

## Bohókás betűrímek bűbája

### Az alliteráció mint mágikus manipulációs mechanizmus

**1. Bevezetés.** Az alliteráció, azaz „a szókezdő hangok ismétlődése az érzékelhetőség határán belül” (MÓZESNÉ KABÁN – MÓZES 2008: 71) számos szövegtípusban megjelenik. Az azonos szókezdő hangok akkor tekinthetők alakzatnak, alliterációnak, ha a hangismétlődésnek stílusértéke van. A stílusértéket pedig a zeneiség, a megszokott beszéd jellegétől való eltérés, a szokatlanság adja (SZATHMÁRI 2010: 11; ZOLNAI 1964: 84). A retorikai és stilisztikai kézikönyvek (FÓNAGY 1970; MÓZESNÉ KABÁN – MÓZES 2008), tanulmányok (LÁSZLÓ 1972), valamint az iskolai tankönyvek azonban az alliterációnak mint szóalakzatnak főként az irodalmi vonatkozásaival foglalkoznak, s a hangfestő, színező hatását, továbbá a tagoló és az összekapcsoló szerepét hangsúlyozzák. Ám az alliteráció nem csupán az írók és költők által használt díszítő és kiemelő eszköz, hanem egy hatásos manipulációs mechanizmus is, amelynek manipulációs volta főként a reklámokban érvényesül. A manipulációnak a tanulmány a BÁRTHÁZI-féle (2008: 444) értelmezését használja, azaz azt tekinti manipulációnak, amikor a közlő a sikeres befolyásolás érdekében a mondanivalója célját és/vagy eszközét elrejt a befogadó elől. A reklámokban az alliteráció alkalmazásával a stilisztikai eszköz játékosága és könnyedsége révén a befogadók a hangalak zeneiségére, kreativitására koncentrálnak megfedkez(het)nek arról, hogy valójában el akarnak nekik adni valamit. A szókezdő hang szabályos ismétlődése mellett, hogy a zeneiség élményét kelti és jó hangzást biztosít, oldja a feszültséget, valamint képes memóriamankóként is működni. Mivel ugyanaz a hang ismétlődik, az üzenet könnyebben, gyorsabban és hatékonyabban dolgozható fel. A kezdőhangok ismétlődése fonológiai mintázatot hoz létre, ami megkönnyíti az információ kódolását és későbbi előhívását a memóriából (LINDSTROMBERG–BOERS 2008). Az alliteráció olykor kreativitást közvetít, néha meglepetést, kiemeli a mondanivalót, illetve figyelemfelkeltő erővel is bír. E szerepkörök miatt a reklámkommunikációban és a sajtóban is előszeretettel használják. A szavak elejének összecsendítését más esetekben, például a filmekben vagy a dalszövegekben pedig az eddig felsoroltak mellett még a befogadók szórakoztatására, szándékos humorforrásként is alkalmazzák, de kényes témák esetén akár tabukerülésre, eufemizálásra is alkalmas. A tanulmány az alliteráció hatásmechanizmusát különböző szövegtípusokból (filmekből, dalszövegekből, reklámszlogenekből, újságcikkekből) származó példák elemzésén keresztül mutatja be.

**2. Az alliteráció jellemzői.** Az *alliteráció* műszót a latin *ad* ’-hoz/-hez/-höz’ és *litera* ’betű’ szavakból a humanizmus korában Pontanus alkotta meg, s a szó szerinti jelentése ’hozzábetűzés’ (MÓZESNÉ KABÁN – MÓZES 2008: 71). Azt a jelenséget jelöli, amikor két vagy több, egymást közvetlenül vagy közvetve követő

szó kezdőhangja ugyanaz (JENEI 2010: 148). Ilyen például a tanulmány címében is szereplő *bohókás betűrímek bűbája*. Az alliterációt a nyelvészeti munkák *betűrím*-nek, *előrím*-nek, illetve *kezdőrím*-nek (KATONA 1977), valamint *kezdeti rím*-nek (BENCZES 2013a: 243) is nevezik. GÁLDI LÁSZLÓ (1961: 163–164) az alliteráció helyett a kifejező *hangisméltés* terminust tartaná helyénvalónak, ugyanis nemcsak a szavak elején, hanem a szavak belsejében lévő hangegyezéseknek is sajátos stílusértékük van. A nem szókezdetben megjelenő azonos hangokat (pl. *kardon*, *markolaton*) HATVANY LAJOS (idézi LÁSZLÓ 1972: 44), valamint SZIKSZAINÉ NAGY IRMA (2007: 395) *elbújtatott alliteráció*-nak nevezi. A bevett terminusnak számító *betűrím* – amelyet a szakirodalom nyomán jelen tanulmány is használ – definiálás nélkül félrevezető lehet, hiszen a betű és a hang nem azonosak egymással, s a különbségük az alliteráció kapcsán különösen releváns.

Az alliterációknak a szókezdő hang alapján két csoportjuk van: a magánhangzós (pl. *édes élvezet*) és a mássalhangzós (pl. *mágikus manipulációs mechanizmus*), s közülük a magánhangzós a ritkább. A mássalhangzók közül leggyakrabban az *m*, *k*, *sz* jelenik meg a betűrímekben, közepes gyakoriságú az *f*, *v*, *t*, *h*, *p* ismétlődése, s náluk is ritkább a *cs*, *b*, *n*, *r*, *g* hangok összecsengése (KATONA 1977: 91).

Az alliteráció kialakulását a szómágiával és az ismétléssel magyarázták (KATONA 1977: 91, BENCZES 2019). Az alliteráció használata ritmusossá, emlékezetessé teszi a mondanivalót (MÓZESNÉ KABÁN – MÓZES 2008), az alliteráló szótagok ugyanis többnyire hangsúlyosak is (BENCZES 2013a: 243). Túlhasználva viszont idegesítő lehet, és komikus hatást kelthet. Erre az erőltetett használatra épülnek például Karinthy Frigyes Babits-paródiái is, többek közt a *Szekszárdon születtem, színésznőt szerettem* sor is. A szókezdő hang szabályos ismétlődése a zeneiség élményét kelti (SZATHMÁRI 2004: 19; FÓNAGY 1970: 222), jó hangzást biztosít (FORGÁCS 2007), feszültséget kelt, majd feloldja (FÓNAGY 1970: 222), valamint kiváló humorforrás. A stílusértékét a szokatlansága adja, vagyis az, hogy eltér a mindennapi, megszokott beszéd jellegétől (ZOLNAI 1964: 84), továbbá az, hogy a szavak összekötése által felerősíti a mondanivaló hangulati hatását (SZATHMÁRI 2010). A betűrím kreativitást sugall (NÉMETH 2021), képes kiemelni a mondanivalót (BENCZES 2014), felkelti a figyelmet, továbbá segíti a megjegyezhetőséget (LINDSTROMBERG–BOERS 2008; BENCZES 2019). Az ismétlődő hangok összecsengése szándékosnak hat: azt jelzi, hogy „valami szükségképpeniség van az egyforma szókezdésben” (ZOLNAI 1964: 83). Az alliteráció egyrészt „tagoló jellegű”, másrészt „szintagmákat összetartó erejű” (SZIKSZAINÉ NAGY 2007: 394).

