

UNTERSUCHUNG DER NOMINATIONSPROZESSE IN DER MULTILINGUALEN ERGONYMIE IN DEN VERSCHIEDENEN EUROPÄISCHEN LÄNDERN

Sydorenko O. M.

Priazov Staatliche Technische Universität

Der Artikel enthält komparative Untersuchung der Lexik entlehnten in verschiedenen Regionen der Ukraine sowie in einzelnen Städten in Deutschland und Polen. Dargestellt ist das prozentuale Verhältnis der Wörterbuchfonds der Entlehnungssprachen.

Schlüsselwörter: Nominierungsprozess, Entlehnung, Ergonim, Eigenname, künstliche Formation, Dienstleistungsobjekt.

Сидоренко О. М. Дослідження номінаційних процесів у полілінгвальній ергонімії різних європейських країн. У статті проведено порівняльне дослідження використання іношомовної лексики в різних регіонах України, а також у деяких містах Німеччини і Польщі. Надано відсоткове співвідношення словникових фондів мов запозичення.

Ключові слова: номінаційний процес, запозичення, ергонім, власна назва, штучне утворення, об'єкт обслуговування.

Сидоренко Е. Н. Исследование номинационных процессов в полилингвальной эргонимии различных европейских стран. В статье проведено сравнительное исследование использования иноязычной лексики в различных регионах Украины, а также в некоторых городах Германии и Польши. Представлено процентное соотношение словарных фондов языков заимствования.

Ключевые слова: номинационный процесс, заимствование, эргоним, имя собственное, искусственное образование, объект обслуживания.

Sydorenko O. M. The study of nomination processes in the polylingual ergonymiya of various European countries. The article compares the works of Ukrainian linguists from the point of view of using foreign vocabulary for naming objects of human activity in different regions of Ukraine over the past 15 years: in Transcarpathian region, in the city of Kiev, in Donetsk region. The languages of borrowing are indicated and an attempt to explain the reasons for borrowing is made. The influence of such extralinguistic factors as economic, ideological, cultural is pointed out.

The interpretation of the term ergonim in modern terminological dictionaries is presented. Its use in a broad sense for objects of various types of activity is explained. The terms for the designation of classes of objects of a narrow focus are presented: firmonym is used for industrial objects, emporonym is used for trade and commercial objects, serviceonym is used for objects of service, clubonym is used for entertainment objects.

Groups of ergonyms of Donetsk region, divided by their belonging to a specific language, among which there are hybrid and artificial names, are shown.

Comparative analysis of Ukrainian ergonymiya with ergonymiya of Germany and Poland is based on numerous practical materials including more than 4000 titles and it is now a new aspect of the author's scientific research.

The percentage ratio of the language funds of the borrowings is presented.

It is noted that in view of the globalization of science, technology, economics, and culture, the involvement of foreign vocabulary in ergonomics becomes an inevitable process.

Key words: nomination process, borrowings, ergonim, proper name, artificial formation, service object.

Problemstellung und Begründung der Relevanz ihrer Berücksichtigung. Der vorliegende Artikel stellt eine Übersicht der Aufsätze der ukrainischen Namenforscher dar, die in den letzten 15 Jahren Ergonyme in einzelnen Regionen der Ukraine untersucht haben: in der Transkarpatenregion [1], in der Stadt Kiew [2], in der Donezregion [4]. Komparative Analyse der ukrainischen Ergonyme mit Ergonymen in Deutschland und Polen ist im Moment ein neuer Aspekt der wissenschaftlichen Forschung der Autorin.

Zielstellung. Der Zweck dieses Artikels ist es, aus der Zahl der von Onomasten der Ukraine in den obenerwähnten Regionen früher untersuchten Ergonyme, diejenige zu betrachten, die sich als Entlehnungen

erweisen und sie weiterhin zu klassifizieren. Ein weiteres Ziel des Artikels ist es, sie auch einer vergleichenden Analyse mit den in Deutschland und Polen erschienenen Ergonymen zu unterwerfen sowie die öfter vorkommenden Sprachen der Entlehnung und die Ursachen dieser Situation herauszusuchen.

