

RU

Гиперболизация в современных английских художественных текстах

Власова Е. В.

Аннотация. Целью исследования является систематизированное установление разнообразных средств и способов выражения гиперболизации в речи персонажей в современных английских художественных текстах. Научная новизна исследования заключается в том, что впервые систематизируются разнообразные гиперболические средства в англоязычной художественной литературе, позволяющие добиться определенного эмоционального воздействия на адресата. В статье анализируются контексты употребления преувеличения в речи 25 персонажей в произведениях современных английских писательниц «Утешение и радость» (2010) Инди Найт, «В поисках Одри» (2015) и «Люби свою жизнь» (2020) Софи Кинселлы и впервые обобщаются гиперболические способы выражения в предложениях современного английского общества. В исследовании рассматриваются такие гиперболические средства, как гипербола, гиперболическая метафора, метонимия, ирония, антигипербола, мейозис и литота. Результаты исследования показали, что гиперболические способы способствуют созданию красочного образа, комического эффекта, а также эмоционального и манипулятивного воздействия на читателя. Анализируемый материал выявил существование лексических, грамматических и стилистических способов выражения гиперболизации, которые активно используются в речи современных носителей языка.

EN

Hyperbolization in modern English literary texts

Vlasova E. V.

Abstract. The aim of the paper is to identify in a systematized manner various means and ways of expressing hyperbolization in the speech of characters in modern English literary texts. The research is novel in that it is the first to systematize a variety of hyperbolic means in English-language fiction that allow achieving a certain emotional impact on the addressee. The paper analyzes the contexts of the use of exaggeration in the speech of 25 characters in the works of modern English writers: India Knight's "Comfort and Joy" (2010), Sophie Kinsella's "Finding Audrey" (2015) and "Love Your Life" (2020), and for the first time summarizes hyperbolic ways of expression in the maxims of modern English society. The study examines such hyperbolic means as hyperbole, hyperbolic metaphor, metonymy, irony, antihyperbole, meiosis and litotes. The results of the study showed that the hyperbolic ways contribute to the creation of a colorful image, comic effect, as well as an emotional and manipulative impact on the reader. The analyzed material revealed the existence of lexical, grammatical and stylistic ways of expressing hyperbolization, which are actively used in the speech of modern native speakers.

Введение

Данное исследование посвящено рассмотрению разнообразных средств и способов гиперболизации в речи персонажей современных английских художественных произведений. Гипербола, представляющая результат гиперболизации, рассматривалась в работах многочисленных российских и зарубежных исследователей: Л. П. Крысина (1988), И. С. Курахтановой (1978), Е. В. Поликарповой (1990), Ю. М. Скребнева (2003), В. И. Шувалова (2006), В. Д. Девкина (1965), Т. А. Гужевой (2013), С. Burgers, К. Y. R. De Lavalette, G. J. Steen (2018), D. Wilson (2017). Ученые отмечали, что гипербола представляет собой не только преувеличение, но и преуменьшение признака, то есть максимизацию и минимизацию. Важнейшим условием гиперболизации, по мнению вышеперечисленных исследователей, выступает факультативность презентации достоверной информации. Гипербола является главным инструментом воздействия в процессе коммуникации, повышая экспрессивность в речи. Следует отметить, что гипербола неразрывно связана и переплетена с метафорой, метонимией и иронией. Данные стилистические приемы создают яркие образы, дополняя друг друга. Одним из наиболее

распространенных способов гиперболизации являются фразеологические обороты, составляющие основу гипербол преувеличения и гипербол преуменьшения.

В настоящее время в лингвистике недостаточно исследованы особенности построения гиперболы, языковые способы ее выражения, выполняемые функции и стратегии гиперболизации в речи носителей языка. Актуальность исследования заключается в том, что анализ использования гиперболы как средства выражения речи англичан в современных художественных текстах может послужить выявлению условий, необходимых для предотвращения коммуникативного сбоя в ситуациях межкультурной коммуникации.

