

О. В. Чорноус,

канд. філол. наук, доц.,

Донецький державний університет внутрішніх справ,

доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8770-8869>

МОДЕЛЬ АНАЛІЗУ АНТРОПОНІМІВ КРИЗЬ ПРИЗМУ ПСИХІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Стаття має на меті виявити особливості сприймання антропонімів у мовній свідомості носіїв мови та проаналізувати чинники, що впливають на функціонування імен у комунікативному, соціальному та культурному просторі. Об'єктом дослідження послуговували антропоніми як одиниці ономастичної лексики, предметом дослідження — процес сприймання, розуміння та використання антропонімів у різних соціо-комунікативних ситуаціях. Для реалізації поставленої мети використано такі методи, як порівняльний, описовий, інтерпретаційний аналіз, контент-аналіз. Наукова новизна роботи полягає в міждисциплінарному підході до аналізу антропонімів на перетині мовознавства, психології та соціальної комунікації.

У науковій розвідці окреслено теоретичні основи сприймання з урахуванням, проаналізовано термінологічну варіативність у вживанні понять «сприймання»,

«сприйняття», «перцепція», «відчуття» та «розуміння», описано модель аналізу антропонімів крізь призму психологічних процесів: фізичного читування, сприймання, когнітивної інтерпретації та оцінки. Особливу увагу звернуто на поняття соціальної перцепції: наведено словникові тлумачення, схарактеризовано основні форми. Більш докладно розглянуто категорії самоконцепції, сприймання інших і управління враженням, наведено приклади з мовної практики, зокрема фрагменти дописів у соціальних мережах, які ілюструють варіанти використання антропонімної формули мовцем з урахуванням того, як він «бачить» себе, свого співрозмовника, який образ прагне створити.

У дослідженні акцентовано, що залучення такого підходу дало змогу довести, що антропоніми є важливими елементами соціальної взаємодії, які формують і транслюють уявлення про особу. Запропонований міждисциплінарний підхід поглиблює розуміння ролі власних назв людей у комунікативній практиці та демонструє перспективи для подальших ономастичних досліджень.

Ключові слова: антропоніми, сприймання, розуміння, соціальна перцепція, комунікація.

O. V. Chornous,

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Donetsk State University of Internal Affairs,*

Department of Social and Humanitarian Disciplines Associate Professor

MODEL FOR THE ANALYSIS OF ANTHROPONYMS FROM THE PERSPECTIVE OF PSYCHOLOGICAL PROCESSES

The article aims to identify the specific features of anthroponym perception in the linguistic consciousness of native speakers and to analyze the factors influencing the functioning of personal names within communicative, social, and cultural contexts. The object of the study is anthroponyms as units of onomastic vocabulary, while the subject is the process of perception, comprehension, and use of anthroponyms in various sociocommunicative situations. To achieve the stated goal, the research employs several methods, including comparative, descriptive, interpretative, and content analysis. The scientific novelty of the study lies in its interdisciplinary approach to the analysis of anthroponyms at the intersection of linguistics, psychology, and social communication.

The paper outlines the theoretical foundations of perception and explores terminological variation in the use of the concepts “perception”, “sensation”, “perceptual processing”, and “understanding”. A model for analyzing anthroponyms through the lens of psychological processes is proposed, encompassing physical recognition, perception, cognitive interpretation, and evaluation. Special attention is paid to the concept of social perception, including dictionary definitions and typological forms. The study further elaborates on categories such as self-concept, perception of others, and impression management, illustrated by examples from actual language practice, particularly social media excerpts.

These examples demonstrate how speakers adapt the form of anthroponyms based on how they perceive themselves, their interlocutors, and the social image they aim to project.

The research emphasizes that applying such an approach reveals anthroponyms as significant elements of social interaction that construct and transmit perceptions of identity. The proposed interdisciplinary framework deepens our understanding of the role of personal names in communicative practices and presents promising directions for further onomastic research.

