившего прозвище «Иван Грозный», занимается немецкий комитет по расследованию преступлений нацистов* (РИАН, 11. 11. 2008).

Novinový článek informuje o bývalém dozorci v nacistickém koncentračním táboře, který poslal na smrt desítky tisíc Židů. Média mu přisoudila přezdívku Ivan Hrozný – jedná se tedy o antroponymum intertextového charakteru; nezajímá nás totiž již referent samotný, nýbrž jen část jeho osobnosti, krutá povaha. Právě tento charakteristický povahový rys ruského vládce má v povědomí jedinců daného kulturního prostředí natolik silnou pozici, že podnítl vyčlenění v antroponymu invariantního sému Ivan Hrozný = nelidská krutost.

Nový Masaryk ani Havel nepřijdou. Do boje s korupcí se musíme pustit sami (titulek; Lemur, studentský portál Masarykovy univerzity, 1. 5. 2012).

Zpráva o konání debaty na právnické fakultě Masarykovy univerzity o korupčních kauzách a potírání korupce využívá antroponym intertextového charakteru ihned v nejsilnější pozici publicistického článku, a sice v titulku (srov. např. Костомаров – Бурикова 1994). Antroponyma „Masaryk“ a „Havel“ jsou v tomto případě referencí spravedlnosti, popř. boje za spravedlnost, spravedlivého rozhodování a jednání, a to i politického; nehledě na to, nakolik může být pro toho či onoho jedince českého kulturního prostoru taková reference z hlediska historie diskutabilní, ve většinové společnosti je chápána právě takto, je stanovena jako většinový invariant, a proto může být užita ve výše uvedeném smyslu.

*Geführt wie Schumacher? Zahlreiche Unfälle auf der A9 – Fahrer zu schnell bei Regen*² (podtitulek; Nordbayern, 22. 7. 2012).

Jméno závodníka Formule 1 je v německém prostředí často skloňováno, sám závodník se stal nejoblíbenějším sportovcem v anketě Die Besten z roku 2004. Poněvadž je se závodem spojen neodmyslitelně, je pro německé kulturní prostředí takřka jeho synonymem; tato skutečnost pak dala vzniknout invariantnímu sému (Michael) Schumacher = rychlost, rychlá (někdy až zběsilá) jízda.

Množinu intertextových invariantů však nelze omezovat pouze na jeden lingvokulturní prostor, tím spíše ne v dnešním globalizovaném světě: média spojují svět, rozšiřují a formují poznání člověka – povědomí a představy o fenoménu kultury se přelévají do jiných kulturních prostorů a mohou tak být srozumi-

² Cítili se jako Schumacher? Četné nehody na A9 – řidiči jeli v dešti příliš rychle.

telné jedincům přinejmenším dvou kulturních prostorů, v ideálním případě pak všem homo sapiens. Tak je tomu i u některých výše uvedených příkladů, kdy na základě společné historie, geografické blízkosti apod. lze předpokládat, že jedinec českého kulturního prostoru dobře porozumí intertextové informaci vyvolané antroponymy „Schumacher“ a „Ivan Hrozný“, třebaže užití takových antroponymů jako intertextové jednotky nebude častější než jednotek, které se rekrutují přímo z domácího kulturního prostoru. Výše řečené dokazují následující příklady publicistických textů:

Při psaní SMS by naboural i Schumacher (titulek, zpravodajský server ČT, 30. 6. 2012; šéf FAI využívá Schumacherovy popularity k propagaci bezpečnosti provozu na silnicích).

Vysmátý čuník jezdí jako Schumacher (volnočasový server crazycafe.cz, 2012 – bez dalšího časového určení).

Ríkali mu Ivan Hrozný: Nacistická bestie se směje dál (titulek) [...] *Izraelský nejvyšší soud ale o pět let později rozsudek zrušil, neboť se nepodařilo prokázat, že „Ivan Hrozný“ byl opravdu Demjanjuk* (Blesk, 12. 5. 2011; zde se jedná o volný překlad stejné zprávy, jak uvedeno výše u ruského prostředí, pravděpodobně ze stejného zdroje. Při překladu bylo antroponymum „Ivan Hrozný“ v textu ponecháno jako správně fungující intertextová jednotka).