Для реализации цели рассматриваются следующие задачи:

- 1) изучить и обобщить теоретический материал по гиперболизации;
- 2) выявить способы гиперболизации в речи современных англичан на основе художественных текстов;
- 3) определить стратегии гиперболизации в речи носителей языка на основе современных английских художественных текстов.

Предметом исследования является гиперболический способ выражения в современном английском языке.

В ходе исследования были использованы следующие методы: теоретико-лингвистический анализ литературы, с помощью которого рассматривались отечественные и зарубежные работы по теме исследования; метод сплошной выборки, с помощью которого осуществлялся отбор языкового материала из современных художественных текстов; а также системный и структурный методы, которые позволили обобщить и классифицировать исследуемый материал.

Теоретическую базу работы составили труды отечественных ученых И. В. Арнольд (2002), И. Р. Гальперина (1958), Л. П. Крысина (1988), Б. В. Томашевского (1983), посвященные описанию различных точек зрения разных терминологических школ относительно гиперболы. Кроме того, учитывались работы И. С. Курахтановой (1978), Г. Н. Поспелова (1978), Е. В. Поликарповой (1990), которые рассматривают историю происхождения гиперболы, ее составляющие факторы и выделяют условия гиперболизации. Важным аспектом исследования явилась систематизация различных способов выражения гиперболы, что стало возможным благодаря трудам Ю. М. Скребнева (2003), Т. Г. Хазагерова (1992) и Т. А. Гужевой (2013).

В качестве материала исследования использовались следующие произведения художественной литературы: «Утешение и радость» Инди Найт (Knight I. Comfort and Joy. L.: Penguin Books Ltd, 2010), «В поисках Одри» Софи Кинселлы (Kinsella S. Finding Audrey. L.: A Penguin Random House Company, 2015) и «Люби свою жизнь» Софи Кинселлы (Kinsella S. Love Your Life. L.: A Penguin Random House Company, 2020) – в общей сложности 775 страниц, откуда методом сплошной выборки были зафиксированы 536 контекстов употребления гиперболических способов выражения в речи современных англичан.

Практическая значимость данного исследования заключается в возможности использовать материалы работы в теоретических и практических курсах по стилистике английского языка, лексикологии, теории и практике перевода.

Обсуждение и результаты

Гипербола в лингвистической литературе

Гиперболу рассматривают как поэтическую фигуру (Веселовский, 2001; Тихомиров, 2006), как троп (Москвин В. П. Выразительные средства современной русской речи: тропы и фигуры. Терминологический словарь-справочник. Ростов н/Д: Феникс, 2004) и как стилистический прием (Гальперин, 1958). Гиперболу также определяют как интенсификатор/усилитель, представляющий один из способов выражения переоценки/преувеличения (Власова, 2005). Некоторые ученые считают, что намеренное преуменьшение признака предмета, явления или действия также является гиперболой, так как это «не что иное, как преувеличенное представление малых размеров предмета» (Крысин, 1988, с. 98). То есть литота рассматривается как разновидность гиперболы (Томашевский, 1983).

Исходя из различных точек зрения разных терминологических школ относительно гиперболы, мы можем сделать вывод о том, что вышеперечисленные понятия являются синонимами. На наш взгляд, гипербола представляет собой стилистический прием, так как она способствует усилению выразительности и образности. Это прием, применяемый говорящим для повышения экспрессивности своей речи с целью определенного воздействия на слушателя.

Гипербола как результат гиперболизации в лингвостилистике

Гипербола, как мы уже отмечали, является результатом процесса гиперболизации, которая представляет собой процесс мышления, сопровождающий создание и восприятие гиперболического наименования (Курахтанова, 1978). Гиперболизация относится к ранней форме чувствительного и теоретического мышления (Поспелов, 1978). Первобытные люди прибегали к гиперболическим образам, так как не могли объяснить непонятную природную стихию. То есть им было трудно четко ограничить реально существующее и фантастическое. Интересным является тот факт, что гиперболическое преувеличение можно встретить не только в художественной литературе и в словесном творчестве, но и в архитектуре и изобразительном искусстве. Таким образом, гипербола экспериментирует над миром, лишая его разумных объяснений (Поликарпова, 1990). В словесном творчестве гипербола способствует созданию разнообразной, нескудной речи, что позволяет

ей сблизиться с иронией, с комическими элементами в языке. С другой стороны, гипербола рассматривается и как эстетическая категория. Следует отметить, что существуют авторские гиперболы, которые употребляются автором преднамеренно как особый стилистический прием.

