

# ODZIVI BRALCEV NA OSEBNA IMENA V SLOVENSKIH NOVELISTIČNIH BESEDILIH

---

V razpravi so predstavljeni odzivi slovenskih in angleških govorcev na zvočno podobo imen literarnih likov. Odzive smo ugotavljali s pomočjo dveh vrst anket - implicitno in eksplicitno -, pri čemer nas je zanimalo, kako se bralci odzivajo na imena likov oz. književnih oseb v slovenski kmečki povesti oz. romanu 19. in 20. stoletja. Poudarek je bil na začetnih glasovih imen. Predvidevali smo, da bodo določene glasove oz. zvoke imen povezali s pozitivnimi oz. negativnimi imeni ter da se bodo slovenski in angleški govorniki na imena pozitivnih in negativnih književnih likov podobno odzvali. Če bo hipoteza potrjena, bo upravičila prakso ohranjanja osebnih imen v prevodih. Rezultati anket so tudi pokazali, da so si odzivi slovenskih in angleških govorcev na osebna imena precej podobni.

**Ključne besede:** prevajanje, slovenska literatura, osebna imena, zvočne preference, bralčevo doje-manje

## **Reader responses to personal names in translation: evidence from character names in Slovene novellas**

This study reports the results of surveys of Slovene and English speakers' responses to the sounds of fictional characters' names. Responses were measured with two kinds of surveys – implicit and explicit – that gauged how readers reacted to the names of characters in Slovene rural novellas of the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> centuries. The focus was on the initial sounds of names. The hypothesis was that certain sounds correlate with positive and negative names and that Slovene and English speakers would respond similarly to names of positive and negative fictional characters. If supported, the hypothesis justifies the practice of preserving personal names in translation. Evidence from the surveys showed that Slovene and English speakers' responses to personal names were similar to a high degree.

**Keywords:** translation, Slovene literature, personal names, sound preferences, reader responses

## Uvod

Študija raziskuje zvočni učinek imen fiktivnih oseb. Zvočni učinek imena je sestavni del bralčevega dojetja osebe. Raziskovali smo zvočne učinke osebnih imen v slovenskih novelističnih besedilih, da bi ugotovili, kako se nanje odzivajo slovenski govorniki in kako bi jih dojemali morebitni bralci prevodov v angleščino. Z nekaj možnimi izjemami je malo verjetno, da bi slovenski govorniki ta dela brali. Že prej je bilo ugotovljeno, da imajo angleški in slovenski govorniki zelo podobne predstave na primer o osebah v romanu Charlesa Dickensa, in to na podlagi zvočnega učinka njihovih imen (Pogačar idr. 2017). Ta študija obravnava odzive angleških in slovenskih govorcev na slovenska imena iz predhodne študije tako, da obrača smer prevoda (tj. angleščina > slovenščina v slovenščina > angleščina). Opira se na obsežen korpus del več avtorjev namesto na posamezno delo kakega pisatelja.

## Lastna imena in prevod

Imena literarnih oseb so lastna imena in podskupina antroponimov (Nuessel 1992: 38–39), ki jih tako kot druge vrste imen (npr. blagovne znamke) ustvarjajo posamezniki; vsaj tako je danes. Kot takšno je poimenovanje literarnih oseb zelo podobno poimenovanju ljudi in, kar je še pomembneje, z njim si deli zvočne učinke imen in občinstvo (tj. bralce).<sup>1</sup> Ti učinki so posledica značilnosti lastnih imen: na ljudi (ali izmišljene osebe) se nanašajo zgolj po zvoku; nimajo slovanske vrednosti (Pulgram 1954: 45–46), čeprav v nekaterih primerih obstaja z njimi povezan leksikalni pomen ali pa ga je mogoče ugotoviti etimološko (npr. *Peter* ‚skala‘).

Leposlovni avtorji običajno zanikajo pomembnost zvočne podobe imen literarnih oseb ter njihovega dojetja s strani bralcev, čeprav je to ključno za (zlasti začetni) vtis o osebah. Nekateri ugledni pisatelji (npr. Dickens) pa po drugi strani namenoma upoštevajo zvočne lastnosti imen (Pogačar idr. 2017). Medtem ko pomenljiva imena literarnih oseb bralci izvirnega besedila zlahka prepoznajo (npr. *Raskolnikov* ‚razkolnik‘ Dostojevskega), morajo bralci prevedenega dela to informacijo poiskati sami.<sup>2</sup>

Ime je nujni jezikovni referent (Nuessel 1992: 2) in se kot tak običajno ne prevaja, za razliko od drugih jezikovnih elementov v naravnem jeziku, ki ga obkrožajo. To velja za ljudi in za literarne osebe, ne glede na to, ali gre za človeka ali druga

<sup>1</sup> Ta študija ne obravnava poimenovanj oseb s filozofskega vidika, vendar velja izpostaviti Thomassonovo (1993) modifikacijo Kripkejeve (1972) definicije poimenovanja, ki poudarja avtorjevo vlogo v procesu ustvarjanja »čvrstega« referenta za imaginarno bitje.

<sup>2</sup> Nekatera literarna dela predstavljajo edinstvene prevajalske izzive, ki so prinesli različne rešitve. Glej na primer Majcher (2017) o nemških in poljskih prevodih C. S. Lewisa ter Vermes (2003) o madžarskih prevodih Fenimora Cooperja in Kurta Vonneguta. V vseh teh primerih ima ključno vlogo semantika. Za pregled različnih načinov ravnanja z imeni v prevodih, vključno s slovenskimi normami, gl. Blake in Stopar (2021).

živa bitja. Z občasnimi izjemami, na primer v otroški literaturi, se imena literarnih oseb ne prevajajo, temveč prenašajo (transliterirajo oziroma prečrkujejo). Včasih se prevajalci odločijo za transkripcijo, da bi dosegli podobno izgovarjavo v ciljnim jeziku – npr. nemška in angleška črka *h* je bila nekoč v ruščini zapisana kot *g* (npr. *Hans* > *Gans*), zdaj pa jo predstavlja ruski *x* (npr. *Houston* > *Хьюстон*). Takšni primeri kažejo na upoštevanje zvoka imen v prevodu.