Az alliteráció hangulatkeltő hatását ZOLNAI BÉLA (1964: 85) a következőképpen fogalmazta meg: „Az alliteráció olyan, mint a varázsvessző: hangokat fakaszt a színek és látomások szikláiból is.” Az alliteráció stílári szerepe főként akkor érvényesül, ha a jelentés és a hangzás konvergál egymással, azaz ha a szó eleji ismétlődő hangok képzési vagy akusztikai sajátossága egybevág a szöveg jelentésével (SZIKSZAINÉ NAGY 2007: 393–394).

**3. Az alliteráció az irodalomban.** A Magyar néprajzi lexikon szócikke szerint (KATONA 1977: 91) az alliteráció a legtöbb népköltészeti műfajban megtalálható, s „főként a kötött formák kedvelik”. Néhány műfajban az átlagosnál

többször fordul elő. Ilyenek a szólások és közmondások (*vak vezet világtalant; se pénz, se posztó; se szeri, se száma; bagoly is bíró barlangjában; ki korán kel, aranyat lel*), a gyermekmondókák (*Hétfőn heverek, kedden keverek, szerdán szemelék ...*), a csúfolók (*Kovács, kovács, kalapács*), a nyelvtörők (*Te tetted e tettetett tettet? Tettetett tettek tettese te!*) és a találós kérdések (*úton útfélen úrfiak ugrálnak = béka*). A Magyar néprajz V. Magyar népköltészet kötetében MÁNDOKI LÁSZLÓ (1988) a találósok kapcsán számos nyelvi adaton (pl. *hasa hajó, lába lapát, torka trombita = lúd*) keresztül meggyőzően mutatja be, hogy „milyen nagy szerepe van az alliterációnak szóbeli rejtvényeink stilisztikai eszközei között” (MÁNDOKI 1988: 243). Gyakori továbbá a betűrím a régies ritmusénekekben, a népdalokban és a balladákban is (KATONA 1977: 91).

A gyermekmondókákban az azonos hanggal való szókezdetek a szavak emlékezetbe vésését és az elhangzottak visszaidézését is segítik. Számos olyan mondóka van, amely az alliterációt felhasználva igyekszik a kicsiknek megtanítani a hét napjait. Például: *hétfő hetibe, kedd kedvibe, szerda szeribe, csütörtök csüribe, péntek pitvarába, szombat szobájába, vasárnap a verpeléti vásárba*. A betűrím a gyerekeknek szóló szövegekben azért is gyakori, mert a csecsemők már kilenc hónapos koruktól felfigyelnek az alliteráló szerkezetekre (JUSCZYK et al. 1999, idézi BENCZES 2014: 109). Ezért nem véletlen, hogy a mesehősök nevei és a gyerekkönyvek címei is bővelkednek betűrímekekben, ahogy azt a *Misi Mókus, Sün Soma, Bogyó és Babóca, Mosó Masa Mosodája, Gőgös Gúnár Gedeon* példák is mutatják (BENCZES 2014: 113). Az újabb gyerekirodalmi alkotások közül Sárközi Judit alábbi könyvcímei is kihasználják az alliteráció hatását: *Postás Palkó, Tűzoltó Tomi, Mentős Misi, Rendőr Robi és Rézi*.

A régi magyar költészetben a betűrímnek még főként ritmusmeghatározó szerepe volt, később viszont már a hangfestő, színező hatása dominált (LÁSZLÓ 1972: 44), s a verszene eszközeként tartották számon (SZIKSZAINÉ NAGY 2007: 359). Már az első ismert magyar nyelvű versben, az 1300 körüli Ómagyar Mária-siralomban is megjelenik (*Világ világa, Virágnak virága! Keserűen kinzatul, Vos szegekkel veretül*). A szépirodalomból minden alkotótól lehetne példát hozni az alliterációra, s költői szövegekben jobban fel is tűnik a használata, „szebben hangzónak” érződnek a betűrímes sorok (ZOLNAI 1964: 83). A tartalom és a hangzás egybejátszására szemléletes példa József Attila *Költőnk és Kora* című versének következő részlete: *Ime, itt a költeményem. / Ez a második sora. / K betűkkel szól keményen / címe: „Költőnk és Kora”*. Az idézett részletben a *k-k* dominálnak. A *k* a képzéséből adódóan kemény hang, s ezt a keménységet és kopogást kiválóan érzékelteti a költő. A betűrímekek azonban még az irodalomban is túlzásba lehet vinni. Babits Mihály költészetének kezdettől fogva az egyik meghatározó jegye volt az alliteráció, s a költő gyakorta öncélúan, artisztikus módon használta e stílusesszközt (LÁSZLÓ 1972: 47, 53); épp emiatt parodizálta Karinthy.

**4. Az alliteráció a szórakoztató műfajokban: a filmekben, a dalszövegekben és a mémeken.** A betűrím nemcsak a szépirodalmi szövegek sajátossága, hanem a szórakoztató műfajokban is gyakorta előfordul. A filmekben főként humorforrásként jelenik meg, valamint karakterábrázoló szerepe is lehet. Például

a Brooklyn 99 – Nemszázaskörzet (az eredetiben Brooklyn nine-nine) című sorozat 6. évadának 11. részében az egyik főszereplő, Jake Peralta nyomozó gyerekes, olykor bugyuta viselkedését a szájába adott alliteráció is szemlélteti. Az alábbi betűrímet akkor mondja, amikor észreveszi, hogy számos vizesballon van a rendőrörsön, így kitalálja, hogy a barátja, Boyle segítségével bowlingszerűen letarolja őket. Ekkor az alábbiakat mondja:

Peralta: *Ballon, Boyle, borítás.*

Jeffords őrmester: *Mégis mi?*

Peralta: *Á, ballon, Boyle, borítás. Bowling. Bátor brooklyni barátok, Boyle ballonborító bowlingja következik.*

Boyle: *Bámulatos.*

Peralta: *Bátran, barátom, bátran! Borít.*

(Boyle óriási ordítás közepette feldönti az összes vizesballont.)

