УДК 81’37:811.112.2
DOI https://doi.org/10.26661/2414-1135-2021-81-2-14

АСОЦІАТИ ZUHAUSE: ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ (НА МАТЕРІАЛІ СПРЯМОВАНОГО АСОЦІАТИВНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ)

Романова Н. В.
доктор філологічних наук, доцент,
професор кафедри німецької та романської філології
Херсонський державний університет
вул. Університетська, 27, Херсон, Україна
orcid.org/0000-0002-7444-3811
vissensvelt@gmail.com

Ключові слова: *домівка, мовна свідомість, слово-стимул, реакція-відповідь, асоціат, семантика, фаворит.*

Реферовану статтю присвячено лінгвістичному аналізу асоціатів слова-стимулу ZUHAUSE («рідна домівка») в сучасній німецькій мові. Актуальність студії зумовлена потребою у виявленні специфіки національно-мовного образу світу різних народів із метою подолання перешкод у процесі міжкультурного спілкування. Останнє є не лише механізмом обміну інформацією, а й ефективним способом самоідентифікації. Дослідження виконане на основі матеріалів спрямованого асоціативного експерименту “Emotionen, Gefühle des Menschen”, що проводився впродовж шести місяців (лютий–липень 2012 року) у вишах та інституціях Німеччини гуманітарного напряму. В експерименті брали участь 102 анонімні автохтонні інформанти віком від 18 до 59 років жіночої і чоловічої статі. Корпус отриманих асоціатів, або відповідей-реакцій, становить 100%, його якість залежить від фонових знань і досвіду респондента. Умовно виокремлено такі дві групи асоціатів, як основні й похідні. Основні асоціати збігаються з лексико-граматичним класом пропонованого слова-стимулу – іменником, похідні – виходять за межі лексико-граматичного класу слова-стимулу й постають як прикметники, дієслова, власні назви, словосполучення (прикметники + іменники, займенники + іменники), синтагми та речення. Емпіричний матеріал було зіставлено з узусом або мовною нормою, виявлено більшою мірою відхилення від узусу: Нові значення рідної домівки орієнтовані на абстрактні поняття з позитивною, негативною й нейтральною характеристиками, поява яких детермінована позамовними й мовними чинниками. Запропоновано кілька класифікацій асоціатів: за морфологічною, структурою, ознаками, ґенезою, частотою вживання, орфографією, семантикою та лексико-семантичною структурою. Встановлено такі два основні різновиди мовної свідомості, як типова й нетипова, що опосередковуються перехідною мовною свідомістю. Типовість, нетиповість або перехідність визначено через кількісні показники й обрахунки. Доведено, що асоціати слова-стимулу ZUHAUSE групуються навколо Geborgenheit («захищеність, безпека») та Familie («сім’я»).

ZUHAUSE ASSOCIATES: LINGUISTIC ASPECT (ON THE MATERIAL OF THE DIRECTED ASSOCIATIVE EXPERIMENT)

Romanova N. V.
Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of German and Romance Philology
Kherson State University
Universitetska str., 27, Kherson, Ukraine
orcid.org/0000-0002-7444-3811
vissensvelt@gmail.com

Key words: *home, language consciousness, word-stimulus, reaction-response, associate, semantics, favorite.*

This article is devoted to the linguistic analysis of ZUHAUSE ("native home") word-stimulus associates in modern German language. The urgency of the study is due to the need to identify the specifics of the national-linguistic image of the world of different peoples in order to overcome obstacles in the course of intercultural communication. The author considers that intercultural communication is not only a mechanism for exchanging information, but also an effective way of self-identification. The study was performed on the basis of a directed associative experiment "Emotions, feeling of man" [Emotionen, Gefühle des Menschen], which involved for six months (February–July 2012 year) in German universities and institutions of the humanitarian direct. 102 anonymous indigenous informants aged 18 to 59 females and males took part in the experiment. The corpus of the obtained associations or responses is 100%, its quality depends on the background knowledge and experience of the respondent. We have two types of associates: basic and derivative. The basic associates are identical to the lexical-grammatical class of the word-stimulus – noun or reaction-word-form, derivatives go beyond the lexical-grammatical class of the word-stimulus and appear as adjectives, verbs, proper names or reactions-phrases as adjectives + nouns, pronouns + nouns, syntagm, and as sentences. We have compared empirical material with language norm and have revealed a greater degree of deviation from language norm: New meanings of the native home focused on abstract concepts with positive, negative, neutral characteristics, the emergence of which is determined by extra linguistic and linguistic factors. Several classifications of associates are proposed, including by morphological structure, by genesis, by frequency of use, by spelling, by semantics, by lexical-semantic structure. There are two main types of language consciousness: typical and atypical, mediated by the transitional language consciousness. ZUHAUSE word-stimulus associates have been shown to be grouped around Geborgenheit "security, safety" and Familie "family".