В лингвостилистике гипербола трактуется как стилистический прием, в основе которого лежит намеренное, образное, нереальное преувеличение большой или преуменьшение малой меры актуального для говорящего признака, явления, действия или предмета, служащий для интенсификации меры признака и для передачи индивидуального, эстетического и эмоционального восприятия (Курахтанова, 1978). Необходимо указать, что в гиперболах преувеличения означающее всегда намного больше означаемого, а в гиперболах преуменьшения означающее намного меньше означаемого (Поликарпова, 1990).

Важными составляющими гиперболы, по мнению И. С. Курахтановой (1978), являются: гиперболический признак, реальная мера и гиперболическая мера.

Следует отметить, что гиперболический образ – самый абсурдный и невероятный – имеет цель эмоционально воздействовать на слушателя, а не обмануть его. Важнейшими условиями гиперболизации являются:

- 1) факультативность точной подачи информации;
- 2) выражение характеризуемого в большей или меньшей степени, по сравнению с обычной;
- 3) соотнесение высказывания с реальной ситуацией (Гужева, 2013, с. 16).

Таким образом, гипербола как результат гиперболизации способствует созданию определенного типа видения мира, который зависит от воображения адресанта. Данный стилистический прием украшает речь, привлекая внимание собеседника.

Гипербола в системе выразительных языковых средств

В системе выразительных средств языка все тропы взаимодействуют и переплетаются друг с другом. Гипербола может представлять разновидность перифраза (Ризель, 1963), сблизиться с метонимией (Тимофеев Л. И. Словарь литературоведческих терминов. М.: Просвещение, 1974). Частым метонимическим переносом при гиперболическом употреблении простых существительных является синекдоха – перенос «части вместо целого» и «целого вместо части» (Ризель, 1963). Гипербола взаимодействует со сравнением (Арутюнова, 1978а; 1978b; Ашурова, 1970; Чернышева, 1970) или с эпитетом (Базилина, 1974). Гипербола в содержательном плане близка к парадоксу и к оксюмору (Поликарпова, 1990). Иногда гипербола представляет собой гротеск – чрезмерное преувеличение, нарушение границ правдоподобия, сочетание резких контрастов, изображение чего-либо в уродливо комическом виде (Поликарпова, 1990). Гипербола тесно взаимодействует с иронией (Москвин, 2004). Гиперболу и иронию считают субъективными, так как речь идет об изменении значения на основе индивидуальной точки зрения.

Следует отметить, что существуют гиперболы нетропеического характера – прозрачные гиперболы – вымышленные и нереальные (Девкин, 1965). Но в большей степени гиперболизация выражается с помощью метафоры / гиперболической метафоры (Власова, 2020, с. 156). Гиперболическая метафора создает более четкий, яркий смысл художественного текста и разнообразные коннотации. Различие метафоры и гиперболической метафоры в том, что в первой семантическое несоответствие значений сопоставляемых слов несколько затемняется, во второй – несовместимость становится актуальной, в семантике преобладает компонент смысла «интенсивность». Рассмотрим пример:

“Today, there’s already nowhere left to sit, and the presents – the obscene tsunami of presents, which has been added to by every new guest – has by now pretty much engulfed what remains of the floorspace: people are standing about like little person-islands, an ocean of packages at their feet” (Knight, 2010, p. 20). / «Сегодня здесь уже негде присесть, а подарки – непристойное цунами подарков, которые пополняются каждым новым гостем, – к настоящему времени в значительной степени поглотили то, что осталось от площади: кажется, будто люди похожи на маленькие островки среди океана пакетов» (здесь и далее – перевод автора статьи. – Е. В.).