Key words: anthroponyms, perception, understanding, social perception, communication.

Постановка наукової проблеми та її актуальність. Останнім часом значною мірою посилюється увага до антропонімів як одиниць, що активно функціують у соціальному, культурному та комунікативному просторі. У багатьох наукових розвідках ідеться про те, що потенціал антропонімної формули не обмежується лише номінативною функцією, а й слугує важливим маркером ідентичності, культурної та національної належності носія. Крім того, спостереження за дописами в численних онлайн-ресурсах, де мовці обговорюють специфіку тих чи тих імен та прізвищ, підтверджують, що власні назви можуть бути потужним джерелом різноманітних стереотипів та асоціацій. Попри це, деякі психологічні аспекти, зокрема сприймання та розуміння антропонімної лексики описані доволі обмежено, хоч аналіз того, як антропоніми сприймаються носіями мови, даватиме змогу виявити глибинні зв'язки між лінгвістичним знаком та соціальним середовищем його функціонування.

Також варто взяти до уваги, що дослідження сприймання імен та прізвищ охоплює не лише психолінгвістичний вимір (фонетичний символізм, мотиви вибору, емоційне ставлення, оцінна інтерпретація), а й соціолінгвістичний (вплив імені на міжособистісну взаємодію, роль у формуванні уявлень про людину, залежність від культурних традицій, модні тенденції в ім'янареченні). Такий підхід дає змогу поглибити розуміння антропоніма як багатофункціонального мовного елемента, що перебуває на перетині мови, культури та психології. Отже, залучення перцептивного аспекту до аналізу антропонімів є не лише доцільним, а й необхідним для комплексного ономастичного дослідження цих одиниць ономастичної лексики.

Аналіз досліджень проблеми. Питання сприймання та розуміння антропонімів перебуває на перетині кількох наукових дисциплін. У лінгвістиці ці номінативні одиниці комплексно досліджували такі авторитетні ономасти, як Л. Белей, Ю. Карпенко, В. Німчук, Ю. Редько, П. Чучка та інші. Психолінгвістичні аспекти в контексті дослідження мовних одиниць були предметом наукового аналізу О. Гапченко, М. Дружинець, Т. Ковалевської та інших. Психологічні основи сприймання перебували у фокусі уваги Н. Акімової, Л. Калмикової, В. Моляко, В. Москаленко, Т. Третяк та інших. Спираючись на ґрунтовні напрацювання в окреслених сферах, ставимо за мету розглянути антропоніми крізь призму психічних процесів.

Мета роботи — визначити особливості сприймання антропонімів у мовній свідомості носіїв мови, виявити чинники, що впливають на розуміння і функціонування особових імен у комунікативному, соціальному та культурному просторі. Основними завданнями пропонованої наукової розвідки є: 1) з'ясувати зміст понять «сприймання», «перцепція», «розуміння» у контексті когнітивної діяльності, окреслити змістове навантаження термінів «соціальна перцепція», «відчуття»; 2) проаналізувати термінологічну варіативність у вживанні понять «сприймання» та «сприйняття»; 3) дослідити аспекти сприймання антропонімів; 4) окреслити чинники варіативного використання імен та прізвищ у різних комунікативних ситуаціях з огляду на соціальну перцепцію; 5) виявити значення самоконцепції, сприймання інших та управління враженням у використанні антропонімів.

Об'єктом дослідження є антропоніми як одиниці ономастичної лексики, **предметом дослідження** — процес сприймання, розуміння та використання антропонімів у комунікативних ситуаціях. Наукова новизна роботи пов'язана із залученням міждисциплінарного підходу, що поєднує психолінгвістичну та соціолінгвістичну перспективу, описано модель аналізу антропонімів з урахуванням психологічних процесів: фізичне зчитування, сприймання та когнітивна інтерпретація, оцінювання.