Rosa: *Bumm.*

Boyle: *Igen.*

Egy orosz fejkendő hölgy: *Babuska.*

Mindenki kórusban: *Babuska.*

A részletben megfigyelhető alliteráció nem a magyar fordítás sajátossága, az angol eredetiben szintén *b-s* betűrímekek találhatók. Az összecsendülő szókezdetek nem csupán Peralta nyomozó jellemét, hanem a rendőrörsön dolgozó karakterek „nem százaskörzet” voltát is szemléltetik.

A szituációs komédiák közül az Agymenők (az eredetiben *The Big Bang Theory*) című sorozatban is témává válik az alliteráció. A sorozat 3. évadának 16. epizódjában a főszereplő fizikusok a Marvel Comics elnökének, Stan Lee-nek a képregénydedikálására várnak, amikor egyikük, Raj rámutat arra a furcsaságra, hogy a legtöbb Marvel-hős neve alliterál. A részlet komikumát az adja, hogy sorban állás közben el is kezdi felsorolni e betűrímes neveket, s később sem tud ettől a témától elszakadni. Az epizódban Raj az alábbi Marvel-hősöket, illetve filmcímeiket említi: *Bruce Banner; Reed Richards; Sue Storm; Steven Strange; Otto Octavius; Silver Surfer; Peter Parker; J. Jonah Jameson Junior; Dum Dum Duggan; Green Goblin; Matt Murdock; Pepper Potts; Viktor Von Doom; Milly, a modell; Fantastic Four; Daredevil; Invincible Iron Man; Happy Hogan; Curt Connors; Fin Fang Foom.* További alliteráló nevek is vannak a Marvel-univerzumban. A teljesség igénye nélkül következzen még néhány közülük: *Cassandra Cain, Clark Kent, Lana Lang, Lex Luthor, Lois Lane, Scott Summers, Wally West, Wade Winston Wilson.* Stan Lee-t többször is megkérdezték, hogy miért ad azonos betűvel kezdődő vezeték- és keresztnévet a szereplőinek. Azt mondta, hogy egyrészt azért, mert viccesen hangzanak, másrészt pedig az emberi agy szereti felismerni a mintázatokat, s az alliteráló nevek a bennük lévő fonológiai mintázat révén könnyebben emlékszünk, s így jobban is kötődünk hozzájuk. Az alliteráció mint mnemotechnikai eszköz Stan Lee számára is támpontként szolgált, ugyanis állítólag nem volt túl jó a nevek megjegyzésében. Már a korai képregényekben és ponyvairodalomban is gyakori volt a betűrímes névadás. Az alliteráló neveknek továbbá szinte mesei ritmusuk

van, így ezek is elősegítik a mitikus hangulat kialakítását. Idővel, ahogy egyre több karakter született, Stan Lee megpróbált leszokni az alliterációról, de addigra már ez a stilisztikai alakzat a Marvel Comics egyik védjegyévé vált.

Nem csupán a Marvel-hősök közt, hanem J. K. Rowling Harry Potter-regé-nyeiben, illetve a belőlük készült filmekben is rengeteg alliteráló név van. Az író nő nyelvi leleményességét dicséri, hogy több mint ötven betűrímes szereplőnév található a hét kötetben (W1). Például: *Bathilda Bagshot*, *Cho Chang*, *Dudley Dursley*, *Filius Flitwick*, *Luna Lovegood*, *Minerva McGonagall*, *Peter Pettigrew*, *Severus Snape*, *William Weasley*. Az sem véletlen, hogy mind a négy iskolaalapító neve alliterál mind az eredetiben (*Godric Gryffindor*, *Helga Hufflepuff*, *Rowena Rawenclaw*, *Salazar Slytherin*), mind pedig a magyar fordításban (*Griffendél Godrik*, *Hugrabug Helga*, *Hollóháti Hedvig*, *Mardekár Malazár*). A fordítónak, Tóth Tamás Boldizsárnak köszönhetően a betűrímek többsége átkerült a magyarba is, ahogy azt például a *Bagoly Berti*, *Bathilda Bircsók*, *Esztelen Emeric*, *Minerva McGalagony*, *Perselus Piton*, *Undok Ulric*, *Vadóc Vendelin* nevek is mutatják. A 7 kötet 480 tulajdonneve közül mintegy 140 név lett valamilyen módon megváltoztatva (HERTELENDY 2011: 133), ám a fordító még ezekben az esetekben is törekedett a nyelvi lelemény átültetésére (SCHIRM 2024: 91). Nemcsak a nevek alliterálnak a Harry Potterben, hanem olykor a szereplők beszédmódjára is jellemző a betűrím. Minerva McGalagonyt az olvasók/nézők egyenesen az alliterációk királynőjének titulálták. McGalagony legismertebb alliteráló mondása a táncitanítás jelenetből származik. Az angol eredetiben a professzorasszony szájából az *I will not have you, in the course of a single evening, besmirching that name by behaving like a babbling, bumbling band of baboons!* mondat hangzik el. A magyar fordítás tökéletesen visszaadja a *b-k* összecsengését: *Nem szeretném, ha úgy viselkednének, mint a bárdolatlan bugyuta barbár bohócok!* Egy másik, gyakran idézett, alliteráló szöveghely a Harry Potter és a bölcsek köve című regényből, Perselus Pitontól származik. Tóth Tamás Boldizsár a fordítás során betűrímekekkel tűzdelte tele a szöveget. Rowlingnál az *I don't expect you will really understand the beauty of the softly simmering cauldron with its shimmering fumes, the delicate power of liquids that creep through human veins, bewitching the mind, ensnaring the senses* ... rész szerepelt. Magyarul ez a következőképpen lett visszaadva: *Nos, nem is várom el, hogy átérezzék, milyen csodálatos az üstben finoman fortyogó főzet fölött fodrozódó füstfelhő és az emberi véredényekben szétáradó folyadékok elmét elbódító, érzékeket elzsongító ereje.* Az összecsengő *f*-ek és *e*-k által a magyar fordítás jól érzékelteti Piton professzor bájitalórájának a misztikumát.