Kadar imena oseb vključujejo splošne samostalnike ali nazive, je razlikovanje med splošnimi in lastnimi samostalniki zgodovinsko spremenljivo (Pulgram 1954). Tako se mora prevajalec odločiti, ali se bo držal konvencije o ohranjanju lastnih imen, kadar gre za lastno ime iz občnega imena; tako so na primer prevodi francoskega *Le Petit Prince* v *The Little Prince* (angleščina), *Mali princ* (slovenščina) in *Der kleine Prinz* (nemščina) izgubili aliteracijo in možne druge zvočne lastnosti izvornika. Ime naslovne osebe bi lahko ohranili v izvorniku, tako kot ni prevedeno lastno ime za vino *Petit Chablis*. Tudi kadar so si osebna imena v prevodih podobna, npr. za Tolstojevu pripoved *Omeu Cepcuü* (angl. *Father Sergius*, slov. *Oče Sergej* in nem. *Pater Sergius*), prilagajanje imena in prevajanje spremnega naslova prineseta različne zvočne vzorce. Roman Alberta Güiraldesa o gauču *Don Segundo Sombra* je bil v angleščino preveden kot *Don Segundo Sombra, Shadow on the Pampas*, s čimer je bila ohranjena aliteracija v lastnem imenu *Segundo Sombra* in hkrati prevedeni pomen drugega dela imena v podnaslovu (*Shadow on the Pampas*). Zelo izmišljena imena predstavljajo poseben izziv. Manini (1996: 162) ponuja primer italijanskega prevoda *Humpty Dumpty* (/ˈhʌm(p)tiˈdʌm(p)ti/)³ kot *Bindolo Rondolo* in *Tombolo Dondolo*, pri čemer prvi spominja na zaobljenost in ohranja rimo, drugi pa pomeni nekaj takega kot igračo možicelj vstajač, ki se vedno postavi pokonci. Ne da bi dvomili v odločitve prevajalcev, je vredno razmisliti o učinku zamenjave osrednjega samoglasnika /ʌ/ (zapisanega s črko *u*) z zadnjim *o* in sprednjega *i* z zadnjim *o* na koncu besede. Konvencija o neprevajanju imen oseb je toliko bolj upravičena, če je mogoče dokazati, da se zaznane (tj. na podlagi pravopisa) zvočne preference prenašajo med jeziki ali se vsaj delno medjezikovno prenašajo. Dokazov za to je na različnih raziskovalnih področjih vedno več.

### Dojemanje osebnih imen: dokazi z različnih področij

Čeprav je zaznani zvok vodilni dejavnik pri izbiri imena, priznavamo, da so pomembni tudi drugi dejavniki. S področja človeških virov (Cotton idr. 2008) je znano, da imajo pri zaposlovanju prednost ljudje z običajnimi ameriškimi angleškimi osebnimi imeni kot tisti z redkimi. Raziskovalci so testirali običajna ruska imena, kar nam daje razlog za domnevo, da bi lahko angleško govoreči bralci imena iz kakega drugega slovanskega jezika (npr. slovenščine) dojemali kot nekoliko tuja in zato manj privlačna.

<sup>3</sup> Izgovarjava zapisana po *Oxford English Dictionary*: [https://www.oed.com/dictionary/humpty-dumpty\\_n?tl=true&tab=pronunciation](https://www.oed.com/dictionary/humpty-dumpty_n?tl=true&tab=pronunciation) (dostop 10. 2. 2024).

Domačnost je bila faktor tudi v študijah na področju izobraževanja. McDavid in Harari (1966: 458) v pogosto citirani študiji o stališčih osnovnošolskih otrok do družbeno nezaželenih imen ugibata o negativnih konotacijah redkih imen. Vendar je očitna naklonjenost pogostim imenom drugih v nasprotju z ugotovljenim prepričanjem (mladih odraslih) posameznikov, da je njihovo lastno ime bolj edinstveno, kot je, in njihovo hipotetično željo po prevzemu bolj edinstvenega imena zaradi samopovečevanja (Kulig 2013). Leirer idr. (1982) so ugotovili, da lahko posamezniki do neke mere oblikujejo dojemanje sebe z izbiro ene od treh (angleških) oblik imena, ki jih imenujejo formalna, domača (tj. pomanjševalnica 1) in mladostniška (tj. pomanjševalnica 2), npr. *Robert*, *Bob* in *Bobby*. Študija se je osredotočila na začetne vtise, ki jih povzročijo imena, kar poskuša storiti tudi naša študija.

Čprav nas zanima, kakšen vtis ime naredi na bralca, in smo iz študije izključili imena z očitnimi pomenskimi ali medbesedilnimi aluzijami, ne moremo v celoti nadzorovati bralčevih zaznav o aktualnosti – z drugimi besedami, ali slovenski bralci morda menijo, da je ime zastarelo in zato manj privlačno. Christopher (1998) je ugotovil, da so imena starejše generacije iz več razlogov manj všečna kot aktualna imena in edinstvena imena. Domneval je tudi, da bi ob več informacijah o osebi – imena so bila priložena izmišljenim življenjepisom – udeleženci raziskave lahko spremenili svoj prvi, na imenu temelječi vtis (Christopher 1998: 191). Kar velja za zgoščene osebne podatke v realnem življenjepis, zagotovo velja tudi za izmišljene osebe, vendar udeležencem študije nismo posredovali njihovih zgodb. Podobno sta Etaugh in Geraghty (2018) pregledala raziskave, ki so sledile Kasofovi (1993) pionirski študiji o uporabi moških in ženskih imen v raziskovanju spolne pristranskosti, in ugotovila, da so manj sodobna imena problematična – to pomeni, da sprožajo negativne asociacije. Kasof je preverjal zaznavanje privlačnosti in intelektualne sposobnosti ter izrecno upošteval starostne predsodke, povezane z imeni (Kasof 1993: 191); četrto stoletja pozneje sta Etaugh in Geraghty ugotovila, da se privlačnost močno razlikuje glede na aktualnost imen, zaznavanje z njimi povezane intelektualne sposobnosti pa ne. Slovenski bralci bi prepoznali, katera imena iz slovenskih del, ki smo jih testirali, niso več priljubljena, medtem ko se bralci prevoda v angleškem jeziku tega ne bi zavedali. Ne glede na aktualnost pričakujemo, da bodo tako slovenski kot angleški govorci dajali prednost imenom, ki temeljijo na njihovem zvenu.

Smithova (1998) analiza relativne privlačnosti imen ameriških politikov se razlikuje od zgoraj navedenih reprezentativnih raziskav na področju izobraževanja in človeških virov, saj obravnava fonetične sestavine in ritme imen v kontekstu ameriške angleščine. Smith razčlenjuje tisto, kar imenuje »dejavniki udobja« pri artikulaciji, za katerega se zdi, da vpliva na preference ljudi glede imen (Smith 1998: 160–64). Ta pristop se v zadnjih desetletjih najbolj produktivno uveljavlja v trženjskih raziskavah, pri čemer nekateri raziskovalci po temeljni študiji Lowrey in Shrum (2007), ki je temeljila na preferencah imen blagovnih znamk v angleškem jeziku, preučujejo privlačnost imen blagovnih znamk v različnih jezikih (Shrum idr. 2012; Kuehnl in Mantau 2013). Tako kot Smith so poskušali najti t. i. zvočno simboliko v imenih blagovnih znamk. Vendar bi lahko privlačnost imen

blagovnih znamk delno pojasnili tudi s prevlado določenih zvokov v obstoječih imenih blagovnih znamk (Pogacar, Shrum in Lower 2018), ki kažejo na fonetične preference za domačno, ne pa nujno fonetične simbolike, podobno kot ugotavljajo Cotton idr. (2008) ter McDavid in Harari (1966).

Dokazi z različnih področij kažejo, da se bralci in poslušalci različno odzivajo na zvoke imen ter da lahko na njihove odzive vplivajo pogostost, edinstvenost, domačnost in aktualnost. Glede na konvencijo o ohranjanju osebnih imen v prevodih smo se odločili preveriti, kako se slovenski in angleški govorniki odzivajo na slovenska imena, ki bi se ohranila v angleških prevodih.