Джерельна база дослідження. У роботі використані лексикографічні джерела для аналізу термінологічних понять, залучено фрагменти дописів із соціальної мережі «Фейсбук» для ілюстрації деяких теоретичних положень.

Методи дослідження. Для реалізації поставленої мети було використано низку методів. Чільне місце в роботі посів порівняльний метод, який застосовувався для вивчення термінологічної варіативності таких понять, як «сприймання» та «сприйняття», а також для порівняння тлумачень термінів «відчуття», «сприймання», «перцепція», «розуміння» у науковій літературі. Означений підхід сприяв формуванню теоретичної основи для спостережень. Також використано описовий метод для окреслення особливостей різних психологічних процесів. Крім названих, у роботі було залучено контент-аналіз в контексті фрагментів дописів із соціальної мережі «Фейсбук», що ілюструють використання антропонімів у реальних комунікативних ситуаціях. Доцільним видалося також використання інтерпретаційного аналізу впливу самоконцепції, сприймання інших та управління враженням на використання імен і прізвищ у комунікації.

Теоретична значущість роботи полягає в поглибленні розуміння антропоніма як багатофункціонального мовного знака. Результати спостережень мають **практичну цінність**, адже можуть бути використані в подальших наукових розвідках, що охоплюють питання функціонування власних назв людей.

Дослідження цього аспекту, на нашу думку, доцільно розпочати з висвітлення ключових понять, що формують теоретичну основу для наших спостережень. Такими насамперед вважаємо «сприймання» та «розуміння» з огляду на їх центральне місце в процесах пізнання людиною навколишньої дійсності. Також звертаємося до термінів «відчуття» та «перцепція», які значно доповнюють наші уявлення про

когнітивну сферу. Однак перш ніж фіксувати змістове навантаження цих понять, необхідно звернути увагу на деяку термінологічну неузгодженість, що виникла внаслідок паралельного функціонування лексем «сприймання» та «сприйняття» у науковій літературі. Вона дещо ускладнює чітке визначення понять, тож потребує більш докладного аналізу для забезпечення однозначності.

Згідно з першим підходом терміни «сприймання» та «сприйняття» є синонімічними. Прикладом можуть послугувати класичні лінгвістичні лексикографічні джерела на кшталт одинадцятитомного «Словника української мови» (Київ, 1978) та «Практичного словника синонімів української мови» (Львів, 2014): сприйняття — «2. *спец.* Те саме, що сприймання ...» [11, с. 598]; сприйняття — «сприймання, перцепція; (хвилю /у хворих/) галюцинація» [3, с. 432]. Крім того, синонімами («сприймання (сприйняття)») вони подані у вузькогалузевому психологічному словнику-довіднику Ю. Приходько, В. Юрченка [6], що побачив світ у 2012 р. Інші ресурси оперують переважно одним із них, як-от «Сучасний тлумачний психологічний словник» (Харків, 2004) [12, с. 496] та «Психологічний словник» (Київ, 2007) В. Синявського та О. Сергєєнкової [7], де перевага надається терміну «сприйняття». Натомість «Психологічний словник» (Київ, 1982) за редакцією В. Войтка пропонує до використання варіант «сприймання» у контексті «сприймання людини людиною» [8, с. 182]. У науково-навчальній літературі більшого поширення набув саме цей термін: так, про сприймання мовлення як «процес вилучення (встановлення) смислу, що стоїть за зовнішньою формою мовленнєвих висловлювань» пишуть авторитетні українські психологи Л. Калмикова, Г. Калмиков, І. Лапшина, Н. Харченко [9, с. 57], сприймання є також базовим поняттям у посібнику з психології О. Винославської, О. Бреусенко-Кузнєцової, В. Зликова, А. Апішевої, О. Васильєвої [1]. У цьому аспекті також беремо до уваги суто мовознавчі спостереження про необхідність розмежування термінів на позначення процесу та результату, відповідно до якого для підкреслення розгорнутої, протяжної в часі дії слід вживати формант -анн-(я), тобто «сприймання» [4, с. 81–86]. Спираючись на наведені міркування, послуговуємося в роботі саме варіантом «сприймання», однак під час цитування зазначатимемо ту лексему, яку обрав автор джерела.