Постановка проблеми Упродовж тисячоліть уявлення людини про домівку постійно змінювалось і переосмислювалось [6]. Сучасне розуміння феномену пов'язане з жилим приміщенням того, хто там мешкає [10, с. 584]. Отже, кожна домівка не лише індивідуальна, а й унікальна. Вона має певний обжитий замкнений простір, певну скоординовану локацію, певні функції. Так, наприклад, німецька народна мудрість убачає в домівці приватну територію з власними законами, правилами, традиціями, звичаями тощо *Zu Hause bin ich König*, місце вияву рис характеру та темпераменту індивіда *Zu Hause ein Löwe, draußen ein Lamm*, міру оцінки потенційного буття *Zu Haus ist zu Haus, und wär' es noch so schlecht* та найбільш сприятливе місце для відпочинку *Zu Hause ruht man am besten aus* [1, с. 127]; український етнос тлумачить домівку як вимір святкування *Ліпше дома, ніж на празнику*, місце поза часом *Не пізно до свого дому й опівночі*, безпечне місце в будь-який час *Свій дім не ворог: коли прийдеш, то прийме*, обмежену ділянку реальності *Своя хата – своя правда* та бажань *Своя хата й своя воля* [9].

Навіть поверхневий огляд проблеми дає змогу стверджувати, що домівка має етнічно-культурне забарвлення. Очевидно, це і є тим «наріжним каменем», що привертає увагу філософів, істориків, архітекторів, соціологів, психологів, культуроло-

гів, літературознавців, перекладачів, мовознавців. Останні досліджують концепт житла в річищі когнітивної лінгвістики (праці Л. Базилової, А. Вежбицької, Н. Іовхімчук, Ж. Краснобаєвої-Чорної, Я. Лур'є, С. Нікітіної, В. Топорова, І. Шевченко та інших мовознавців), реконструюючи механізми формування його поетичного образу. Студії щодо відображення Zuhause в мовній свідомості автохтонів у межах формули «тут і зараз» дотепер лишаються на периферії. Це свідчить про актуальність вибору теми пропонованої статті.

Мета статті – з'ясувати лінгвістичні особливості асоціатів слова-стимулу *ZUHAUSE* через спрямований асоціативний експеримент.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання:** а) укласти корпус асоціатів наведеного слова-стимулу; б) уточнити поняття "Zuhause"; в) описати специфіку мовного відображення емпіричного матеріалу.

Об'єктом дослідження є асоціати слова-стимулу ZUHAUSE, **предметом** наукового осмислення – їх лінгвістичні характеристики. У нашій роботі застосовано морфологічний понятійно-термінологічний апарат, методикау й методи традиційної лінгвістики та психолінгвістики.

Виклад основного матеріалу. В процесі спрямованого асоціативного експерименту "Emotionen, Gefühle des Menschen" (лютий–липень 2012 року, виші та інституції Німеччини гуманітарного напряму, 102 інформанти віком від 18 до 59 років) отримано 100% відповідей-реакцій на слово-стимул *ZUHAUSE*. Експеримент анонімний, тобто не містить прізвища й імені респондента, що є теоретично запорукою вільної і щирої відповіді [13, с. 7].

Виокремлюємо основні й похідні реакції-відповіді. Основні реакції-відповіді аналогічні вихідній характеристиці слова-стимулу – іменнику або реакції-словоформі (*Bett 2, Familie 10, *FAMILIE, Gemütlichkeit 5, *GEMÜHTLICHKEIT*; тут і далі знак «*» еквівалентний орфографії респондентів – *H.P.*), похідні – виходять за межі вихідних характеристик слова-стимулу й постають як реакція-словосполучення (*gemütlich 2, *Gemütlich 2, schön, wohlfühlen 3*), реакція-синтагма (*kleine Welt, mein Zimmer*) і реакція-речення (**aus längerm Urlaub in die eigene Wohnung zurückkommen*).