### Osebna imena v enem slovenskem literarnem žanru<sup>4</sup>

Za preverjanje zvočnih preferenc<sup>5</sup> v jezikih smo izbrali slovenski pripovedni žanr, v katerem se običajno pojavljajo pozitivni in negativni liki, kmečko povest. Bibliografija daljših pripovedi v tem žanru, ki jo je sestavil Miran Hladnik, vsebuje 234 enot, objavljenih med letoma 1859 in 1945 (Hladnik 1990: 125–30). Izbrali smo 61 del iz celotnega obsega žanra – to je 26 % del iz Hladnikove bibliografije – od 36 avtorjev. Določili smo 114 imen glavnih moških in 92 imen glavnih ženskih oseb, ki imajo pozitivne ali negativne lastnosti ali motivacijo. (Opozoriti je treba, da se v poznejših letih žanra povečata dvoumnost in razvoj oseb). Med njimi je bilo 59 pozitivnih in 55 negativnih moških oseb ter 74 pozitivnih in 18 negativnih ženskih oseb.

Zaradi velikega števila smo jih razvrstili po začetnih glasovih, ki so med najpomembnejšimi deli imena (gl. spodaj). Jasno je prevladovalo nekaj začetnih glasov: imena pozitivnih moških oseb se začenjajo s T, J ali M (22 %, 22 %, 20 %), pozitivna ženska imena se začenjajo z M, A in L (40 %, 15 %, 12 %). Negativna moška imena se začenjajo z A, T, K in L (po 11 %); negativna ženska imena se začenjajo s K ali L (po 22 %) in M ali R (po 17 %). Tudi v tem primeru je število negativnih ženskih imen razmeroma majhno.

Izločili smo pogosto slovensko moško ime Janez, ki predstavlja 24 % negativnih moških oseb in manj kot 1 % pozitivnih moških oseb. Janez je zaradi pogostnosti postal splošno ime, ki ga za Slovence uporabljajo drugi južni Slovani. Je drugo najpogostejše ime moških, rojenih pred letom 1940, in v naslednjih desetletjih do

<sup>4</sup> Zahvaljujemo se Nike Kocijančič Pokorn in Agnes Pisanski Peterlin z Univerze v Ljubljani za svetovanje glede imen, ki smo jih identificirali, in za besede za osebne značilnosti, uporabljenih v slovenskih anketah.

<sup>5</sup> Besedo preferenca uporabljamo namesto besede simbolika, ker preverjava odzive bralcev na imena oseb in ne pomen, ki naj bi ga po mnenju bralcev vsebovali zvoki imena. Zvočna simbolika je pomemben sekundarni vidik. Antropolog Nuckolls (1999) močno utemeljuje njegov obstoj, obstajajo pa tudi številne študije zvočne simbolike v naravnih jezikih (npr. Hinton idr. 1994; Priestly 1998, 2002), da ne omenjamo študij na področju jezikoslovja in psihologije (npr. Agrawal 2020).

leta 2020.<sup>6</sup> Predvidevamo, da gre za primer samoomalovaževanja s strani avtorjev v tem žanru.<sup>7</sup> Pojav je podoben uporabi imena Hans v pripovedi *Undine geht* (*Undine odhaja*) avstrijske pisateljice Ingeborg Bachmann, kjer moški lik Hans v očeh pripovedovalke sirene predstavlja vse (pomanjkljive) moške. Dober primer možnih pejorativnih konotacij imena Janez najdemo v sodobni slovenski kriminaliki (Golob 2017: 123–24): policijski preiskovalec domneva, da se je neki »Janez z Jesenic«, za katerega rečejo tudi, da je *povprečen*, morda zaljubil v prostitutko in jo umoril.

## Pomen prve črke

Pri oblikovanju pomembnega imena lika se avtorji instinktivno zanašajo na prvo črko imena, ki izraža pomembne značilnosti. To je trdna strategija, kot je pokazala analiza 37.000 besed v petih jezikih: prvi zvok je v večji meri napovedoval valenco besed kot naslednji zvoki (Adelman idr. 2018). To je lahko posledica izraznega načrtovanja, ki poslušalcem daje čas za prilagodljiv odziv. Poleg tega so začetki besed – prve črke ali zlogi – bolj uporabni za prepoznavanje besed in pridobivanje informacij kot konci besed (Marslen-Wilson in Welsh, 1978; Nootboom 1981). Tako je lahko prva črka imena edinstveno primerna za posredovanje diagnostičnih informacij bralcem, kar je orodje, ki ga lahko avtorji uporabijo pri karakterizaciji.

## Opombe o testiranih imenih

Nekatera od testiranih imen na A ali njihovih različic so bila in ostajajo priljubljena na slovenskem ozemlju; na primer Ana je drugo najpogostejše ime nasploh in drugo žensko ime za osebe, rojene pred letom 1940 in v naslednjih desetletjih, čeprav je v zadnjih dveh desetletjih njegova priljubljenost upadla. (Anica ni bila nikoli zelo pogosta in je v zadnjih dveh desetletjih izginila iz rabe.) Podobno je bil Andrej šesti na splošno in četrti med moškimi pred letom 1940, vendar je njegova priljubljenost v zadnjih dveh desetletjih še bolj upadla. Med imeni na M je bil Miha pred letom 1940 redek, pogosto so ga dajali rojenim med letoma 1980 in 2000, nato pa je njegova priljubljenost upadla.

Podobno velja za ime Marko, ki je v vseh časovnih obdobjih na petem mestu, pri moških pa na tretjem, najpogosteje so ga dajali med letoma 1960 in 1980, v zadnjih dveh desetletjih pa je njegova priljubljenost upadla. Martin je bil vedno na 38. mestu in na 25. med moškimi, vendar so med letoma 1950 in 2000 otrokom

<sup>6</sup> Iz Statističnega urada Republike Slovenije: Imena, gl. <https://www.stat.si/imenarajstva#/names?name1=Marija&gend1=Z>, dostop 25.–28. 8. 2021. Tudi drugi statistični podatki v tem poglavju so bili pridobljeni na tej spletni strani.

<sup>7</sup> 20. marca 2019 mi je Miran Hladnik napisal, »nekateri glasovi oz. kombinacije glasov so verjetnejše pri negativcih, drugi pa pri pozitivcih. Bolj kot glasovna podoba se mi zdijo količinska razmerja med moškimi in ženskami v kombinaciji + : –. in pa frekvenca posameznih imen, npr. Janez. Janez bo pozitivno ime v zgodovinskem romanu, veliko število negativnih Janezov v kmečki povesti pa povezujem s slovensko prakso norčevanja na svoj račun (Janez je pač sinonim za generičnega Slovenca)«.

pogosto dajali to ime. Nadalje se od tridesetih najpogostejših ženskih in moških imen prebivalcev Republike Slovenije sedem (od vsakega) začne z A ali M; od prvih desetih ženskih imen se tri začenjajo z A in štiri z M, od prvih moških imen pa dve z A in eno z M. Ti podatki za imeni A in M kažejo, da trendi priljubljenosti med anketiranimi govorci slovenščine verjetno niso bili dejavnik: imeni sta pogosti, vendar v zadnjem času relativno redkejši. Na podlagi tega lahko sklepamo, da poznanost ni pomemben dejavnik pri tem, da slovenski govorniki dajejo prednost imenom na A in M. Razmeroma večja naklonjenost imenom na A in M med slovenskimi govorniki v primerjavi z angleškimi govorniki je vzporedna z manjšo pogostostjo teh imen v zadnjem stoletju v ZDA: med tridesetimi najpogostejšimi moškimi imeni, danimi v zadnjem stoletju, se dve začenjata z A, tri pa z M; med tridesetimi ženskimi imeni se dve začenjata z A, štiri pa z M.<sup>8</sup>