A betűrím figyelemfelkeltő funkcióját a filmcímekben is felhasználják (BENCZES 2019: 137). Az interneten össze is gyűjtöttek olyan angol filmcímeket, amelyekben alliteráció található (W2). Ezek magyar fordításának zöméből azonban hiányzik a betűrím. Például: *Draft Day* (= *Ujoncok napja*), *Evil Eyes* (= *Ördögi szemek*), *Ladies in Lavender* (= *Hölgyek levendulában*). Lássunk azonban néhány olyat is, amelyeknek a magyar fordítása megtartotta az azonos kezdőbetűket: *Angels in America* (= *Angyalok Amerikában*), *Mad Max* (= *Mad Max*), *Donnie Darko* (= *Donnie Darko*), *Dumb és Dumber* (= *Dumb és Dumber*), *Peter Pan* (= *Pán Péter*). Tendenciaként az látszik, hogy főként azokban a címekben marad meg

az alliteráció, amelyek tulajdonnevet tartalmaznak. További jellegzetes stratégia, hogy a külföldi mozifilmek címeit a potenciális nézőszám növelése érdekében akkor is alliterációval és/vagy rímekkel ültetik át magyarra, amikor az eredeti cím semmilyen játékos formát nem tartalmaz (BENCZES 2014: 110). Alliterálnak például a következők: *A remény rabjai* (az eredetiben: *The Shawshank Redemption*), *A kis kedvencek titkos élete* (az eredetiben: *The Secret Life of Pets*), *Pirula Panda* (az eredetiben: *Turning Red*), *Rontó Ralph* (az eredetiben: *Wreck-it Ralph*).

A szórakoztató műfajok közül a filmekén kívül a dalszövegekben is megjelenik az alliteráció. Ha csak néhány szó kezdőhangja cseng össze, az szinte fel sem tűnik, ám ha az egész alkotás betűrímeiből áll, arra már felfigyelnek a hallgatók. Az alliteráló dalszövegek esetén – a gyermekmondókáktól eltérően – nem a megjegyezhetőségnek van kulcsszerepe, hanem annak, hogy a betűrímeikkel a nyelv virtuóz használatának képességét tudják megcsillogtatni a dalszövegírók. A Punnany Massif együttes ABC című száma végig alliterációkból áll. A dalszöveg elejét, az *a* és a *b* betűs részt idézve: *Analfabéta ABC az ablakunkban andalog, akkreditált akusztikán agyalnak az angyalok, alantas alapra apellál az acapella, arrogánsan aranyköpő anyaföldünk apraja-nagyja. Barna bőrű bébi buján bulikban bojkotál, bölényszagú borzas buflák bénán bazsevál, bombával bélelt brékes bradám bemozdul babám, bejön a Belga bamba-klán, béget a bunkó Balkán!* Ebből a kis részletből is látszik, hogy a szövegben van ugyan kohézió, ám a túlzásba vitt alliterációk miatt a koherencia sérül. A dalszöveg vesszőkkel elválasztott sorai külön-külön értelmesek, ám a formai kényszer miatt nem áll össze egy koherens egészé a mondanivaló, s a szemantikai tényezőknek a fonológiai megformálásnál jóval kisebb szerep jut. Más a helyzet Busa Pista Diler ABC című dalszövegében, amelyben az énekes *a*-tól *zs*-ig, betűnként több sornyi alliterációval mesél el egy dilersztorit. Itt ugyanis a betűrím nem bontja meg az értelmet, a formai kényszer ellenére is teljesen koherens és követhető marad a történet. Lássuk az *a* és az *á* betűs részeket: *Az aluljáróban az aszfalt alatt, ahol az alkoholista arcok alszanak, arra araszoló alak agyatlanoknak alufóliába adagolt anyagot adogat. Áru ára átadva az árgus árusnak, az átkozott álompor az álmodozóknak, áporodott ázott ágáló állatoknak, átfűrt állampolgároknak, ártatlan áldozatoknak.*

A túlzásba vitt alliterációval humort is elő lehet idézni. LACKFI JÁNOS költő Facebook-oldalának egy 2017-es bejegyzésében egy Babits Mihályt ábrázoló mémén (W3) az alábbi felirat olvasható: *Bús donna barna balkonon ... bágyadt békát búgat bitang boldogan! Éljen az alliteráció!* Babits köztudottan kedvelte a betűrímet, ezt figurazza ki az említett mém képi és nyelvi világa, amely a Messze... messze... című vers közismert sorát írta tovább. Babitsnál ugyanannak a hangnak a használata „jórészt artisztikus játék kelléke volt” (LÁSZLÓ 1972: 47), s a közösségi média mémjében ez az irodalmi tudás a bejegyzést olvasók közt az összetartozás érzését képes kelteni, a stílusutánnak pedig humorképző szerepe van.

**5. Az alliteráció a hétköznapi szövegtípusokban.** Az alliteráció alkalmas arra, hogy könnyebben megjegyezzenek a segítségével dolgokat, azaz egyfajta memóriamankóként is képes működni. Az alliteráló szerkezeteket szórakoztató létrehozni, valamint az ismétlődő hangok révén könnyebb visszaidézni, mivel

a memóriában a szavak nemcsak a jelentés, hanem a hangzás alapján is kapcsolódnak egymáshoz (LINDSTROMBERG–BOERS 2008). A betűrím továbbá felkelti a figyelmet, és az üzenet formájára való összpontosítással kiemeli magát az üzenetet (BENCZES 2019: 138).

A betűrímes bemutatkozást (amikor a résztvevőknek a keresztnévükkel azonos betűvel kezdődő, rájuk jellemző jelzöt kell keresniük) a különféle tréningeken előszeretettel használják arra, hogy megtörjék a kezdeti fagyos hangulatot, mindenki megszólaljon, s az ismeretlen emberek könnyebben emlékezzenek egymás nevére. Alliterációt létrehozni nagyobb művelti erőfeszítést igényel, mint ha fonológiai kötöttség nélkül zajlana a kommunikáció, s a betűrím a befogadó(k) részéről is megkívánja a jóhangzás és a nyelvi lelemény méltányolását (BENCZES 2013a: 248).

Az alliterációval a nyelvhasználók a kreativitásukat is kifejezésre juttathatják. A játékossága miatt nem minden szövegtípus bírja el a betűrímet (ZOLNAI 1964): hivatalos és tudományos írott szövegekben stílusterésként hat a szókezdő hangok erőltetett összecsendítése. Előadásban az alliteráció zeneivé, emlékeztetéssé teheti a mondanivalót (NÉMETH 2021), ám a túlzott használata idegesítő lehet. Alkalmas viszont a betűrím arra, hogy megmutassa, a létrehozója képes a nyelvet virtuóz módon használni. A LinkedIn szakmai kapcsolatépítésre létrehozott közösségi portálon egy alliterációról szóló cikk (NÉMETH 2021) alatt számos betűrímes bemutatkozás olvasható. Egy life és business coach például a következő jellemzést írta magáról: *Szervezeti személyek szenzitivitását szenvedélyesen szeretem szemlélni. Érzékeny élőlények élményeit élvezettel észlelem.* Az adott kontextusba teljesen beleillik a szókezdő hangok szándékos ismétlése, s a nyelvi formák kreatív használata nyelvi játékot teremt, ám más helyzetben már túlgondoltnak, nagyon mesterkéltnek tűnhet ez a fajta megfogalmazásmód.