Hauptmaterial. In der ukrainischen Onomastik kommt der Terminus Ergonim sehr oft vor. Und Ergonim bedeutet in den slawischen Sprachen Sprachgebrauch das, was Institutionym im Deutschen zum Inhalt hat. Der in der onomastischen Terminologie verwendete Terminus Ergonim besitzt gegenwärtig einen deutlich breiteren Bedeutungsumfang als der im Deutschen verwendete Terminus „Institutionym“ [5, 34-35].

Ergonym kann aber in den slawischen Sprachen auch für Benennungen von großen oder kleineren kommerziellen Objekten wie Einkaufszentren, Geschäften und Läden sowie auch von Firmen verwendet werden. In der vorliegenden Arbeit verwenden wir den Terminus Ergonym nämlich in diesem Sinne.

N.W. Podolskaya gab als die erste in der onomastischen Literatur die Definition des Begriffes *Ergonym*: „*Ergonym* ist eine Bezeichnung eines Geschäftsverbandes der Menschen bzw. Gewerkschaftsorganisationen, Institutionen, Unternehmen, Firmen, Gesellschaften, etc.“ [7, 151]. Nachdem N.W. Podolskaya ihre Definition gegeben hatte, haben D.I. Ganitsch und I.S. Olynik fast die gleiche Definition im "Wörterbuch der Linguistischen Terminologie" dargestellt [6, 77]. Die Definition des Ergonyms von N.W. Podolskaya wird von vielen Forschern verwendet. Obwohl der Begriff an sich selbst meistens im weiteren Sinne gebraucht wird, sind einige Forscher dazu übergegangen, ihn mehr im engeren Sinne zu verwenden.

Einige Forscher haben vorgeschlagen, andere Begriffe für verschiedene Tätigkeitsbereiche zu verwenden. Oleg Belej schlug vor, den Begriff „*Firmonym*“ für die Benennung von Objekten der gewerblichen und industriellen Produktion zu verwenden [1]. Olena Sydorenko schlägt vor, für die Benennung der Serviceeinrichtungen den Begriff „*Servisonym*“ und für Entertainmenteinrichtungen den Begriff „*Klubonym*“ zu verwenden [4]. N.N. Lisovets hat die Namen von Handelseinrichtungen in einer Gruppe unter der Benennung „*Emporonyme*“ identifiziert [3].

Verschiedene Klassen von Eigennamen, (die Benennungen) wie Anthroponyme (Namen), und vor allem Toponyme (Ortsnamen), Ergonyme (Namen der verschiedenen Unternehmen und der verschiedenen bürgerlichen Vereine) sowie Pragmatonyme (Warenzeichen) sind für diese Einflüsse auch anfällig.

Die Beschreibung der Entstehungsprozesse von Namen kann durch einen Vergleich bestimmter Gruppen von Onymen in verschiedenen historischen Perioden oder in unterschiedlichen Teilen des Landes oder sogar in verschiedenen Ländern durchgeführt werden. Solche außersprachlichen Faktoren wie zum Beispiel wirtschaftliche, ideologische und kulturelle sollten auch in Betracht gezogen werden. Die Namen enthalten immer Abdrücke von Kultur und Ideologie der Gesellschaft.

Es hat auch einen wesentlichen Einfluss der ausländischen Wörter auf die Namenbildung für verschiedene Objekte der menschlichen Tätigkeit in der Donezregion gegeben [4]. Es gibt eine allgemeine Tendenz zur Einführung der ausländischen Wörter bei der Benennung der Betriebe und Organisationen verschiedener Arten sowie ihre Verwendung bei der Benennung der verbalen Warenzeichen. So wird in der Region Donezk in den Namensgruppen für verschiedene menschliche Tätigkeiten ein Trend zum Übergang von der Zweisprachigkeit (ukrainische und russische Namen) zu der Mehrsprachigkeit beobachtet.

