

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра англійської філології та прикладної лінгвістики

СЕМАНТИКА ГІПЕРБОЛІЧНИХ ТРОПІВ У СУЧАСНІЙ
АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ ПРОЗІ. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: студентка 09-202М групи
спеціальності 035.041 Філологія
(германські мови та літератури (переклад
включно), перша – англійська)
Освітньо-професійна програма «Філологія
(германські мови та літератури
(переклад включно) перша – англійська)»

Алейнік Аліна Олегівна

Керівниця: к. філол.н., доцентка

Короткова Людмила Віталіївна

Рецензентка: к. пед. н., доцентка

Зуброва Ольга Андріївна

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Гіпербола у системі тропів сучасної англійської мови	5
1.1. Поняття «гіпербола» у сучасній філології	5
1.2. Класифікація гіперболічних тропів	8
1.3. Семантичне поле гіперболи	9
1.4. Засоби вираження гіперболи в художній прозі.....	11
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНУВАННЯ ГІПЕРБОЛИ	
В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ.....	16
2.1. Креативні характеристики гіперболи в художній прозі....	16
2.2. Взаємодія гіперболи з різними стилістичними тропами в художній прозі	19
РОЗДІЛ . ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ	
ГІПЕРБОЛИ В ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ НА ПРИКЛАДІ	
АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО КІНОСЦЕНАРІЮ	25
«ШЕРЛОК».....	
3.1. Труднощі та загальні принципи передачі стилістичних тропів в художній прозі.....	25
3.2. Аналіз шляхів відтворення гіперболи на прикладі кіносценарію «Шерлок»	32
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	42

ВСТУП

Актуальність теми. Мова – унікальне явище, засобом якої здійснюється основна частина комунікацій в суспільстві. Однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики є проблема міжмовної комунікації, яка здійснюється, як правило, за допомогою перекладу.

Переклад – викликаний суспільною необхідністю процес і результат передачі інформації (змісту), виражений в письмовому або усному тексті на одній мові, за допомогою еквівалентного (адекватного) тексту іншою мовою.

Найчастіше, при перекладі художньої літератури перекладач стикається з проблемою еквівалентного перекладу конкретних реалій однієї країни, або лексичними оборотами, які незрозумілі читачеві іншої країни, і можуть взагалі не мають аналогів в мові перекладу. Процес перекладу тексту з однієї мови на іншу може бути дуже трудомістким, особливо багато труднощів і питань викликає переклад художніх текстів, що пов'язано з їх стилістичною своєрідністю.

Адекватний (повноцінний) переклад неможливий без врахування стилістичних особливостей тексту оригіналу і передачі їх у тексті перекладу. Функціональна точність не лише допускає, а часто і вимагає відмови від формальних, словникових відповідностей.

Одним з найцікавіших аспектів теорії перекладу є проблема передачі стилістичних прийомів мови. На даний час цей аспект недостатньо опрацьований і продовжує привертати увагу як дослідників– теоретиків, так і лінгвістів– практиків. На сучасному етапі розвитку лінгвостилістики одним з її актуальних завдань є вивчення мовної природи та особливостей функціонування окремих стилістичних прийомів у текстах різних функціональних стилів.

Метою даної роботи є всебічне дослідження таких стилістичних фігур як гіпербола і лілота та особливостей їх перекладу. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних завдань:

- з'ясувати поняття «гіперболи» у сучасній філології ;

- визначити класифікацію гіперболічних тропів;
- охарактеризувати семантичне поле гіперболи;
- розглянути засоби вираження гіперболи в художній прозі;
- вивчити креативні характеристики гіперболи в художній прозі;
- обґрунтувати взаємодію гіперболи з різними стилістичними тропами в художній прозі;
- визначити труднощі та загальні принципи передачі стилістичних тропів в художній прозі;
- зробити аналіз шляхів відтворення гіперболи на прикладі кіносценарію «Шерлок».

Об'єктом дослідження виступають такі стилістичні прийоми як гіпербола та літота.

Предмет дослідження – функціонування даних стилістичних засобів та їх переклад у англійськомовній художній прозі.

Методи дослідження: методі порівняння та узагальнення, метод вивчення науково– методичної літератури та періодичних видань, метод вибірки та аналізу.

Структура роботи: робота складається з трьох розділів, містить вступ, висновки, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ГІПЕРБОЛА У СИСТЕМІ ТРОПІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

1.1. Поняття «гіпербола» в сучасній філології

Вивчення лінгвістичної природи і особливостей функціонування тропів поряд з іншими стилістичними прийомами є однією з актуальних проблем в лінгвостилістиці, яка розглядає способи мовного вираження і його естетичну функцію. Різні підходи в дослідженні стилістичних фігур сприяють виявленню індивідуального стилю автора і опису художньої системи в цілому. Аналіз лінгвістичної природи стилістичних прийомів є основною умовою їх правильного розуміння і опису.

З метою дослідження даної стилістичної фігури слід розглянути її визначення за допомогою різних підходів, оскільки гіперболізація є не просто засобом виразності, але відображенням психологічного та емоційного стану письменника, його внутрішнього світу, способу думок.

Сучасна лінгвостилістика пропонує наступні визначення стилістичного явища гіперболи: «Гіпербола– лінгвістичний прийом навмисного, образного перебільшення / зменшення, заснований на контрастному зіставленні реальної і нереально перебільшеної кількісних характеристик актуального для мовця ознаки предмета, явища або дії і слугує одночасно як для інтенсифікації міри ознаки, так і для передачі індивідуального емоційного та естетичного сприйняття цієї ознаки» [10,с.89].

Крім того, на сучасному етапі розвитку лінгвістичного вчення гіпербола розглядається як прийом стилістики, який полягає в очевидному і навмисному перебільшенні. На думку С.А. Тихомирова, головною метою даного прийому є інтенсифікація виразності, а також реалізація градуальної категорії. Гіпербола містить в собі високий ступінь семантичної валентності і формує область синкретизму. За словами вченого, гіпербола продуктивна в художньому контексті і притаманна різним мовним стилям [26, с.56].

Інший вчений– лінгвіст Л.П. Крисін вважає, що гіперболізація – це

стилістичний прийом виразності, що використовується автором для акцентування уваги читача на певній проблемі, і за допомогою перебільшення уявлення про дану проблему досягається ефект важливості [8,с.112].

А.А. Потебня дає своєрідне трактування даного лінгвостилістичного явища. На відміну від більшості визначень, Потебня говорить про гіперболу не як про спосіб акценту на чомусь важливому для автора, а, скоріше, як про надмірну емоційно– експресивне забарвлення об'єкта або явища, де перебільшення межує з неправдоподібним. «Гіпербола є результат як би деякого сп'яніння почуттям, що заважає бачити речі в їх справжніх розмірах, тому вона рідко зустрічається у людей тверезої і спокійної спостережливості, і якщо згадане почуття не може захопити слухача, то гіпербола стає звичайною брехнею» [18,с. 67].