Kot je glede na časovno obdobje korpusa literarnih del, iz katerih so bila imena vzeta, mogoče pričakovati, so nekatera imena redka. Agata je na primer na 630. mestu na splošno in na 312. mestu med ženskimi imeni. V zadnjem desetletju je bilo dano le nekaj desetkrat. Vendar je ime slovenskim govornikom dobro znano, saj je pripadalo glavnima junakinjama v dveh uglednih romanih dvajsetega stoletja.<sup>9</sup> Med imeni na M sta Mana in Micka zelo redki, vendar sta obe lahko vzdevek za Marijo, ki je skupno največkrat dano žensko ime. Mina je prav tako redko ime, vendar v zadnjih dveh desetletjih pogostejše. Preferenca do teh imen med slovensko govorečimi kaže, da nedomačnost imena verjetno ni dejavnik pri implicitnih in eksplicitnih odzivih nanje.

Nekaj imen na R, ki smo jih preizkusili – Reza, Rezika in Rozalka<sup>10</sup> – je zelo redkih. Roza je bila bolj priljubljena v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja, vendar je bila v zadnjem desetletju izbrana le desetkrat. Rok je na 24. mestu na splošno in na 17. med moškimi imeni; v zadnjih dveh desetletjih je bil veliko pogostejši kot v prvi polovici dvajsetega stoletja. Med imeni na K sta Kata in Katica redka. Katarina in Klemen sta na 21. in 43. mestu med ženskimi in moškimi imeni. Obe imeni sta zelo stari: Katarina je bila izpričana pred več kot sedemsto leti in je pogosta v ljudskih pregovorih in pesmih (Keber 2001: 280–81), Klemen pa je bil izpričan v 9. stoletju (Keber 2001: 284). Obe imeni sta bili najbolj priljubljeni v zadnjih desetletjih dvajsetega stoletja.

Čeprav na bralčevo dožemanje imen lahko vplivajo pogostost, edinstvenost, poznavanje in aktualnost, pa mešanica imen, ki smo jo zajeli v raziskavo in ki vključuje neobičajna in pogosto dana imena, zmanjšuje vpliv katerega koli od teh dejavnikov. Poleg tega je večina imen angleško govorečim neznana, naš cilj pa je bil oceniti, kako bi bila imena dojeta v literarnem prevodu.

<sup>8</sup> Iz statističnih podatkov ameriške uprave za socialno varnost, dostopno na <https://www.ssa.gov/oact/babynames/decades/century.html>, dostop 27. 8. 2021.

<sup>9</sup> *Visoška kronika* Ivana Tavčarja in *Triptih Agate Schwarzkobler* Rudija Šeliga.

<sup>10</sup> Rezika se je med negativnimi ženskimi liki v žanru pojavila dvakrat, Reza pa enkrat med pozitivnimi liki. Obe imeni sta povezani s Terezijo (Keber 2001: 409).

## Začetna analiza imen

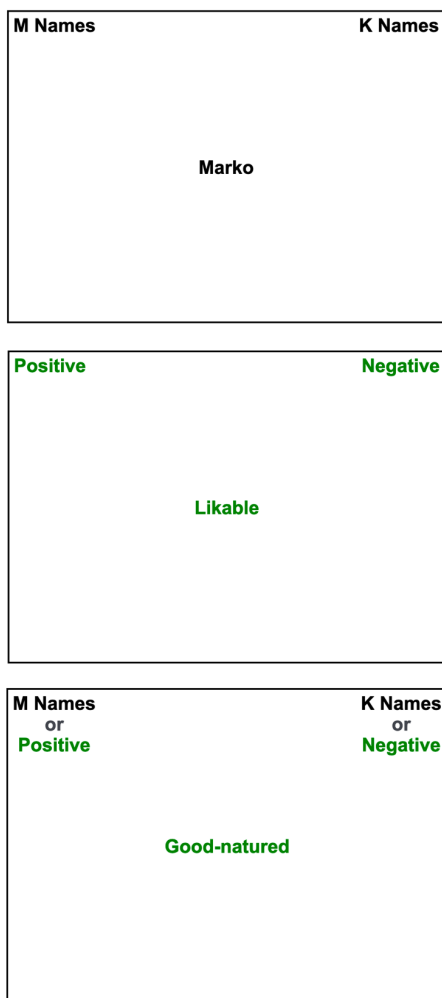
Korelacije med prvimi črkami in statusom lika (simpatičen, nesimpatičen) smo preverili s hi-kvadrat testom. (Test hi-kvadrat pokaže razlike med spremenljivkami pri naključnem vzorčenju za primerjavo hipotetičnih oziroma pričakovanih rezultatov z dejanskimi.) Dve črki sta bili pomembno povezani s privlačnostjo lika: M je bila povezana s statusom simpatičnega lika ( $\chi^2(206) = 0,22, p = 0,001$ ), K pa z negativnim statusom lika ( $\chi^2(206) = -0,16, p = 0,02$ ). Dodatna hi-kvadrat analiza imen moških in ženskih oseb je ločeno pokazala, da so imena, ki se začenjajo s črko A, nekoliko pogostejša med pozitivnimi ženskimi liki kot negativnimi ženskimi liki ( $\chi^2(1, 92) = 3,04, p = 0,08$ ); »A« je bila pogostejša tudi med pozitivnimi moškimi liki kot negativnimi, vendar v manjši meri ( $\chi^2(1, 92) = 2,46, p = 0,11$ ). Nazadnje, imena, ki se začenjajo z R, so bila pogostejša pri negativnih ženskih osebah kot pri pozitivnih ( $\chi^2(1, 92) = 3,77, p = 0,05$ ). Imena, ki se začenjajo z R, so bila neznatno pogostejša med negativnimi moškimi liki kot pozitivnimi moškimi liki ( $\chi^2(1, 92) = 1,08, p = 0,29$ ).

Ti rezultati kažejo, da imena, ki se začenjajo s črkama A in M, slovenskim avtorjem morda pomagajo sporočiti status simpatičnega lika, medtem ko lahko črki K in R sporočata nasprotno. Vendar so ti rezultati zgolj korelacijski in brez eksperimentalnih dokazov ne moremo sklepati o vzročnih posledicah. Poleg tega ostaja vprašanje: če te črke res sporočajo status simpatičnega ali nesimpatičnega lika, ali bi se nameravana karakterizacija slovenskega avtorja v prevodu ohranila? Da bi odgovorili na to vprašanje in zagotovili vzročne dokaze, smo izvedli štiri teste implicitnih asociacij (IAT).