Az alliteráció arra is képes, hogy a száraz információt érdekesebbé, szórakoztatóbbá tegye. Az időjárás-jelentés egy információközlő, tájékoztató szövegtípus, amelytől nem is várnak el a nézők/hallgatók semmilyen művészi értéket. Ám ha mégis megjelenik benne valamilyen nem várt stilisztikai eszköz, akkor annak nagy lesz a figyelemfelkeltő ereje. Ez történt az Országos Meteorológiai Szolgálat egyik időjárás-jelentésében is (W4), amikor a meteorológus az alábbiakat mondta: *Ezúttal a szombat is egy munkanap lesz, így úgy fog tűnni, mint hogyha egy szürke hétköznap lenne. Erre pedig az időjárás is rásegít, ugyanis egy melegfrontnak a vastag felhőzete éri el a Kárpát-medencét. Ennek hatására pedig szürke, szürkülő szombatra számíthatunk majd. A szürke, szürkülő szombatra számíthatunk szerkezet bizonyára tervezett volt, ugyanis a YouTube-on a videó leírásában a következő szerepelt: Szürke, szürkülő szombatra számíthatunk. Az alliteráció az előző mondatban egy melegfront miatt jöhetett létre, amely csak kevés helyen okozhat gyenge, csepergő esőt.* Itt az alliteráció közös nyelvjátekképző erővé, illetve humorforrássá vált.

Az azonos kezdőhangokat a sajtó nyelvében, a címeknél is figyelemfelkeltésre használják (PETHŐ 2011: 51). Néhány, a szakirodalomból (KEMÉNY 2010: 62–63; PETHŐ 2015) származó példával élve: *A talányos Tatabánya többre tör* (Népsport), *A Vasas vajúdásai és valóra vált vágyai* (Népsport), *Szép széria a szurkolókkal*

(Kelet-Magyarország), *Megjelent az első miniszobor Munkácson* (Kárpátalja.ma), *Kim Kardashian a tengerparton is túsarkúban tipeg* (Blikk).

Az ingyenes és nyílt forráskódú, Linux-alapú operációs rendszer, az Ubuntu különféle verzióinak fantázianevei is alliterálnak. E fantázianevek jellegzetesége még, hogy mindegyik valamilyen valós vagy képzeletbeli állat nevét viseli. Az Ubuntu alapítója, Mark Shuttleworth 2004-ben a *Warthy Warthog* 'szemölcsös varacskos disznó' nevet adta az első disztribúciónak, s a hagyomány azóta is töretlenül megy tovább. Következzenek időrendben ezek az elnevezések: *Hoary Hedgehog* 'őszülő sündisznó', *Breezy Badger* 'szellős borz', *Dapper Drake* 'elegáns réce', *Edgy Eft* 'ideges göte', *Feisty Fawn* 'harcias őzike', *Gutsy Gibbon* 'bátor gibbon', *Hardy Heron* 'kitartó kócsag', *Intrepid Ibex* 'rettenthetetlen kőszáli kecske', *Jaunty Jackalope* 'vidám szarvasnyúl', *Karmic Koala* 'karmikus koala', *Lucid Lynx* 'világos hiúz', *Maverick Meerkat* 'lázadó szurikáta', *Natty Narwhal* 'elegáns narvál', *Oneiric Ocelot* 'álomszerű ocelot', *Vivid Vervet* 'élénk vervet', *Wily Werewolf* 'ravasz vérfarkas', *Xenial Xerus* 'vendégszerető földimókus', *Yakkety Yak* 'dumás jak', *Zesty Zapus* 'energikus ugróegér', *Artful Aardvark* 'művészi földimalac', *Bionic Beaver* 'bionikus hód', *Cosmic Cuttlefish* 'kozmosz tintahal', *Disco Dingo* 'diszkós dingó', *Eoan Ermine* 'hajnalváró hermelin', *Focal Fossa* 'fókuszált fossza', *Groovy Gorilla* 'menő gorilla', *Hirsute Hippo* 'szőrös víziló', *Impish Indri* 'huncut indri', *Jammy Jellyfish* 'ragadós/szerencsés medúza', *Kinetic Kudu* 'lendületes kudu', *Lunar Lobster* 'holdi homár', *Mantic Minotaur* 'mantikóraszerű minotaurusz', *Noble Numbat* 'nemes numbat', *Oracular Oriole* 'jósló sárgarigó', *Plucky Puffin* 'bátor lunda', *Questing Quokka* 'kereső quokka', *Resolute Raccoon* 'eltökélt mosómedve'. Az alliteráló állatnevek jól hangzanak, könnyebben megjegyezhetők, mint a pusztá verziószámok, és a vicces, kedves állatnevek emberközelibbé teszik a márkát, valamint fenntartanak egy humoros hagyományt.

**6. Az alliteráció a reklámokban.** Napjaink óriási reklámzajában a hirdetéseknek egyre ötletesebb, humorosabb formákkal kell előállniuk ahhoz, hogy elérjenek a potenciális vásárlókhoz. A nyelvi megformálás egyediségében a marketingeseket a figyelemirányítás játékos módja (SZIKSZAINÉ NAGY 2007: 403), a betűrím használata is segítheti. Az alliteráció a szlogenalkotásra használt, leggyakoribb nyelvi-retorikai eszközök közé tartozik (vö. KOVÁCS 2024). Amellett, hogy jó hangzást biztosít, elősegíti a megjegyezhetőséget, és figyelemfelkeltő erővel is bír (LINDSTROMBERG–BOERS 2008). Kutatások szerint az alliterációt tartalmazó szlogeneket könnyebb visszaidézni, s hatékonyságát tekintve a betűrímnek még az ismétlésnél is nagyobb ereje van. Azt találták, hogy a teljesen alliteráló promóciós szöveggel ellátott terméket a fogyasztók még akkor is nagyobb valószínűséggel vásárolják meg, ha az többbe kerül, mint a részben alliteráló üzenettel hirdetett alternatívájuk (BENCZES 2019: 140–141).