Домінують основні реакції-відповіді, що пояснюємо завданням спрямованого асоціативного експерименту.

Поняття "Zuhause" в тлумачному словнику видавництва WAHRIG репрезентовано за синонімічним принципом, тобто охоплює два багатозначні синоніми, а саме: *Heim* – «домашнє вогнище; (рідна) домівка; (своя) квартира» і *Häuslichkeit* – «домашній побут; домашнє життя; дім, господарство» [14, с. 1112; 8, с. 314, 312].

Як бачимо, домівку оцінюють суб'єктивно через стихію вогню, кревний зв'язок, нерухому власність, а також загальний уклад життя, вияв фізичних і духовних сил сімейної людини, будівлю, сукупність предметів, речей, що комусь належать. Така оцінка зумовлена позитивним *Heim* та нейтральним (наближеним до позитивного) *Häuslichkeit* ставленням до житла, передбачає емотивну лінійку з полюсами «добре – погано» [11, с. 32–33].

Полюс «добре» відповідає потребам людини, полюс «погано» – ні, нейтральна оцінка або норма розмежовує, врівноважує полюси «добре» й «погано», збігається зі стереотипним уявленням про певний об'єкт [4, с. 49–50, 54]. Доходимо висновку, що позитивна оцінка житла еквівалентна місцю а) проживання, б) народження, в) зростання (*рідна*), нейтральна оцінка апелює до впорядкованості речей, тобто кожна річ, кожний предмет побуту повинен бути на своєму місці. Так, семантика *Heim* синонімічна семантиці *Platz*, семантика *Häuslichkeit* перегукується із семантикою *Ordnung* [порівн.: 5, с. 162].

Спостереження над експериментальною картотекою показує, що за формою реалізації аналізовані асоціати репрезентовано словами, словосполученнями й реченнями. Слова позначають предмети або явища навколишнього світу, наприклад: *ZUHAUSE – Ferne/Nest/*sofa*; словосполучення характеризують об'єкт дослідження і є потенційною частиною речення, наприклад: *ZUHAUSE – bekannt/*Überall*; синтагми поєднують два повнозначних слова зі смисловими та граматичними відношеннями, інформують про ступінь їх семантичної єдності, а також готовність мовця до комунікативного акту, наприклад: *ZUHAUSE – kleine Welt/mein Zimmer*; речення виражають завершену думку й належать до комунікативного акту (див. приклад вище).

Лексико-граматичні характеристики слова апелюють до повнозначних частин мови (іменник, прикметник, дієслово), невизначених частин мови (субстантивований іменник чи прикметник/прислівник, іменник чи прикметник) та власної назви.

Інформанти вживають ***іменники*** більше з нульовим артиклем, що свідчить про процес «десубстантивації, або розпредметнення іменників». Причини десубстантивації можуть бути різними, але її сутність одна: в певному комунікативному акті «не позначати реальні предмети» [7, с. 180].

Граматичний рід отриманих іменників визначаємо імпліцитно:

а) чоловічий (*Computer, Garten, Hort, Raum, Urlaub*);

б) жіночий (*Langeweile, Ruhe 2, Sicherheit 3*);

в) середній (*Daheim, Dorf, Gefühl, Haus 3, Heim, Sein*).

Упадають у вічі поодинокі іменники з означеним артиклем *die*, який конкретизує різновид житла і його кількісні показники, вказує на приватну власність та її значущість для мовця **aus längerm Urlaub in **die** eigene **Wohnung** zurückkommen*.

Згідно з граматичним числом іменникові асоціати реалізуються в однині (*Bett 2, Haus 3, Heim*) і множині (*Freunde 2, Kinder*). У списку є іменники, що мають тільки однину (*Entspannung, Heimat 4, Wärme* 6) або множину (*Eltern 4, *Meins 2*).

Можна поділити ці асоціати й за морфологічною структурою. Йдеться про три умовні групи: прості (*Bett 2, Haus 3, Heim, Hort*) (утворені від коренів без аблауту), похідні (*Entspannung, Gemütlichkeit 5, Liebe, *LIEBE*) (складаються з кореня й словотвірного афікса, що легко відокремлюється від кореня), складні (*Langeweile, Unterschluft*) (містять два слова або два кореня зі словотвірними афіксами) іменники. За походженням вони відповідають питомим (*Bett, Eltern, Entspannung*) та запозиченим (*Computer* (англ.)) лексемам.

