

УДК 811.161.1'373.2 + 811.161.1'35

Ж. К. Гапонова

<https://orcid.org/0000-0001-9248-226X>

Эргонимы на вывесках провинциального города: лингвокультурологический аспект

Для цитирования: Гапонова Ж. К. Эргонимы на вывесках провинциального города: лингвокультурологический аспект // Верхневолжский филологический вестник. 2020. № 4 (23). С. 99–104.
DOI 10.20323/2499-9679-2020-4-23-99-104

Номинативное пространство провинциального города является предметом внимания автора в предлагаемой статье. Важным аспектом рассмотрения функционирования вывесок, афиш, плакатов и других объектов в городском пространстве является лингвокультурологический аспект, подразумевающий анализ взаимосвязи языковой среды города и его включенности в социокультурную ситуацию. В статье анализируется разное терминологическое обозначение наименований городских объектов в лингвистике: урбанонимы, эргонимы, эмпоронимы, фирмонимы и другие. Автор, ссылаясь на мнения известных ономастологов, останавливает свое внимание на термине *эргоним*, обосновывая необходимость его использования для обозначения названий магазинов и учреждений. Переосмысление наименований, по мнению ономастологов, актуализирует процессы социокультурной жизни города, сопряженные с проблемами лингвистического толка, в том числе игры с графемами. В работе рассматривается актуальный языковой процесс, отраженный в языке провинциального города, – использование кириллических букв в наименованиях магазинов и учреждений. Изучение тенденций нейминга провинциального города позволило автору говорить о культурологической ценности наименований. Актуализация кириллических букв на вывесках стала средством формирования ценностно-смыслового пространства провинциального города, с одной стороны, и процессом порождения ошибок – с другой. В статье описываются лингвистические противоречия: сочетания современных заимствований с дореволюционной графикой, смешение графических стилей, процессы евролатинизации и ретроризации, непоследовательное употребление графем. Автор статьи приходит к выводу, что в результате переосмысления привычных номинаций в духе дореволюционного оформления городского пространства формируется особый лингвокультурный феномен провинциального города, стремящегося во время глобализации к аутентичности, самобытности, что по-разному воспринимается горожанами.

Ключевые слова: ономастика, лингвистическое градоведение, урбаноним, эргоним, эмпороним, кириллица, лингвокультурология.

J. K. Gaponova

Ergonyms on the signs of a provincial city: linguistic and cultural aspect

The nominative space of a provincial town is the subject of the author's attention in the proposed article. An important aspect in consideration of functioning of signs, posters, and other objects in town space is a linguoculturological aspect meaning the analysis of interrelation of the language environment of the town and its inclusiveness into a sociocultural situation. The article analyzes various terminological designations of the names of urban objects in linguistics: urbanonyms, ergonyms, emporonyms, firmonyms and others. The author, referring to the opinions of well-known onomatologists, focuses the attention on the term *ergonym*, justifying the need to use it to denote the names of shops and institutions. The rethinking of names, according to onomatologists, actualizes the processes of the sociocultural life of the town associated with linguistic problems including games with graphemes. The work examines the current language process reflected in the language of the provincial town – the use of Cyrillic letters in the names of shops and institutions. The study of the naming trends of the provincial town allowed the author to talk about the cultural value of the names. The updating of Cyrillic letters on signs has become a means for forming the value and meaning space of a provincial town, on the one hand, and the process of creating errors on the other. The article describes linguistic contradictions: combinations of modern borrowings with pre-revolutionary graphics, mixing of graphic styles, processes of Eurolatinisation and retrorization, inconsistent use of graphemes. The author of the article concludes that as a result of rethinking the usual nominations in the spirit of pre-revolutionary design of urban space, a special linguistic and cultural phenomenon of a provincial town is formed, striving during globalization for authenticity and identity, which is perceived differently by citizens.

Keywords: onomastics, linguistic horticulture, urbanonym, ergonym, emporonym, Cyrillic, linguoculturology.