Stejně tak jedinec německého kulturního prostoru pochopí konotaci, kterou vyvolává antroponymum „Havel“ v původním českém prostředí, jak je patrné z následující části publicistického textu:

*Derzeit kann nur jedem Politiker geraten werden, sich solche Personen wie Vaclav Havel genau anzuschauen, deren Leben und Gedankenentwicklungen studieren*³; blogový server mentalnet.de, 18. 12. 2012, o Václavu Havlovi jako o „poslovi“ politické etiky).

Či jiný příklad, kdy jedinec ruského kulturního prostředí bude vnímat antroponymum intertextového charakteru „Schumacher“ podobně jako jedinec v českém a německém kulturním prostředí:

Почему Казахстан обогнал Украину, как Шумахер старую клячу, Forbes, 10. 10. 2012; o ekonomickém programu IRO).

V rezervoáru intertextových invariantů existují i taková antroponyma, která napříč kulturními prostory vyvolávají v komunikačním procesu stejné konotace, a to i bez ohledu na to, z jakého kulturního prostoru vyšly – mají mezi invarianty nejstabilnější pozici. V jistých případech již někteří badatelé hovoří o „antroponymech-symbolích“, tj. o takových jednotkách, u kterých lze znát pouze výsledek procesu symbolizace a případy jejich užití (srov. Pavelka 1998) – teoreticky není nutné si v takovém případě uvědomovat vztah k pretextu, resp. původní situaci

³ Nyní lze každému politikovi jen poradit, aby se podíval zblízka na takové osoby jako Václav Havel, aby studoval jejich život a myšlenky.

referent obklopující. Tím se však ocitáme u tématu ustálených spojení, metafor, frazeologie, které je nazíráno z hlediska intertextuality nejednoznačně: mezi taková antroponyma patří např. „Sisyfos“ (ve spojení sisyfovská práce / něm. Sisyphusarbeit / rus. сизифов труд), „Damokles“ (ve spojení Damoklův meč / něm. Damoklesschwert / rus. Дамоклов меч); nicméně v této množině bychom našli i antroponyma „Einstein“, „Napoleon“, „Mozart“ aj., která mohou být užita právě jako symboly úspěchu, geniality, mistrovství svého oboru atd., bez toho aniž by mluvčí či adresát museli znát blíže situace referent obklopující, resp. Pre-text (tedy ve výrazech typu *myslí si, že je Einstein* či spojeních jako *napoleonovský komplex*, která bývají užívána „automaticky“).

Pokud ovšem uvažujeme taková jména jako vědomé intertextové jednotky, přivádí nás výše uvedené k dalšímu specifiku antroponym intertextového charakteru – eventuální víceznačnosti invariantu, která musí být dále specifikována, jak uvedeme na příkladu jména rakouského skladatele Wolfganga Amadea Mozarta. Odhlédneme nyní od jeho prvotní identifikační funkce a budeme toto antroponym nazírat ihned jako intertextovou jednotku: pokud vyslovíme samotné jméno „Mozart“, mohou vzniknout u jednotlivých jedinců kulturního prostoru (prostorů) různé konotace: zázračné dítě, genialita, mistrovství v oboru, jedinečná hudba, konkrétní dílo, které referent charakterizuje, ale i místní určení (Rakousko, Salzburg) apod. U některých jmen totiž může být prostředí obklopující referent jména výrazně zároveň na několika úrovních a tyto úrovně se pak chovají jako sémantické složky invariantu s rozdílnou intenzitou.

Z výše řečeného plyne, že samotné antroponymum intertextového charakteru „Mozart“ nemůže nést žádanou (nikoliv však žádnou!) intertextovou informaci, neboť reminiscence příjemce se bude zakládat na osobní zkušenosti, vzdělání, představách o referentu jména apod. Teprve po zasazení antroponyma do souvislosti publicistického textu, tj. při užití antroponyma v komunikačním procesu, vzniká žádaný vztah:

Malý pianista hraje jako Mozart, ale preferuje rock'n'roll (MF Dnes, 25. 2. 2010).

je titulkem k novinovému článku, který informuje o devítiletém pianistovi; užití antroponyma „Mozart“ v přirovnání odkazuje k mimořádnému hudebnímu nadání skladatele a vzniká tak asociace o mimořádném hudebním nadání chlapce. V jiné formě může být antroponymum „Mozart“ vnímáno jako reference na mimořádný talent obecně:

Olomoucký Mozart vodí míč i po tréninku (MF Dnes, 31. 10. 2009, o fotbalistovi Tomáši Hořavovi).