Аналіз змістового навантаження терміна «сприймання» продемонстрував відносну єдність підходів різних науковців. Загалом його визначають як «цілісне відображення предметів, явищ, ситуацій і подій у їхніх відчуттєво доступних часових і просторових зв'язках та відносинах» [12, с. 496]. Це активний психічний процес, а не просте конструювання дійсності, який створює *повний образ* об'єкта на основі кількох відчуттів. На відміну від сприймання «відчуття» є найпростішим психічним процесом «відображення в головному мозку людини окремих *властивостей* предметів об'єктивної дійсності внаслідок їх безпосереднього впливу на органи чуття...» [7]. Він передає одиничну характеристику, наприклад, колір, звук, температуру тощо. Залежно від сенсорної модальності виокремлюють зорові, слухові, дотикові, нюхові та інші види відчуттів, які можуть узгоджуватися та об'єднуватися вже в цілісні образи речей і подій. Разом відчуття та сприймання становлять сенсорну (перцептивну)

діяльність, що спрямовується на створення людиною адекватного образу навколишньої дійсності. Сприймання часто ототожнюють з «перцепцією», як-от у словниках В. Шапара, В. Синявського та О. Сергєєнкової: перцепція — це «сприйняття, безпосереднє відображення об'єктивної дійсності органами відчуття» [12, с. 332], «сприйняття предметів і явищ реальної дійсності, що безпосередньо діють на органи чуття» [7]. Також перцепцію тлумачать як «психічний процес пізнання предметів і явищ, що існують в реальній дійсності, їх уявлення в свідомості людини у вигляді образів» [7].

У контексті мовленнєвого висловлювання сприймання «передбачає рецепцію почутих або побачених елементів мови, встановлення їх взаємозв'язку і формування уявлення про їх значення. Таким чином, сприймання розгортається на двох ступенях — власне сприймання і розуміння. Розуміння — розшифровка загального смислу, що стоїть за безпосередньо сприйнятим мовленнєвим потоком» [9, с. 59]. Розуміння є вищим когнітивним процесом, що пов'язаний із мисленням. Воно дає змогу усвідомити сенс того, що ми сприймаємо, пояснити, інтерпретувати, зробити висновки. Фактично це *усвідомлення смислу* сприйнятого, *інтерпретація*.

Для ілюстрації відмінностей між різними складовими процесу пізнання, розглянемо приклад з антропонімом «Гете» у контексті читання тексту школярами чи здобувачами вищої освіти. На початковому етапі (відчуття), де фіксуються окремі характеристики об'єкта, органи зору читача сприймають літери як розрізнені символи: Г, е, т, е. Далі відбувається їх об'єднання в цілісне слово «Гете», яке читач сприймає як окрему лексему. Якщо уявити, що мовець є школярем, якому цей антропонім трапляється вперше і він не знає, про що йдеться, то процес фактично буде обмежений таким фізичним зчитуванням: він бачить слово, але не розуміє його значення через брак необхідних знань. Однак ситуація зміниться, якщо читач — здобувач вищої освіти з досвідом вивчення літератури. На етапі сприймання він так само зчитує слово «Гете», але завдяки попереднім знанням, досвіду та асоціаціям переходить до наступного етапу інтерпретації. Здобувач вищої освіти може активувати свою пам'ять, згадуючи, що «Гете» — це чужомовне прізвище, ім'я відомої людини, німецького поета, автора «Фауста», представника романтизму тощо. У процесі інтерпретації він може уявити образ поета, згадати його твори чи пов'язати ім'я з культурним тлом, а також визначити інші значення слова в контексті прочитаного: читач інтерпретує, що означає згадування цього імені в тексті. Завершується процес розуміння лексеми «Гете» емоційною ідентифікацією, у результаті якої формується оцінка важливості використання антропоніма, мета його вживання в прочитаному тексті тощо.