© Гапонова Ж. К., 2020

Номинативное пространство города. Проблемы терминологии

Номинативное пространство города становится предметом рассмотрения лингвистов в связи с его возможностью быть транслятором человеческих ценностей того или иного временного периода.

Язык города «адекватно и в прямом смысле „наглядно” фиксирует переменчивую картину социальной жизни города» [Китайгородская, 2003, с. 128]. Он может рассматриваться как современный «информационно-коммуникационный ресурс, значимый для трансляции имиджа города» [Голомидова, 2015, с. 186]. Вывески, афиши, плакаты, рекламные щиты и другие виды наружной рекламы исследователи относят к тексту городской среды. Важным аспектом рассмотрения их функционирования в городском пространстве является лингвокультурологический аспект, подразумевающий анализ взаимосвязи языковой среды города и его включенности в социокультурную ситуацию. Через вывески, плакаты, афиши, формирующие «городской текст», мы можем исследовать ценности и менталитет горожан, особенности их мировосприятия в тот или иной промежуток времени.

Предметом внимания данной статьи являются вывески магазинов и учреждений провинциально-города Рыбинска Ярославской области.

Наименования городских объектов в лингвистике получили разное терминологическое обозначение. В качестве базового понятия исследователями часто используется термин *урбаноним*, в котором элемент *урбо-* демонстрирует отношение к внутригородскому пространству. Таким образом происходит распространение данного термина на абсолютно все виды имен собственных, функционирующих в городском пространстве. Однако с этим согласны не все ученые. По мнению Р. В. Разумова, основная часть словарного толкования термина («собственное имя любого внутригородского топографического объекта»), не позволяет использовать его для обозначения названий магазинов и учреждений [Разумов, 2015; Разумов, 2019]. Для определения данного типа объектов в ономастике используется термин *эргоним*, введенный для обозначения наименования делового объединения людей – любых союзов, организаций, учреждений, корпораций,

предприятий, заведений, кружков и т. п. [Подольская, 1988, с. 151]. По мнению ономастологов, «эргонимы не могут быть признаны топографическими объектами, поскольку, в отличие от урбанонимов, относятся не к ядру, а к периферии ономастического пространства города, они не привязаны к определенному месту, легко изменяются и быстро исчезают, могут переноситься с одного объекта на другой» [Разумов, 2015, с. 16]. Т. В. Шмелева вводит понятие *эмпороним* как разновидность эргонимов для обозначения названий магазинов [Шмелева, 1988, с. 9]. Терминологическое многообразие позволяет дифференцировать и другие виды эргонимов, в частности: фирмонимы (наименования фирм), трапезонимы (наименования заведений еды), имена лечебных и учебных заведений, заведений досуга, заведений красоты, имена производств [Шмелева, 2014, с. 12].

Формирование «городского текста» происходит в результате воздействия различных факторов: социокультурных, экономических, территориальных и т. п. [Филько, 2015], в связи с этим номинативное пространство города требует многоаспектного осмысления, объединяющего социолингвистический, лингвокультурный, исторический подходы. При этом одной из причин развития именных систем городского пространства называют моду [Врублевская, 2017].

Экспрессивность эргонима оказывает воздействие на реципиента, реализует регулятивную функцию наиболее эффективно. Наименование становится средством изменения восприятия человеком объекта городской среды. Переосмысление наименований, по мнению ономастологов, актуализирует процессы социокультурной жизни города, что, безусловно, сопряжено с определенными проблемами лингвистического толка: игра с графемами, массовое использование заимствований, инвективизация, следствия функционирования законов речевой экономии и прочее.

Исследователи отмечают в качестве одной из современных тенденций топонимики «ретроризацию – реставрацию и возвращение старых типов и способов наименований, а также и самих названий» [Кузьмина, Абросимова, 2015, с. 167], что представлено в разных городах Российской Федерации. Если отдельное внимание уделять графическим процессам, то графические преобразования связаны, как правило, с

использованием дореформенной графики, чередованием латиницы и кириллицы («графогибридизация»), вставкой в название символов вместо букв.