І. В. Арнольд поряд з вченими, що працюють у сфері стилістики, стверджує, що вища ступінь зменшення може одночасно розглядатися як прийом літоти і гіперболи, оскільки обидва стилістичних явища модифікують реальність в ту чи іншу сторону і повідомляють висловом емпатичність. Тому літоту, на думку Арнольд, можна вважати формою зворотної гіперболи або явної помірності висловлювання.

Підтверджуючи свою позицію, Арнольд зазначає, що різниця існує лише в особистісному сприйнятті і розумінні, тобто в тому випадку, якщо індивідуум надає те чи інше значення даній функції в певному контексті [1, с.364].

Дана позиція знаходить своє відображення в посібнику зі стилістики англійської мови, де І.В. Погорелов зазначає, що гіперболою можна назвати як прийом надмірного перебільшення, так і зменшення в контексті реалізації думки. При цьому це не просте перебільшення, яке може передавати емоційну базу мовця, а опис неймовірного, навіть сумнівного, що межує з крайністю [].

На підставі розглянутих визначень можна зробити висновок, що використання гіперболи завжди відображає особливості мислення письменника, який вводить дане стилістичне явище, ґрунтуючись на індивідуальному сприйнятті і маючи на увазі, що читач зрозуміє, якого роду гіпербола використана в тексті (перебільшення або зменшення), а також

причину її вживання. Іншими словами, художня гіпербола передбачає розуміння між автором і читачем, а саме, що дане висловлювання має певний підтекст. В результаті, стає очевидним той факт, що поділ понять надмірного перебільшення і зменшення є недоцільним.

У свою чергу, І. Р. Гальперін говорить про гіперболу, як про мовний феномен, що володіє не тільки емоційним забарвленням, але і оціночним компонентом, здатним передати ту чи іншу ідею. Таким чином, формується наступне визначення: «У гіперболі, мабуть, більше, ніж в інших прийомах, з'являється різниця між емоційним значенням і емоційним забарвленням. У гіперболі слова зберігають своє предметно– логічне значення, але алогічність надає всьому висловлюванню емоційний відтінок. В оксюмороні навпаки, алогічність висловлювання знімається придушенням предметно– логічного значення одного з компонентів поєднання, причому це придушення тягне за собою посилення емоційного значення» [6, с. 358].

А. А. Виноградов порівнює гіперболу з мистецтвом вміння передати думку найбільш ясно, не називаючи речі своїми іменами, для досягнення максимальної ясності існуючої проблеми або ситуації [4, с.55].

М. М. Бахтін також відзначає здатність гіперболи робити демонструвати те, що приховано в часі і просторі. За його словами, саме гіпербола звужує тимчасовий простір, за рахунок чого стають очевидними приховані питання.

«Гіпербола як злиття просторових і часових прикмет в осмисленому і конкретному цілому. Час тут згущується, ущільнюється, стає художньо демонстративним; простір же інтенсифікується, втягується в рух часу, сюжету історії. Прикмети часу розкриваються в просторі, і простір осмислюється і вимірюється часом. Цим перетином рядів і злиттям характеризується художній хронотоп» [3, с. 127].

Визначивши поняття «гіпербола», можна чітко скласти уявлення про значення даного прийому, так як, незважаючи на різноманітність визначень і описів, всі вище згадані дослідники сходяться в одному: гіпербола – це не просто стилістичне явище, що сприяє наданню тексту яскравого забарвлення, але прийом, що володіє властивістю впливати на сприйняття читача,

направляючи його думки і почуття в певне русло, в результаті чого між автором і читачем встановлюється певний емоційний зв'язок.

1.2. Класифікація гіперболічних тропів

На сучасному етапі вивчення прийому гіперболізації існує основна класифікація за наступним принципом: художня і мовна гіпербола.

Для мовної гіперболи, що використовується в розмовній мові, характерне вживання таких займенників, як *all, every*; числівників: *a hundred, a thousand*; конкретних і абстрактних іменників: *cosmos, sea, rain*; прикметників: *tremendous, gigantic, countless*, і т. д.

Узуальні (розмовні) гіперболи набувають стійкості, а їх переносні значення увійшли в норму вживання, і як наслідок частотного використання, втратили образність.

«Художня гіпербола – це явище, в якому позначення гіперболічної міри є індивідуальним авторським винаходом, а не запозичується з засобів, що перейшли в норму» [1, с. 65].

Гіперболічна міра, як правило, знаходить вираз на рівні словосполучення, простого або складного речення. Даний тип гіперболи, на відміну від узуальної, володіє образністю. Для художньої гіперболи характерна художня лексика, як, наприклад, слова *world, significance, height* у поєднанні з прикметниками *strong, gorgeous*. Також, характерно вживання дієслів *break, burst, sink, jump: one's heart sank into one's boots, jump out of skin, break a neck*.

План вираження художньої гіперболи може змінюватися в залежності від побажання автора і трансформуватися в метафору, метонімію, алюзію, тощо.

Що стосується плану змісту, то для художньої гіперболи характерні не тільки образність і емоційність, а й прагматика, яка виражає комунікативну інтенцію. «Оцінка та емоційність відображаються в семантиці художньої гіперболи, вступаючи в тісну взаємодію одна з одною і забезпечуючи, при створенні експресивності, посилення її кількісних і якісних прагматичних аспектів» [1, с.69].

Вживання гіперболи у художньому творі обумовлено такими факторами, як літературний напрямок, жанр і певний напрямок на адресата.

У художніх текстах гіпербола виконує різні стилістичні функції. На думку І. В. Арнольд, гіпербола виконує індивідуальну для стилю художньої літератури естетичну функцію і взаємодіє з різноманітними стилістичними прийомами, граючи як підрядну, так і домінуючу роль. При цьому, прийом може виконувати естетичну функцію, як з позитивною оцінкою, так і негативною.

Існує безліч способів передачі гіперболи в тексті. Так, виділяється фонетичний спосіб вираження, який полягає у вживанні повторюваних звуків і складів в межі одного словосполучення або речення. Даний спосіб часто використовується в поетичних текстах з метою постановки емпатичного наголосу, а також для ритмічності і музикальності складу.

Поряд з фонетичним, виділяють орфографічний спосіб, який в свою чергу актуалізує той чи інший елемент художнього тексту, і спрямований на акцентування уваги на певному уривку даного тексту. Так, щоб сконцентрувати увагу індивідуума на певному слові або групі слів, автор використовує пробіли між буквами, або пише кожне слово з великої літери, що вказує на особливе значення даного слова або групи слів: «*Amounts at the present hour to from six-ty to seven-ty thousand pounds!*» [41,с.33]

«Загальна сума до теперішнього моменту дійшла *ше-сти-десяти*, а може бути і *се-ми-десяти* тисяч фунтів!»(Ч. Діккенс "Холодний будинок").

Ще одним прикладом емпізи є курсивне виділення тексту, що також звертає увагу читача на особливий сенс виділеної частини.

1.3. Семантичне поле гіперболи

Ми розглядаємо гіперболу як стилістичний прийом, який несе в собі яскраво виражену прагматичну функцію. Суть, виражена гіперболою, не відповідає реальності, реальним параметрам об'єкта, однак при цьому відображає важливу для автора (суб'єктивно важливу) сторону чи аспект

реальності.