Terméktípustól függetlenül minden áruajtánál megjelenik az alliteráció, még autóknál is, ahogy azt a Renault *Autókat alkotunk*, a Seat *A versengés a vérrünkben van*, illetve a Suzuki *Metálfekete ménes* szlogenje is mutatja. A betűrím az étel- és italreklámoknak is kedvelt eleme: például a La Fiesta borok az *Édes*

*élvezet* jelmonddal csábítják a vásárlókat, a Pick szalámi a *Felejtethetlenül finom* alliterációt használja, a Danone pedig a joghurtfogyasztás gyakoriságát a *Hentente hétszer* kijelentéssel hangsúlyozza. Gyógyszerek és vitaminkészítmények egyaránt használják a betűrímet: a No-Spa görcsoldó óriásplakátján a *Szenvedsz vagy szárnyalsz?* kérdés szerepel, a Halls gyögcukorka a *Hogy használhassa a hangját* szlogennel győzködi a vásárlókat, míg a BioTechUSA cég a vitaminkészítményeit a *Vitamin? Veled vagyunk* szöveggel népszerűsíti. Szolgáltatások reklámjaiban is előfordul az alliteráció: a Comedy Central a *Házhoz hozzuk a humort* jelmonddal hirdette a tévécsatornáját, a MOL olajcég pedig a *MOL – Minőség mindenhol* szlogent használta, míg a Cédus Prémium Fitness sportlétesítmény a *Várjuk a szegedi szuperhős szülőket!* alliterációval népszerűsítette a szolgáltatásait. Az áruházláncok is használják az alliterációt reklámfogásként. Például a Lidl reklámújságjai, illetve óriásplakátjai a *Fantasztikusan friss február* betűrímmel csábították a boltba a vásárlókat. A pénzügyi szektorban is élnek az alliteráció erejével, ahogy azt a Raiffeisen Bank *Váltsd velünk valóra!* szlogenje is mutatja.

A hatásos márkanevek jellemzői közt ROBERTSON (1989: 68, idézi KOVÁCS 2017: 41) a hangismétlést (az alliterációt, illetve a rímet) is felsorolja. A nagy márkanevek valóban gyakran alliterálnak, ahogy azt az *American Airlines*, *Best Buy*, *BlackBerry*, *Coca-Cola*, *Chio Chips*, *Chupa Chups*, *Dunkin' Donuts*, *KitKat*, *M&M's*, *Pay-Pal*, *Tic Tac* példái is mutatják. Ezeket a hatásuk miatt vevőmágnes márkaneveknek is nevezik.

A gyorséteremláncokra is jellemző a betűrím használata. A McDonald's finomságainak alliteráló fantázianevei is tudatos marketingstratégiáról árulkodnak. A betűrímek használata szerte a világban jellemző volt a cégre, a további példák azonban csak a Magyarországon futó kampányokból lettek válogatva. A termékek fantázianeveit a McDonald's honlapjáról (W5), valamint a Fast Food Central nevet viselő honlapról (W6) gyűjtöttem össze. A limitált termékeket hirdető reklámhadjáratokban a hamburgereket személynévvel látták el, s e nevek kezdőhangjai összecsengtek. A 2018-as Maestro Burgerek közt jelent meg a *Magic Marcus* nevű étel, valamint a csak a név kiejtett formájában alliteráló *Generous Jack*, illetve *Generous Jackline*. A betűrímes elnevezések sora a szárított paradicsommal és bazsalikomossal készített *Spring Sofiá*-val folytatódott. Utána jött a grillezett kápiapaprikáról elnevezett *Kápia Karl*, *Juicy Jane* nevét pedig a szószos amerikai káposztasaláta ihlette. A rókaagombás sajt-pogácsával készült hamburgernek *Fox Félix* volt a neve. A szárított paradicsomos wrapet *Wrap Wandá*-nak hívták, s ez az elnevezés az alliteráción túl még azért is találó volt, mert maga a töltött tekerics alakja is *w* betűt formázott. Ezt követte a hagymakarikás, borsos, szószos hamburger neve, a *Brutal Brutus*, illetve a könnyedebb, nőiesebb wrap neve, a *Brave Berta*. 2022 tavaszán a füstös ízek kedvelőit a *Smokey Sophie* és a *Smokey Sally* név várta, míg a 2022-es nyári Maestro-ajánlatok közt megjelent a mézesmustáros szószsal csábító, *Honey Helga* nevű wrap, valamint a *Honey Holly* nevű hamburger. A tépett libahúsos finomságokat a *Pulled Polly*, illetve a *Pulled Petra* név képviselte. A tengeri ízvilág kedvelőit a frissen sült garnélás, *Sea Serena* nevű wrap, illetve a *Sea Sebastian* nevű burger várta. A Maestro szendvicsek kínálatából *b-s* betűrímes nevek voltak a *Brie Ben* (brie sajtot tartalmazó szendvics neve)

és a *Bbq Bob* (pikáns barbeque-szösszos szendvics neve). 2023-as tavaszi ajánlatként jelent meg a fokhagymás szösszal készült, *Gusto Greg* nevű szendvics. 2024 májusában napsütötte újdonságként hivatkoztak az olaszos beütésű, aszalt paradicsomos, bazsalikomos, cheddaros hamburgerre, amely a *Sunny Sofia* nevet kapta, a libamajszeleteket tartalmazó limitált különlegességnek pedig a *Goosey Gustav* fantázianevet adták. 2025 tavaszán a ropogós cheddarsajt-pogácsával készült hamburgert *Cheddar Chad* néven árulták, míg az év végi, hagymakarikás és rösztipogácsás újdonságnak *Tennessee BBQ Brutus* volt a neve.

Az alliterációt mint marketingfogást néhány desszertjének az elnevezésénél is alkalmazta a McDonald's. Ezek a csemegék szintén személyneveket kaptak, ám a hamburgerektől és wrapektől eltérően itt már ügyeltek arra is, hogy a nevekből felismerhetőek legyenek az alapul vett magyar édességek, s a könnyed finomságoknak női neveket adtak. Így a Rákóczi-túrós ízét kínáló fagyaltot *Rákóczi Rózi* névvel illették, az Eszterházy-torta ízvilágát imitáló fagyaltot pedig *Eszterházy Ellá*-nak keresztelték el.

A gyorsétteremláncok közül nem csupán a McDonald's aknázza ki az alliterációban rejlő lehetőséget. A KFC például *A következő kedden is keddi kosár!* felhívással élt a vásárlói felé, a Burger King pedig a *cs-k* összecsengését használta fel a *Chicken Cheddar Cheese Ring Lover* fantázianevű hamburgerénél, valamint az *a*-kat csendítette össze a *King Angry's Andalouse* burgernél.