У річищі статистики іменникові асоціати тлумачимо як активні й пасивні. Частота вживання активних асоціатів становить 3 і більше випадків, пасивних – 1–2.

Наприклад:

*Eltern 4, Familie 10, Geborgenheit 14, Gemütlichkeit 5, Haus 3, Heimat 4, Sicherheit 3, Wärme 6, Bett 2, Entspannung, *FAMILIE, Ferne, Freunde 2, Kinder, Liebe, *LIEBE, Ruhe 2*.

Із позиції правопису корпус іменникових асоціатів виявляє себе як нормативний та ненормативний. Нормативні асоціати пишуться з великої і прописних літер (наприклад: ***D**aheim, **G**efühl, **H**ort, **R**aum*), ненормативні – з малої (***s**ofa*) та великих (***FAMILIE, *GEMÜTLICHKEIT, *LIEBE*).

Прикметникові асоціати пов'язуємо з якісними (*gemütlich, schön, warm*) й відносними (*bekannt*) елементами. За формою ці прикметники короткі, за ступенем порівняння – позитивні, за типом словотворення – прості (*heil, schön, warm*) й похідні (***be**kannt, **ge**borg**en**, **ge**mü**tlich**, kuschel**ig***).

Дієслівні асоціати зафіксовано у формі інфінітива I (*wohlfühlen 3*). При цьому в семантичній структурі дієслова виокремлюємо прислівник *wohl* – «добре» й словотвірну основу *fühl-* – «почувати, відчувати». За своєю функцією ці асоціати повнозначні.

Невизначені частини мови, як уже зазначалось вище, посідають проміжне місце між іменником **Gemütlich 2* та прикметником/прислівником *gemütlich*, між кодифікованим іменником *Sofa* й «інноваційним» прикметником **sofa*.

Власні назви маніфестовано трьома різновидами: хоронімами (*Australien, Esslingen, Ukraine*), топонімами (*Cordoba*), антропонімами (*Olga*).

Хороніми номінують а) державу в Південній півкулі й водночас материк – *Australien*, б) район у федеральній землі Німеччини Баден-Вюртемберг – *Esslingen*, в) східну слов'янську державу – *Ukraine*, а топоніми вказують на стародавнє місто в Андалусії, столицю іспанської провінції Кордова – *Cordoba*, антропонім *Olga* мислять як улюблене жіноче ім'я російських міст Москва й Санкт-Петербург [15, с. 293].

Зрозуміло, що семантика асоціатів слова-стимулу *ZUHAUSE* неоднорідна й багатогранна. Її узагальнені семантичні підгрупи проілюстровано в таблиці 1:

Згідно з даними табл. 1 асоціати апелюють до двох основних концептуальних сфер, як-от НАВКОЛИШНІЙ СВІТ та СВІТ ЛЮДИНИ. Якщо перша концептосфера – НАВКОЛИШНІЙ СВІТ –

Таблиця 1

Семантика асоціатів слова-стимулу *ZUHAUSE* та частота їх уживання

№ п/п	Семантичні підгрупи	Абс. к-ть	Приклади
1	Абстракції	32	*Daheim, Geborgenheit 14*
2	Люди	24	*Familie 10, *FAMILIE*
3	Ознака, оцінка	10	*bekannt, heil*
4	Будівлі	7	*Haus 3, Nest*
5	Емоції, почуття	7	*Liebe, *LIEBE*
6	Власні назви	5	*Australien, Cordoba*
7	Просторові об'єкти	5	*Dorf, Heimat 4*
8	Дія, спрямована на об'єкт	3	*wohlfühlen 3*
9	Меблі	3	*Bett 2, *sofa*
10	Місце	2	*Heim, *Überall*
11	Техніка	1	*Computer*
12	Просторові параметри	1	*Ferne*
13	Флора	1	*Garten*
14	Час	1	*Urlaub*
Σ		**102**	

включає дев'ять семантичних підгруп (1, 4, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14), то друга – СВІТ ЛЮДИНИ – репрезентована п'ятьма (2, 3, 5, 6, 8).

Частота семантичних підгруп варіює від максимальної (32 випадки) до мінімальної (1 випадок), середніх або наближених до них показників не виявлено.