Окремо слід розглянути поняття *соціальної перцепції*, введене в науковий обіг американським психологом Дж. Брунером. Ідеться про сприймання, розуміння та оцінку людиною соціальних об'єктів [12, с. 332]. При цьому увага суб'єкта сприймання зосереджена не стільки на формуванні образу, скільки на змістовних і оціночних інтерпретаціях об'єкта. Соціальна перцепція має різні форми: міжособистісне сприйняття в групі, сприйняття себе й інших груп (своїх та «чужої»), а також сприйняття окремої людини або цілої групи іншою групою [5]. Це підкреслює значущість розуміння процесу

сприймання для ефективної взаємодії людей. У контексті соціальної перцепції неможливо повністю пізнати чи відчувати іншу людину, але ми можемо сприймати інформацію через наші органи чуття та робити висновки про те, якою, на нашу думку, вона є.

У процесі взаємодії застосовуються різні форми сприймання. Фахівці з комунікації називають кілька форм сприймання, які залучаються мовцями у процесі спілкування з іншою людиною: як ми бачимо себе (self-concept), як ми сприймаємо іншу особу (other-concept), управління враженнями (meta-concept) [15]. Наведена концепція дає змогу екстраполювати її основні положення на антропоніми в комунікації.

Першою розглянемо самоконцепцію та використання особових імен та прізвищ мовцем. Я-концепція охоплює уявлення людини про свою зовнішність, здібності, риси характеру, цінності, роль у суспільстві та взаємини з іншими. Частиною цього внутрішнього «профілю» є ім'я людини: носій має власні уявлення про свою антропонімну формулу, емоційно оцінює її. Те, як носій «бачить» себе, може впливати на спосіб використання антропонімної формули, наприклад, під час самопредставлення іншим людям. Так, можемо припустити, що мовець, який сприймає себе впевнено, відкритий до комунікації більш охоче використає повну форму свого наймення: «Я — Олександр Шевченко». Трапляються також випадки, коли носій сам під час представлення сигналізує співрозмовнику, що той чи той антропонім відповідає його уявленням про себе: «Мабуть настав час розповісти трохи про себе. Моє повне ім'я — Анна-Софія, але так ніхто мене не називає. Я себе асоціюю лише з Софією...» [13]. У соціальних мережах фіксуємо схожий приклад, що містить пояснення носія щодо антропонімної формули з урахуванням «бачення»: «Я «пані Ірина», і завжди прошу так до мене звертатися, бо з дитинства сприймаю «по-батькові» як щось рабське (це виключно моє, нікому не нав'язую свою думку), а звертатися виключно за Ім'ям люди вважають не дуже ввічливо. Тому — пані Ірина.» [2]. Також варто пригадати фірмове представлення кіногероя, що перетворилося на символ упевненості, де елементи підкреслювали статус носія: «Бонд, Джеймс Бонд». На противагу наведеним прикладам, особа, що не бажає привертати увагу, може використовувати зменшувально-пестливу форму або уникати прізвища: «Я — Саша».

Наступним проаналізуємо зв'язок між сприйманням іншої людини та адаптацією антропонімів. Мовець зазвичай адаптує своє мовлення, зокрема використання імен залежно від особливостей співрозмовника (вікових, рівня освіти, фізичних можливостей тощо). Прикладом може послугувати ситуації, коли вихователь у дитячому садочку пропонує малюкам називати себе лише на ім'я з огляду на те, що вони ще не можуть вимовити правильно більш складне поєднання імені та по батькові. Подібною може бути тактика українців, коли вони перебувають до іншої країни, що має відмінний антропонімний фонд: традиційна українська тричленна формула зазвичай скорочується до двочленної, а деякі особові імена, що можуть видатися місцевим мешканцям складними для вимови та запам'ятовування, піддаються спрощенню. Про один із таких випадків згадує О. Пономарів: «Моє ім'я в закордонному паспорті записано «Oleksandr», але греки, коли я працюю з ними перекладачем, називають