Автор описывает центр города в канун Рождества, используя при этом окказиональные гиперболические метафоры: «цунами подарков, океан упаковок». Окказиональные гиперболы – это авторские, индивидуальные, произвольные или случайные гиперболы. Окказиональные гиперболы используются в речи любого говорящего, не только писателя и поэта. Используя окказиональную гиперболу, коммуникант стремится выразить свою индивидуальность и создать красочный образ происходящего. Кроме того, в данном примере используется и узуальная гипербола – стертая/окаменевшая/экстипербола, выраженная с помощью наречия “pretty much” («в значительной степени»). Данная гипербола используется для усиления производимого эффекта на слушателя/читателя. Сравнение людей с «маленькими островками» способствует гиперболизации создаваемого автором образа. Следует отметить английское сравнение simile, которое выражает преувеличение/переоценку в речи говорящего в реакции на ситуацию (Власова, 2021, с. 196). Переплетение гиперболы и сравнения рассматривается в работах отечественных и зарубежных ученых, которые подчеркивают их взаимосвязь для создания гиперболического образа и для привлечения внимания слушателя (Баранова, 2020, с. 274; Hanks, 2005, p. 4; Harding, 2019, p. 25).

В системе выразительных языковых средств ряд ученых связывают гиперболу с мейозисом и литотой. Они выделяют два семантических варианта гиперболы – гиперболу преувеличения, для которой характерно возрастание признака в направлении к максимуму, и гиперболу преуменьшения/минимизации, когда что-то слишком малое превращается в чрезмерно малое (Гужева, 2013, с. 12). Мейозис заключается в намеренном преуменьшении свойств объекта речи. Это логическая и психологическая противоположность гиперболы.

По мнению Ю. М. Скробнева (2003, с. 118), гипербола является незавуалированным выражением эмоций, в то время как мейозис предоставляет адресату возможность самому понять намеренно сдержанную оценку адресанта. Мейозис может быть выражен любыми языковыми средствами, за исключением его специфической разновидности – литоты, или «обратной гиперболы». Литоту определяют как «отрицание противоположного» (Арнольд, 2002; Дроняева, Клушина, 2010), так как в ее основе лежит двойное отрицание. Литота понятна и адресанту, и адресату.

Некоторые лингвисты используют термин «антигипербола», которая представляет мейозис и литоту (Хазаргов, 1992). Таким образом, гипербола – преувеличение большого, а антигипербола – преувеличение малого. Ряд лингвистов указывают на то, что гипербола относится к английскому понятию *overstatement*, а антигипербола – к *understatement* (Гужева, 2013). В. И. Шувалов (2006) ввел термин «гиподокс» для преуменьшения из-за присутствия семы недостаточности, которая тем не менее усиливает экспрессивность высказывания.

Таким образом, переплетение гиперболы с другими языковыми средствами свидетельствует о неоднозначности определения ее места в системе выразительных средств языка.

Лингвистические средства выражения гиперболизации

Гиперболизация в английском языке осуществляется с помощью стилистических, лексических и грамматических средств. К **стилистическим способам** выражения относятся в большей степени гиперболическая метафора, сравнение и ирония. Остановимся на примерах:

'Did you forget to feed them, Flo? I thought they had tea at half past five.'

'They do normally but look at them – they're so stuffed they can barely walk, the pair of puddings. They've been helping themselves to leftover canapés all afternoon. They're not really children, they're mini-pigs' (Knight, 2010, p. 30). /

«– Ты забыла покормить их, Фло? Я думала, они пьют чай в половине шестого.

– Обычно так и происходит, но посмотрите на них – они так наелись, что едва могут ходить, просто два пудинга. Они весь день ели остатки канапе. Это не дети, а поросята».

