

Мислива, О. О. (2018). *Основи надання патрульною поліцією невідкладної (домедичної та медичної) допомоги постраждалим особам: навч. посіб.* Дніпро: ДДУВС.

Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення: Закон України від 22.09.2005 № 2899-IV. Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2899-15#Text>

Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015 № 580-VIII; чинний від 7.11.2015: станом на 23.03.2024. Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19#Text>

Про організацію службової діяльності поліції охорони з питань забезпечення фізичної охорони об'єктів: наказ Міністерства внутрішніх справ України від 07.07.2017 № 577. Узято з [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0989-17?find=1&text=%D0%B4%D0%BE%D0%B7%D0%BE%D1%80#w1\\_2](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0989-17?find=1&text=%D0%B4%D0%BE%D0%B7%D0%BE%D1%80#w1_2)

Цивільний кодекс України. Узято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15?find=1&text=%D0%B0%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD#Text>

## **ЗВУКОВИЙ СИМВОЛІЗМ ІМЕН**

**Оксана ЧОРНОУС**

Донецький державний університет внутрішніх справ, Україна

Сучасні дослідження дедалі частіше поєднують лінгвістику та когнітивну науку для вивчення того, як власні назви впливають на сприйняття й поведінку людей. Зокрема предметом спостережень авторитетних та молодих науковців є вплив особових імен на те, як інші мовці сприймають носіїв цих імен. Найбільш прикметними з-поміж них видаються розвідки, у яких аналізуються звукосимволічні асоціації (ефект буба-кікі), а також вплив звукової оболонки імен на те, як інші оцінюють особистісні риси чи компетентність носія.

Так, експериментально було доведено, що «округлість» або «гострота» фонем в іменах впливає на те, чи асоціюються вони з круглими або гострими формами у вигляді силуетів вигаданих персонажів, обведених хвилястим (для круглої форми) або зубчастим (для гострої форми) контуром (Sidhu & Pexman, 2015). При цьому «огруглі» фонеми репрезентували приголосні /b/, /l/, /m/ і /n/ та голосні /u/, /o/ і /ɒ/, а «гострі» – голосні /i/, /e/, /ɛ/, /ʌ/ і приголосні /k/, /p/, /t/. Привертає увагу також висновок науковців про те, що прикметники, які метафорично описують людину з «круглою і кривою» або «гострою і колючою» особистістю, асоціювалися з іменами, що містять відповідно «округлі» або «гострі» фонеми. У іншій роботі експеримент підтвердив асоціації між дзвінкими звуками та злими персонажами (Godoy et al., 2021).

Наявні й інші характеристики, варті уваги. Зокрема, оніми з голосними переднього ряду більше асоціюються з жіночністю, тоді як голосні заднього ряду – з маскулінністю (Wu et al., 2013, p. 319). Ім'я видається більш жіночим, якщо воно довше, має наголос не на першому складі або закінчується на голосну, а не на приголосну, причому мовці здатні використовувати такі звуко-символічні підказки, щоб визначити рід особових імен навіть тією мовою, якою вони не розмовляють (Cai & Zhao, 2019). Зауважимо, що розуміння таких асоціацій є важливим не лише з позиції сучасної науки, а й у суто практичному плані для номінаторів, адже батьки мають добирати ім'я, ураховуючи те враження, яке вони хочуть, щоб їхні діти викликали в інших людей (Suire et al., 2019). Важливо також акцентувати, що наразі вчені наводять переконливі докази трансформації як чоловічих, так і жіночих імен: імена для обох статей з часом змінюються, зміщуючись у бік шаблону, який раніше асоціювався з жіночими іменами (Williams & Renwick, 2022).

Особливістю ефекту буби-кікі є також його наявність в різних мовах та різних сферах, що свідчить про стійкий характер фундаментальних особливостей фонем імен у різних мовних контекстах. Ідеться про фіксації звукового символізму в наукових дослідженнях з маркетингу: кілька експериментів підтвердили, що, обираючи назви торгових марок, франкомовні, іспаномовні та

китайськомовні учасники, які володіли двома мовами, англійською надавали перевагу словам, у яких спостерігалася відповідність між фонетичною символікою слів і атрибутами продукту (Shrum et al., 2012, p. 275).

Отже, звуковий символізм в аспекті власних назв є складною та багатогранною темою, яка демонструє, як звукові елементи впливають на наше сприйняття людей і брендів.

### Література

- Cai, Z. G., & Zhao, N. (2019). The sound of gender: inferring the gender of names in a foreign language. *Journal of Cultural Cognitive Science*, 3(1), 63–73. <https://doi.org/10.1007/s41809-019-00028-2>
- Godoy, M. C., Gomes, A. L., Kumagai, G., & Kawahara, S. (2021). Sound symbolism in Brazilian Portuguese Pokémon names: Evidence for cross-linguistic similarities and differences. *Journal of Portuguese Linguistics*, 20(1), 1. <https://doi.org/10.5334/jpl.257>
- Shrum, L. J., Lowrey, T. M., Luna, D., Lerman, D. B., & Liu, M. (2012). Sound symbolism effects across languages: Implications for global brand names. *International Journal of Research in Marketing*, 29(3), 275–279. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.03.002>
- Sidhu, D. M., & Pexman, P. M. (2015). What's in a Name? Sound Symbolism and Gender in First Names. *PLOS ONE*, 10(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0126809>
- Suire, A., Bossoms Mesa, A., Raymond, M., & Barkat-Defradas, M. (2019). Sex-biased sound symbolism in French first names. *Evolutionary Human Sciences*, 1. <https://doi.org/10.1017/ehs.2019.7>
- Williams, S., & Renwick, M. (2022). Modeling language change in English first names. *Proceedings of the Linguistic Society of America*, 7(1). 5243. <https://doi.org/10.3765/plsa.v7i1.5243>

Wu, L., Klink, R. R., & Guo, J. (2013). Creating Gender Brand Personality with Brand Names: The Effects of Phonetic Symbolism. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 21(3), 319–330. <https://doi.org/10.2753/mtp1069-6679210306>

## MULTIMODAL DISCOURSE IN TRANSLATION PRACTICE

**Inna SHKARBAN**

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Ukraine

Translation defined as the process of cultural mediation is affected by the extent of the transcultural differences between source and target languages. In the last decades, the studies that emerged in the context of narrative theory have shown that stories are not restricted to the verbal modality but can be conveyed non-linguistically through different multimodal systems. The ability to process narratives, i.e., “temporally and causally connected sequences of events driven by the goals and motivations of one or more agents which unfold toward an outcome” is widely considered to be a uniquely human condition (Adornetti et al., 2022, p. 101500).

In M.A.K. Halliday & C.M.I.M. Matthiessen systemic functional grammar (SFG), the modality system has been examined through an addresser’s speech roles, degrees of an addresser’s modal commitment, and an addresser’s acceptance of his/her modal responsibility for the evaluated message, suggesting the degree of subjectivity explicitly or implicitly embodied in the statement. Thus, modality presents the speaker's judgment on the status of what is being said or rather on the validity of the assertion or the rights and wrongs of the proposal (Halliday, & Matthiessen, 2013). Stance studies commonly encompass its linguistic manifestation, i.e., modal and semi-modal verbs, stance adverbs, e.g., *perhaps, apparently, undoubtedly*; high/medium/low modality stance verbs, e.g., *I argue/hypothesize/claim that*, adjectives, e.g., *it is clear/probable/uncertain* or nouns, e.g., *there is a slight possibility that*, as well as a variety of metadiscursive devices.