## Test implicitnih asociacij (IAT)

IAT (angl. *implicit association test*) je eksperimentalna metoda za merjenje implicitnih (samodejnih, nenadzorovanih) stališč in spoznanj udeležencev (Greenwald idr. 1998). Metoda se na primer uporablja za ocenjevanje morebitnih rasnih predsodkov oseb. Kot taka je primerna za merjenje zaznav ljudi o imenih, ki se pogosto dojemajo na samodejni, implicitni ravni (Pogačar, Shrum in Lowrey 2018; Pogačar, Kouril, Carpenter in Kellaris 2018). IAT udeležencem ponudi računalniško podprto nalogo razvrščanja dražljajev, v kateri sta dve kategoriji (npr. »imena na M« in »imena na K«) povezani z različnimi atributi (npr. »pozitivni« in »negativni«). Udeleženci kategorizirajo dražljaje tako, da na tipkovnici čim hitreje označijo, ali se dražljaj na zaslonu ujema z deskriptorjem v zgornjem levem delu zaslona (tipka E) ali zgornjem desnem delu zaslona (tipka I). Nepravilni odgovori so označeni z rdečim x, udeleženci pa jih morajo popraviti s pritiskom ustrezne tipke, preden nadaljujejo. Po izvajanju naloge razvrščanja so kategorije in atributi združeni v različne konfiguracije (slika 1).





Slika 1: Primer postopka razvrščanja IAT

Če udeleženci implicitno povezujejo imena na M s pozitivnimi lastnostmi bolj kot imena na K, bi se morali hitreje odzvati s pritiskom na pravi gumb, ko so imena na M povezana s pozitivnimi lastnostmi (npr. »simpatičen«). Nasprotno pa bi morali udeleženci počasneje pritisniti na pravi gumb, kadar so imena M v paru z negativnimi lastnostmi (npr. »grd«), saj to od njih zahteva, da prekličejo svoj samodejni odziv s pritiskom na gumb za potrditev para dražljajev, s katerim se ne strinjajo (Greenwald in Nosek 2001). Razlike v odzivnih časih med različnimi konfiguracijami kategorij in atributov se uporabijo za izračun ocene D, ki določa moč asociacije za vsakega udeleženca – to pomeni, da ocena D meri, kako močno udeleženec povezuje ime in atribut. Rezultati D za vse udeležence se nato seštejejo, da se dobi merilo splošne moči asociacije med naključno izbranimi člani

skupine. IAT je torej postopek, ki omogoča ocenjevanje relativne moči asociacij med dvema kategorijama, npr. imeni na M v primerjavi z imeni na K, in atributi, npr. pozitivnimi v primerjavi z negativnimi (Pogacar idr. 2019).

## Študija 1

V študiji 1 preverjamo, ali so slovenska literarna osebna imena, ki se začnejo z M, močnejše povezana s pozitivnimi lastnostmi kot imena, ki se začnejo s K. Te povezave preučujemo tako v slovenskem kot v angleško govorečem vzorcu. Da bi raziskavo lahko izvedli prek spleta, je bila predhodno prijavljena na portalu AsPredicted.org.<sup>11</sup> Podatki v vseh študijah so bili analizirani šele po končanem zbiranju posameznega vzorca. Raziskava je bila izvedena z odobritvijo internega odbora za etični pregled. Vsa gradiva in podatki so javno arhivirani na portalu OSF.<sup>12</sup>

## Udeleženci

V raziskavi je sodelovalo 51 slovensko govorečih udeležencev (68 % moških;  $M_{\text{starost}} = 24,5$ ) in 50 angleško govorečih udeležencev (58 % žensk;  $M_{\text{starost}} = 29,3$ ), ki so bili pridobljeni na spletni platformi Prolific Academic.

## Postopek

Udeleženci so izpolnili test implicitnih asociacij (IAT), s katerim so merili asociacije med imenskimi dražljaji (»imena na M« proti »imena na K«) in dražljaji »pozitivnih« proti »negativnim« lastnostim (preglednici 1 in 2). Imena so bila izbrana s seznama zbranih imen. Ker so bila na voljo le tri moška imena, ki se začenjajo na K, so bila z naključnim izborom izbrana tudi tri ženska imena, ki se začenjajo na K, tako da je bilo skupaj šest imen na K, polovica moških in polovica ženskih. (V vseh delih je bilo skupaj pet ženskih imen, ki se začenjajo na K.) Z istega seznama imen je bilo naključno izbrano enako število imen na M, prav tako pol moškega in pol ženskega spola, da bi ustvarili uravnotežene stimulatívne sklope imen na K in na M. Slovenski govorci lahko prepoznajo Kata in Katica kot različici istega imena Katarina, angleški govorci pa tega verjetno ne bodo storili.

<sup>11</sup> Povezava: <https://aspredicted.org/blind.php?x=7yq6ip> (dostop 10. 2. 2024).

<sup>12</sup> Povezava: [https://osf.io/r5uwp/?view\\_only=8b9760ff3e5c4218818aac12d4497e48](https://osf.io/r5uwp/?view_only=8b9760ff3e5c4218818aac12d4497e48) (dostop 10. 2. 2024).

| Imena na M | Imena na K |
|------------|------------|
| Mana       | Kata       |
| Mina       | Katarina   |
| Micka      | Katica     |
| Marko      | Karči      |
| Martin     | Klemen     |
| Miha       | Koren      |

**Tabela 1:** Kategorije dražljajev v študiji 1

| Angleščina          |                     |
|---------------------|---------------------|
| Positive Attributes | Negative Attributes |
| friendly            | hostile             |
| honest              | dishonest           |
| likable             | nasty               |
| good-natured        | hostile             |
| Slovenščina         |                     |
| Positive Attributes | Negative Attributes |
| prijazno            | sovražno            |
| pošteno             | pokvarjeno          |
| všečno              | neprijazno          |
| dobronamerno        | žaljivo             |

**Tabela 2:** Atributni dražljaji v vseh študijah

IAT je potekala po standardnem postopku, ki so ga opisali Greenwald idr. (1998, 2003).<sup>13</sup> Vsi testi IAT so bili ocenjeni po standardnih protokolih (ocena D; Greenwald idr. 2003). Asociacija je označena, če oseba hitreje naredi par (npr. pri razvrščanju imen M in pozitivnih lastnosti z eno roko, imen K in negativnih lastnosti z drugo roko) kot pri obratnem parjenju.<sup>14</sup> Razlike v reakcijskih časih se nato pretvorijo v oceno D, ki znaša od  $-2$  do  $+2$  (gl. Carpenter idr. 2019; Greenwald idr. 2003). Test IAT je bil zasnovan tako, da pozitivni rezultati kažejo na močnejšo povezavo med imeni M in pozitivnimi lastnostmi v primerjavi z imeni K, negativni rezultati pa bi kazali na obratno.

IAT je bil dopolnjen z eksplicitnimi vprašanji (npr. *Kako simpatično je ime \_\_\_?*), merjenimi na 5-stopenjski lestvici (1 = zelo nesimpatičen in 5 = zelo simpatičen). Izrecna merila so za raziskovalno vprašanje pomembna, ker lahko k vrednotenju

<sup>13</sup> Test je bil izveden z uporabo HTML5 in JavaScripta, kar je zanesljiv način administracije (Carpenter idr. 2019).