Nach der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Sprache lassen sich alle erwähnten Ergonyme in die folgenden Gruppen unterteilen:

– Ergonyme, die als gemeinsam im Russischen wie auch im Ukrainischen verwendet werden. Sie gehören zu dieser Gruppe, weil sie einen hohen Grad der lexikalisch-phonetischen und graphischen Entsprechungen erweisen: die Personalagentur «*Спеціаліст*» (aus dem Ukrainischen übersetzt *der Spezialist*), die Bank «*Капітал*» (aus dem Ukrainischen übersetzt *das Kapital*);

– nur russische Namen: die Geschäfte «*Жемчуг*» (aus dem Russischen übersetzt *die Perle*), das Cafe «*Праздничное*» (aus dem Russischen übersetzt *festliches*);

– nur ukrainische Namen: die Geschäfte «*Крамниця*» (aus dem Ukrainischen übersetzt *das Geschäft*), «*Майдан*» (aus dem Ukrainischen übersetzt *öffentlicher Platz*);

– Wörter aus anderen Sprachen: das Cafe *Golden lion* (aus dem Englischen übersetzt *Goldener Löwe*), der Nachtclub *Red Cat* (aus dem Englischen übersetzt *Rote Katze*), *Christian Dior* (der Name des französischen Modehauses);

– die Namen, die aus mehreren Wörtern bestehen und die aus verschiedenen Sprachen stammen, sogenannte Hybridnamen: das Reisebüro *Atlantic-myp* (*Atlantic* – aus dem Englischen übersetzt *atlantisch*, *myp* – aus dem Russischen übersetzt *der Tour*), der Computerclub *WEB-xama* (*WEB* – aus dem Englischen übersetzt *das Netz*, *xama* – aus dem Ukrainischen übersetzt *die Hütte*);

– Die künstlichen Neubildungen von den Objekten des Eigentums: Möbelgeschäft «*Ал-Ден*» (Der Geschäftsname wurde aus zwei Vornamen zusammengesetzt – Alexander und Denis – Al Den);

Tabelle 1
Der prozentuelle Anteil der lexikalischen Einheiten, die zum Wortbestand der verschiedenen Sprachen gehören [4, 162]

Namengruppen	Anzahl, %
Wörter, die gemeinsam im Russischen wie auch im Ukrainischen verwendet werden	65
nur russische Namen	8
nur ukrainische Namen	3
Wörter aus anderen Sprachen	15
Hybridnamen	2,5
künstliche Neubildungen	6,5

Im letzten Jahrzehnt ist in die ukrainische Sprache eine riesige Menge der ausländischen Wörter eingegangen. Die Werbung und die Schilder enthalten eine große Menge der ausländischen Wörter. Sie werden auch von den ausländischen Investoren gebracht. Die entstehenden Gemeinschaftsunternehmen haben in der Regel die ungewöhnlichen Namen. Die von diesen Unternehmen hergestellten Waren haben auch sehr oft im Produktnamen ausländische Wörter. Die vorherrschende Lage nehmen sich die Anglizismen ein, wie die Vertreter der Sprache des internationalen Verkehrs, der Informationstechnologien, der Kultur und des Sportes: die Meeragentur *Shock* (aus dem Englischen übersetzt *der Schock*), der Immobilienmakler *Buy Sell* (aus dem Englischen übersetzt *Kaufen-Verkaufen*), *Pet* (aus dem Englischen übersetzt *das Haustier*). Weiter folgen die französischen Wörter: die Namen

der bekannten Modeschöpfer, die geographischen Benennungen, die Namen der Botiquen; die zum Symbol der hohen Mode wurden: *L'amour* (aus dem Französischen übersetzt *die Liebe*), *Christian Dior* (der Name des französischen Modehauses). Diesem Prinzip folgen auch die italienischen Benennungen: *La Perla* (aus dem Italienischen übersetzt *die Perle*), *Antonio Biaggi* (der Markenname für Europäische Schuhe und Accessoires).

Das Vorhandensein der griechischen Wörter ist in der Stadt Mariupol und in ihrem Vorort festgestellt, was durch die Lage der Stadt an der Küste des Asowschen Meeres erklärt wird, wo griechische Wurzeln der Umsiedler erhalten sind und verankert wurden: Restaurant *Ακροπολις* (Akropolis – aus dem Griechischen *ακρόπολη* – Berg in Tasmanien), *Ελλάδα* (Hellas – aus dem Griechischen *Ελλάδα* – Selbst Griechenland, Hellas. Der Begriff wird häufig in Bezug auf das antike Griechenland verwendet). Die deutschen, japanischen, koreanischen Benennungen stellen allgemein anerkannt, weltumfassende Marken vor: *BergHOFF*, *Bosch*, *Toyota*, *Hyundai*, *Honda*, *Samsung*.

