

## ФОНЕТИЧНІ СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАПИСІВ НА ОДЯЗІ УКРАЇНСЬКОЮ ТА АНГЛІЙСЬКОЮ МОВАМИ

Одяг, на якому розміщений напис, виконує не тільки типову захисну функцію, а стає засобом комунікації, який віддзеркалює проблеми та інтереси як окремої людини, так і соціуму в цілому. Популярність одягу з написами та принтами зумовлює потребу в дослідженні написів на одязі як лінгвістичного явища. Стаття присвячена фонетичним стилістичним особливостям написів на одязі українською та англійською мовами. У ході дослідження було проаналізовано 1 200 написів англійською мовою та 365 написів українською, відібраних методом суцільної вибірки з мережі Інтернет і виокремлено ті, які характеризуються вживанням фонетичних фігур. При аналізі написів на одязі англійською та українською мовами, були виділені такі стилістичні фонетичні фігури: рима, алітерація, асонанс, анафора, епіфора, кільце.

Проведено кількісний та зіставний аналіз отриманих даних і з'ясовано особливості використання фонетичних засобів в написах українською та англійською мовами. Визначено, що 157 написів українською мовою (43 %) характеризуються вживанням фонетичних фігур, в той час як, серед англійських написів можна виділити лише 188 (15,7 %). Робота також фокусується на з'ясуванні ролі фонетичних засобів у створенні відповідного ефекту від написів на одязі. Зокрема було виокремлено такі основні функції як підсилення змісту та звучання, полегшення запам'ятовування, сугестивну та персуазивну.

*Ключові слова:* напис на одязі, фонетичні стилістичні особливості, рима, асонанс, алітерація, анафора, епіфора, кільце.

### **Natalia Striuk *PHONETIC STYLISTIC FEATURES OF INSCRIPTIONS ON CLOTHING IN THE UKRAINIAN AND ENGLISH LANGUAGES***

**Abstract.** Clothing with an inscription performs not only the typical protective function, but also becomes a means of communication which reflects the problems and interests of both the individual and the society as a whole. The popularity of clothing with inscriptions and prints causes the research into the typology of inscriptions on clothing from a linguistic standpoint. The paper is devoted to the phonetic stylistic features of the inscriptions on clothing in the Ukrainian and English languages. The research is based on 1 200 English and 365 Ukrainian inscriptions harvested from the Internet and scrutinised in terms of the phonetic stylistic means use. When analysing English and Ukrainian inscriptions on clothing, the following phonetic stylistic means were determined: rhyme, alliteration, assonance, anaphora, epiphora, anepiphora. Having analysed the obtained data quantitatively and comparatively, the features of the phonetic means use were clarified. It was determined that 157 Ukrainian inscriptions (43 %) are characterised by the use of phonetic stylistic means, while only 188 (15,7 %) of the English inscriptions display the use of phonetic stylistic means. Assonance and rhyme are defined as the most frequently used phonetic stylistic means in the Ukrainian inscriptions, while the English inscriptions are characterized by the frequent use of alliteration and assonance. Such phenomena as epiphora and anepiphora are rare in both Ukrainian and English inscriptions.

The article also focuses on clarifying the role of phonetic means in creating a certain linguistic effect by putting the inscriptions on clothing. In particular, the following main functions were identified: the content and sounding amplification, memorizing, suggestive and persuasive functions facilitating.

*Key words:* inscription on clothes, phonetic stylistic features, rhyme, assonance, alliteration, anaphora, epiphora, anepiphora.

## 1. Вступ

Одяг – невід’ємна частина життя людини, основною функцією якого є захист тіла людини від негативних впливів зовнішнього середовища. Однак, одяг, на якому розміщений напис вже стає засобом комунікації, відображає соціальні, культурні та економічні явища. Таким чином, вивчення написів на одязі допомагає зрозуміти і охарактеризувати сучасне суспільство. Саме такі засоби індивідуалізації є віддзеркаленням нових віянь, актуальних проблем та інтересів як окремої людини, так і соціуму в цілому. Написи на одязі є способом самовираження та самопрезентації.

Оскільки, останнім часом популярність одягу з написами та принтами стрімко зростає, можна вважати, що актуальним є дослідження написів на одязі як лінгвістичного явища.