<sup>14</sup> V skladu s standardno prakso (Greenwald idr., 2003) so bili udeleženci izključeni, če je bilo več kot 10 % odgovorov hitrejših od 300 milisekund, posamezni poskusi pa so bili izključeni, če so bili daljši od deset sekund.

imen prispevajo tudi deliberativni procesi (Pogacar, Kouril, Carpenter in Kellaris 2018), izrecna merila pa lahko zagotovijo ocene asociacij glede na nevtralno sredino (npr. »Imena X so všeč nadpovprečno, medtem ko so imena Y všeč podpovprečno«). Takšnih ocen ni mogoče določiti samo z uporabo IAT, saj IAT meri le preference udeležencev za eno kategorijo glede na drugo (npr. »Imena X so jim bolj všeč kot imena Y«).

Implicitne in eksplicitne ocene se običajno ujemajo, čeprav ne vedno (Gawronski in Bodenhausen 2007), saj implicitne ocene temeljijo na asociacijah (pogosto afektivnih), medtem ko eksplicitne ocene običajno odražajo, kaj ljudje verjamejo ali mislijo.

Predvidevali smo, da bodo tako slovensko kot angleško govoreči udeleženci imena, ki se začenjajo z M, močneje povezovali s simpatičnimi lastnostmi kot imena, ki se začenjajo s K.

## Rezultati

Stopnje napak so bile v raziskavah nizke ( $< 0,10$  poskusov), zanesljivost pa je bila v vseh študijah dobra ( $> 76\%$ ). Zaradi bistveno različnih naborov dražljajev med pogoji smo rezultate IAT analizirali ločeno za slovenske in angleške vzorce.

Kot je bilo predvideno, je bila pri slovensko govorečih udeležencih povezava med imeni na M in pozitivnimi lastnostmi bistveno močnejša kot pri imenih na K ( $M_{IAT} = 0,24$ ,  $SD = 0,47$ ,  $t[50] = 3,65$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 0,51$ ). Z drugimi besedami, rezultati statističnih analiz kažejo, da so imena na M med slovenskimi udeleženci zaznana bolj pozitivno kot imena, ki se začenjajo s K. Slovenski udeleženci so imena na M na podlagi eksplicitnih mer ocenili tudi kot bistveno bolj simpatična od imen na K ( $M_{M\ Imena} = 3,35$ ,  $SD = 0,55$  proti  $M_{K\ Imena} = 2,82$ ,  $SD = 0,66$ ;  $t[50] = 7,72$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 0,98$ ). Velikost standardizirane korelacije ( $d$ ) kaže, da so imena na M med slovenskimi udeleženci zaznana veliko bolj pozitivno kot imena na K. Slovensko govoreči udeleženci so imena na M ocenili kot zelo všečna – tj. nad 3 na petstopenjski lestvici ( $t[50] = 4,59$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 0,99$ ), medtem ko so bile ocene imen na K le malo pod nevtralno sredino ( $t[50] = -1,86$ ,  $p = 0,07$ ,  $d = 0,51$ ). Rezultati analize skupaj jasno kažejo, da so imena na M med govorce slovenščine zaznana bolj pozitivno kot imena na K.

Angleško govoreči udeleženci so na testu IAT pokazali neznatno močnejšo implicitno povezavo med imeni na M in pozitivnimi lastnostmi v primerjavi z imeni na K ( $M_{IAT} = 0,09$ ,  $SD = 0,40$ ,  $t[48] = 1,67$ ,  $p = 0,10$ ,  $d = 0,23$ ). Vendar so podobno kot slovenski govorce pri eksplicitnih meritvah ocenili imena na M kot bistveno bolj všečna od imen na K ( $M_{M\ Imena} = 3,41$ ,  $SD = 0,55$  proti  $M_{K\ Imena} = 3,14$ ,  $SD = 0,58$ ;  $t[49] = 3,68$ ,  $p = 0,001$ ,  $d = 1,04$ ). Angleško govoreči udeleženci so imena na M ocenili kot zelo všečna – tj. nad 3 na petstopenjski lestvici ( $t[49] = 5,28$ ,  $p < 0,001$ ,

$d = 1,49$ ), medtem ko se ocene imen na K statistično niso razlikovale od nevtralne sredine ( $t[49] = 1,69$ ,  $p = 0,09$ ,  $d = 0,47$ ). To je bilo podobno eksplicitnim vrednotenjem slovenskih govorcev.

## Razprava

Rezultati delno potrjujejo naše napovedi. Tako slovensko govoreči kot angleško govoreči udeleženci so na podlagi eksplicitnega merila slovenska imena likov, ki se začenjajo z M, ocenili kot bolj všečna od imen na K. Tudi slovensko govoreči udeleženci so imena, ki se začenjajo z M, pri IAT močneje povezovali s simpatičnimi lastnostmi kot imena, ki se začenjajo s K; rezultati IAT pa so bili praviloma enaki tudi pri angleško govorečih, čeprav niso bili statistično značilni. Majhna mera pozitivnih asociacij z imeni na M v angleško govorečem vzorcu ( $d = 0,23$ ) kaže na relativno šibkejšo preferenco, medtem ko je treba omeniti veliko večjo razsežnost učinka v slovensko govorečem vzorcu ( $d = 0,51$ ). Ti rezultati kažejo, da bi lahko povezanost med imeni na M in statusom simpatičnega lika – ter med imeni na K in statusom nesimpatičnega lika – v slovenski književnosti (izmerjeno v preučevanem žanru) predstavljala učinkovito sredstvo zvočne karakterizacije oseb. To sredstvo se v veliki meri ohranja tudi v prevodih, čeprav se angleško govoreči bralci morda ne odzivajo tako močno na imena na M kot slovenski bralci.

## Študija 2

V študiji 2 preverjamo, ali so slovenska imena oseb, ki se začnejo na A, močneje povezana s pozitivnimi lastnostmi kot imena oseb, ki se začnejo na R. Te povezave preverjamo tako v slovenskem kot v angleško govorečem vzorcu. Študija je bila predhodno prijavljena na portalu AsPredicted.org.<sup>15</sup>

## Udeleženci

Študijo je opravilo 48 slovensko govorečih udeležencev (66 % moških; Mstarost = 25,3) in 50 angleško govorečih udeležencev (56 % žensk; Mstarost = 29,7), ki so bili rekrutirani s spletne platforme za udeležence Prolific Academic.

## Postopek

Postopek je bil enak kot v študiji 1, le da so bili dražljaji tokrat imena na A in imena na R (tabela 3). Test IAT je bil zasnovan tako, da pozitivni rezultati kažejo na močnejšo povezavo med imeni na A in pozitivnimi lastnostmi v primerjavi z imeni na R. Dražljaji z imeni so bili ponovno izbrani s seznama osebnih imen v žanru

<sup>15</sup> Povezava: <https://aspredicted.org/blind.php?x=hu9jy3> (dostop 10. 2. 2024).

slovenske kmečke povesti. Skupno je bilo le pet imen na R (štiri ženskega spola in eno moškega spola), zato je bilo vključenih vseh pet. Enako število imen na A – tri ženska in dve moški – je bilo izbrano naključno, da bi ustvarili uravnotežene nabore dražljajev z imeni na R in na A. (Ime Adolf je bilo zaradi mednarodnih negativnih asociacij izključeno iz izbora.)

| Imena na A | Imena na R |
|------------|------------|
| Anica      | Reza       |
| Agata      | Rezika     |
| Ana        | Rozalka    |
| Andrej     | Roza       |
| Andrejec   | Rok        |

**Tabela 3:** Ime dražljaja v študiji 2

Tako kot v študiji 1 je bil test IAT dopolnjen z eksplicitnimi vprašanji (npr. *Kako simpatično je ime \_\_\_?*), merjenimi na petstopenjski lestvici (1 = zelo nepriljubljen in 5 = zelo simpatičen). Predvidevali smo, da bodo tako slovensko kot angleško govoreči udeleženci implicitno močnejše povezovali imena, ki se začenjajo z A, s simpatičnimi lastnostmi za razliko od imen, ki se začenjajo z R. Slovenski govorniki lahko prepoznajo Anico in Ano, Andreja in Andrejca ter Rezo in Reziko kot različice istega imena, angleški govorniki pa verjetno ne.