У питанні структурної відповідності літоти та гіперболи ми спираємось на точку зору Л.П. Крисіна: “зменшення предмета – це не що інше, як перебільшене зображення малих розмірів предмета” [9, с.98]. Тобто, він розглядає применшення ознаки певного об’єкта як різновид гіперболи.

Семантичне поле, в якому представлена гіпербола, виділене на основі того, що його одиниці організуються “міжсловесними” опозиціями, котрі спираються на якісні семи в значенні одиниць. У ядрі поля із семантикою перебільшення розміщені одиниці, які позначають найвищий ступінь. У периферійну зону входять мовні одиниці, у яких семантична ознака та ступінь її вираження є не основними, а факультативними [15,с. 230].

Варто зауважити, що не тільки семантичні, але й синтагматичні відношення впливають на склад та структуру гіперболи. Гіпербола може включати слова із суміжних тематичних груп, експресивні синоніми та синоніми, що виражають інтенсифікацію. Проте опорними словами поруч виступають нейтральні слова, наприклад, “*good – bad*”. Гіпербола виражає суб’єктивну оцінку реалій дійсності та характеризується складною часовою та просторовою семантикою. М.М. Бахтін зазначає: «Відбувається злиття просторових та часових ознак. Час ущільнюється, простір інтенсифікується, втягується в рух часу, сюжету, історії. Ознаки часу розкриваються в просторі, а простір осмислюється та вимірюється часом. Саме таким зіткненням та злиттям ознак характеризується художній хронотоп» [3, с. 389]. Слід зазначити, що особливості побудови гіперболи відображають специфіку індивідуальної творчої манери, ідіостилю. Гіпербола виражає стан суб’єкта в аспекті вольової сфери, виходячи із здійснення ним певних дій. В основі гіперболізації лежить механізм контрастного співставлення, що визначає характер співвідношення компонентів: гіперболічна міра набагато більша за реальну міру ознаки предмета, явища чи дії. Можна зробити висновки, що до семантичного поля гіперболи може входити лексика із суміжних тематичних груп, експресивні синоніми та синоніми, що виражають інтенсифікацію. Крім того, опорними словами для створення гіперболи можуть виступати нейтральні слова.

1.4. Засоби вираження гіперболи в художній прозі

У тексті гіпербола може бути виражена за допомогою різних частин мови.

1) Прикметник (*extravagant price* – непомірна ціна).

У гіперболах такого типу поняття, які виражені прикметниками, мають як якісну, так і кількісну оцінку. На відміну від прикметників, форма яких вже містить в собі найбільшу якісну ступінь і виконує функцію інтенсифікатора, прикметники – гіперболи підкреслюють унікальність описуваного явища, при цьому якість даного явища перебільшується, навмисно перебільшується. Іноді, щоб досягти максимального ефекту і показати унікальність об'єкта або явища, крім прикметників характерне використання обставини місця з метою позначити масштаб.

«Mrs Tibbs was, beyond all dispute, the most tidy, fidgety, thrifty little personage that ever inhaled the smoke of London» [40,c.32].

«Місіс Тібс була безперечно найбільш акуратною, найбільш клопіткою і **найекономічнішою маленькою особою, яка коли–небудь вдихала Лондонський дим**» (Ч.Діккенс «Нариси Боза»).

В даному прикладі можна спостерігати наростання інтенсивності: до посилення, вираженого прикметниками в найвищому ступені, такими як *the most tidy, fidgety, thrifty*, автор додає назву міста *London*, що є інтенсифікатором, так як говорить про масштаби явища. Крім того, спостерігається перерахування гіперболізованих прикметників, що також сприяє наростанню значення. Таким чином, досягається унікальність суб'єкта в порівнянні з іншими суб'єктами, тобто з жителями Лондона. Ще більший підсилювальний ефект створюється за допомогою додавання прислівники *ever*, що також підкреслює ознаку винятковості суб'єкта.

2) Дієслово (*die of curiosity*– вмирати від цікавості).

Для досягнення ефекту гіперболізації автор підбирає максимально сильне дієслово, яке не просто передає емоційну базу, але сильно перебільшує її.

«Now, Mrs Jiniwin **bounced into** the room **with great impetuosity...**» (Ch. Dickens "The old curiosity shop") [40,c.54].

«Місіс Джинівін кулею увірвалася в кімнату...» (Ч.Діккенс "Крамниця старожитностей").

Дієслово *bounce* характеризує вищий ступінь емоційного збудження, в якому Місіс Джинівін з'явилася в кімнаті.

3) Займенник (*each*– кожен, *nobody*– ніхто)

Даний спосіб гіперболізації є одним з найбільш поширених. У якості інтенсифікатора використовують негативні займенники (*nobody, nothing*), особові займенники (*every, everything*), безособові займенники (*any, anybody*). Однак цей спосіб не створює сильного гіперболічного ефекту, оскільки, за словами Л.Л. Нелюбіна, не сприймається яскраво нашою свідомістю і не функціонує сам по собі, а лише в поєднанні з іншими гіперболічними прийомами [14,c. 128].

« I suppose **nobody ever** was in such a state of ink; and from her tumbled hair to her pretty feet, which were disfigured with frayed and broken satin slippers trodden down at heel, she **really** seemed to have **no article of dress upon her, from a pin upwards**, that was in its proper condition or its right place»[41,c.60].

«Важко було так вимазатися чорнилом, як вимазалася вона; з голови до ніг вона (з нечесаної головки і до витончених ніжок, спотворених зношеними і рваними атласними туфлями зі стоптаними каблуками) була одягнена так неохайно, що, здається, жодна приналежність її туалету, починаючи з шпильок, не була в належному порядку і на своєму місці» (Ч.Діккенс "Холодний будинок").

В даному прикладі використовується негативний займенник *nobody*, значення якого посилюється завдяки прислівникам *ever* і *really*, а також доповнюється оборотом *no article of dress upon her, from a pin upwards*, де теж використовується негативний займенник.

4) Числівник (*million*– мільйон, *dozen*– дюжина).

У більшості випадків гіперболи– числівники вважаються узуальними. Згідно Л. С. Вященко, в художньому контексті, щоб досягти максимального

ефекту, багато письменників використовують круглі числа, хоча, тим не менш, гіпербола може бути передана різним числовим рядом. Однак саме кругле число зустрічається найчастіше в спробі перебільшення ознаки [5,с. 21].

«Her father was blessed creature and worth twenty thousand of some people, twenty hundred million thousand» [40,с.55]

«Її батько був найщасливішою людиною і один, був за двадцяти тисяч деяких інших, двадцяти мільйонів тисяч!» (Ч. Діккенс "Крамниця старожитностей").

В даному прикладі спостерігається наростання кількісного показника в результаті використання декількох круглих чисел *twenty thousand* і *twenty hundred million thousand*. Таким чином, в прикладі показана явно перебільшена дійсність за допомогою порівняння суб'єкта з неймовірно величезною кількістю, і тим самим акцентується увага читача на його винятковості.