Nicméně sám připustil, že odchod třiačtyřicetiletého „fotbalového Mozarta“ v létě je vysoce pravděpodobný (Blesk, 26. 1. 2004, o fotbalistovi Tomáši Rosicém).

Legendárnímu Waldnerovi říkají Mozart, ale vážnou hudbu rád nemá (MF Dnes, 28. 6. 2009, o hráči stolního tenisu Janu Ove Waldnerovi).

Další odkaz může ukazovat na vzezření skladatele, jak to dokládá následující část článku z doby krize holandské vlády a rozporu mezi královnou Beatrix a odpůrcem islámu politikem Geertem Wildersem:

*Damals (2007) galt der Mann mit der hellblonden Mozart-Haartolle noch als Aussenseiter*⁴ (Die Zeit, 4. 9. 2010).

V neposlední řadě může mít antroponymum intertextového charakteru „Mozart“ roli odkazu zeměpisného nebo časového určení:

А это и есть пресловутая классика – не только русская, но и европейская, не только Чайковский и Прокофьев со Стравинским и Шостаковичем, но и Моцарт с Бетховеном, Брамсом и Малером (Независимая газета, 24. 9. 2008).

Такое можно представить только во времена Моцарта (Известия, 14. 7. 2008).

Mimo jiné nám tyto příklady ukazují na to, jak v sobě antroponyma intertextového charakteru koncentrují zhuštěnou informaci, kterou by bylo jinak nutné pomocí delších větných konstrukcí vysvětlovat.

Na tomto místě je nutné zmínit ještě jinou vlastnost antroponyma intertextového charakteru – časovou omezenost. Žádné z antroponym intertextového charakteru nemá neomezenou časovou platnost, naopak, antroponyma intertextového charakteru vznikají a zanikají s tím, jak se mění povědomí jedinců kulturního prostředí o referentu jména a situacích ho obklopujících. Může se tak díť na základě generační výměny, důvody mohou být i módní, marketingové apod. (srov. např. Pavelka 1998, Гудков) Před několika měsíci docházelo k masivní propagaci knih severských autorů, která byla pravděpodobně strategicky vyvolanou reakcí na úspěšný prodej knih Joa Nesbø. Jo Nesbø, rodák z Osla, se proslavil hlavně díky celosvětově úspěšné krimisérii *Harry Hole*. V České republice se stal populárním svými romány *Nemesis* a *Pentagram* (oba Kniha Zlín 2011), jeho knihy jsou jedny z nejprodávanějších – podíl na tom má nejen jeho nesporný talent, nýbrž i zmíněná masová reklamní kampaň. Za velmi krátkou dobu se dostalo antroponymum „Nesbø“ do centra českého kulturního prostoru a získalo zástupný význam (resp. se stalo invariantním): „Nesbø“ je synonymem – jednoduše řečeno – dobré detektivky (snad lze i dodat severské). Toho hbitě využil velký prodejce knih na českém trhu pro reklamu jiné knihy, románu *Neviditelný Mari Jungstedtové*, expresivně nazývané „královna švédské detektivky“ (časopis Edge), a zmíněným knihkupcem na reklamních plakátech označené jako „Nesbø v sukničích“ (květen 2012). Dá se však předpokládat, že za nějakou dobu módní severská vlna opadne a antroponymum „Nesbø“ ztratí svou referenční schopnost,

⁴ Tenkrát ještě platil tento muž s blondátou mozartovskou vlnou za outsidera.

nebo bude srozumitelné jen úzkému kruhu recipientů. Je nasnadě, že naopak některá jména intertextového charakteru mají delšího trvání než jména jiná, jak jsme již uvedli výše.