Ономастическое пространство Рыбинска

Концепция «текста» городской среды, как известно, базируется на градостроительной концепции города, куда должны вписываться самые различные объекты: магазины, кафе, афиши, рекламные щиты и другие объекты. Вывески становятся особой достопримечательностью города, а сами наименования отражают, с одной стороны, ценностные доминанты русского человека, с другой – активные тенденции русского языка и нейминга. Особая номинативная специфика – включение кириллических букв в названия – вторит организации центральной части города Рыбинска. Основным принципом организации городского пространства является создание образа дореволюционного города, а точнее исторического облика центральной части города: мощенные камнем тротуары и площади, отсутствие автотранспорта на центральных улицах, малоэтажные (не более трех этажей) здания. «В Рыбинске продолжаются работы по благоустройству улицы Стоялой в рамках общей концепции реконструкции старого центра города. Брусчатая мостовая, аутентичные цвета фасадов старинных зданий, уютный сквер с фонтаном и зелеными насаждениями» [Концепция реконструкции улицы...].

Включение кириллических графем в объекты городского пространства Рыбинска может рассматриваться как особый этнокультурный код, способствующий актуализации новой системы координат, в которую оказывается вписано наименование. Среди кириллических букв, эксплуатируемых в названиях объектов города, оказываются Ъ (ер), Ь (ерь), Ѓ (ять), і (и десятиричное), А (юс малый), ук: (*издѣлія изъ золота, серебра; дѣловой костюмъ, ремонтъ одежды; торговля ортопедическими издѣліями; хлѣбный гостиный дворъ, трактиръ, изготовлѣние по каталогамъ, фотографія и много других*). Правильное использование кириллических букв в названии указывает на исконное происхождение, верность традициям, служит средством графической выразительности, то есть отражает принятую на уровне руководства города стратегию воссоздания дореволюционного центра города. Использование дореволюционной

орфографии сочетается с аутентичными технологиями производства русской вывески: «Каждая вывеска проходит строгую комиссию, а шрифты используются только из „дореволюционных сборников шрифтолитейного „заведения Бертгольда” и словолитни „О. И. Лемана” „Музей Живой Старинной Вывески под открытым небом” – так называется проект, который родился в Этно-Кузне» [Митя Кузнецов. Старинные...]. Таким образом, лингвокультурологическая концепция объединяет план застройки, архитектуру, оформление объектов городского пространства. При этом для достижения заявленной коммуникативной цели, в том числе для рекламного эффекта (регуляции, запоминания, устойчивости), во всем последовательно выдерживается заданная траектория – аутентичный образ провинциального города.

Ретроризация как причина ошибок

Безусловно, составляющие нейминга «работают» на аутентичный образ города при правильном употреблении дореволюционной графики. Однако в ряде случаев, несмотря на заявления создателей вывесок о том, что каждая соответствует правилам дореволюционной графики, можно обнаружить лингвистические ошибки в употреблении кириллических букв. Так, студентка факультета русской филологии и культуры ЯГПУ им. К. Д. Ушинского А. Малахова, рассматривая дореволюционную орфографию в эргонимии как способ игры в историю, замечает ряд ошибок и неточностей, допущенных создателями вывесок в исторической части Рыбинска. В частности, ею отмечаются, к сожалению, без ссылки на словари сочетание с удвоенной *Н гостинный дворъ*, отсутствие буквы *ѣ* в слове *Беларусь*, отсутствие *ь* (ер) на конце прилагательных ростовских и беларусских [Малахова, 2019]. Вывески магазина мужской обуви, в которых замечено наибольшее количество ошибок, действительно заслуживают лингвистических комментариев, поскольку в них смешались эпохи и типы письма. Отметим, что восстановление дореволюционных особенностей гражданской графики требовало от оформителей вывески внимания только к буквам *ѣ*, *і* и *ѣ*. Церковнославянский шрифт при этом (буква ук, юс малый) совершенно не уместен. Кроме того, буква *А* (юс малый) была утрачена уже в Петровское время, поэтому при воссоздании