5) Прислівник (*extremely*– надмірно, *plenty*– премного).

Гіпербола, виражена прислівником, використовується з такою ж частотністю, що і гіперболи, виражені займенником і прикметником. Л. Л. Нелюбін виділяє кілька категорій прислівників, що створюють гіперболічний ефект:

- частоти (*ever, never*)
- місця (*anywhere, nowhere*)
- часу (*at any time, whenever*)
- способу дії (*inconceivably, infinitely, extremely*)

«Never can there come fog too thick, never there come mud mire too deep, to assort with the groping and floundering condition which this High Court of Chancery, most pestilent of hoary sinners, holds, this day, in the sight of heaven and earth» [41,с.20]

«І в самому непроглядному тумані, і в найглибшій грязі і трясовині неможливо так заплутати і так загрузнути, як нині плутає і в'язне перед обличчям землі і неба Верховний Канцлерський суд, цей шкідливий зі старих грішників» (Ч.Діккенс "Холодний будинок").

У даному прикладі автор використовує гіперболу, виражену

прислівником *never*. На думку Нелюбіна, з такого роду гіперболою часто використовують інші стилістичні засоби, такі як емпатична інверсія, як в наведеному прикладі, де спостерігається зворотний порядок слів, і паралелізм, де відбувається повторення гіперболи *never...,never*. Крім того, в якості інтенсифікатора виступає вказівка місця *in the sight of heaven and earth*, що вказує на винятковість об'єкта [14,с.37].

І. Р. Гальперін говорить про те, що прислівники образу дії з суфіксом – *ly* утворюються від прикметників, тому мають загальну синтаксичну функцію визначення, в даному випадку, дії. У контексті художніх творів автори часто вдаються до гіпербол, виражених прислівником образу дії з метою більш повної передачі характеру, зовнішніх особливостей персонажа або його емоційного стану [6,с.104].

«*She is a lady of remarkably strong character who devotes herself entirely to the public*» [42,с.33].

«Це була особа з надзвичайно сильним характером, яка цілком присвятила себе суспільству» (Ч.Діккенс "Холодний будинок").

б) Фразеологічні одиниці (*hit the ceiling*– лізти в пляшку).

Вживання фразеологізмів характерно для художніх текстів. Фразеологізми складаються з декількох компонентів і носять емоційно–експресивне забарвлення.

«*Here he [Quilp] ... performed so many horrifying and uncommon acts that the women were nearly frightened out their wits, and began to doubt if he were really a human creature*» [40,с.53].

«Коротше кажучи, він витворяв щось таке безглузде і страшне, що обидві жінки мало не позбулися розуму від жаху і почали сумніватися в його приналежності до людського роду» (Ч.Діккенс "Крамниця старожитностей").

Фразеологізм в даному випадку служить для того, щоб продемонструвати найвищу ступінь страху, який відчувають дві жінки до людини.

7) Іменник (*giant*– гігант).

Іменник також може виконувати функцію гіперболи в тексті, якщо

позначає або порівнюється з чимось непомірним, навмисно перебільшеним.

«This scarecrow [case] of a suit has, in course of time, become so complicated, that no man alive knows what it means» [44,c.80].

«У цій тяжбі– ляку, а не тяжбі! – з плином часу все так переплуталося, що ніхто не може в ній нічого зрозуміти» (Ч.Діккенс "Холодний будинок").

В даному прикладі судова справа гіперболізується за рахунок іменника, а саме порівняння з пугалом, настільки воно представляється жахливим і незрозумілим.

Крім того, згідно Гальперіну, на синтаксичному рівні гіпербола може бути реалізована в рамках простого і складного речень. Вона може бути представлена інверсією, окликом і питальними конструкціями, реченнями з модальним значенням неможливості і семантичної несумісності підмета і присудка, реченнями, гіперболічність яких базується на стику значень головних і додаткових частин [6,c.107].

РОЗДІЛ 2

ФУНКЦІОНУВАННЯ ГІПЕРБОЛИ В АНГЛІЙСЬКОМОВНІЙ ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ

2.1. Креативні характеристики гіперболи в художній прозі

Спираючись на роботу Л.П. Крисіна, гіперболу в художньому тексті можна охарактеризувати, як унікальне стилістичне явище, в якому ступінь гіперболізації визначається автором, а не мовною нормою. Дана ступінь гіперболізації реалізується в рамках як словосполучення, так і речення [9,с.114].

Найчастіше гіпербола в художньому тексті має в своєму складі книжкову лексику. Однак змісту даного явища притаманні не тільки емоційний компонент, а й оцінний, що виражає комунікативну задачу автора, оскільки гіперболу письменник використовує усвідомлено, щоб впливати на читача і акцентувати увагу на певній проблемі. Даний емотивно– оцінний компонент обумовлює перебільшення і образність описуваних об'єктів.

Л. П.Крисін говорить про необхідність поділу понять перебільшення і посилення в художньому тексті. При навмисному посиленні письменник дає тільки емоційну оцінку того чи іншого явища, в той час як перебільшення містить кількісний компонент [9,с. 114].

Одним з головних аспектів художньої гіперболізації є збереження або порушення істинності висловлювання. Поняття клятви, обіцянки або прохання часто гіперболізуються, щоб максимально точно донести до адресата свій намір і змусити повірити:« Заради тебе я готовий дістати зірку з неба», «Я швидко повернуся! Одна нога там, інша тут». Проте, саме за рахунок надмірного перебільшення пропадає відчуття істинності і виникає суб'єктивне сприйняття.

Художнє перебільшення є загальною особливістю мистецтва та літератури. Гіперболізованими ознаками наділяються властивості предметів /

людей. Гіпербола є фігурою мовлення, полягає в навмисному перебільшенні властивостей предмета або явища, підсилює виразність та надає висловлюванню емпатичний характер. Гіперболізовані ознаки: розмір, колір, особливості форми, кількості та ін. Гіпербола слугує одним із засобів підвищення експресивності мовлення в сучасній прозі [28].

Гіпербола характеризується певними властивостями, які виділяють її з ряду інших стилістичних фігур. Одна з них це зіткнення та комбінація двох ознак – реальної та гіперболічної. Це створює певну напругу висловлювання, викликаючи переосмислення реальної ознаки за рахунок гіперболічної. Таким чином досягається висока міра інтенсивності. В основі механізму створення гіперболи лежить розумова операція, яка передбачає суб'єктивне відтворення у свідомості ознак навколишнього середовища. Крім того, у гіперболі функція перебільшення нерозривно пов'язана з функцією образності. Ці дві функції доповнюють одна одну і можуть бути об'єднані в єдину функцію гіперболізації (тобто образного перебільшення). У зв'язку з цим, гіперболу відносять до образних стилістичних прийомів [6, с. 25].

В художній прозі гіпербола виступає, з одного боку, як засіб відтворення ретроспективних переживань автора, а з іншого – як засіб формування емоцій, які ще не відчував читач, тобто емоції читача виникають в результаті напруженої продуктивної роботи його психіки. Але сам вибір гіперболічної ознаки вже обміркований, продуманий автором і спрямований на створення єдиного потоку різноманітних вражень, які є спільними для всіх читачів. Саме це відрізняє використання гіперболи у художній прозі від випадкової, стихійної у розмовній мові [28].