Tabelle 2
Quellen der Entlehnung der lexikalischen Einheiten aus anderen Sprachen in der Ergonomie der Donezregion [4, 165]:

Entlehnungssprachen	Anzahl, %
Englisch	52
Französisch	11
Griechisch	10
Italienisch	9
Lateinisch	6
Deutsch	5
Polnisch	1,5
Japanisch	1,5
Koreanisch	1
Arabisch	1
andere Sprachen	2

Die Forschungen sind auch auf die komparative Analyse der Benennungen für Betriebe und Organisationen in den verschiedenen Regionen der Ukraine und sowie im Ausland gerichtet.

In westlichen Gebieten der Ukraine wird die Tendenz zur Senkung der Menge der russischen Benennungen und die Vergrößerung der Menge der Entlehnungen beobachtet.

In der Transkarpatenregion führte Oleg Belej die Forschung der Firmonyme [1]. In den Ergebnissen ist es angewiesen, dass 40 % aller Benennungen die Benennungen sind, die aus anderen Sprachen kommen, (aus dem Russischen, Englischen, Ungarischen, Rumänischen, Slowakischen): die Werkstatt *«Восход»* (aus dem Russischen übersetzt *der Sonnenaufgang*), *«Лучи»* (aus dem Russischen übersetzt *der Strahl*), *Ung* (es war der Name einer Verwaltungsgrafschaft (comitatus) des Königreichs Ungarn), *Sageata* (aus dem Rumänischen übersetzt *der Pfeil*), *Humenne* (nach Ortsname *Humenne* – einer kleinen Stadt in der Ostslowakei), *Stavebnik* (aus dem Slowakisch übersetzt *Baumeister*),

die *Bar Red Queen* (aus dem Englischen übersetzt *rote Königin*), die *Cafe Legyott* (aus dem Ungarischen übersetzt *Stelldichein*), *Ghiocel* (aus dem Rumänischen übersetzt *das Schneeglöckchen*) und andere. Die Verwendung solcher Sprachen wie Ungarisch, Rumänisch, Slowakisch kann man durch die geographische Lage der Transkarpatenregion erklären. Es ist auch die Verwendung der künstlichen Benennungen ist hier zu betonen (5,4 %).

Tabelle 3
Die Quellen der Entlehnung der lexikalischen Einheiten aus anderen Sprachen in der Transkarpatenregion:

Namengruppen	Anzahl, %
Nur ukrainische	54,6
Entlehnungen(russische, englische, ungarische, rumänische, slowakische)	40
Künstliche Neubildungen	5,4

Die Ergonyme der Stadt Kiew hat Julia Didur erforscht [2]. Die Ergebnisse ihrer Forschung haben zwei Arten der Entlehnungen gezeigt: zur ersten Gruppe gehören diejenige, die in der ukrainischen Sprache sind und zur zweiten Gruppe gehören diejenige, die in einer Fremdsprache sind. Zum Beispiel die Namen von Restaurants: *Борщ* (Borschtsch – Ukrainische Gericht, Nationalstolz), *Beer Point* (aus dem Englischen übersetzt *Bier Stelle*) und das Geschäft *Dragée* (aus dem Französischen übersetzt *Pastille*). Es gibt solche, in denen zwei Sprachen vereinigt sind: *BEEF М'ясо & Вино* (*BEEF* – aus dem Englischen übersetzt *das Rindfleisch*, *М'ясо & Вино* aus dem Russischen übersetzt *Fleisch und Wein*), *Casa del М'ясо* (*Casa* – aus dem Italienischen übersetzt *Haus*, *М'ясо* – aus dem Russischen übersetzt *Fleisch*). Diese Kombination ist durch die Differenz von Alphabeten verursacht: nicht alle Bewohner von Kiew können das lateinische Alphabet entziffern. Deshalb werden in Kiew in der ukrainischen Sprache die Erklärungen zur Spezifik der Einrichtung gegeben. Die Ergonyme sollen vor allem die informative Funktion erfüllen und auch die Werbefunktion, die für Business sehr wichtig ist. Die Hauptsprachen der Entlehnungen der Ergonyme in Kiew sind Englisch (15,5%), zum Beispiel: die Namen von Restaurants *Meat & Fish* (aus dem Englischen übersetzt *Fleisch und Fisch*), *Mister Cat* (aus dem Englischen übersetzt *Herr Cat*). Englisch wird immer mehr und mehr verständlicher für einen Großteil der Bevölkerung, vor allem für junge Menschen. Und als Folge dieser Erscheinung ist die Entstehung solcher Namen zu nennen: 5% sind Russischen Ergonyme: *Cafe «Толстый лев»* (aus dem Russischen übersetzt *feist Löwe*), *«Дрова»* (aus dem Russischen übersetzt *die Brennholz*). Die Ergonyme, die aus dem Hebräischen entlehnt sind, betragen etwa von 2,5% infolge einer mächtigen jüdischen Diaspora, die traditionell ein fester Bestandteil einer multiethnischen Zusammensetzung der Ukraine ist, zum Beispiel: das *Cafe Be'im Ezyda* (*Be'im* aus dem Arabischen *Haus*, *Ezyda* aus dem Hebräischen *verherrlicht Gott*), der Kindergarten *Миша-613* (aus dem Hebräischen *das Gebot*). Die weltweite Beliebtheit der italienischen und französischen Kultur, Mode, Geschichte, Ernährung wurde die