дореволюционной графики ошибочно употребление этой буквы на конце глагола *убѣдисьА*. Непоследовательным кажется и написание буквы Ъ (ять): с одной стороны, она пропущена в слове *беларусских*, с другой – ошибочно употреблена в местоимении *чѣмъ* (при изначальном написании этой формы как *въ чимъ*). В уже упомянутом нами слове *Беларусских*, кроме отсутствия на конце ъ и пропуска Ъ, следует сказать и о том, что изначальное это слово писалось через соединительный гласный О (ср. *бѣлоземець*, *бѣлопомѣстець* и т. п.). Надпись «ведение бухгалтерии» может быть прочитана по-разному в аспекте переосмысления городского пространства: ведение как действие по глаголу *вести* и *вѣдѣние* как существительное от глагола *вѣдати* ‘знать’, ср. *вѣдомость*, *вѣдомство* (при таком понимании слово из вывески написано с ошибкой).

В статье о дореволюционной орфографии в эргонимии Рыбинска А. Малахова указывает и на современную речевую ошибку в сочетании *дешевые цены*, написанном на одной из реконструированных вывесок провинциального города. Здесь стоит поддержать создателя вывесок Рыбинска: словари, в том числе современные, фиксируют в качестве возможного значение слова *дешевый* ‘небольшой в количественном отношении (о цене)’ (ср. *купить по дешевой цене*), причем без указания на стилистическую маркированность лексемы [Большой универсальный словарь..., 2018, с. 250]

Возникает вопрос: возможны ли правовые проблемы в связи со сменой орфографического облика современного названия федеральной сети магазинов и других учреждений (Магнит, Виномания, Росбанк), поскольку в официальных документах представленных фирм, организаций рассмотренные наименования представлены в современной, а не дореволюционной орфографии? Ответ на этот вопрос находим на вывесках города Рыбинска: *Магнитъ Косметикъ*, *Совкомбанкъ*, *Росбанкъ* и др. При этом следует отметить, что немногие сетевые магазины решились на эксперимент по замене официально зарегистрированного логотипа на вывеску, разработанную специально под Рыбинск.

Следует отметить вписанность употребления букв кириллицы как общую наравне с евролатинизацией тенденцию в нейминге [Егорова, с. 254; Лунькова Л. Н., Букина Л. М., 2017]. Особенно странным, на наш взгляд, выглядят на стилизованных под старину вывесках

сочетания иностранных слов *Росбанкъ* (*societe generale group*), *MEN's Shoes*, *ELEN*, написанных латиницей, с вывесками, характеризующими ассортимент магазинов и написанными с учетом специфики дореволюционной орфографии (*мужская готовая кожаная обувь ростовскихъ, беларусских и заграничныхъ фабрикъ; новѣйшя ткани лучшихъ российскихъ и иностранныхъ мануфактуръ*). В такой ситуации наблюдается дисбаланс между национальной (сохранение идентичности, возвращение к истокам) и интернациональной (следование моде, европеизация) составляющими нейминга: поликодовость размывает гармонию языковой политики города.

Вывески *Бинго-бумъ*, *Лига ставокъ* (*ставки на спортъ*), *Регистрація фирмъ*, *Электронныя подписи* и др. отражают другой лингвистическое противоречие: парадоксальным образом сочетаются современные слова, в том числе поздние заимствования, с дореволюционной графикой.

Провинциальный Рыбинск. Языковая рефлексия

Еще одним аспектом нашего исследования стало выяснение, насколько среднестатистического рыбинца удовлетворяют процессы переосмысления и орфографической трансформации привычных наименований. 102 респондентам разного возраста (от 26 до 68 лет), проживающим в городе Рыбинске, были предложены анкеты, содержащие несколько простых вопросов: 1) Знаете ли Вы названия всех букв, употребленных на вывесках по ул. Стоялая? 2) Нравятся (не нравятся) изменения в историческом центре Рыбинска? Почему? 3) Назовите несколько определений, характеризующих историческую часть г. Рыбинска.