Гіперболізація є не тільки простим засобом фіксації думки, але і особливою формою творчого мислення, в якій виражається конкретна картина світу і тісно переплітаються раціональний та чуттєвий аспекти, спрямовані на оцінку об'єкту [6, с. 110].

У англійськомовній художній прозі гіпербола використовується з метою підкреслення акценту або для гумору.

Проаналізуємо декілька прикладів застосування гіперболи як засобу

створення комічного ефекту у творі Джером К. Джерома “Троє в одному човні (як не рахувати собаки)”. Наприклад, *“I sat for a while, frozen with horror; and then, in the listlessness of despair, I again turned over the pages”* [45, с. 15]. Гіпербола *frozen with horror* у даному випадку виражає крайній ступінь інтенсивності дії. *“I sat and pondered. I thought what an interesting case I must be from a medical point of view, what an acquisition I should be to a class! Students would have no need to “walk the hospitals,” if they had me. I was a hospital in myself. All they need to do would be to walk round me, and, after that, take their diploma”* [45, с. 16]. Два останніх речення містять гіперболи. *Одна людина не може бути цілою лікарнею* – це гіперболічне порівняння, що виражає крайній ступінь величини. *Звичайно, що не можна отримати диплом, обійшовши тільки довкола пацієнта*. Це також є перебільшенням, що досягає комічного ефекту. Взагалі у даному випадку можна говорити навіть про гіперболічну ситуацію, яка викликає у читачів сміх. *Оповідач прочитав медичну енциклопедію і знайшов у себе усі вказані захворювання*.

Крім того, гіперболу, що виражає інтенсивність дії, подано у такому реченні: *“About midnight, the picture would be up – very crooked and insecure, the wall for yards round looking as if had been smoothed down with a rake, and everybody was dead beat and wretched – except Uncle Podger”* [45, с. 38]. У даному реченні гіперболічним виразом є *“and everybody was dead beat and wretched”*, що викликає посмішку у читача, оскільки повісити картину на стіну для героїв виявилось нестерпно важким завданням.

“Harris was so overcome with joy that he fainted, and had to seize the boy’s beer– can and half empty it before he could recover consciousness, and then he started off at a run, and left George and me to bring on the luggage” [45, с. 153]. Це речення є також прикладом використання гіперболи, що виражає інтенсивність дії та створює комічний ефект у творі “Троє в одному човні”. Гіпербола *“Harris was so overcome with joy that he fainted”* підкреслює, наскільки щасливим був Гаріс, коли хлопчик запропонував їм нічліг після довгих пошуків та розчарувань.

Варто сказати, що Джером К. Джером за допомогою гіперболи досить

вдало створює комічні образи у творі, підкреслює їхню неординарність та індивідуальність.

Отже, в англійськомовній художній прозі гіпербола – це стилістична фігура, основана на особливому характері якісного та кількісного перебільшення більшої чи меншої міри ознаки якогось об'єкта на рівні слова, словосполучення, складного синтаксичного цілого, речення, тексту, метою якого є підсилення виразності. Дуже часто гіпербола використовується як засіб створення комічного ефекту в художній прозі, що допомагає розкрити багатство асоціативних відтінків поетичного мовлення, посилює та увиразнює його емоційне та оцінне забарвлення, вказує на домінантні ознаки авторського стилю.

2.2. Взаємодія гіперболи з різними стилістичними тропами в художній прозі

Як зазначає С.А. Тихомиров поняття гіперболи має розмиті межі, так як оригінальна авторська гіпербола в одиночному вигляді зустрічається рідко. Зазвичай вона поєднується з іншими стилістичними прийомами. Як зазначає С.А. Тихомиров, гіпербола є стилістичним прийомом, який активно функціонує в зоні синкретизму; поєднуючись з іншими стилістичними прийомами, вона створює модифіковану семантику синкретичного прийому [26, с. 6]. Зона синкретизму породжує більш яскравий, тонкий сенс художнього тексту, створює численні конотації, збільшує прагматичний потенціал гіперболи. Необхідно відзначити, що в одному висловлюванні можуть поєднуватися відразу кілька стилістичних прийомів.

Гіпербола + метафора .

В результаті взаємодії метафори і гіперболи художній текст набуває більш яскравого, емоційно забарвленого характеру, що неминуче змінює його сприйняття і створює численні конотації.

Згідно з дослідженням Н.В. Яришевої, в античні часи гіперболу часто іменували метафорою, оскільки метафора являла собою дуже широке поняття, в

якому об'єднувалися багато стилістичних прийомів. Н. В.Яришева говорить також про те, що багато понять за значенням дуже близькі один до одного, тому одне поняття може реалізовуватися за допомогою моделі іншого [36,с. 34]. Однак С.А. Тихомиров уособлює гіперболу від інших стилістичних прийомів, з якими вона лише взаємодіє, і характеризує це явище, як «стилістична валентність» (26,с.68).

.. *but the place where Strickland lived had the beauty of the Garden of Eden. Ah, I wish I could make you see the enchantment of that spot, a corner hidden away from all the world, with the blue sky overhead and the rich, luxuriant trees. It was a feast of colour. And it was fragrant and cool. Words cannot describe that paradise. And here he lived, unmindful of the world and by the world forgotten* [42,с.30].

При описі місця, де провів останні роки життя Стрикланд, персонаж використовує гіперболу *a feast of colour*, побудовану на метафоричному перенесенні. Всі фарби цього місця знаходять втілення в даній метафорі. Більш того, говорячи про те, що не можна словами описати це місце, персонаж вдається до ще однієї метафори *paradise*. У гіперболічному комплексі обидва прийоми трансформуються: метафора набуває ознаки алогічності, а гіпербола набуває образність другого порядку, їй не властивого.

Слід зазначити, що раніше в цьому уривку автор використовує метафоричний епітет, заснований на алюзії *the Garden of Eden*. *The Garden of Eden* є синонімом слова *paradise*, яким завершується опис місця. Отже, перед нами прийом наростання. Така конвергенція стилістичних прийомів надає експресивність і додаткову емоційну забарвленість висловлюванню, робить створюваний автором образ більш яскравим і виразним.

Гіпербола + антономазія.

Blanche Stroeve was in the cruel grip of appetite. Perhaps she hated Strickland still, but she hungered for him, and everything that had made up her life till then became of no account. She ceased to be a woman, complex, kind and petulant, considerate and thoughtless; she was a Maenad. She was desire [42,с.33].

У наведеному уривку описується пристрасть, яку відчувала Бланш Стрев до Стрикланда. Гіперболічний комплекс заснований на наростанні: він

починається з метафоричної гіперболи і закінчується метафоричною гіперболою. Кульмінацією наростання стає стилістичний прийом антономазії *Maenad* і подальша метафора. Звертаючись до антономазії, називаючи героїню ім'ям вакханки з давньогрецької міфології, автор створює яскравий образ жінки, повний шаленства і бажання.

Гіпербола + епітет .