Závěrem se pokusme shrnout poznatky a odpovědět tak na otázku, kdy a za jakých podmínek začíná být antroponymum s reálným denotátem nazíráno jako intertextová jednotka, která může být následně užita v komunikačním procesu mezi publicistou a čtenářem. Předpoklady pro vznik antroponyma jako intertextové jednotky jsou:

- existence vymezeného kulturního prostoru, ve kterém se shromažďují představy o fenoménu kultury jedinců takového prostoru; tyto představy se mohou od sebe odlišovat. K těmto představám (povědomí, znalostem) samozřejmě patří i osoby reálného života, které jsou identifikovány vlastními jmény, a situace je obklopující.

- „prodiskutovanost“ situace (situací) obklopující referent antroponyma. Opakované „prodiskutování“ situace způsobuje trvalejší pronikání do povědomí jedinců kulturního prostoru, vytváření a formování představ. Antroponymum označující referent a situace ho obklopující se přesouvá stále více do středu kulturního prostoru (silná pozice) a dále do jeho samotného jádra (kognitivní základna), odkud se může rekrutovat jako antroponymum se zástupným charakterem a invariantním smyslem: poté může přecházet do komunikačního procesu jako intertextová jednotka. Bude totiž splněna podmínka intertextuality ve vztahu autor – čtenář, a sice užití takové jednotky v textu (v publicistice vědomé) a úspěšné dešifrování reference čtenářem, to vše na základě stejného povědomí o množině antroponymických invariantů platných pro daný kulturní prostor. Díky geografické, historické blízkosti kulturních prostorů i globálnímu charakteru světa však výše popsané často přesahuje hranici pouze jednoho kulturního prostoru. Antroponyma intertextového charakteru však nejsou na vždy trvající, vznikají a zanikají spolu se změnami povědomí jedinců kulturního prostoru (prostorů).

- užití antroponyma intertextového charakteru v kontextu publicistického textu je důležitou podmínkou pro pochopení správné konotace. Pro některá antroponyma intertextového charakteru je typická referenční víceznačnost.

Literatura:

- BACHTIN, M. M.: *Román jako dialog*. Odeon, Praha 1980.
FRAUKE, B.: *Aktualität des Symbols*. Rombach Litterae, Freiburg im Breisgau 2005.
HOFFMANNOVÁ, J.: *Stylistika a...* Trizonia, Praha 1997.
HOMOLÁČ, J.: *Intertextovost a utváření smyslu*. Univerzita Karlova, Praha 1996.

- KOLAROVÍČOVÁ, L.: *Антропонимы и мифонимы как прецедентные имена в современной русской публицистике*. Brno 2009. Diplomová práce na FF Masarykovy univerzity v Brně na ústavu slavistiky.
- KRISTEVA, J.: Bachtin, das Wort, der Dialog und der Roman. In: IHWE, J.: *Literaturwissenschaft und Linguistik*, Band 3, Athenäum, Frankfurt am Main 1972.
- KRISTEVA, J.: *Die Revolution der poetischen Sprache*. Suhrkamp, Frankfurt am Main 1978.
- PAVELKA, J.: *Předpoklady literárního dorozumívání*. Masarykova univerzita v Brně, Brno 1998.
- ŠRÁMEK, R.: *Úvod do obecné onomastiky*. Masarykova univerzita, Brno 1999.
- VAŇKOVÁ, I. a kol.: *Co na srdci, to na jazyku*. Karolinum, Praha 2005.
- БРИЛЕВА, И. С.: *Русское культурное пространство / Лингвокультурологический словарь*. Гнозис, Москва, 2004.
- ГУДКОВ, Д. Б.: *Теория и практика межкультурной коммуникации*. Рукопись автора.
- КАРАУЛОВ, Ю. Н.: *Русский язык и языковая личность*. Москва, Наука, 1987.
- КОСТОМАРОВ, В. Г. – БУРИКОВА, Н. Д.: *Как тексты становятся прецедентными*. // Русский язык за рубежом. Moskva, 1994, № 1.
- СЛЫШКИН, Г. Г.: *От текста к символу*. Москва, Academia, 2000.

Další prameny:

- www.jonesbo.cz, přístup 10. 11. 2012
- www.duden.de
- www.gramota.ru