Слід зазначити, що проблема вивчення написів на одязі ще не достатньо висвітлена у науковій літературі. Так, Барбара Джонстон (Barbara Johnstone) досліджуючи футболки з словами та фразами, які вважаються унікальними для Пітсбурга, штат Пенсільванія, доводить існування Пітсбургського діалекту. Джоел Пенні (Joel Penney) досліджує, як політичні футболки, тобто ті, що містять зображення, символи чи слова, які вказують на політичні вподобання виборців, використовуються їх носіями для пропагування своїх переконань. Джесіка Гілані (Jessica Ghilani) розглядає використання футболок як різновиду пропаганди для залучення жінок до розбудови повоєнної Америки, і стверджує, що футболки, так само як і плакати з зображеннями героїв-жінок, продовжують набирати популярності серед жіночої аудиторії. Іносент Чілува (Innocent Chiluwa) досліджує, як молодь самостверджується, окреслює свою групову ідентичність, соціально-економічне стремління, використовуючи написи на футболках. О. М. Івус розглядає слоган на одязі як субжанр побутового дискурсу, націлений на пред’явлення «зображуваного Я» і навмисну, стратегічно продуману і усвідомлювану демонстрацію власних поглядів, переконань та оцінок, які слугують для самовизначення і створення необхідного власного образу (іміджу).

Таким чином, є потреба в ґрунтовному дослідженні написів на одязі, їхньої структури, стилістичних та прагматичних особливостей.

Не залежно від того, чи обираємо одяг з написом для себе, чи бачимо принт на одязі оточуючих, ми читаємо напис, промовляючи його про себе. Отже, перше, що привертає нашу увагу, це саме звучання напису. Таким чином, мета статті – проаналізувати та порівняти фонетичні стилістичні особливості написів на одязі українською та англійською мовами. Поставлена мета передбачає розв’язання таких завдань: визначити основні фонетичні особливості написів на одязі; провести кількісний аналіз отриманих даних, з’ясувати роль фонетичних засобів у створенні відповідного ефекту від написів на одязі.

Матеріалом дослідження є 1 200 написів англійською мовою та 365 написів українською відібрані методом суцільної вибірки з мережі Інтернет, зокрема інтернет-магазинів та сайтів-аукціонів.

## 2. Виклад матеріалу

Слід зазначити, що під написом на одязі розуміємо короткий текст розміщений на предметах, виробках (із тканини, хутра, шкіри), якими покривають тіло (Білодід, 1971, с. 143, 646).

При аналізі написів на одязі англійською та українською мовами, були виділені такі стилістичні фонетичні фігури: рима, алітерація, асонанс, анафора, епіфора, кільце (анепіфора).

### 2.1 Рима

Рима – це «слова, які мають ідентичні ядра складу в наголошених складах та ідентичні коди» (Brown & Miller, 2013, с. 385). У ході дослідження було визначено, що римовані написи переважають серед українських – 44 написи (12 %) від всієї кількості, в той час як серед англійських лише 34 написи (2,8 %).

Відповідно до наголосу виділяють чотири види рим: окситонну (чоловічу) з наголосом на останньому складі, парокситонну (жіночу) з наголосом на передостанньому складі, пропарокситонну (дактилічну), в якій наголос падає на третій від кінця склад та гіпердактилічну з наголосом на четвертому, п'ятому, шостому складах з кінця (Качуровський, 1994, с. 43). Однак, серед написів на одязі зустрічаються лише три види рим:

1) окситонна (чоловіча), наприклад:

укр.: *РОБИ ДОБРО БРО, Береженого Бог береже, а козака – шабля стереже. У ЯГОТИН хай несе мене історії плин, Я ЗНОВ П'Ю ЗА ЛЮБОВ, ХАРАКТЕР У МЕНЕ ЗОЛОТИЙ \* \* ТОМУ ТАКИЙ ВАЖКИЙ, САПАЙ ПІДГОРТАЙ, Плуга пер ледь не вмер;*

англ.: *CALM LIKE A BOMB, fries before guys, WHEN IN DOUBT Pedal it out, DON'T KNOCK NEW YOURK, DON'T BRO ME IF YOU DON'T KNOW ME, DON'T DRESS TO IMPRESS JUST BE THE BEST "UNLIKE THE REST".*

2) парокситонна (жіноча), наприклад:

укр.: *Роги ноги, НЕ ПОТРІБНА СОЛОВ'Ю ЗОЛОТА КЛІТКА, КРАЩЕ ЙОМУ ЗЕЛЕНА КВІТКА, РЕВІВ ВЕДМІДЬ, НЕ ТОГО, ЩО БДЖОЛИ ПОКУСАЛИ, А ТОМУ ЩО МЕДУ УЗЯТИ НЕ ДАЛИ. Срака мотика, хіба мати винувата що дитина ГАЙАВАТА, ОХРАНА ОТМЄНА, ЦЬОМКИ БОМКИ;*

англ.: *NO FUTURE NEW CULTURE, BOYS ARE WHATEVER GIRLS ARE FOREVER, WHATEVER FOREVER, More WAVES More RAYS.*

3) пропарокситона (дактилічна), наприклад:

укр.: *КОЗАЧА ПОТИЛИЦЯ ПАНАМ НЕ ХИЛИТЬСЯ!*

Особливості рим в двох мовах з кількісними характеристиками проаналізовано в Таблиці 1.