**7. Alliteráló eufemizmusok.** Az alliteráció megjelenhet az eufemizmusoknál is. A szépítő körülírásoknak nem lényegi ismérve a betűrím; a tabuk nyelvi kifejezőeszközei közt sokkal gyakoribb a fonéma/morféma elvétele, hozzáadása vagy cseréje (*menj a csába*), a metafora (*bekapja a legyet*), a metonímia (*ki-megy a mosdóba*) és a litotézis (*nem egy Einstein*). Az eufemizmus célja ugyanis nem a hangzás, hanem az, hogy valamilyen kellemetlen tartalmat elfogadhatóbb formában fejezzen ki, ami szemantikai, illetve pragmatikai kérdés, nem pedig hangalakbeli. Ám alkalmanként az alliteráció is előfordulhat szépítő szerepben, ugyanis hangzásbeli eszközként segítheti a kifejezés által jelölt, tabunak számító tartalom enyhítését.

STEPHEN ÜLLMANN tabutipológiája szerint (1962) a félelem tabui közé a valóságos étellel, varázslással, babonákkal, tiszteleti tárgyakkal és tisztelt állatokkal kapcsolatos elnevezések sorolhatók, a tapintat tabui közé a betegségekre, illetve a halálra vonatkozó kifejezések tartoznak, míg az illem tabuit a nemiséghez, szexualitáshoz, kiválasztáshoz, testnedvekhez, terhességhez kapcsolódó kifejezések alkotják. Számos országban az utazók bélrendszerét megtámadó, hányással, hasmenéssel járó betegséget a tabukerülés miatt eufemisztikusan fejezik ki, s több helyen az angol kifejezések alliterációt tartalmaznak, ahogy azt a BENCZES (2013a: 242, 2013b: 171–172) által idézett forrás (W7) következő példái is mutatják. Zárójelben az ország megnevezése olvasható: *Banjul Belly* 'banjuli has' (Gambia), *Bali Belly* 'bali has' (Indonézia), *Basra Belly* 'baszra has' (Irak), *Casablanca Crud* 'casablancai piszok' (Marokkó), *Greek Gallop* 'görög galopp' (Görögország), *Rangoon Runs* 'ranguni futás' (Mianmar/Burma), *Rome Runs* 'római futás' (Olaszország), *Tokyo Trot* 'tokiói vágta' (Japán), *Turkey Trots* 'török vágta'

(Törökország), *Tut's Tummy* 'Tutanhamon pocakja' (Egyiptom). A magyarban nincsenek hasonló kifejezések erre a jelenségre.

**8. Összegzés.** Az alliteráció a szépirodalmi szövegeken kívül számos hétköznapi szövegtípusban jelen van. Az alakzat a hangfestő, tagoló és összekapcsoló szerepen kívül manipulatív erővel is rendelkezik, ami egyrészt abban rejlik, hogy a hangalak a játékossága révén elvon(hat)ja a figyelmet magának a szövegtípusnak, például a reklámnak a céljáról. Az összecsendülő szókezdetek figyelemfelkeltővé és emlékezetessé teszik a mondanivalót, valamint segítik annak visszaidézését. A marketingesek az alliterációkhoz kötődő stratégiáknak a tudatában vannak, s a filmiparban is kihasználják az azonos kezdőbetűket a címeknél, valamint a szereplőneveknél. Mnemotechnikai eszközként, memóriamankóként ugyanis segíti a megjegyezhetőséget, továbbá a karakterekhez való kötődést is erősíti. Egyéb szórakoztató műfajokban, például dalszövegekben pedig a forma többnyire a szövegalkotó virtuozitásáról árulkodik. Élve az alliteráció adta lehetőséggel, kijelenthető, hogy a bohókás és bűbajos betűrímek, valamint az agyafúrt alliterációk alkalmazása bevett szokás a hétköznapi szövegekben is, mivel ez a stilisztikai eszköz, ha nem is mágikusan működik, de azért elég jól kiszámítható a hatásmechanizmusa. A tanulmányba szándékosan tett betűrímek is remélhetőleg erről tanúskodtak.

**Kulcsszók:** alliteráció, manipuláció, reklám, humor, eufemizmus.

### Hivatkozott irodalom

- BÁRTHÁZI ESZTER 2008. Manipuláció, valamint manipulációra alkalmas nyelvhasználati eszközök a sajtóreklámokban. *Magyar Nyelv* 104: 443–463.
- BENCZES RÉKA 2013a. Nem csupán nyelvi játék. Az alliteráció és a rím szerepe az angol szóképzésben. In: KUGLER NÓRA – LACZKÓ KRISZTINA – TÁTRAI SZILÁRD szerk., *A megismerés és az értelmezés konstrukciói. Tanulmányok Tolcsvai Nagy Gábor tiszteletére*. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához 157. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 237–250.
- BENCZES RÉKA 2013b. The role of alliteration and rhyme in novel metaphorical and metonymical compounds. *Metaphor and Symbol* 28: 167–184. <https://doi.org/10.1080/10926488.2013.797728>
- BENCZES RÉKA 2014. „Ami rímel, az stimmel”. Az alliteráció és a rím szerepe a neologizmusokban. In: LADÁNYI MÁRIA – VLADÁR ZSUZSA – HRENEK ÉVA szerk., *Nyelv – társadalom – kultúra. Interkulturális és multikulturális perspektívák*. 1–2. A MANYE Kongresszusok előadásai. Proceedings of the HAALLT Congresses 10/I–II. MANYE – Tinta Könyvkiadó, Budapest. 109–114.
- BENCZES RÉKA 2019. The name of the game. Rhyme and alliteration in multi-word expressions. *Argumentum* 15: 133–144. [https://argumentum.unideb.hu/2019-anyagok/special\\_issue\\_I/benczesr.pdf](https://argumentum.unideb.hu/2019-anyagok/special_issue_I/benczesr.pdf)
- FÓNAGY IVÁN 1970. Alliteráció. In: KIRÁLY ISTVÁN főszerk., *Világirodalmi lexikon 1*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 220–224.