По данным языковой рефлексии 64 % процента респондентов рады изменениям в облике города, в том числе их не смущают элементы старой орфографической традиции, подобные изменения в целом встречены положительно. В ответах отмечалась оригинальность, креативность, привлекательность вывесок, их гармония с внешним видом улиц центральной части города, вписанность в городское пространство, осознание уникальности своего города. При этом практически 90 % не знают названий букв, введенных в наименование магазинов и учреждений, хотя коммуникативной неудачи от этого не испытывают (ѣ и њ традиционно называли твердым и мягким знаками, і – английской версией «и», правильных ответов по поводу буквы Ъ не было). 30 % опрошенных от-

метили диссонанс между названиями и современными материалами и оформлением витрин магазинов (ср. также записи на форумах: «Глупо выглядит вывеска с твердыми знаками и белая пластиковая дверь. Надо решать вопрос с дверями пластиковыми по всей крестовой – они не с той эпохи. Дальше окна все под замену, потом найдём еще чего заменить. Фонари также не соответствуют дореволюционному Рыбинску! Ведь до революции на Крестовой не было никакого освещения и с приходом ночи она погружалась в непроглядный мрак. Поэтому ради исторической справедливости фонари нужно срочно демонтировать» [Концепция реконструкции улицы...]). Высказывали отрицательное отношение к названиям, содержащим кириллические буквы. Считают обращение к дореформенной орфографии необоснованным, неудачным, избыточным, испытывают затруднения в прочтении и восприятии вывесок.

Вывод

Таким образом, ономастическое пространство провинциального города Рыбинска отражает проявление «языковой моды», заключающееся в использовании кириллических букв с целью воссоздания аутентичного облика исторической части провинциального города. В результате переосмысления привычных номинаций в духе дореволюционного оформления городского пространства можно говорить об особом лингвокультурном феномене провинциального города, стремящегося во время глобализации к аутентичности, самобытности. Актуализация кириллических букв на вывесках стала средством формирования ценностно-смыслового пространства провинциального города. Такой подход к реконструкции чрезвычайно интересен и с точки зрения развития туризма – ведь аналогов этому у нас в стране нет [Концепция реконструкции улицы...].