мене «АлЕксандрос», у кличному відмінку «АлЕксандре». Нічого поганого в цьому немає.» [10]. Усвідомлюючи, що така трансформація антропоніма загалом не викликає дискомфорту, мовець зрештою може сам запропонувати називати його надалі видозміненим варіантом, щоб уникнути, з одного боку, ще більших перекручень, а з іншого — пришвидшити комунікацію, зробити її максимально зручною для іншої сторони, продемонструвати готовність бути частиною цього культурного простору тощо.

Останнім окреслимо управління враженням через антропоніми (мета-концепція). Мовець може використати антропонімну формулу для конструювання певного образу. Наприклад, він може наполягати, щоб його називали повним іменем або прізвищем, щоб видаватися іншим більш серйозним, професіоналом: «Прошу звертатися до мене як до професора Степаненко». Існує також позиція, згідно з якою використання повної антропонімної формули є сигналом з боку співрозмовника про зацікавленість у взаємодії: «...P.S. я далеко не з тих людей, які при знайомстві кажуть: «Можна просто...». Я з тих, хто за те, аби називали повним, коректним іменем, якщо дійсно зацікавлені в комунікації. Не можна просто, потрібно правильно.» [14]. Натомість у менш формальних обставинах мовець може зменшити бар'єри, дозволяючи використовувати прізвисько або зменшувально-пестливий варіант: «Кажі просто Дімон». Цікавою, на нашу думку, є презентація імені в соціальній мережі в поєднанні з професійним контекстом: «Сьогодні хотіла б трошечки розповісти про себе та свій шлях у стоматології. Я — Влада (так, це моє повне ім'я), лікар стоматолог-ортодонт...» [16]. Мовець акцентує на унікальності, викликаючи в такий спосіб, з одного боку, інтерес в аудиторії та сприяючи легкому запам'ятовуванню, а з іншого — уточнення допоможе майбутнім клієнтам уникнути сумнівів щодо форми імені та не слугуватиме перепорою для початку комунікації.

Такі рішення ухвалюють з урахуванням того, як мовець хоче, щоб його сприймали, і на які реакції він очікує від інших.

Отже, залучення перцептивного підходу дало змогу проаналізувати особливості відчуття, сприймання, розуміння та інтерпретації антропонімів у свідомості мовців. Аналіз впливу соціального контексту, я-концепції мовця та прагнення керувати враженням у комунікації доводить, що антропоніми є важливими елементами соціальної взаємодії, які формують і транслиють уявлення про особу. Запропонований міждисциплінарний підхід поглиблює розуміння ролі антропонімів у комунікативній практиці та демонструє перспективи для подальших ономастичних досліджень.

Література

1. *Винославська О. В., Бреусенко-Кузнєцов О. А., Зливков В. Л., Алішева А. Ш., Васильєва О. С.* Психологія : навчальний посібник. Київ : Фірма «ІНКОС», 2005. 351 с.
2. *Ірина Романенко.* Facebook. URL: [https://www.facebook.com/olha.vasylieva.litred/posts/pfbid0MCsW4qhB6gu4YeMfkLYug5mkBa9d7TMMBo4CE2qypvS6uGEpKsDnZekhUfXDEahSI?comment_id=818170640351064&__cft__\[0\]=AZUN-dfxoNSPDNZgiVVAg24Cgq5IBJwZ03G-BgZl5mF6ZCyUnKic_qg7sQdGj791lsqkE](https://www.facebook.com/olha.vasylieva.litred/posts/pfbid0MCsW4qhB6gu4YeMfkLYug5mkBa9d7TMMBo4CE2qypvS6uGEpKsDnZekhUfXDEahSI?comment_id=818170640351064&__cft__[0]=AZUN-dfxoNSPDNZgiVVAg24Cgq5IBJwZ03G-BgZl5mF6ZCyUnKic_qg7sQdGj791lsqkE)

fOtDqi5IEkFevMumbZYn_8XNTpYoldC732mcqLP7RjEyeZnf5Q73CbxemhuxndXE040d-bOGLCwJSiG9PPMYDtwSTMruH85_bsTckBhA&__tn__=R]-R.