Examinations, sir, are pure humbug from beginning to end. If a man is a gentleman, he knows quite enough, and if he is not a gentleman, whatever he knows is bad for him [40,с.88].

Гіпербола виражена інтенсифікуючим прикметником *pure*, і надмірна міра ознаки збільшується за допомогою фразеологізму *from beginning to end*. Вживання гіперболічного епітета затримує розуміння на мовній формі, вказуючи тим самим на можливість іронії.

Гіпербола + порівняння .

За допомогою гіперболічних порівнянь виражається гранична міра дії, стану, якості, ступінь сили ознаки, ступінь якості, ступінь прояву стану. Наприклад:

Somehow, it was hotter then: a black dog suffered on a summer's day; bony mules hitched to Hoover carts flicked flies in the sweltering shade of the live oaks on the square. Men's stiff collars wilted by nine in the morning. Ladies bathed before noon, after their three- o'clock naps, and by nightfall were like soft teacakes with frostings of sweat and sweet talcum [40,с.29].

В даному прикладі гіперболічна міра ознаки (спеки) передається оригінальною авторською гіперболою – порівнянням, створюючи при цьому іронічний ефект.

Наступний приклад являє собою узуальну гіперболу, засновану на порівнянні, так як вона виражена порівняльної фразеологічної одиницею *sounded like a flute*:

And her voice – I never heard such a voice. It was very low at first, with deep mellow notes that seemed to fall singly upon one's ear. Then it became a little louder, and sounded like a flute or a distant hautboy [41,с.80].

Гіпербола + іронія.

For the life of me, I did not understand how he could sit there in cold blood and read a newspaper when his only son stood an excellent chance of being murdered with a Confederate Army relic [42,с.66].

У наведеному висловлюванні мова йде про те, як дівчинка не розуміє поведінки батька, який спокійно читає газету, коли його син в якості покарання знаходиться у старухи– сусідки, яку діти боялися і ненавиділи. Гіперболічна міра ознаки передається дієсловом *murder*, при цьому гіпербола одночасно поєднується з іронією, так як прикметник *excellent* насправді має протилежну оцінку. Іронічне забарвлення має і перифраз *Confederate Army relic*, в якому міститься явний натяк на похилий вік старої.

Гіпербола + наростання.

He told me of his childhood in the tidy brick house, and of his mother's passionate orderliness. Her kitchen was a miracle of clean brightness. Everything was always in its place, and no where could you see a speck of dust. Cleanliness, indeed, was a mania with her [42,с.69].

В даному прикладі автор описує охайність і пристрась до порядку, які були властиві матері його друга, за допомогою субстантивної гіперболи *mania*, яка виражає крайню ступінь якості і заснована на метафоричному перенесенні. Весь уривок побудований на прийомі наростання: спочатку використовується гіперболічний епітет *passionate*, потім гіперболічна метафора *a miracle of clean brightness*. І кульмінацією цієї пристрасі до чистоти є гіпербола *mania*.

Гіпербола + повтор.

Every night– sound I heard from my cot on the back porch was magnified three– fold; every scratch of feet on gravel was Boo Radley seeking revenge, every passing Negro laughing in the night was Boo Radley loose and after us; insects splashing against the screen were Boo Radley's insane fingers picking the wire to pieces; the chinaberry trees were malignant, hovering, alive [41,с.75].

Гіпербола, виражена кванторним займенником *every*, повторюється кілька разів у паралельних конструкціях. Таким чином, вона передає страх дівчинки перед Бу Редлі, створюючи ефект його присутності всюди.

Гіпербола + антитеза.

I discovered that in Paris he had been painting just the same stale, obviously picturesque things that he had painted for years in Rome. It was all false, insincere, shoddy; and yet no one was more honest, sincere, and frank than Dirk Stroeve [42,с.60].

Гіпербола + риторичне питання.

But music was not articulate. It was not a new world, but rather another chaos, that it created in us. Words! Mere words! How terrible they were! How clear, and vivid, and cruel! One could not escape from them. And yet what a subtle magic there was in them! They seemed to be able to give a plastic form to formless things, and to have a music of their own as sweet as that of viol or of lute. Mere words! Was there anything so real as words? [40,с.42].

Наведений уривок завершується риторичним питанням, заснованим на гіперболі: *Was there anything so real as words?* Його можна перефразувати в стверджувальне речення *There is nothing so real as words* . Це риторичне питання насправді містить у собі відповідь, яку персонаж болісно шукає в попередньому контексті. Висловлювання містить також гіперболічні епітети *mere*, які повторюються двічі. Повтори і порівняння, що завершуються риторичним питанням створюють ефект наростання.

На думку А.Акопової взаємодія гіперболи і **літоти** є найбільш частотним стилістичним явищем. При цьому літоту часто характеризують, як одну з форм гіперболи або зворотну гіперболу. У свою чергу, Л.В. Азарова формулює визначення літоти на основі безлічі досліджень: «Літота – це навмисне використання применшення з метою створення певного художнього ефекту і іноді з метою створення комічного ефекту»[2,с.102].

*«I talked a lot of nonsense in the car. I'm **not always exactly trustworthy**».*

«Я нагородив вам всякої нісенітниць в машині. Моїм словам не завжди можна вірити буквально».

Літота в даному прикладі служить для того, щоб розрядити ситуацію в напруженій обстановці, пом'якшити категоричність і створити певний драматичний ефект.

Завдяки конвергенції гіперболи з різними стилістичними прийомами образність і функція висловлювання підвищуються. Саме в зоні синкретизму зростає прагматичний потенціал гіперболи.

Отже, ґрунтуючись на вивченому матеріалі, можна зробити висновок, що, незважаючи на різні підходи до дослідження гіперболи, багато вчених однакові в інтерпретації прийому гіперболізації. Узагальнюючи розглянуті концепції, складається наступне визначення: гіпербола – це стилістична фігура навмисного перебільшення ознаки об'єкта з метою інтенсифікації.

Розрізняють художню і узуальную гіперболи. На відміну від узуальної гіперболи, яка через свою частотність втратила образність набула статусу стійкого вираження закріпленого мовною нормою, художня гіпербола унікальна в своєму прояві і виконує в тексті стилістичну функцію створення образності.

У плані вираження, як і в плані змісту гіперболи порушена смислова сполучуваність між об'єктом і ступенем гіперболізації ознаки, яка виражається сукупністю образності, психо– емоційної ознаки, комунікативної спрямованості і оціночного компонента.