Ursache für eine recht große Anzahl von Ergonymen, die aus dem Italienischen und Französischen entlehnt wurden, z.B: *Pizzeria Napule*, *Quanto Costa* (aus dem Italienischen übersetzt *Wie viel*). Die Verwendung dieser Sprachen bei der Nomination ist auch in anderen Regionen der Ukraine zu beobachten. Die georgische Sprache hat auch als eine Quelle für das Erscheinen von 1% der Ergonyme in Kiew gedient, zum Beispiel: das Cafe *Оджахури* (aus dem Georgischen ოჯახური – Das nationale Gericht aus Fleisch und Kartoffeln in der georgischen Sprache "odzhahuri" bedeutet "Familie"), das Cafe *Мiмiно* (*Mimino* aus dem Georgischen მიმო – der Vogel – Sperber). Heutige Mode auf die asiatische Kultur hat zur Entstehung der Ergonyme weltweit geführt, die aus den Wörtern in den japanischen und chinesischen Sprachen bestehen. Sie sind auch in Kiew zu finden. Zum Beispiel: der Name des Restaurants *Tanuki* wird nicht durch die Ieroglifen wiedergegeben, sondern durch das Latein, zum besseren Verstehen der Gäste. Schließlich haben 0,5% Ergonyme in Kiew den lateinischen Ursprung, wie zum Beispiel: *Carpe Diem* (Nutze den Tag), *Persona non Grata*.

Tabelle 4
Herkunftswege der Ergonyme in Kiew sind deutlich in der folgenden Tabelle dargestellt [2, 99]:

Sprache	Anzahl (%)
Ukrainisch	70
Englisch	15,5
Russisch	5
Jüdisch	2,5
Italienisch	2
Französisch	2
Georgisch	1
Hybridnamen	1
Japanisch	0,5
Latein	0,5

Unter den **polnischen** Ergonymen wurden verschiedene Objekte der Bedienung: die Geschäfte, die Restaurants, die Hotels in den Städten Warschau, Krakau, Lodz (insgesamt 1250 Benennungen) untersucht.

Mehr als die Hälfte der Namen von Hotels und Supermärkten sind Wörter auf Englisch präsentiert, was lässt sich durch wachsende Interesse und Popularität des historischen und kulturellen Zentrums von Polen unter den Touristen erklären. Die Namen der Hotels *Platinum Residence*, *Holiday Inn* – sind für die Besucher aus der ganzen Welt verständlich. Die Einkaufszentren *British Shop*, *Fashion House*, *Sportsales* verdeutlichen mit ihren Namen ihre Funktionalität. Die Einkaufszentren von Weltmarken sind in der Originalsprache vertreten und brauchen keine weitere Erklärung: *OBI*, *IKEA*, *Tesco*.

Doch die nationale polnische Eigenart und die Kultur sind in den Namen des Cafes in Warschau: *Kawiarnia cava* (Café Kaffee – das Kafeehaus), *Polonez* (die Polonäse – Polnischer Nationaltanz), *Kawka z mleczkiem* (Kaffee mit Milch); der Geschäfte: *Galeria Krakowska* (Galeria Krakau), *Galeria Kazimierz* in Krakau und in anderen Städten aufbewahrt und widerspiegelt.