## Rezultati

Kot je bilo predvideno, je bila pri slovensko govorečih udeležencih implicitna povezava med imeni A in pozitivnimi lastnostmi bistveno močnejša kot pri imenih R ( $M_{IAT} = 0,40$ ,  $SD = 0,35$ ,  $t[46] = 7,84$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 1,14$ ). Tudi slovenski udeleženci so na podlagi eksplicitnih meril ocenili imena A kot bistveno bolj simpatična kot imena R (imena  $M_{A\text{Imena}} = 3,22$ ,  $SD = 0,57$  v primerjavi z imeni  $M_{R\text{Imena}} = 2,73$ ,  $SD = 0,70$ ;  $t[47] = 5,29$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 1,52$ ). Imena A so bila ocenjena kot bistveno bolj všečna od povprečja, tj. nad 3 na 5-stopenjski lestvici ( $t[47] = 2,66$ ,  $p = 0,010$ ,  $d = 0,77$ ), medtem ko so bila imena R ocenjena kot bistveno manj všečna od povprečja, tj. pod 3 na 5-stopenjski lestvici ( $t[47] = -2,58$ ,  $p = 0,013$ ,  $d = 0,74$ ).

Kot je bilo predvideno, so slovensko govoreči udeleženci na testu IAT pokazali bistveno močnejšo povezavo med imeni na A in pozitivnimi lastnostmi v primerjavi z imeni na R ( $M_{IAT} = 0,40$ ,  $SD = 0,35$ ,  $t[46] = 7,84$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 1,14$ ). Z drugimi besedami, rezultati statističnih analiz kažejo, da so imena na A med slovenskimi udeleženci zaznana bolj pozitivno kot imena, ki se začenjajo z R. Slovenski udeleženci so imena na A ocenili kot bistveno bolj simpatična od imen na R tudi pri eksplicitnih meritvah ( $M_{A\text{Imena}} = 3,22$ ,  $SD = 0,57$  proti  $M_{R\text{Imena}} = 2,73$ ,  $SD = 0,70$ ;  $t[47] = 5,29$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 1,52$ ). Velikost standardizirane korelacije ( $d$ ) kaže, da

so imena na A med slovenskimi udeleženci zaznana veliko bolj pozitivno kot imena na R. Imena na A so bila ocenjena kot zelo všečna – tj. nad 3 na petstopenjski lestvici ( $t[47] = 2,66$ ,  $p = 0,010$ ,  $d = 0,77$ ), medtem ko so bila imena na R ocenjena kot bistveno manj všečna – tj. pod 3 na petstopenjski lestvici ( $t[47] = -2,58$ ,  $p = 0,013$ ,  $d = 0,74$ ). Rezultati analize skupaj jasno kažejo, da so imena na A med govorci slovenščine zaznana bolj pozitivno kot imena na R.

Kot je bilo predvideno, so angleško govoreči udeleženci na testu IAT pokazali bistveno močnejšo povezavo med imeni na A in pozitivnimi lastnostmi v primerjavi z imeni na R ( $M_{\text{IAT}} = 0,37$ ,  $SD = 0,47$ ,  $t[49] = 5,55$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 0,78$ ). Angleško govoreči udeleženci so tudi pri eksplicitnih meritvah ocenili imena na A kot bistveno bolj simpatična od imen na R ( $M_{\text{A Imena}} = 3,62$ ,  $SD = 0,64$  proti  $M_{\text{R Imena}} = 3,27$ ,  $SD = 0,72$ ;  $t[49] = 4,10$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 1,15$ ). Analiza vrednotenja imen glede na nevtralno srednjo vrednost 3 na petstopenjski lestvici je pokazala, da so angleško govoreči udeleženci sicer ocenili imena na A kot bolj všečna od imen na R, vendar so tako imena na A kot imena na R zaznali kot bistveno všečnejša (imena na A:  $t[49] = 6,88$ ,  $p < 0,001$ ,  $d = 1,94$ ; imena na R:  $t[49] = 2,68$ ,  $p = 0,01$ ,  $d = 0,75$ ).

## Razprava

Rezultati študije 2 potrjujejo naše napovedi. Slovenska imena oseb, ki se začenjajo z A, so tako slovensko govoreči kot angleško govoreči udeleženci ocenili kot bolj všečna od imen, ki se začenjajo z R, in sicer tako po implicitnih (IAT) kot po eksplicitnih merilih. To nakazuje, da bi lahko prevelika zastopanost imen na A med simpatičnimi liki in imen na R med nesimpatičnimi liki v slovenski književnosti predstavljala učinkovito zvočno simbolno karakterizacijsko sredstvo. Ta pripomoček se v veliki meri ohranja tudi v prevodu, čeprav angleško govoreči bralec do oseb z imeni na R morda nima takšne averzije kot slovensko govoreči bralec.

## Zaključek

Obe študiji potrjujeta, da je dogovor o ohranjanju osebnih imen pri prevajanju upravičen. Podatki kažejo, da bralci prevoda podobno dojemajo relativno privlačnost imen kot bralci izvornika, katerih prvi jezik je jezik izvornika. Ker so bila imena v študijah izbrana iz del literarnega žanra druge polovice devetnajstega in prve polovice dvajsetega stoletja, ki ga nobeden od obeh vrst bralcev ni poznal, je bila verjetnost, da bi poznavanje dela vplivalo na prevod, majhna. (Možna izjema je ime Agata, ki pa je po drugi strani zelo redko.) V študijah so bili preizkušeni primeri imen pozitivnih in negativnih oseb, ki so bila v žanru najbolj razširjena. Mešanica bolj in manj aktualnih imen je zmanjšala številne dejavnike (za katere so raziskave z različnih področij pokazale, da štejejo), ki bi lahko vplivali na preference bralcev. Raziskava kaže, da lahko prevajalci upravičeno domnevajo, da se bodo bralci na zvočne učinke osebnih imen odzvali tako kot bralci izvornika.