При взаємодії гіперболи з іншими тропами складається єдиний гіперболічний комплекс. Однак питання про взаємодію гіперболи і літоти залишається до кінця не вивченим, оскільки існують різні трактування літоти. В основному думки розділилися на дві категорії, розглядаючи літоту, як зворотну гіперболу і як відокремлене стилістичне явище.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

ГІПЕРБОЛИ В ХУДОЖНІЙ ПРОЗІ НА ПРИКЛАДІ

АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО КІНОСЦЕНАРІЮ «ШЕРЛОК»

3.1. Труднощі та загальні принципи передачі стилістичних тропів в художній прозі

Проблеми перекладу текстів художніх творів досліджуються особливою лінгвістичною наукою – теорією художнього перекладу. Серед характерних особливостей вітчизняного мистецтва перекладу можна виділити наступні: широта і різноманітність матеріалу, що перекладається; принциповість і плановість відбору перекладних творів; загальний високий рівень перекладацької майстерності; творче ставлення до перекладу і наявність наукової основи в організації роботи з перекладу. Традиції перекладу в Україні відрізняються від підходу до перекладу на Заході. Істотний зсув у перекладацькій думці на Заході позначився на початку 1950–х років. Він висловився в загальному посиленні інтересу до перекладу, у створенні національних перекладацьких організацій, у проведенні міжнародних конгресів і в появі ряду монографій і наукових журналів з проблем перекладу.

У сучасній теорії художнього перекладу виділяються три основні тенденції:

- 1) основна орієнтація переноситься з оригіналу на текст перекладу;
- 2) оціночний підхід замінюється дескриптивним;
- 3) від тексту як одиниці мови теорія йде до функції перекладу як

частини культури мови перекладу [12, с.28].

Сучасна теорія художнього перекладу базується на ряді положень, головним з яких є те, що «при формальній передачі окремого мовного елемента оригіналу може бути відтворена його естетична функція в системі цілого і на основі цього цілого, і що передача функції при перекладі постійно вимагає зміни у формальному характері елемента, який є її носієм» [31, с. 334]. Основний принцип теорії художнього перекладу полягає в наступному: потрібно «розглядати кожне речення як частину цілого, передавати не тільки те, що в ньому говориться, а й працювати над створенням художнього образу, загального настрою, характеристики атмосфери, персонажів тощо. Тут важливий і вибір окремого слова, і синтаксичної структури, і інших елементів» [12,с. 60].

Саме виділення теорії художнього перекладу як окремого наукового напрямку можливе лише тоді, коли текст художнього твору може бути типологічно протиставлений всім текстам нехудожнього характеру. Художнім текстом називають «надфразову єдність, що характеризується спільністю ідейно– тематичного змісту та естетичного впливу на читача – своєю основною функцією» [22, с.160]. Ця функція реалізується на основі естетизації автором тексту зображуваної ним дійсності за допомогою художніх прийомів, які найбільш адекватно підходять для створення бажаного емоційного ефекту» [22 с. 21]. Однак, художній текст в цілому поліфункціональний, оскільки він також виконує комунікативну і когнітивну функції.

Порівнюючи художні тексти з логічними (будь– які тексти нехудожнього характеру), В.В. Сдобніков і В. О. Петрова виділяють ряд відмінностей художніх текстів від будь– яких інших. Отже, художні тексти відрізняються:

1. Способом опису дійсності, яка в художньому тексті представлена у вигляді образу.

2. Метою створення тексту: крім естетичного впливу на читача, художній текст покликаний сформувати ставлення читача до змісту художнього твору.

3. Характером і способом інформації, що надається. Перш за все, художній текст характеризується високим ступенем образності, крім того, частина інформації художнього тексту може бути віддана імпліцитно, за рахунок особливої властивості художньої літератури, яка називається «смісловою ємністю». «Ця властивість проявляється в здатності письменника сказати більше, ніж говорить прямий сенс слів в їх сукупності, змусити працювати і думки, і почуття, і уяву читача» [16, с.38]. І, нарешті, в межах художнього тексту мова теж стає носієм інформації, тому твір художньої літератури являє собою багаторазово закодований текст, що обумовлює його множинність прочитань і тлумачень.

4. Ступенем активності читача: художній текст передбачає певний ступінь «домислювання», «співтворчість» читача при створенні твору.

5. Наявністю авторської позиції, образу автора, які і створюють внутрішню єдність художнього тексту.

6. Композиційним розмаїттям.

7. Високим ступенем національно– культурної і тимчасової обумовленості.

8. Самодостатністю, оскільки будь–який художній твір можна розглядати як витвір мистецтва.

По відношенню до всіх цих особливостей, характерним для художнього твору, і виявляється індивідуальна манера письменника, збереження і передача якої є першочерговими завданнями перекладача. Однак ці завдання є важкоздійснюваними, оскільки будь–який переклад неминуче веде до заміни тих чи інших виразних засобів іншими, прийнятими в літературній традиції мови перекладу, а вибір варіанту перекладу має суб'єктивний характер, орієнтований на особистість перекладача. В цьому випадку неминуче виникає протиріччя: з одного боку, щоб здійснювати художній переклад, перекладач сам повинен володіти літературним талантом, тобто, по суті бути письменником. З іншого боку, щоб бути письменником, потрібно мати своє естетичне бачення світу, свій стиль і манеру письма, які може не співпадати з авторським. Таким чином при перекладі відбувається зіткнення двох творчих

особистостей, що передбачає або співпрацю, або конфлікт. Для того щоб воно стало співпрацею, перекладач повинен «не просто глибоко вникнути в авторську естетику, в його образ думок і спосіб їх вираження, він повинен вжитися в них, зробити їх на час своїми. Для повноцінного перекладу потрібне глибоке знання всієї творчості автора і всіх обставин створення перекладеного твору» [8, с.40].

Труднощі відтворення ідіостилю письменника мають безпосереднє відношення до стилістичних проблем перекладу художнього тексту. Оскільки переклад художнього тексту це перш за все інтерпретація, то неминучі і стилістичні зрушення, що мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер.

А. Попович виділяє наступні типи стилістичних змін оригіналу: стилістична відповідність, стилістична субституція, стилістична заміна або інверсія, стилістичне посилення, стилістична типізація, стилістична індивідуалізація, стилістичне ослаблення, стилістичне нівелювання і стилістична втрата [20,с.133]. Зрушення стилістичного характеру виражають певні тенденції, в яких перекладач проявляє себе як творча особистість і в своїй сукупності відображають творчу індивідуальність перекладача, під якою розуміється «система відхилень від тексту оригіналу, висхідна до певних творчих принципів, до певного підходу до завдань перекладу і, отже, до певного методу» [7, с.98]. Як зазначає А. С. Назін «текст перекладу містить свого роду маркери, ґрунтуючись на яких можна зробити висновок про особистісні особливості людини, що перекладала текст. У будь-якого перекладача художнього тексту існують свої «улюблені», найбільш частотні для нього прийоми. Одна і та ж метафора може бути перекладена по-різному, і це не обов'язково позначається на якості перекладу» [16, с.113].

При перекладі художнього тексту необхідно враховувати прагматичну задачу перекладу, що полягає в досягненні бажаного комунікативного ефекту на читача. Прочитавши художній твір в перекладі, читач повинен відчувати силу літературного таланту автора оригіналу. Якщо перекладачеві вдалося цього домогтися, можна говорити про адекватне відтворення комунікативного ефекту оригіналу. У зв'язку з цим художній переклад може бути прирівняний до

комунікативного перекладу. «По суті, те, що в побуті часто називається літературним і, зокрема, художнім перекладом, насправді являє собою саме комунікативний переклад, що враховує – або програмує – прагматику одержувача» [11, с.15].