- FORGÁCS ERZSÉBET 2007. *Nyelvi játékok. Kreativitás a viccekben, a reklámyelvben, a sajtónyelvben és az irodalmi szövegekben*. Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó, Szeged.
- GÁLDI LÁSZLÓ 1961. A legújabb magyar költészet stílusproblémái. In: BALÁZS JÁNOS – BÓKA LÁSZLÓ szerk. *Stilisztikai tanulmányok. A Kiadói Főigazgatóság stilisztikai előadássorozatának teljes anyaga*. Gondolat Kiadó, Budapest. 147–194.
- HERTELENDY RÉKA 2011. Fordítói kihívások és megoldások a magyar nyelvű Harry Potter-kötetekben. *Névtani Értesítő* 33: 133–145. <https://doi.org/10.29178/NevtErt.2011.12>
- JENEI TERÉZ 2010. Betűrím. In: ADAMIK TAMÁS főszerk., *Retorikai lexikon*. Kalligram, Pozsony. 148.
- JUSCZYK, PETER W. – GOODMAN, MARA B. – BAUMANN, ANGELA 1999. Nine-month-olds' attention to sound similarities in syllables. *Journal of Memory and Language* 40: 62–82. <https://doi.org/10.1006/jmla.1998.2605>
- KATONA IMRE 1977. Alliteráció. In: ORTUTAY GYULA főszerk., *Magyar néprajzi lexikon* 1. Akadémiai Kiadó, Budapest. 91.
- KEMÉNY GÁBOR 2010. Címzavakban a sajtónyelvi címadásról. In: KEMÉNY GÁBOR, *A nyelvtől a stílusig. Válogatott tanulmányok, cikkek*. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához 100. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 59–78.
- KOVÁCS LÁSZLÓ 2017. *Márka és márkanév. Márkakutatás és nyelvészet – metszéspontok, lehetőségek, kihívások*. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához 197. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- KOVÁCS LÁSZLÓ 2024. *Nyelvi kommunikáció a marketingben. Marketingnyelvészet*. Akadémiai Kiadó, Budapest. <https://doi.org/https://doi.org/10.1556/9789636640569>
- LÁSZLÓ ZSIGMOND 1972. Alliteráció és alliterációs rím. In: LÁSZLÓ ZSIGMOND, *A rím varázsa*. Az MTA Stilisztikai és Verstani Munkabizottságának kiadványai. Akadémiai Kiadó, Budapest. 43–103.
- LINDSTROMBERG, SETH – BOERS, FRANK 2008. The mnemonic effect of noticing alliteration in lexical chunks. *Applied Linguistics* 29: 200–222. <https://doi.org/10.1093/applin/amn007>
- MÁNDOKI LÁSZLÓ 1988. A találósok stilisztikájához. In: VARGYAS LAJOS főszerk., *Magyar néprajz 5. Népköltészet*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 242–244.
- MÓZESNÉ KABÁN ANNAMÁRIA – MÓZES HUBA 2008. Alliteráció. In: SZATHMÁRI ISTVÁN főszerk., *Alakzatlexikon. A retorikai és stilisztikai alakzatok kézikönyve*. A magyar nyelv kézikönyvei 15. Tinta Könyvkiadó, Budapest. 71–74.
- NÉMETH ZOLTÁN 2021. *Alliteráció: a zeneiség fontosságának szerepe az előadásodban?* <https://www.linkedin.com/pulse/alliteráció-zeneiség-fontosságának-szerepe-az-zoltán-dr-németh-dtm> (2025. 12. 21.)
- PETHŐ JÓZSEF 2011. *Alakzat és jelentés. Az alakzatok stílus- és jelentésképző szerepe a szövegben*. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához 129. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- PETHŐ JÓZSEF 2015. Rhetorical figures in the stylistic structures of literary and non-literary texts. *Acta Academiae Beregsasiensis* 14: 77–86.
- ROBERTSON, KIM 1989. Strategically desirable brand name characteristics. *The Journal of Consumer Marketing* 6/4: 61–71. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000002563>
- SCHIRM ANITA 2024. Harry Potter és a „titokzatos töltelékek”, azaz a diskurzusjelölők J. K. Rowling *Harry Potter és a bölcsek köve* című regényében. *Alkalmazott Nyelvészeti Közlemények* 17/1: 88–104. <https://doi.org/10.32977/anyk.2024.007>

- SZATHMÁRI ISTVÁN 2004. *Stilisztikai lexikon. Stilisztikai fogalmak magyarázata szépirodalmi példákkal szemlélve*. A magyar nyelv kézikönyvei 7. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- SZATHMÁRI ISTVÁN 2010. *Stílus eszközök és alakzatok kislexikona*. Az ékesszólás kis-könyvtára 14. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- SZIKSZAINÉ NAGY IRMA 2007. *Magyar stilisztika*. Osiris Kiadó, Budapest.
- ULLMANN, STEPHEN 1962. *Semantics. An introduction to the science of meaning*. Barnes & Noble, New York.
- ZOLNAI BÉLA 1964. Az alliteráció. In: ZOLNAI BÉLA, *Nyelv és hangulat. A nyelv akusztikája*. Gondolat Könyvkiadó, Budapest. 83–87.
- W1: Harry Potter characters with alliterative names? <https://scifi.stackexchange.com/questions/98752/harry-potter-characters-with-alliterative-names> (2025. 12. 21.)
- W2: Alliteráló filmcímek listája. <https://letterboxd.com/russman/list/movie-titles-that-are-alliterations> (2025. 12. 21.)
- W3: Lackfi János mémje az alliterációról. <https://www.facebook.com/lackfi/photo/s/a.377510685710427/1217019958426158/> (2025. 12. 21.; az oldalt azóta törölték.)
- W4: Szürkülő szombat időjárás-jelentés. [https://www.youtube.com/watch?v=FbAx890St\\_A](https://www.youtube.com/watch?v=FbAx890St_A) (2025. 12. 21.)
- W5: A McDonald's honlapja. <https://www.mcdonalds.com/hu/hu-hu.html> (2025. 12. 21.)
- W6: Fast Food Central honlap. <https://fastfoodcentral.blog.hu> (2025. 12. 21.)
- W7: International euphemisms for traveller's gastrointestinal disorders. <https://www.wolfstad.com/2007/01/international-euphemisms-for-travellers-gastrointestinal-disorders> (2025. 12. 21.)

## **The charm of clownish head rhymes**

### **Alliteration as a manipulation mechanism**

Alliteration is not only a decorative device used by writers and poets, or a necessary element of nursery rhymes; it is not just a “charming, funny use of head rhymes”, but also an effective manipulation mechanism. The regular repetition of the initial sound of a word creates a sense of musicality, ensures good pronunciation, relieves tension, and can also serve as a memory aid. It suggests creativity, sometimes surprises, emphasizes the message, and also has the power to attract attention. Due to these roles, it is also frequently used as a manipulation tool in advertising and everyday communication. The harmony of the beginnings of words is sometimes used to entertain the recipients, as a deliberate source of humor, but in the case of sensitive topics, it is also suitable for euphemisms and for avoiding taboos. The study presents the mechanism of action of alliteration through diverse text types (films, lyrics, memes, advertisements and newspaper articles).

**Keywords:** alliteration, manipulation, advertisement, humor, euphemism.

SCHIRM ANITA  
Szegedi Tudományegyetem