В данном примере героиня использует гиперболические метафоры “the pair of puddings” и “mini-pigs” для создания яркого образа детей с целью комического эффекта. Кроме того, приставка “mini-” указывает на преуменьшение нормы слова и придает экспрессивную окраску описанию детей. Данную метафору можно трактовать как антигиперболу/преуменьшение/гиподокс. Наречие в выражении “barely walk” также демонстрирует преуменьшение в речи говорящего с целью подчеркнуть тот факт, что дети реально переели. Помимо стилистического способа выражения гиперболизации, в речи персонажа используются лексические средства: сочетание наречия с прилагательным “so stuffed”. Данное сочетание выражает эмоциональную оценку говорящего и способствует созданию комического эффекта. Перейдем к следующему примеру:

“Oh, it's *stunning*,” Metaphor replies in a loud, definitive voice, although she's the only person who can pronounce on what's stunning or not and no one else had better even try. “The ancient, craggy stones, worn down by a thousand footsteps,” she continues in declamatory tones. “The echoing cloister, full of history. The scents of herbs, mingling with the cascading blooms of flowers all around us, while swallows speed through the cobalt sky, tumbling and shooting like endless darts of...”. She hesitates for only a moment (Kinsella, 2020, p. 36). / «– О, это потрясающе, – отвечает Метафора громким, категоричным голосом, как будто она – единственная, кто может сказать, что потрясающе, а что нет, и никому другому лучше даже не пытаться. – Древние, скалистые камни, истертые тысячами шагов, – продолжает она декламаторским тоном. – Гулкий монастырь с богатой историей. Ароматы трав, смешивающиеся с ниспадающими каскадами цветов вокруг, в то время как ласточки проносятся по кобальтовому небу, как бесконечные стрелы... – На секунду она замолкает».

В данном примере автор с иронией описывает героиню, которая называет себя Метафорой и использует в своей речи одни метафоры для создания яркого образа всего происходящего вокруг: “the ancient, craggy stones, worn down by a thousand footsteps”, “the echoing cloister, full of history. The scents of herbs, mingling with the cascading blooms of flowers”. Гиперболизация в речи героини проявляется и в использовании сравнения – simile: “like endless darts” и “as though she is the only person...” – и гиперболы: “no one else had better even try”. Следует подчеркнуть взаимодействие метафоры и simile, которые часто употребляются в художественной речи носителей языка для выразительного представления и оказания незабываемого впечатления на читателя (O'Donoghue, 2009, p. 126; Utsumi, 2007, p. 292). Ирония в данном примере используется для выражения гиперболического шуточного образа и вызывает улыбку у читателя. Связь юмора и гиперболы рассматривается в работах современных зарубежных и отечественных исследователей, которые подчеркивают комический эффект, вызванный использованием вышеупомянутых стилистических средств (Wilson, 2017, p. 202; Burgers, De Lavalette, Steen, 2018, p. 73; Ievleva, Khramchenko, 2023, p. 77; Verzhinskaya, 2020, p. 75).

Остановимся на лексическом средстве гиперболизации.

Лексический способ реализации гиперболы включает в себя использование эмоционально-оценочных наречий в сочетании с прилагательными; квантитативные сочетания с гиперболическим значением – числительные и слова, имеющие сему количества, меры или объема; фразеологические средства с чрезмерной степенью выражения признака, способствующие созданию комического эффекта. Рассмотрим следующий пример:

“It's all quite intense. Quite strange. Although in fairness, I knew it would be. I read a stack of online reviews before I booked this course” (Kinsella, 2020, p. 28). / «Все это довольно напряженно. Довольно странно. Хотя, честно говоря, я знала, что так и будет. Я прочитала кучу онлайн-отзывов, прежде чем записаться на этот курс».

В данном примере героиня использует эмоционально-оценочное наречие “quite” в сочетании с прилагательными “intense” и “strange” для усиления своей реакции на ситуацию. Кроме того, гипербола “stack of online reviews” подчеркивает объем проделанной персонажем работы и выражает ее недовольство по поводу выбора занятия.

Остановимся на примере, который иллюстрирует гиперболизацию с помощью количественного сочетания:

“Nell’s hair color has changed about 106 times over the years that I’ve known her, whereas mine hasn’t changed once” (Kinsella, 2020, p. 9). / «Нелл уже сто раз меняла цвет волос, тогда как мой цвет волос не менялся ни разу».