Із певним застереженням можна стверджувати, що домінує перша концептосфера або НАВКОЛИШНІЙ СВІТ. Тут на передній план висувається семантична підгрупа 1, або «Абстракції», другий план формують семантичні підгрупи 4, або «Будівлі», 7, або «Просторові об'єкти», 9, або «Меблі», задній план співвідносимо із семантичними підгрупами 11, або «Техніка», 12, або «Просторові параметри», 13, або «Флора», 14, або «Час». Перехідною зоною між другим і заднім планами є семантична підгрупа 10, або «Місце».

Зважаючи на показники кожного з-поміж асоціатів слова-стимулу *ZUHAUSE*, угруповуємо їх у такий спосіб: а) типові (51%) (мають індекс від «3» (*Haus 3, Sicherheit 3, wohlfühlen 3, Eltern 4, Heimat 4, Gemütlichkeit 5, Wärme 6, Familie 10, Geborgenheit 14*); б) перехідні (13,7%) (мають індекс «2» (*Bett 2, Freunde 2, gemütlich 2, *Gemütlich 2, *Meins 2, Ruhe 2, Wohnung 2*); в) нетипові (35,3%) (мають індекс «1» (*Australien, Cordoba, Dorf, Entspannung* тощо). Типові асоціати належать до «ядерної частини» мовної свідомості, нетипові – до «периферійної» [3, с. 42], перехідні забезпечують перехід від периферії до ядра.

Фаворитом типових асоціатів є дериват *Geborgenheit 14* – «захищеність, безпека». Отже, стрижнем поняття "Zuhause" є абстракція. Абстракція, як відомо, антонімічна конкретності. Вона сигналізує про віддалення, відсторонення від останньої. Мовиться про психічний процес [12, с. 29], а не місце перебування чи проживання. Звідси випливає, що нова генерація орієнтується на психічну (ідеальну) енергію, а не на фізичну (грубу) матерію. Психічна енергія є частиною біопсихічної енергії індивіда, його енергетичним «двійником» [2, с. 10]. У цьому контексті *ZUHAUSE* має позитивну енергію, яка формується на основі загальної «енциклопедичної» семантики, а саме: захищеність, безпека – *Geborgenheit*, сім'я – *Familie*, ідеальна температура об'єктивної реальності – *Wärme*, затишок – *Gemütlichkeit*, батьки – *Eltern*, батьківщина – *Heimat*, житло – *Haus*, осередок захисту – *Sicherheit*, ідеальний емоційний та фізичний стани – *wohlfühlen*.

Висновки. Проведений аналіз показав, що лінгвістика асоціатів слова-стимулу *ZUHAUSE* корелює із завданням спрямованого асоціативного експерименту, враховує життєвий досвід і фонові знання автохтонів про рідну домівку. Мовні одиниці обмежені, ґрунтуються на слові, словосполученні, реченні. Слово прив'язане до активного лексикона в межах формули «тут і зараз», прямого, похідного й переносного значень, словосполучення акумулює найбільш суттєвий момент у фрагменті комунікативного контексту, речення враховує комунікативний акт, готовність приєднатися до останнього.

Перспективи подальших розробок асоціатів слова-стимулу *ZUHAUSE* вбачаємо у визначенні їх психологічного й функціонального аспектів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Байер Х., Байер А. *Немецкие пословицы и поговорки*. Москва: Высшая школа, 1989. 392 с.
2. Бойко В.В. *Психоэнергетика*. Санкт-Петербург : Питер, 2008. 416 с.
3. Вендина Т.И. Словообразование как источник реконструкции языкового сознания. *Вопросы языкознания*. 2002. № 4. С. 42–72.
4. Вольф Е.М. *Функциональная семантика оценки*. Москва: Наука, 1985. 228 с.
5. Демянюк О.А. Відображення базової цінності *Ordnung* у фразеології німецької мови. *Семантика мови і тексту*: матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 26–28 вересня 2012 року). 2012. С. 161–163.
6. Лагдан С.П., Драгун С.Ю., Мудрик А.Ю. Українська хата в прислів'ях та приказках. *Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури*. 2016. № 7 (220). С. 60–68.
7. Левковская К.А., Пророкова В.М., Сергиенко Л.В. *Артикль в немецком языке*. Москва : Просвещение, 1973. 224 с.
8. Мюллер В. Великий німецько-український словник. Київ: Чумацький Шлях, 2012. 792 с.
9. Номис М. Своя хата. URL: http://aphorism.org.ua/subrazd.php?page=1&pages_block=1&rid=2&sid=198 (дата звернення: 12.12.2020).
10. НТСУМ – Новий тлумачний словник української мови в трьох томах / В. Яременко, О. Сліпушко (уклад.). Київ : Аконіт, 2003. Т. 1: А–К. 928 с.
11. Приходько А.И. *Семантика и прагматика оценки в современном английском языке*. Запорожье : Запорожский государственный университет, 2004. 322 с.
12. Психологічний словник / за ред. В.І. Войтка. Київ : Вища школа, 1982. 216 с.
13. Тропина Н.П. *Учебный социолингвистический словарь-справочник*. Херсон : Издатель Гринь Д. С., 2013. 150 с.
14. WAHRIG. *Wörterbuch der deutschen Sprache* / von R. Wahrig-Burfeind. München: dtv, 2012. 1152 S.