## Literatura

- Adelman, James S., Estes, Zachary in Cossu, Martina, 2018: Emotional sound symbolism: Languages rapidly signal valence via phonemes. *Cognition* 175. 122–30. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.02.007>.
- Agrawal, Pramod Kumar, 2020: Psychological model of phonosemantics. *Journal of Psycholinguistic research* 49. 453–74. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10936-020-09701-y>.
- Blake, Jason in Stopar, Andrej, 2021: Intercultural bewilderment: Translating Hallerstein's letters from China. *Slovene Studies* 43/1. 37–51.
- Carpenter, Thomas P., Pogacar, Ruth, Pullig, Chris, Kouril, Michal, Aguilar, Stephen, La-Bouff, Isenberg, Naomi in Chakroff, Alek, 2019: Survey-Doftware implicit association tests: A methodological and empirical analysis. *Behavior research methods* 51/5. 2194–2208. DOI: <https://doi.org/10.3758/s13428-019-01293-3>.
- Christopher, Andrew N., 1998: The psychology of names: An empirical reexamination. *Journal of applied psychology* 28/13. 1173–95. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01673.x>.
- Cotton, John L., O'Neill, Bonnie S. in Griffin, Andrea, 2008: The "name game": Affective and hiring reactions to first names. *Journal of managerial psychology* 23/1. 18–39.
- Etaugh, Claire in Geraghty, Colleen, 2018: Both gender and cohort affect perceptions of forenames, but are 25-year-old standards still valid? *Sex roles* 79. 726–37. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0903-y>.
- Gawronski, Bertram in Bodenhausen, Galen V., 2007: Unraveling the processes underlying evaluation: Attitudes from the perspective of the APE Model. *Social cognition* 25/5. 687–717. DOI: <https://doi.org/10.1521/soco.2007.25.5.687>.
- Golob, Tadej, 2017: *Jezero*. Novo mesto: Goga.
- Greenwald, Anthony G., McGhee, Debbie. E. in Schwartz, Jordan L. K., 1998: Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of personality and social psychology* 74. 1464–80. DOI: <https://doi.org/10.1037//0022-3514.74.6.1464>.
- Greenwald, Anthony G., Nosek, Brian A. in Banaji, Mahzarin R., 2003: Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of personality and social psychology* 85/2. 197–216. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.2.197>.
- Greenwald, Anthony. G. in Nosek, Brian A., 2001: Health of the Implicit Association Test at age 3. *Zeitschrift für experimentelle Psychologie* 48. 85–93. DOI: <https://doi.org/10.1026//0949-3946.48.2.85>.
- Hinton, Leanne, Nichols, Johanna in Ohala, John J. (ur.), 1994: *Sound symbolism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hladnik, Miran, 1990: *Slovenska kmečka povest*. Ljubljana: Prešernova družba.
- Kasof, Joseph, 1993: Sex bias in the naming of stimulus persons. *Psychological bulletin* 113. 140–63.
- Keber, Janez, 2001: *Leksikon imen*. Celje: Mohorjeva družba.
- Keuhnl, Kristina in Mantau, Alexandra, 2013: Same sound, same preference? Investigating sound symbolism effects in international brand names. *International journal of research marketing* 30. 417–420. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2013.05.002>.



- Kripke, Saul, 1972: *Naming and necessity*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Kulig, John, 2013: What's in a name? Our false uniqueness! *British journal of social psychology* 52/1. 173–179. DOI: <https://doi.org/10.1111/bjso.12001>.
- Leirer, Von O., Hamilton, David in Carpenter, Sandra, 1982: Common first names as cues for inferences about personality. *Personality and social psychology bulletin* 8.4. 712–718. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/0146167282084018>.
- Lowrey, Tina M. in Shrum, L. J., 2007: Phonetic symbolism and brand name preference. *Journal of consumer research* 34/3. 406–414. DOI: <https://doi.org/10.1086/518530>.
- Majcher, Agnieszka Elżbieta, 2017: Proper names: Translation analysis on the example of *Prince Caspian*. *Respectus philologicus* 31/36. 134–147. DOI: <https://doi.org/10.15388/RESPECTUS.2017.31.36.13>.
- Manini, Luca, 1996: Meaningful literary names: Their forms and functions, and their translation. *The Translator* 2/2. 161–178. DOI: <https://doi.org/10.1080/13556509.1996.10798972>.
- Marslen-Wilson, William D. in Welsh, Alan, 1978: Processing interactions and lexical access during word recognition in continuous speech. *Cognitive psychology* 10/1. 29–63. DOI: [https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0010-0285\(78\)90018-X](https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/0010-0285(78)90018-X).
- McDavid, John W. in Harari, Herbert, 1966: Stereotyping of names and popularity in grade-school children. *Child development* 37/2. 453–59. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.2307/1126818>.
- Nooteboom, Sieb G., 1981: Lexical retrieval from fragments of spoken words: Beginnings vs. endings. *Journal of phonetics* 9/4. 407–424.
- Nuckolls, Janis B., 1999: The case for sound symbolism. *The annual review of anthropology*. 28. 225–252. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1146/annurev.anthro.28.1.225>.
- Nuessel, Frank, 1992: *The study of names: A guide to the principles and topics*. Westport, CT: Greenwood.
- Pogacar, R., Shrum, L. J. in Lowrey, Tina. M., 2018: The effects of linguistic devices on consumer information processing and persuasion: A language complexity processing mode framework. *Journal of consumer psychology* 28/4. 689–711. DOI: <https://doi.org/10.1002/jcpsy.1052>.
- Pogacar, Ruth, Carpenter, Thomas P., Shenk, Chad E. in Kouril, Michal, 2019: Tools and methods for measuring implicit consumer cognition. Kardes, Frank R., Herr, Paul M. in Schwarz, Norbert (ur.): *Handbook of research methods in consumer psychology*. New York: Routledge. 160–181. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781351137713>.
- Pogacar, Ruth, Kouril, Michal, Carpenter, Thomas P. in Kellaris, James J., 2018: Implicit and explicit preferences for brand name sounds. *Marketing letters* 29. 241–259. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1007/s11002-018-9456-7>.
- Pogacar, Ruth, Pisanski Peterlin, Agnes, K. Pokorn, Nike in Pogačar, Timothy, 2017: Sound symbolism in translation: A case study of character names in Charles Dickens's *Oliver Twist*. *Translation and interpreting studies* 12/1. 137–161. DOI: <https://doi.org/10.1075/tis.12.1.07pog>.
- Priestly, Tom, 1997: Zvočnost in tematika pri Milki Hartman: vaja v analitični metodi. *Slavistična revija* 45/3–4. 457–76.

Priestly, Tom, 2002: Sound symbolism in the rhymes of *Krst pri Savici*. Juvan, Marko (ur.): *Romantična pesnitev: ob 200. obletnici rojstva Franceta Prešerna*. Obdobja 19. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovanske jezike in književnosti Filozofske fakultete. 241–49.

Pulgram, Ernest, 1954: *Theory of names*. Berkeley, CA: American Name Society.

Shrum, L. J., Lowrey, T. M., Luna, David, Lerman, D. B. in Liu, Min, 2012: Sound symbolism effects across languages: Implications for global brand names. *International journal of research in marketing* 29. 275–279. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1016/j.ijresmar.2012.03.002>.

Smith, Grant W., 1998: The political impact of name sounds. *Communications monographs* 65/2. 154–172. DOI: <https://doi.org/10.1080/03637759809376443>.

Thomasson, Amie, 1993: The reference of fictional names. *Criterion* 6. 3–12.

Vermes, Albert Peter, 2003: Proper names in translation: An explanatory attempt. *Across languages and cultures* 4/1. 89–108. DOI: <https://doi.org/10.1556/Acr.4.2003.1.5>.