Данный пример является интересным, так как реализует самоиронию героини по поводу своей личной жизни: “whereas mine hasn’t changed once”. Антитеза, демонстрирующая изменения в жизни двух героинь – цвет волос Нелл, меняющийся много раз и отсутствие событий в жизни другой героини за одно и то же время, иллюстрирует один из способов гиперболизации текста. Кроме того, данный прием вызывает улыбку у читателя. Рассмотрим следующий пример:

‘I’ve tried talking!’ Mum lashes back. ‘I’ve tried cajoling, arguing, pleading, reasoning, bribing... I’ve tried everything! EVERYTHING, Frank!’ (Kinsella, 2015, p. 6). / «– Я пыталась разговаривать! – говорит мама с негодованием. – Я пробовала уговаривать, спорить, умолять, аргументировать, подкупать... Я перепробовала все! ВСЕ, Фрэнк!».

Интересными, на наш взгляд, являются повтор выражения “I’ve tried” в вышеупомянутом контексте и гипербола “everything”, выделенная на письме заглавными буквами и усиленная с помощью повтора. Данные способы гиперболизации демонстрируют убедительность слов главной героини, которая красочно и эмоционально выражает свое отношение к происходящему. Героиня крупно масштабирует изображаемые явления, заставляя адресата обратить внимание на ее негодование.

Перейдем к рассмотрению грамматических средств гиперболизации.

Грамматический способ подразумевает использование сравнительной и превосходной степеней сравнения прилагательных. К данному способу относятся и морфологические средства усиления: префиксы/полупрефиксы, суффиксы, которые порождают гиперболический образ, присоединяясь к основе слов. Словообразовательные префиксы “over-”, “under-” являются усилительными приставками и способствуют выражению высшей степени качества. Усиление значения происходит как в положительную, так и в отрицательную сторону. Приставки “extra-”, “hyper-”, “micro-”, “mini-”, “maxi-”, “super-”, “ultra-”, “mega-” указывают на высокую степень проявления признака, на превышение нормы и выход за ее пределы. Данные префиксы придают экспрессивную окраску слов. Рассмотрим пример:

‘You’re the most annoying person I have ever met, Clara,’ Robert says conversationally, and very much not for the first time (Knight, 2010, p. 50). / «– Ты самый надоедливый человек, которого я когда-либо встречал, Клара, – говорит Роберт непринужденно и далеко не в первый раз».

В данной ситуации гиперболизация выражается с помощью превосходной степени сравнения прилагательного “the most annoying” и наречий “very much” с инверсией, выделенной в примере. Данное сочетание используется для манипулятивного воздействия на собеседника. Использование такого эмоционального воздействия указывается в работах отечественных и зарубежных авторов, которые выделяют манипуляцию как одну из задач гиперболы (Monakhova, 2019, p. 42; Bian, Jayantini, Karyu, 2021, p. 58).

Перейдем к рассмотрению еще одного примера:

I go to kiss my mother. ‘It’s the best thing you’ve ever given me. The best present, I mean. Ever. Better than my Sony Walkman. I love it’ (Knight, 2010, p. 66). / «Я иду целовать маму. – Это лучшее, что ты мне когда-либо дарила. Я имею в виду, самый лучший подарок. Самый. Лучше, чем мой Sony Walkman. Мне он нравится».

В вышеупомянутом примере персонаж использует в своей речи сравнительную и превосходную степени сравнения прилагательных для усиления выражения благодарности героини за подарок.

Необходимо отметить, что все вышеприведенные примеры из современных художественных произведений демонстрируют активное использование всех гиперболических способов: стилистических, лексических и грамматических, которые в совокупности способствуют созданию неповторимых образов предметов, явлений, людей и событий и вызывают улыбку у читателя.

Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам.

Анализ теоретического материала по теме исследования показал, что достижение гиперболического эффекта происходит благодаря наличию определенного гиперболизатора – носителя гиперболического признака. Гипербола подразумевает два семантических варианта: принцип максимизации признака и принцип минимизации признака. Характеризуемое представляется, как правило, намного большим в гиперболах преувеличения и намного меньшим в гиперболах преуменьшения. В процессе коммуникации гипербола может активно взаимодействовать с метафорой, сравнением, иронией, мейозисом, литотой и другими стилистическими приемами. Границы между ними достаточно проницаемы, и они взаимодействуют между собой, усиливая экспрессивное воздействие на коммуниканта, не теряя при этом своей собственной стилистической специфики.