Таблиця 1

Види рим написів на одязі відповідно до наголосу

Вид рими	Українська мова		Англійська мова	
	Приклади	Кількість (%)	Приклади	Кількість (%)
окситонна (чоловіча)	<i>ЛИТО НАГОД І ПРИГОД краса в очах, а не в цицьках Камон-йо, маза-фаза, щіт гадом буду – буде хіт</i>	21 (42 %)	<i>geek chic STAR THE FORCE WAWKENS WARS EAT SLEEP DANCE REPEAT</i>	22 (64 %)
парокситонна (жіноча)	<i>Людина нібито НЕ літає, а крила має. А крила має! ЩОБ РИБКУ ЇСТИ, ТРЕБА У ВОДУ ЛІЗТИ</i>	21 (42 %)	<i>SORRY NOT SORRY ME Forever Or Never</i>	12 (36 %)

Продовження таблиці 1

пропарокситонна (дактилічна)	<i>КОЗАЧА ПОТИЛИЦЯ ПАНАМ НЕ ХИЛИТЬСЯ!</i>	2 (6 %)	–	–
Всього		44		34

Проаналізувавши таблицю, можна підсумувати, що серед українських написів є однаковою кількістю написів з жіночою римою та чоловічою (21 напис (42 %)), серед англійських – переважають написи з чоловічою римою (22 написи (64 %)). Це зумовлено більшою кількістю односкладових слів та дієслівних форм із наголосом на кінці лексеми в германських мовах. Незначну кількість серед українських написів з дактилічною римою (2 написи (6 %)), відсутність таких серед англійських написів та загальну відсутність гіпердактилічної рими можна пояснити здатністю пропарокситонної та гіпердактилічної рими надавати римованим рядкам повільного характеру та співучості. Написи на одязі ж мають бути короткими та змістовно місткими для швидкого читання і сприйняття.

Якщо розглядати рими за повнотою суголось, то і в українських і в англійських написах переважають точні рими, тобто такі, у яких повністю збігаються усі звуки після останнього наголошеного (Хропко, 1997, с. 23), відповідно 38 (86 %) та 26 написів (81 %), наприклад:

укр.: *НАША МІСІЯ ПРОСТА І ЦЕ ЗАКРІПЛЕНО В ЗАКОНІ* *люби гусей шануй Христа*  
*ДЕРЖИ КАТОПЛЮ НА балконі; ДЕ ЛЕЛЕКА ВОДИТЬСЯ, ТАМ ЩАСТЯ РОДИТЬСЯ; ЯСНО-*  
*ПОНЯТНО, НЕ ЧІПАТИ ХОЧУ СПАТИ, ХЛОПЧИК-ТОПЧИК* *Нашого цвіту по всьому світу;*

англ.: *Selfie, Selfie on my wall, who has the most likes of them all? (Snow White ); WILD CHILD.*

Така закономірність пояснюється тим, що точна рима є найбільш простою для сприйняття та запам'ятовування.

Дослідники приписують римі ряд функцій, зокрема: естетичну, ритмічну, строфічну, смислову (Качуровський, 1994, с. 37–40); фонічну, композиційну, інструментальну, мнемонічну, текстотворчу, ігрову (Ковалів, 2007, с. 322–323); відокремлення та об'єднання (Galperin, 2012, с. 129); сугестивну та персуазивну (Мовчун, 2017, с. 87–88).

Виходячи з функцій рими як важливої стилістичної фігури можна виокремити чотири основні функції рими у написах на одязі:

1) інтонаційно-ритмічну, оскільки важливим елементом будь-якого висловлювання є інтонація, в написах її функцію виконує рима, ритм в написах задається самим співзвуччям, наприклад:

укр.: *Я – НАЙКРАЩИЙ ДІД, ОЧОЛЮЮ ВЕСЬ РІД!* *Козацькому роду нема переводу;*

англ.: *STRESSED DEPRESSED BUT WELL DRESSED, EAT SLEEP DANCE REPEAT;*

2) відокремлення, яка полягає в тому, що рима фокусує увагу на певних словах та виразах, тим самим підкреслюючи їхню смислову значущість, слугує виокремленню із контексту певних понять, які передають головну ідею напису, наприклад:

укр.: *БАРАБОЛЯ НАША ДОЛЯ.* Римування *БАРАБОЛЯ – ДОЛЯ* робить акцент на важливості бараболі в житті українців. *Ой мамо, на свята я не була свята.* Виділення слова *свята* за допомогою римування доносить основну думку напису протиставляючи омоніми *свята і свята;*

англ.: *GET LUCKY IN Kentucky. I'm feeling supersonic give me gin & tonic;* Рима акцентує увагу на взаємозалежності ключових понять напису *supersonic* та *gin & tonic;*

3) сугестивну, яка ґрунтується на сприйнятливості людської психіки до ритму і його гіпноотичного впливу, оскільки, чіткі, римовані написи апелюють до підсвідомості, діють безпосередньо на вольову та емоційну сферу людини, наприклад:

укр.: *ДУЙ МАНДРУЙ*;

англ.: *LIVE FAST DIE LAST*;

4) персуазивну, так як римований текст сприймається як істинний, наприклад:

укр.: *Пиво до смаку кожному козаку*;

англ.: *FASHION IS A PASSION*.

Виходячи з проаналізованого вище можна стверджувати що, рими в написах підсилюють зміст, ідейне й емоційне звучання тексту, привертають увагу до написаного; створюють звуковий повтор, який посилює музикальність та емоційність написів на одязі, що сприяє їх запам'ятовуванню.

## 2.2 Алітерація та асонанс

Розглянемо два поширені фонетичні прийоми алітерацію та асонанс.

Алітерація – (від лат. ad – до, при, біля і lit (t)era – літера) – повторення однакових чи подібних за звучанням приголосних або звукосполучень з метою підсилення чи інтонаційної виразності тексту (Калашник, 2004, с. 18–19). Це явище з однаковою частотою зустрічається як серед українських, так і серед англійських написів, 29 (8 %) та 90 (7,5 %) відповідно, наприклад:

укр.: *З ЛИСАМИ І САМ ЛИСОМ СТАНЕШ*, (повтор [s] і [l]), *Мене нервують люди, ті що думають мало* (повтор [t]), *МРІЙ МАНДРУЙ КОХАЙ* (повтор [m] і [j]), *ПЕРЕДАЙТЕ ЗА ПРОЇЗД* (повтор [p]);

англ.: *WE WILL CHANGE THE WORLD* (повтор [w]), *I DON'T TRIP I DO RANDOM GRAVITY CHECKS* (повтор [d] і [t]), *You're never too old to pay in the dirt* (повтор [t]), *Life On The Road BORN TO RIDE LIVE TO RIDE TO LIVE* (повтор [r] і [l]).

Асонанс – повтор однієї або кількох голосних у суміжних або розташованих недалеко один від одного словах (Білодід, 1973. с. 219). Такий фонетичний прийом більш поширений серед українських написів – 78 вживань (21 %), серед написів англійською мовою було виокремлено 43 написи, які характеризуються використанням асонансу, що становить лише 3,5 %, наприклад:

укр.: *Кажуть, розум є, а хотілося б почуття* (повтор [o] та [a]), *ГАЛЬМА ВИГАДАЛИ БОЯГУЗИ!* (повтор [a] та [i]), *ТЕЧУ але не від тебе* (повтор [e]), *ВОГОНЬ ЗАПЕКЛИХ НЕ ПЕЧЕ* (повтор [e]);

англ.: *Even a Princess needs to sleep!* (повтор [i] та [ɪ]), *LAZY IS A VERY STRONG WORD I PREFER TO CALL IT SELECTIVE* (повтор [i]), *DON'T FOLLOW ME YOU WON'T MAKE IT* (повтор [əʊ]), *Sleigh my name* (повтор [eɪ]).

Алітерація і асонанс використовуються разом як в українських, так і в англійських написах, наприклад:

укр.: *ВСЯКА ПТАШКА СВОЇ ПІСНІ МАЄ* (алітерація [c] і [p], асонанс [a] та [i]), *ЯКШО ВАМ ШОТО НЕ ПОНЯТНО постарайтесь це ПОНЯТЬ* (алітерація [p], асонанс [o]), *ТИ НЕ ТИСЯЧА ГРИВЕНЬ, ЩОБ ТЕБЕ ЛЮБИТИ* (алітерація [t], асонанс [i] та [e]), *ШО ТИ СІ ПНИШ?* (алітерація [ʃ], асонанс [i] та [ɪ]);

англ.: *would could should do* (алітерація [d], асонанс [u]), *I'M NOT A SLUT... I JUST LOVE LOVE* (алітерація [t], асонанс [ʌ]), *MANLY CAVEMANLY SEA CAPTAINLY THE DUDELY TRUCKERLY HILLBILLYLY HIPPIELY BIGFOOTLY SAINTLY SAINT NICKLY PROFESSORLY LUNB ERJACKLY ORTHODOXLY AMISHLY KUNG FU MASTERLY WIZARDLY GODLY* (алітерація [l], асонанс [i]).