3. *Караванський С.* Практичний словник синонімів української мови. 5-те вид., опрацьоване і доповн. Львів : БаК, 2014. XIV + 530 с.
4. *Колібаба Л.* Браковка чи бракування? *Культура слова*. 2003. Вип. 62. С. 81–86.
5. Перцепція соціальна. Фармацевтична енциклопедія. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/789/percepciya-socialna> (дата звернення: 01.05.2025).
6. *Приходько Ю. О., Юрченко В. І.* Психологічний словник-довідник : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2012. 328 с.
7. Психологічний словник / авт.-уклад. В. В. Синявський, О. П. Сергєєнкова. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с.
8. Психологічний словник / за ред. В. І. Войтка. Київ : Вища школа, 1982. 214 с.
9. Психологія мовлення та психолінгвістика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Л. О. Калмикова, Г. В. Калмиков, І. М. Лапшина, Н. В. Харченко; за заг. ред. Л. О. Калмикової. Київ : Переяслав-Хмельницький педагогічний інститут, в-во «Фенікс», 2008. 245 с.
10. Рух за мову. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/p/1AKhHXa4gV/>
11. Сприйняття. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <https://sum.in.ua/s/sprynjattja>.
12. *Шапар В. Б.* Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с.
13. Anna Sofia Español. Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/p/1CRS7cy6er/>.
14. *Dina Vong.* Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/p/1XNcYLEZRE/>.
15. *Green K., Fairchild R., Knudsen B., Lease-Gubrud D.* Introduction to Communication. URL: [https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Communication/Introduction_to_Communication/Introduction_to_Communication_\(Green_et_al.\)/02%3A_Social_Perception/2.01%3A_Introduction_to_Social_Perception](https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Communication/Introduction_to_Communication/Introduction_to_Communication_(Green_et_al.)/02%3A_Social_Perception/2.01%3A_Introduction_to_Social_Perception).
16. *Vlada Danylova.* Facebook. URL: <https://www.facebook.com/share/p/1CBo8YnuZa/>.

References

1. Vynoslavska O. V., Breusenko-Kuznietsov O. A., Zlyvko V. L., Apisheva A. Sh. and Vasylieva O. S. (2005) *Psykhoholiiia: navchalnyi posibnyk* [Psychology: A textbook]. Kyiv: Firma "INKOS". [in Ukrainian].
2. Iryna Romanenko (2024). Comment on a Facebook post, *Facebook*, 1 December. Available at: [https://www.facebook.com/olha.vasylieva.litred/posts/pfbid0MCsW4qhB6gu4YeMfkLYug5mkBa9d7TMMBo4CE2qypvS6uGEpKsDn-ZekhUfXDEahSl?comment_id=818170640351064&__cft__\[0\]=AZUN-dfxoNSPDN-ZgiVVAg24Cgq5lBJwZ03G-BgZI5mF6ZCyPUUnKic_qg7sQdGj791lsqkEfOtDqi5IE-kFevMumbZYn_8XNTpYoldC732mcqLP7RjEyeZnf5Q73CbxemhuxndXE040d-bOGLCwJSiG9PPMYDtwSTMruH85_bsTckBhA&__tn__=R\]-R](https://www.facebook.com/olha.vasylieva.litred/posts/pfbid0MCsW4qhB6gu4YeMfkLYug5mkBa9d7TMMBo4CE2qypvS6uGEpKsDn-ZekhUfXDEahSl?comment_id=818170640351064&__cft__[0]=AZUN-dfxoNSPDN-ZgiVVAg24Cgq5lBJwZ03G-BgZI5mF6ZCyPUUnKic_qg7sQdGj791lsqkEfOtDqi5IE-kFevMumbZYn_8XNTpYoldC732mcqLP7RjEyeZnf5Q73CbxemhuxndXE040d-bOGLCwJSiG9PPMYDtwSTMruH85_bsTckBhA&__tn__=R]-R) [in Ukrainian].