Обзор основных лингвистических способов гиперболизации в речи современных англичан на основе художественных текстов показал, что существуют стилистические, лексические и грамматические способы выражения гиперболизации. К стилистическим способам выражения относятся в большей степени гиперболическая

метафора, сравнение и ирония, которые используются для придания комического оттенка речи какого-либо персонажа. Лексический способ реализации гиперболы включает в себя употребление эмоционально-оценочных наречий в сочетании с прилагательными; количественные сочетания с гиперболическим значением – числительные и слова, имеющие сему количества, меры или объема; фразеологические средства с чрезмерной степенью выражения признака, способствующие созданию комического эффекта. Грамматический способ подразумевает использование сравнительной и превосходной степеней сравнения прилагательных. К данному способу относятся и морфологические средства усиления: префиксы/полупрефиксы, суффиксы, которые порождают гиперболический образ, присоединяясь к основе слов, и способствуют созданию неповторимых образов, предметов и явлений, вызывая улыбку у читателя.

Анализ стратегий гиперболизации в речи носителей языка на основе современных художественных текстов показал, что гипербола является средством для создания красочного образа, комического эффекта, для эмоционального и манипулятивного воздействия на адресата. Гиперболизация в исследуемых текстах используется для усиления выражения благодарности, негодования, недовольства и убежденности в своей правоте.

Данное исследование может послужить основой для дальнейшего изучения гиперболизации в современном английском языке и речи. Далее возможно рассмотрение реализации гиперболического эффекта в различных сферах.

Источники | References

1. Арнольд И. В. *Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов*. Изд-е 4-е, испр. и доп. М.: Флинта; Наука, 2002.
2. Арутюнова Н. Д. Синтаксические функции метафоры // *Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка*. 1978а. Т. 37. № 3.
3. Арутюнова Н. Д. Функциональные типы языковой метафоры // *Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка*. 1978b. Т. 37. № 4.
4. Ашурова Д. У. *Лингвистическая природа художественного сравнения: автореф. дисс. ... к. филол. н. Тамбов, 1970*.
5. Базилина Н. М. *Эпитет в современном французском языке: автореф. дисс. ... к. филол. н. Тамбов, 1974*.
6. Баранова Т. М. Типология индивидуальных образных сравнений с позиции их восприятия реципиентом в аспекте перевода // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2020. Т. 13. Вып. 5.
7. Веселовский А. Н. Мерлин и Соломон: избранные работы. М. – СПб.: ЭКСМО-Пресс, 2001.
8. Власова Е. В. Гипербола и сравнение в речи персонажей современной британской художественной литературы (на материале романа И. Найт «Радость и утешение») // *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2021. № 1 (154).
9. Власова Е. В. Гиперболическая метафора как средство выражения переоценки в речи современных англичан (на материале художественной литературы начала XXI века) // *Язык. Культура. Перевод: научные парадигмы и практические аспекты: сб. науч. тр.: в 2-х ч. / под ред. В. А. Иконниковой, Н. Д. Паршиной; Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Одинцовский филиал МГИМО МИД России*. М., 2020. Ч. 1.
10. Власова Е. В. Социолингвистический аспект изучения недооценки и переоценки в речи современного англичанина (на материале художественных произведений начала XXI века): дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2005.
11. Гальперин И. Р. *Очерки по стилистике английского языка*. М.: Изд-во литературы на иностранных языках, 1958.
12. Гужева Т. А. Гиперболический способ выражения в современном немецком языке: автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2013.
13. Девкин В. Д. *Особенности немецкой разговорной речи*. М.: Международные отношения, 1965.
14. Дроняева Т. С., Клушина Н. И. *Стилистика современного русского языка. Практикум*. М.: Флинта; Наука, 2010.
15. Крысин Л. П. Гипербола в русской разговорной речи // *Проблемы структурной лингвистики*. 1984 / отв. ред. В. И. Григорьев. М.: Наука, 1988.
16. Кураханова И. С. Языковая природа и функциональная лингвистика стилистического приема гиперболы (на материале английского языка): дисс. ... к. филол. н. М., 1978.
17. Поликарпова Е. В. Гипербола в современном немецком языке (лексикологический аспект): дисс. ... к. филол. н. М., 1990.
18. Пospelов Г. Н. *Теория литературы*. М.: Высшая школа, 1978.
19. Ризель Э. Г. *Стилистика немецкого языка: учеб. пособие*. М.: Высшая школа, 1963.
20. Скребнев Ю. М. *Основы стилистики английского языка*. М.: АСТ, 2003.
21. Тихомиров С. А. Гипербола в градуальном аспекте: дисс. ... к. филол. н. М., 2006.
22. Томашевский Б. В. *Стилистика*. Л.: Изд-во ЛГУ, 1983.
23. Хазагеров Т. Г. Экспрессивная стилистика и методика анализа художественных текстов // *Проблемы экспрессивной стилистики: сб. науч. ст. Ростов н/Д: Изд-во Ростовского университета*, 1992.
24. Чернышева И. И. *Фразеология современного немецкого языка*. М.: Высшая школа, 1970.
25. Шувалов В. И. *Метафора в лексической системе немецкого языка: дисс. ... д. филол. н. М., 2006*.
26. Bian F., Jayantini I. G. A. S. R., Karya I. W. S. An Analysis of Hyperbole in Drama "Romeo and Juliet" by William Shakespeare // *Elysian Journal: English Literature, Linguistics and Translation Studies*. 2021. Vol. 1 (2).