Однак, слід зазначити, що поєднання алітерації та асонансу має вищу частоту вживань серед українських написів 17 (4,7 %), в той час, як серед написів англійською мовою було виділено лише 11 (0,9 %).

З метою доповнення картини дослідження було проведено аналіз частотності алітерованих та асонованих звуків в написах в порівнюваних мовах. Отримані дані представлені у Таблиці 2.

Таблиця 2

**Частотність повторення звуків в написах в англійській та українській мовах**

Фонетичний прийом	Українська мова		Англійська мова	
	Звук	Кількість (%)	Звук	Кількість (%)
Алітерація	[s]	9 (31 %)	[t]	19 (21 %)
	[n]	4 (14 %)	[l]	15 (17 %)
	[z]	4 (14 %)	[s]	12 (13 %)
	[m]	3 (10 %)	[d]	12 (13 %)
	[j]	3 (10 %)	[b]	11 (12 %)
	[t]	3 (10 %)	[n]	9 (10 %)
	[p]	3 (10 %)	[k]	8 (8,8 %)
	[r]	2 (7 %)	[m]	7 (7,8 %)
	[b]	2 (7 %)	[p]	4 (4,4 %)
	[l]	2 (7 %)	[r]	4 (4,4 %)
	[ʃ]	1 (2,9 %)	[h]	2 (2,2 %)
	[ts]	1 (2,9 %)	[w]	2 (2,2 %)
	[ʒ]	1 (2,9 %)	[tʃ]	1 (1,1 %)
	[d]	1 (2,9 %)	[ʃ]	1 (1,1 %)
Асонанс			[f]	1 (1,1 %)
			[g]	1 (1,1 %)
			[θ]	1 (1,1 %)
			[ð]	1 (1,1 %)
	[a]	44 (56 %)	[ɪ]	9 (20 %)
	[o]	16 (20 %)	[i:]	8 (18 %)
	[i]	14 (18 %)	[ʌ]	5 (12 %)
	[ɪ]	10 (13 %)	[aɪ]	5 (12 %)
	[e]	5 (6,4 %)	[eɪ]	3 (7 %)
	[u]	3 (3,8 %)	[ə]	3 (7 %)
			[əʊ]	3 (7 %)
			[ɛ]	3 (7 %)
			[æ]	2 (4,6 %)
			[e]	2 (4,6 %)
		[u]	1 (2,3 %)	
		[ɔ:]	1 (2,3 %)	

Так, можна підсумувати, що найчастіше в англійських написах алітеруються звуки [t] і [l], наприклад: *GREAT THINGS TAKE TIME, I SHOT THE SHERIFF BUT I DIDN'T SHOOT NO DEPUTY BOB MARLEY, WANT GET FORGET REPEAT, I LOVE MY DADDY A LOT, LOVE Laugh SMILE, SMILE AND SAY HELLO*. Високу частоту вживань мають [s], [d], [n], [b], [k] і [m], наприклад: *ALWAYS STRIKES TWICE, SPOTS ARE THE NEW STRIPES, SURF SANE & SUN SEA, IF FOUND SLEEPING DO NOT DISTURB, Daddy's LITTLE DUDE, NOW OR NEVER, ONE IN A MINION, Bride TO BE, BAD TO THE BONE, COOL KID ON THE BLOCK, KEEP CALM AND CANTER ON, MUMMY'S LITTLE MONSTER, MEANWHILE ON THE MOON...* Серед українських написів найчастіше повторюється приголосний [s], наприклад: *Невдача спіткала українських спортсменів, ДАЙ СИ СПОКІЙ – ДАЙ СИ СПОКІЙ, Самакуй Сало – Сила Наше рідне, стережіться! МАВРООН НАСУВАЄТЬСЯ, ПІДПИС ЗДЕСЬ І ПІДПИС ЗДЕСЬ*. Рідше алітеруються звуки [n], [z], [m], [j], [r], [b] і [l], наприклад: *національна асоціація шанувальників сала, Козак з біди не заплаче, Мій улюблений хом'як, Рабів до раю не пускають! Береженого Бог береже, а козака – шабля стереже*.