Библиографический список

1. Большой универсальный словарь русского языка / под ред. В. В. Морковкина. Москва : АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2018. 1456 с.
2. Врублевская О. В. Языковая мода в русской ономастике : монография. Волгоград : Изд-во ВГСПУ «Перемена», 2017. 329 с.
3. Голомидова М. В. Урбанонимический дизайн: к вопросу о названиях внутригородских объектов // Вопросы ономастики. 2015. № 1. С. 186–189.
4. Егорова Е. Н. Урбанонимы в лингвокультурном портрете современного города: связь мотивов создания номинаций с семантическими моделями (на примере г. Архангельска) // Генеалогия на русском севере: мемориальная культура и родовое древо севера. Сборник материалов международной научной конференции, посвященной 20-летию Архангельской региональной общественной организации «Северное историкородословное общество» (Архангельск, 20 сентября 2018 г.). Архангельск, 2019. С. 247–262.
5. Китайгородская М. В. Активные социолингвистические процессы в сфере городских наименований: московские вывески // Современный русский язык: социальная и функциональная дифференциация. Москва, 2003. С. 127–150.
6. Кузьмина Н. А., Абросимова Е. А. Активные процессы в русском языке и коммуникации новейшего времени : учебное пособие. 2-е изд., стер. Москва : Флинта : Наука, 2015.
7. Лунькова Л. Н., Букина Л. М. Терминологический и формальный аспекты евролатинизации // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. № 1. С. 40–48.
8. Малахова А. Дореволюционная орфография в эргонимии как способ игры в историю. URL: <https://familii.ru/onomastika/конференции/6406-tezisy-dokladov-uchastnikov-54-j-nauchnoj-studencheskoj-konferentsii-po-toponimike-2019> (дата обращения: 30.08.2020).
9. Митя Кузнецов. Старинные вывески для Рыбинска. URL: <https://sazikov.livejournal.com/95217.html> (дата обращения: 30.08.2020).
10. Новые тенденции в русском языке начала XXI века : коллективная монография / под ред. Л. В. Рацибурской. Москва : Флинта : Наука, 2014.
11. Подберезкина Л. З. Лингвистическое градоведение как региональный компонент филологического образования // Лингвистический ежегодник Сибири. 2005. Вып. 7. С. 91–99.
12. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / отв. ред. А. В. Суперанская. 2-е изд., перераб и доп. Москва : Наука, 1988.
13. Разумов Р. В. Об упорядочении ономастической терминологии в области урбанонимии // Верхневолжский филологический вестник. 2015. № 2. С. 14–19.
14. Разумов Р. В. Ойкодомонимы как разновидность городских онимов // Имя собственное в жизни и литературе : Мат-лы IX Междунар. Святогорских ономастических и IX Междунар. Михайловских литературно-ономастических чтений. Киев : Изд-кий дом Дм. Бураго, 2015. С. 115–123.
15. Разумов Р. В., Горяев С. О. Урбанонимическая терминология: системы и проблемы // Научный диалог. 2019. № 9. С. 130–145.
16. Филько А. Изучение феномена города и городского пространства в современных социальных исследованиях (историографический обзор) // Социодинамика. 2015. № 7. С. 51–64.
17. Шмелева Т. В. Ономастикон российского города. Саарбрюккен : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. 138 с.
18. Шмелева Т. В. Язык города. Наименования магазинов. Красноярск: Красноярский университет, 1989.
19. Концепция реконструкции улицы Стоялой.

URL: <http://rybinsk.ru/news-2018/14754-kontseptsija-rekonstruktsii-ulitsy-stojaloy-starinnaja-ploschad-i-ujutnyj-skver> (дата обращения: 30.08.2020).

