

ОСОБЛИВОСТІ АНАФОРИ ТА ЕПІФОРИ В НАПИСАХ НА ОДЯЗІ УКРАЇНСЬКОЮ ТА АНГЛІЙСЬКОЮ МОВАМИ

Н. В. Стрюк

Оскільки одяг, на якому розміщений принт не лише виконує функцію захисту тіла, а є засобом комунікації, способом самовираження та само презентації, вивчення написів на одязі допомагає зрозуміти і охарактеризувати сучасне суспільство. Останнім часом популярність одягу з написами та принтами стрімко зростає, тому актуальним є дослідження написів на одязі як лінгвістичного явища.

Однак, проблема вивчення написів на одязі ще не достатньо висвітлена у науковій літературі. Так, Барбара Джонстон вивчає футболки з словами та фразами, які вважаються унікальними для Пітсбурга, Джоел Пенні досліджує політичні футболки, Джесіка Гілані розглядає використання футболок як різновиду пропаганди, Іносент Чілува досліджує дискурсивну прагматику написів на футболках, О. М. Івус розглядає слоган на одязі як субжанр побутового дискурсу. Таким чином, є потреба в ґрунтовному дослідженні написів на одязі, їхньої структури, стилістичних та прагматичних особливостей.

Перше, що привертає нашу увагу, коли ми обираємо одяг з написом для себе, чи бачимо принт на одязі оточуючих, це саме звучання напису. Таким чином, мета дослідження – проаналізувати та порівняти такі фонетичні стилістичні особливості англійських та українських написів на одязі, як анафора та епіфора. Поставлена мета передбачає розв’язання таких завдань: з’ясувати суть понять анафора та епіфора, провести кількісний аналіз отриманих даних, визначити роль анафори та епіфори у створенні відповідного ефекту від написів на одязі.

Матеріалом дослідження є 1200 написів англійською мовою та 300 написів українською відібрані методом суцільної вибірки з мережі Інтернет, зокема інтернет-магазинів та сайтів-аукціонів.

Під написом на одязі розуміємо короткий текст розміщений на предметах, виробках (із тканини, хутра, шкіри), якими покривають тіло [2, с. 143, 646].

Анафора — початковий (ініціальний) повтор однакових звуків (слів) на початку слів, рядків, строф, речень, абзаців, розділів твору [1, с. 33] частіше зустрічається серед українських написів – 3,3 % (10). Серед написів англійською мовою було виокремлено лише 1,8 % (22), наприклад:

укр.: *НАПЕВНО НИ, За нас правда, за нас сила і воля свята;*

англ.: *SUN SAND SELFIE! #Friends Forever, 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 [4, с. 20–21].

У написах на одязі анафора виконує такі функції:

1) емпатичну, 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, 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, наприклад:

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

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

Епіфора – фігура мови, що утворюється повтором певних мовних елементів у закінченнях суміжних віршових рядків, строф, речень, абзаців, розділів твору [3, с. 175–176]. Цей фонетичний засіб використовується надзвичайно рідко, так серед українських написів знаходимо лише один напис (0,3 %) серед англійських 0,5% (6), наприклад:

укр. *МРИЙ МАНДРУЙ КОХАЙ;*

англ.: *I KNOW BOTH I AM BOTH! CRIME TOGETHER SHINE TOGETHER , NO PANTS ARE THE BEST PANTS.*

Епіфора увиразнює мову написів, забезпечуючи цілісне звукове тло та ритм, наприклад: *IF YOU CAN DREAM IT YOU CAN DO IT*; 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*

Виходячи з викладеного вище можна стверджувати що, анафора та епіфора в англійських та українських написах на одязі виконують емпатичну, організуючо-об'єднуючу та персуазивну функції, увиразнюють мову, акцентують увагу на основній думці напису.

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

Література

1. Мацько Л. І., Сидоренко О. М., Мацько О. М. Стилістика української мови: підр. / за ред. Л. І. Мацько. Київ : Вища школа, 2003. 462 с.
2. Словник української мови: в 11 томах / редкол.: І. К. Білодід та ін. Київ : «Наукова думка», 1971. Т. 5. 840 с.
3. Ставицька Л. О. Епіфора. *Українська мова: Енциклопедія. Вид. 2, виправлене і доповнене.* Київ : «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 175–176.
4. Wales K. A dictionary of stylistics. 3rd ed. Routledge, 2014. 96 p.

Підсекція

Концептологічні та дискурсивні аспекти дослідження германських, романських та слов'янських мов

УДК 811.111'37'42

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЦЕПТИВНОГО КОНЦЕПТУ

А. А. Гребенюк

Важливо зауважити, що на сучасному етапі розвитку когнітивної лінгвістики сформована низка підходів для опису реалізації концептів. А. П. Мартинюк акцентує увагу на тому, що у когнітивній лінгвістиці існує близько семи напрямків аналізу концептів, зокрема: онтологічний, лінгвокультурний, психолінгвістичний, семантико-психологічний та дискурсивний, лінгвокогнітивний, логічний [1, с. 15].

У науковій розвідці застосований інтегрований підхід, який включає поєднання методів когнітивної лінгвістики, концептології.