Щодо голосних звуків, в англійських написах найчастіше повторюється звук [i], наприклад: *Its Britney bitch, Happiness Is Expensive, LITTLE MISS GIGGLES*. Досить поширеними є повтори [i:], [ʌ] та [aɪ], наприклад: *Dream Believe Achieve, SUMMIT OR PLUMMET, I FIND THIS ATTIRE APPEELING*. Серед українських написів найчастіше асонується звук [a], наприклад: *МОЯ ЩАСЛИВА ФУТБОЛКА, Я СЛУХАЮСЯ МАМУ, БАТЯ Я СТАРАЮСЬ, СВОЯ АТМОСФЕРА, УКРАЇНА МОЯ КРАЇНА, ПРОПАЛА ГРАМОТА, БУДЬ БАНДЕРІВЦЕМ НА ЗЛО МОСКАЛЯМ, СЛАВА УКРАЇНІ! ГЕРОЯМ СЛАВА! У МЕНЕ Є ЧУДОВА ДОНЕЧКА! \* А ТАКОЖ Є \* РУШНИЦЯ ЛОПАТА КУМ ТА АЛІБІ*. Можна відзначити високу частоту вживань звуків [o] та [i], наприклад: *Не той козак, що за водою пливе, а той, що проти води, ПИЙ ВИНО навіщо тобі любов? ВЕЛИКІ ЦІЛІ ДОСЯЖНІ, ЗБЕРІГАЙТЕ СПОКІЙ, ТА ЧИСТІТЬ КУЛЕМЕТ*.

Основною стилістичною функцією алітерації та асонансу є функція зв'язності, оскільки ідентичні звуки мають тенденцію об'єднувати слова, якщо вони знаходяться близькою (Nørgaard, Busse & Montoro, 2010, с. 49). Крім того ці фонетичні повтори можуть виконувати і ряд інших функцій, зокрема: евфонічну, емпатичну, експресивну, емотивну та функцію актуалізації (Ковалевська, 2012, с. 129).

Виходячи з стилістичних функцій алітерації та асонансу як важливих фонетичних повторів можна виокремити три основні функції у написах на одязі:

1) інтонаційно-ритмічну, оскільки повтори створюють ритм напису, що сприяє легкості сприйняття на слух та зручності при вимові, наприклад:

укр.: *національна асоціація шанувальників сала* (повтор приголосних [n] і [ts̩] та голосних [a] та [i]), *За нас правда, за нас сила і воля святая* (повтор приголосних [z] і [s] та голосного [a]), *Україна вільна та єдина* (повтор приголосних [n] і [j] та голосного [a]);

англ.: *ALWAYS STRIKES TWICE* (повтор приголосного [s] та голосного [aɪ]), *DONUT TALK TO ME!* (повтор [t]), *READY TO ROLL, BRO!* (повтор приголосного [r] та голосного [o]), *SHUT UP AND RUN* (повтор [ʌ]), *MADE OF WASTE* (повтор [aɪ]).

2) логічності, що полягає в зв'язуванні слів та ідей у ланцюгу висловлення. Це має підсилюючий ефект, створює звуковий образ описуваного та сприяє запам'ятовуванню написів, наприклад:

укр.: *Я не напругаюсь, Я не нервуюсь, Я насолоджуюсь, Я тусуюсь.* Повтори сонорного [n] та свистячого [s] об'єднують слова в картину розслабленості та неспішності, декілька асонованих голосних [e] [a] та [u] передають повільний темп та оптимістичний настрій дії.

англ.: *eat. sleep. party. repeat.* Повтор проривних [p] і [t] об'єднує слова і створює ефект послідовності і динамічності подій, в той час як голосні [i:] та [i] сприяють передачі позитивних емоцій і створюють образ невимушеності та легкості.

3) емфатично-експресивна функція, оскільки алітерація та асонанс привертають увагу до окремих елементів напису; шляхом наділення їх більшою виразністю (образністю), наприклад:

укр.: *«І САМ СОБІ ПОСТАНЬ ЗАКОНОМ, І НЕ ВАГАЙСЯ НЕ БЛАЖИ...» ВАСИЛЬ СТУС.* Повтор свистячого [s] виділяє ключові слова напису *САМ, СОБІ, ПОСТАНЬ, ВАГАЙСЯ* та алітерація сонорного [n] підкреслює категоричність виразу.

англ.: *I MAY LOOK LIKE I'M LISTENING, BUT IN MY HEAD I'M CLIMBING.* Повтор сонорного [l] акцентує увагу на словах *LOOK LIKE LISTENING*, протиставляючи їх *CLIMBING*.