Reference List

1. Bol'shoj universal'nyj slovar' russkogo jazyka = Large universal dictionary of the Russian language / pod red. V. V. Morkovkina. Moskva : AST-PRESS ShKOLA, 2018. 1456 s.
2. Vrublevskaja O. V. Jazykovaja moda v russskoj onomastike = Language fashion in Russian onomastics: monografija. Volgograd : Izd-vo VGSPU «Peremena», 2017. 329 s.
3. Golomidova M. V. Urbanonimicheskij dizajn: k vo-prosu o nazvanijah vnutrigorodskih ob#ektov = Urbanonymic design: to the question of the names of inner-city objects // Voprosy onomastiki. 2015. № 1. S. 186–189.
4. Egorova E. N. Urbanonimy v lingvokul'turnom portre-te sovremenno goroda: svjaz' motivov sozdanija nomi-nacij s semanticheskimi modeljami (na primere g. Ar-hangel'ska) = Urbanonyms in a linguistic and cultural por-trait of a modern city: the connection of the motives for creating nominations with semantic models (using the ex-ample of Arkhangelsk) // Genealogija na russskom severe: memorial'naja kul'tura i rodovoe drevo severa. Sbornik materialov mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, posvjashhennoj 20-letiju Arhangel'skoj regional'noj ob-shhestvennoj organizacii «Severnoe istoriko-rodoslovnnoe obshhestvo» (Arhangel'sk, 20 sentjabrja 2018 g.). Ar-hangel'sk, 2019. S. 247–262.
5. Kitajgorodskaja M. V. Aktivnye sociolingvistiche-skie processy v sfere gorodskih naimenovanij: moskovskie vyveski = Active sociolinguistic processes in the field of urban names: Moscow signs // Sovremennyj russskij jazyk: social'naja i funkcional'naja differenciacija. Moskva, 2003. S. 127–150.
6. Kuz'mina N. A., Abrosimova E. A. Aktivnye pro-cessy v russskom jazyke i kommunikacii novejshego vremeni = Active processes in the Russian language and communication of modern times : uchebnoe posobie. 2-e izd., ster. Moskva : Flinta : Nauka, 2015.
7. Lun'kova L. N., Bukina L. M. Terminologicheskij i formal'nyj aspekty evrolatinizacii = Terminology and formal aspects of Eurolanization // Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika. 2017. № 1. S. 40–48.
8. Malahova A. Dorevoljucionnaja orfografija v jer-gonimii kak sposob igry v istoriju = Pre-revolutionary spelling in ergonymy as a way of playing history. URL: <https://famili.ru/onomastika/konferencii/6406-tezisy-dokladov-uchastnikov-54-j-nauchnoj-studencheskoj-konferentsii-po-toponimike-2019> (data obrashhenija: 30.08.2020).
9. Mitja Kuznecov. Starinnye vyveski dlja Rybinska = Old signs for Rybinsk. URL: <https://sazikov.livejournal.com/95217.html> (data obrashhenija: 30.08.2020).
10. Novye tendencii v russskom jazyke nachala XXI veka = New trends in the Russian language of the begin-ning of the XXI century : kollektivnaja monografija / pod red. L. V. Raciburskoj. Moskva : Flinta : Nauka, 2014.
11. Podberezkina L. Z. Lingvisticheskoe gradovedenie kak regional'nyj komponent filologicheskogo obrazovani-ja = Linguistic studies as a regional component of philolog-ical education // Lingvisticheskij ezhegodnik Sibiri. 2005. Vyp. 7. S. 91–99.
12. Podol'skaja N. V. Slovar' russskoj onomasticheskoy terminologii = Dictionary of Russian onomastic terminol-ogy / otv. red. A. V. Superanskaja. 2-e izd., pererab i dop. Moskva : Nauka, 1988.
13. Razumov R. V. Ob uporjadochenii onomastich-eskoj terminologii v oblasti urbanonimii = On the stream-ling of onomastic terminology in the field of urbanony-my // Verhnevolzskij filologicheskij vestnik. 2015. № 2. S 14–19.
14. Razumov R. V. Ojkodomonimy kak raznovidnost' gorodskih onimov = Oikodomononyms as a type of urban onyms // Imja sobstvennoe v zhizni i literature : Mat-ly IX Mezhdunar. Svjatogorskih onomasticheskikh i IX Mezhdun-ar. Mihajlovskih literaturno-onomasticheskikh chtenij. Ki-ev : Izd-kij dom Dm. Burago, 2015. S. 115–123.
15. Razumov R. V., Gorjaev S. O. Urbanonimicheska-ja terminologija: sistemy i problemy = Urbanonymic ter-minology: systems and problems // Nauchnyj dialog. 2019. № 9. S.130–145.
16. Fil'ko A. Izuchenie fenomena goroda i gorodskogo prostranstva v sovremennyh social'nyh issledovanijah (isto-riograficheskij obzor) = Study of the phenomenon of city and urban space in modern social research (historiographic review) // Sociodinamika. 2015. № 7. S. 51–64.
17. Shmeleva T. V. Onomastikon rossijskogo goroda = Onomasticon of the Russian city Saarbrjucken : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2014. 138 s.
18. Shmeleva T. V. Jazyk goroda. Naimenovanija magazinov = The language of the city. Store names Kras-nojarsk: Krasnojarskij universitet, 1989.
19. Koncepcija rekonstrukcii ulicy Stojaloy = Concept of reconstruction of Stoyaloya Street URL: <http://rybinsk.ru/news-2018/14754-kontseptsija-rekonstruktsii-ulitsy-stojaloy-starinnaja-ploschad-i-ujutnyj-skver> (data obrashhenija: 30.08.2020).