15. Weitershaus F.-W. *Das neue große Vornamenbuch*. München: Mosaik Verlag, 1992. 400 S.

REFERENCES

1. Beyer H., Beyer A. (1989). *German proverbs and proverbial phrase* [Nemetskie poslovitsy I pogovorki]. Moscow: Higher school. 392 p.
2. Boiko V. V. (2008). *Psychoenergetics* [Psikhoenergetika]. Sankt-Petersburg: Peter. 416 p.
3. Vendina T. I. (2002). Word-formation as a source of reconstruction of linguistic consciousness [Slovoobrazovanie kak istochnik rekonstruktsii iazykovogo soznaniia]. *Linguistic issues*. Vol. 4. P. 42–72.
4. Volf E. M. (1985). *Functional evaluation semantics* [Funktsionalnaia semantika otsenki]. Moscow: Science. 228 p.
5. Demyanyuk O. A. (2012). Reflection of the basic value order in the phraseology of the German language [Vidobrazhennia bazovoi tsinnosti Ordnung u frazelohii nimetskoi movy]. *Semantics of language and text*: materials of the XI international scientific-practical conference (Ivano-Frankivsk, 26–28 September 2012). P. 161–163.
6. Lahdan S. P., Drahun S. Yu., Mudryk A. Yu. (2016). Ukrainian house in proverbs and sayings [Ukrainska khata v pryslivyakh ta prykazkakh]. *Bulletin of the Dnieper State Academy of Civil Engineering and Architecture*. Vol. 7 (220). P. 60–68.
7. Levkovskaya K. A., Prorokova V. M., Sergienko L. V. (1973). *Article in German language* [Artikl v menetskom yazyke]. Moscow: Education. 224 p.
8. Myuller V. (2012). *Large German-Ukrainian Dictionary* [Velykyi nimetsko-ukrainsky slovnyk]. Kyiv: Milky Way. 792 p.
9. Nomis M. (2020). Your house [Svoya khata]. URL: http://aphorism.org.ua/subrazd.php?page=1&pages_block=1&rid=2&sid=198 (date of application: 12.12.2020).
10. NEDUL [NTSUM]. (2003). – *New Explanatory Dictionary of the Ukrainian Language* in three Volumes [Novyi tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy v trokh tomakh] / V. Yaremenko, O. Slipushko (eds.). Kyiv: Akonit. Vol. 1: A–K. 928 p.
11. Prykhodko A. I. (2004). *Semantics and pragmatics of evaluation in modern English* [Semantika I pragmatika otsenki v sovremennom angliiskom yazyke]. Zaporozhe: Zaporozhe State University. 322 p.
12. Voitko V. I. (ed.). (1982). *Psychological dictionary* [Psikholohicheskii slovnyk]. Kyiv: Higher school. 216 p.
13. Tropina N. P. (2013). *Educational Sociolinguistic Dictionary-reference book* [Uchebnyi sotsioligvisticheskii slovar-spravochnik]. Kherson: Grin Publisher. 150 p.
14. WAHRIG. (2012). *Wörterbuch der deutschen Sprache* / von R. Wahrig-Burfeind. München: dtv. 1152 S.
15. Weitershaus F.-W. (1992). *Das neue große Vornamenbuch*. München: Mosaik Verlag. 400 S.