3. Karavanskyi, S. (2014) *Praktychnyi slovnyk synonimiv ukrainskoi movy* [A practical dictionary of Ukrainian synonyms]. 5th ed., revised and expanded. Lviv: BaK. [in Ukrainian].
4. Kolibaba, L. (2003) *Brakovka chy brakuvannia?* [Brakovka or brakuvannia?], *Kultura slova* [Culture of the word], (62), pp. 81–86. [in Ukrainian].
5. Farmatsevtichna entsyklopediia (n.d.) *Perceptsiia sotsialna* [Social perception]. Available at: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/789/perceptciya-social-na> [in Ukrainian].
6. Prykhodko, Yu. O. and Yurchenko, V. I. (2012) *Psykhologichnyi slovnyk-dovidnyk: navchalnyi posibnyk* [Psychological dictionary-guide: A textbook]. Kyiv: Karavela. [in Ukrainian].
7. Syniavskyi, V. V. and Serhiienkova, O. P. (2007) *Psykhologichnyi slovnyk* [Psychological dictionary]. Kyiv: Naukovyi Svit. [in Ukrainian].
8. Voitko, V. I. (ed.) (1982) *Psykhologichnyi slovnyk* [Psychological dictionary]. Kyiv: Vyshcha shkola. [in Ukrainian].
9. Kalmykova, L. O., Kalmykov, H. V., Lapshyna, I. M. and Kharchenko, N. V. (2008) *Psykhologhiia movlennia ta psykholinhvistyka: navchalnyi posibnyk dlia studentiv vyshchikh navchalnykh zakladiv* [Speech psychology and psycholinguistics: A textbook for university students]. Kyiv: Pereiaslav-Khmelnitskyi pedahohichnyi instytut, vydavnytstvo "Feniks". [in Ukrainian].
10. Spryniattia. *Akademichnyi tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy*. Available at: <https://sum.in.ua/s/sprynjattja> [in Ukrainian].
11. Rukh za movu (2018) Facebook post, *Facebook*, 12 February. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/1AKhHXa4gV/> [in Ukrainian].
12. Shapar, V. B. (2007) *Suchasnyi tlumachnyi psykhologichnyi slovnyk* [Modern Explanatory Dictionary of Psychology]. Kharkiv: Prapor. [in Ukrainian].
13. Anna Sofia Español (2024). Facebook post, *Facebook*, 30 August. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/1CRS7cy6er/> [in Ukrainian].
14. Dina Vong (2023) Facebook post, *Facebook*, 23 July. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/1XNcYLEZRE/> [in Ukrainian].
15. Green, K., Fairchild, R., Knudsen, B. and Lease-Gubrud, D. (n.d.) Introduction to Communication. Available at: [https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Communication/Introduction_to_Communication/Introduction_to_Communication_\(Green_et_al.\)/02%3A_Social_Perception/2.01%3A_Introduction_to_Social_Perception](https://socialsci.libretexts.org/Bookshelves/Communication/Introduction_to_Communication/Introduction_to_Communication_(Green_et_al.)/02%3A_Social_Perception/2.01%3A_Introduction_to_Social_Perception) [in Ukrainian].
16. Vlada Danylova (2025). Facebook post, *Facebook*, 03 July. Available at: <https://www.facebook.com/share/p/1CB08YnuZa/> [in Ukrainian].