27. Burgers C., De Lavalette K. Y. R., Steen G. J. Metaphor, Hyperbole, and Irony: Uses in Isolation and in Combination in Written Discourse // *Journal of Pragmatics*. 2018. Vol. 127.
28. Hanks P. Similes and Sets: The English Preposition 'Like' // *Languages and Linguistics: Festschrift for Fr. Cermak*. Prague: Charles University, 2005.
29. Harding J. R. Similes, Puns and Counterfactuals in Literary Narrative. N. Y.: Routledge, 2019.
30. Ievleva A. Yu., Khranchenko D. S. Stretching Reality: The Function & Translation of Hyperbole in Anglophone Satirical Science Fiction Literature // *Professional Discourse & Communication*. 2023. Vol. 5 (2). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-2-70-80>
31. Monakhova E. Cognitive and Pragmatic Approach to Using Stylistic Devices in English Literary Discourse // *Training, Language and Culture*. 2019. Vol. 3 (1). <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.1.3>
32. O'Donoghue J. Is a Metaphor (like) a Simile? Differences in Meaning, Effect and Processing // *Working Papers in Linguistics*. 2009. Vol. 21.
33. Utsumi A. Interpretive Diversity Explains Metaphor-Simile Distinction // *Metaphor and Symbol*. 2007. Vol. 22.
34. Verzhinskaya I. V. Conceptual Features of Humor Hyperpolarization in American Artistic Discourse // *Modern Studies of Social Issues*. 2020. Vol. 12 (5).
35. Wilson D. Irony, Hyperbole, Jokes and Banter // *Formal Models in the Study of Language: Applications in Interdisciplinary Contexts* / ed. by J. Blochowiak, Ch. Grisot, S. Durrleman, Ch. Laenzlinger. Cham: Springer, 2017.

Информация об авторах | Author information



Власова Екатерина Викторовна¹, к. филол. н., доц.

¹ Одинцовский филиал МГИМО МИД России



Vlasova Ekaterina Viktorovna¹, PhD

¹ MGIMO University, Odintsovsky Branch

¹ vlaska@bk.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 15.08.2023; опубликовано online (published online): 04.10.2023.

Ключевые слова (keywords): гиперболизация; гипербола; гиперболическая метафора; художественный текст; речь современных англичан; hyperbolization; hyperbole; hyperbolic metaphor; literary text; speech of the modern British.