Tabelle 5

Die Quellen der Entlehnung der Ergonyme in polnischen Städten Warschau, Krakau, Lodz sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Sprache	Anzahl (%)
Polnisch	39
Englisch	52
andere Sprachen	2
Hybridnamen	7

Unter den **deutschen** Ergonymen in unserer Kartei sind die Benennungen von Geschäften, Supermärkten, Cafes, Restaurants, Hotels in Köln, Darmstadt, Düsseldorf, Paderborn (insgesamt 3000 Benennungen) zu finden.

Unter den Wörtern aus anderen Sprachen dominieren die Anglizismen, die man zur Benennung der Hotels verwendet: *Holiday Inn*, *Welcome*, *Ibis*, *Premier*, *Imperial* für ausländische Besucher sowie Boutiquen und Einkaufszentren, die weltberühmten Marken vertreten: *Adidas Originals*, *Mango*, *Zara*, *Levis*, *Hugo Boss* und andere.

Nationale Eigenart ist in den Namen der klassischen deutschen Bierlokale und Kneipen, Cafés und Restaurants aufbewahrt: *Zum Uerige*, *Brauerei Schumacher*, *Im Fuschen*. Unter ihnen gibt es eine große Anzahl von Benennungen der Cafes auf Italienisch, Japanisch, Spanisch usw., die nationale Küche anderer Länder anbieten. So in Düsseldorf wird eine große Anzahl von japanischen Restaurants durch die Anwesenheit der größten japanischen Gemeinde in Europa erklärt: *Okinii*, *Takumi*. Italienische Restaurants in verschiedenen Städten Deutschlands bieten die Gerichte eines der gastronomischen Länder Europas – Italien. Sie besitzen eine große Beliebtheit auch dank der schönen, wohlklingenden, italienischen Namen: *Pepenero* (Schwarzer Pfeffer), *La Luce Due* (zwei Lichter), *Amici* (die Freunde).

Tabelle 6

Die Quellen der Entlehnung der Ergonyme in deutschen Städten Köln, Darmstadt, Düsseldorf, Paderborn sind in der folgenden Tabelle dargestellt

Sprache	Anzahl (%)
Deutsch	60
Englisch	14
Italienisch	7
Japanisch	7
Spanisch	3
Französisch	2
andere Sprachen	4
Hybridnamen	3

Schlussfolgerungen: der Einschluss der zweiten Sprache in das System der kommunikativen Mittel schafft die komplizierte sprachliche Situation, da nur ein bestimmter Teil des sprachlichen Kollektives zu den Bedingungen der Zweisprachlichkeit zugeeignet ist. Die Sättigung der Sprache mit den ausländischen Wörtern ist mit der Globalisierung der Wissenschaft, der Kultur, der Wirtschaft, mit der Beschleunigung der

Kommunikation und der Universalität vieler technischer Mittel verbunden. Daraufhin werden die neuen Namen, und die Warenzeichen einschließlich (sowie auch die Ergonyme), in einem Land entstanden, in anderen

Ländern schnell bekannt. Zum Beispiel, kann man den *McDonalds* überall finden.

Gleichzeitig muss man betonen, dass die Verwendung der internationalen Lexik unvermeidlich ist.

LITERATUR

1. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області) : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Олег Омелянович Белей. – Львів, 2000. – 209 с.
2. Дідур Ю. І. Особливості функціонування ергонімів у мові, мовленні та ментальному лексиконі (в українській, англійській та російській мовах) : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Юлія Ігорівна Дідур. – Одеса, 2015. – 195 с.
3. Лесовець Н. М. Ергонімія м. Луганська : структурно-семантичний і соціально-функціональний аспекти : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Н. М. Лесовець. – Луганськ, 2007. – 19 с.
4. Сидоренко Е. Н. Номинационные процессы в полилингвальной эргонимии Донетчины : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.15 «Загальне мовознавство» / Е. Н. Сидоренко. – Донецк, 2013. – 210 с.
5. Vasil'eva Natalija. Die Terminologie der Onomastik, ihre Koordinierung und lexikographische Darstellung. – Namenkundliche Informationen 99/100 : Leipziger Universitätsverlag, 2011, S. 31–45.
6. Ганич Д. І. Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганич, І. С. Олійник. – К. : Вища шк., 1985. – 360 с.
7. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – М. : Наука, 1988. – 170 с.