Виходячи з проаналізованого вище, можна стверджувати що, такі фонетичні повтори, як алітерація та асонанс в написах створюють ритмічно-інтонаційну структуру, логічно зв'язують та привертають увагу як до написів в цілому так і до окремих елементів.

### 2.3 Анафора

Анафора – початковий (ініціальний) повтор однакових звуків (слів) на початку слів, рядків, строф, речень, абзаців, розділів твору (Мацько, Сидоренко і Мацько, 2003, с. 33) частіше зустрічається серед українських написів – 14 вживань (3,8 %). Серед написів англійською мовою було виокремлено лише 28 написи (2,3 %), наприклад:

укр.: *НАПЕВНО НІ, ПОДЯКУЙ ВЧИТЕЛЬЦІ, ЩО МОЖЕШ ЦЕ ПРОЧИТАТИ. ПОДЯКУЙ ВЕТЕРАНУ, ЩО ЧИТАЄШ ЦЕ УКРАЇНСЬКОЮ.*

англ.: *SUN SAND SELFIE! #Friends Forever, BONJOUR BITCHES, BOY, BYE. I'M NOT AN ALCOHOLIC I'M AN ATHLETE CHAMPION BEER DRINKER SINCE 1978.*

Анафора як стилістичний засіб є ефективною для підсилення емоційності та надання ефекту опису, структурує висловлювання та використовується як засіб переконання, навіювання, викликає сильні почуття (Wales, 2014, с. 20–21), актуалізує нові контекстні відтінки значення (Синиця, 1994, с. 57).

У написах на одязі анафора виконує такі функції:

1) емфатичну, оскільки логічно виділяє особливо важливий елемент напису, наприклад:

укр.: *я – співак, я – артист.*

англ.: *I DON'T HAVE A DRINKING PROBLEM I DRINK, I GET DRUNK, I PASS OUT NO PROBLEM!*

2) організуючо-об'єднуючу, яка полягає в об'єднанні в єдине смислове ціле всіх складових частин напису, що сприяє кращому сприйняттю і запам'ятовуванню, наприклад:

укр.: *ТАМКА ТУТКА, ОХРАНА ОТМЕЧА, Кропи кропа;*

англ.: *SILENCE SOLDIER, DISCO DOLL;*

3) ефект «згущення» значення, нарощування змісту, що надає змісту експресивно-емоційного представлення, наприклад:

укр.: *За Україну, за її волю, NI OBICYANOK NI PROBACHEN';*

англ.: *There are people who didn't listen to Their teacher's grammar lessons, and They're driving me nuts! BRITNEY BITCH, NO BOYFRIEND NO PROBLEMS.*



4) персуазивну, оскільки повторений елемент на початку переконує читача напису.

укр.: *ПРИВСТ ПОСТРИЖИСЯ, Не бійся чорта, не плач як баба;*

англ.: *SWIM SURF SLEEP, REFUSE RESIST REBEL REVOLT.*

Таким чином, слід зазначити, що не зважаючи на те, що анафора не відзначається широким вживанням, вона є ефективним стилістичним фонетичним засобом для надання написам логічного експресивно-емоційного представлення, полегшує сприйняття та запам'ятовування.

#### 2.4 Епіфора

Епіфора – фігура мови, що утворюється повтором певних мовних елементів у закінченнях суміжних віршових рядків, строф, речень, абзаців, розділів твору (Ставицька, 2004, с. 175–176). Цей фонетичний засіб використовується надзвичайно рідко, так серед українських написів знаходимо лише один напис (0,3 %) серед англійських 12 написів (1 %), наприклад:

укр.: *МРІЙ МАНДРУЙ КОХАЙ;*

англ.: *I KNOW BOTH I AM BOTH! CRIME TOGETHER SHINE TOGETHER, LOOK REEM SMELL REEM BE REEM! BORROW ME WEAR ME USE ME LOVE ME, NO PANTS ARE THE BEST PANTS.*

Не зважаючи на низьку частоту вживань епіфора виконує ряд важливих функцій у написах на одязі:

1) увиразнює мову написів, забезпечуючи цілісне звукове тло та ритм, наприклад: *IF YOU CAN DREAM IT YOU CAN DO IT.*

2) підсилює і підкреслює думку, наприклад: *AT MY AGE I'VE SEEN IT ALL DONE IT ALL HEAR IT ALL I JUST CAN'T REMEMBER IT ALL*, так прикінцевий повтор *IT ALL* створює ритмічне тло для акценту на ключових словах *SEEN, DONE, HEAR* та *REMEMBER*.

#### 2.5 Кільце

Кільце (анепіфора) – повтор однакових звуків на початку одних слів, рядків і наприкінці наступних (Мацько, Сидоренко і Мацько, 2003, с. 34). Серед українських написів це явище зустрічається в 5 написах (1,4 %), серед англійських в 6 (0,5 %), наприклад:

укр.: *ПИТИ ЧИ НЕ ПИТИ? ЦАР просто ЦАР, хто насрав у голову хто?;*

англ.: *DREAM A LITTLE DREAM, SKI? OR NOT SKI? # LIVE AND LET LIVE.*

Основна функція кільця – це як надання написам емоційності та емоційності, так і виділення певного елемента, наприклад:

укр.: *Слава Україні! Героям Слава! ЦАРИЦЯ просто ЦАРИЦЯ;*

англ.: *SORRY NOT SORRY, GIRLS NEED TO SUPPORT GIRLS, BOYS WILL BE BOYS.*

### 3. Висновки

Таким чином, проаналізувавши та порівнявши виділені фонетичні стилістичні засоби, можемо зробити висновки, що використання фонетичних стилістичних засобів більш притаманне написам українською мовою, так з 365 написів 157 (43 %) характеризується вживанням фонетичних фігур, в той час як, серед англомовних написів можна виділити лише 188 (15,7 %). Найпоширенішим фонетичним стилістичним прийомом українських написів є асонанс та рима, в той час як в англійських – алітерація та асонанс. Такі явища, як епіфора та кільце рідко зустрічаються як серед українських так і серед англійських написів.

Фонетичні стилістичні засоби сприяють сприйняттю напису, як цілісного тексту, фокусують увагу на певних словах та виразах, підсилюють зміст, ідейне й емоційне звучання, при-

вертають до себе увагу; полегшують запам'ятовування написів, діють безпосередньо на волюву та емоційну сферу людини, виконуючи сугестивну та персуазивну функції.

Перспективи подальших наукових досліджень з цього напрямку полягають у вивченні, аналізі та порівнянні інших стилістичних особливостей написів на одязі українською та англійською мовами.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- Bilodid, I. K. (red.). (1973). *Suchasna ukrajinsjka literaturna mova : stylistyka*. Kyjiv : Nauk. dumka.
- Bilodid, I. K. (Red.). (1971). *Slovnyk ukrajinsjkoji movy: v 11 tomakh* (Т. 5, s. 143, 646). Kyjiv : «Naukova dumka».
- Brown, K., Miller, J. (2013). *The Cambridge Dictionary of Linguistics* (p. 385). Cambridge University Press.
- Galperin, I. R. (2012). *English Stylistics* (4th изд.). Moskva: Editorial URSS.
- Kachurovsjkyj, I. V. (1994) *Fonika: pidruchnyk*. Kyjiv : Lybidj.
- Kalashnyk, V. S. (2004). Aliteracija. *Ukrajinsjka mova: Encyklopedija* (Vyd. 2, st. 18–19). Kyjiv : «Ukrajinsjka encyklopedija» im. M. P. Bazhana.
- Khropko, P. P. (Red.). (1997). *Osnovy virshuvannja*. Kyjiv : TOV «Mizhnar.fin.aghencija».
- Kovalevsjka, T. I. (2012). Aliteracija ta asonans v suchasnomu khudozhnjomu anghlomovnomu teksti. *Naukovi zapysky Nacionaljnogho universytetu "Ostrozjka akademija". Serija : Filologhichna*, (30), 128–130.
- Kovaliv, Ju. I. (2007). *Literaturoznavcha encyklopedija: U dvokh tomakh* (Т. 2). Kyjiv : Vyd. centr «Akademija».
- Macjko, L. I., Sydorenko, O. M., Macjko, O. M. (2003). *Stylistyka ukrajinsjkoji movy: pidr.* (za red. L. I. Macjko). Kyjiv : Vyshha shkola.
- Movchun, L. (2017). *Ukrajinsjka ryma v systemi movy i v movnij praktyci. Ukrajinsjka mova*, 2, 84–97.
- Nørgaard, N., Busse, B., & Montoro, R. (2010). *Key Terms in Stylistics*. A&C Black.
- Stavycjka, L. O. (2004). Epifora. *Ukrajinsjka mova: Encyklopedija* (Vyd. 2, st. 175–176). Kyjiv : «Ukrajinsjka encyklopedija» im. M. P. Bazhana.
- Synycja, I. A. (1994). *Leksychnyj povtor jak zasib realizaciji semantychnoji zv'jaznosti tekstu*. *Movoznavstvo*, 2–3, 56–60.
- Wales, K. (2014). *A dictionary of stylistics* (3rd ed.). Routledge.

Стаття надійшла до редакції 19.08.2019