Беручи до уваги прагматичний аспект перекладу художнього тексту під художнім перекладом ми будемо розуміти вид перекладацької діяльності, основне завдання якого полягає в породженні на мові перекладу мовного твору, здатного надавати художньо– естетичний вплив на рецептора перекладу, рівний тому впливу, який надає даний художній твір на мові оригіналу. Відмінна риса художнього перекладу полягає в тому, що при перекладі має місце зіткнення двох культурних систем, яке неминує породжує змішування культурних тенденцій. Текст перекладу в тематичному і стилістичному відношенні характеризується тим, що в ньому взаємоперекриваються дві культури. Кожен переклад, більшою чи меншою мірою, відображає це протиріччя, що позначається в рамках перекладацької комунікації терміном «міжпросторовий фактор у перекладі» [20, с.131]. Завдання перекладача– вирівнювати цей фактор. Кожне слово і кожен мовний елемент заряджений нескінченною кількістю різного роду смислових відтінків, і перекладачеві необхідно вибрати найбільш вдалий смисловий відтінок в даному контексті мови перекладу [13, с. 410]. Переклад повинен читатися як оригінал, і цьому завданню підпорядковані всі перекладацькі рішення [48, с.49].

Питання про переваги і недоліки в художньому перекладі, надзвичайно спірні. Переклад завжди можна піддати критиці, і ця критика буде обґрунтованою, оскільки «Переклад – це завжди лише одне з можливих рішень і не буває ідеального перекладу» [16, с. 116]. Однак при оцінці якості перекладів потрібно виходити з відповідності образів оригіналу образам перекладу. Як стверджує А. Аكوпова «критерій вірності перекладу оригіналу повинен бути укладений в цілісному образі художнього буття оригіналу, причому критерій вірності кожного окремого образу перекладу – відповідний йому образ в оригіналі» [2, с. 87].

Отже, художній текст як об'єкт перекладу має ряд відмінних

властивостей, що впливають на процес і якість перекладу. Переклад художнього тексту – це складний і багатогранний вид людської діяльності, в процесі якого стикаються різні культури, різні особистості, різні склади мислення, різні літератури, різні епохи, різні традиції і установки. В основі перекладу художнього тексту лежить передача думки, змісту оригіналу, яке виражається ще раз в перекладі, але вже за допомогою інших засобів, що утворюють іншу систему знаків, що мають свої власні закони.

Передача стилістичних тропів – одна з найважливіших завдань перекладу.

Їй слід приділяти особливу увагу. Існують певні стилістичні вимоги, яким повинен відповідати переклад, тобто нормативні правила, що характеризують тексти аналогічного типу в мові перекладу. До цих вимог можна віднести:

1. Смыслову відповідність. Залежно від стилю і напрямку перекладу перекладач повинен завжди прагнути до того, щоб відтворений текст відображав істинний сенс оригіналу. Смыслова відповідність включає в себе стилістичну точність, адекватність і повноту.

2. Грамотність. Основна вимога полягає в тому, щоб текст відповідав загальним нормам української та іноземних мов. Як правило, передбачається відсутність стилістичних, граматичних і орфографічних помилок.

3. Лексична і стилістична відповідність. Передбачається коректний підбір еквівалентів термінів оригіналу, пошук аналогів скорочень і аббревіатур, коректна транслітерація. Загальний стиль перекладеного тексту і стиль оригіналу не повинні розходитися в сприйнятті. Для технічних перекладів характерна точність фраз, відсутність емоційно– забарвлених слів, побудова простих речень, безособовість.

Для того щоб мова відповідала основним стилістичним вимогам, була виразна, точна, стилістично мотивована, а використовувані в ній засоби були б найбільш доцільними для вираження даного змісту і доречними в даному контексті, мовець повинен оволодіти стилістичними ресурсами мови, знати його стилістичні норми.

Переклад стилістичних прийомів художнього твору з однієї мови на іншу являє собою один з важливих аспектів теорії перекладу, тому що в ньому крім відтворення сенсу повинно адекватно бути донесено до читача і образна сторона. Відмінною рисою будь-якого художнього тексту є передача крім логічної, раціональної емоційно-естетичної, експресивної інформації. Різні лексико-синтаксичні прийоми служать провідником даної інформації і, отже, від того на скільки адекватно вони будуть переведені з однієї мови на іншу залежить точність художнього перекладу. Так як художній текст володіє національно-культурною і тимчасовою обумовленістю, то завдання перекладача також полягає в її правильній, еквівалентній передачі. Нерідко з урахуванням тих змін, які сприяють природному входженню тексту художнього твору в культуру мови перекладу.

При перекладі художнього тексту з однієї мови на іншу велику роль відіграє стилістичний підхід, що розвивається в працях таких вчених-лінгвістів, як А.В. Федоров, Л. С. Бархударов, М. П. Брандес, Т. Р. Левітська, А. М. Фіттерман, А. Д. Швейцер, J. A. Catford, R. Jakobson, E. Nida, T. Savory. Саме він сприяє об'єктивній функціонально-стилістичній діагностиці повноцінності перекладу. Вона означає передачу сенсу оригіналу і повноцінну стилістичну відповідність йому. Дослідження перекладу стилістичних прийомів з однієї мови на іншу – це прагнення розкрити діалектичну єдність, співвідношення змісту і форми оригіналу засобами перекладу. Сміслова багатоплановість художнього тексту визначає стилістику тексту, його стильові нюанси. Принципом відтворення в теорії перекладу відповідає принцип порівнянності в стилістиці.

Одним з найбільш цікавих аспектів теорії перекладу є проблема передачі стилістичних прийомів намовою перекладу. Важливість вивчення перекладу образних засобів обумовлена такими факторами, як необхідністю адекватної передачі образної інформації художнього твору мовою перекладу і відтворенням стилістичного ефекту оригіналу в перекладі.

Переклад стилістичних прийомів, що несуть образний заряд твору, часто викликає труднощі у перекладачів через національні особливості стилістичних

систем різних мов. Всі теоретики перекладознавства підкреслюють необхідність збереження образу оригіналу в перекладі, справедливо вважаючи, що перш за все перекладач повинен прагнути відтворити функцію стилістичного прийому. Для перекладу образного засобу необхідно визначити його інформаційний зміст, його семантичну структуру. В образному засобі має місце акт оцінки; номінації; естетичної інформації.

«Нове» значення, отримане образним засобом в контексті, є елементом його семантичної структури. Даному елементу в цій же мові зазвичай відповідає слово або вираз в прямому значенні, яке використовується при тлумаченні образу. У разі, коли не знайдена компенсація образу і неможлива його передача, передається тільки понятійний зміст образу.

Виділяються наступні параметри адекватності перекладу образних засобів в плані змісту:

- передача семантичної інформації засобами мови перекладу;
- передача емоційно– оціночної інформації;
- адекватність передачі експресивної інформації;
- адекватність передачі естетичної інформації.

Якщо семантична основа оригіналу передана точно, то результатом буде адекватний мовний образ мовою перекладу і його адекватний смисловий зміст.

Отже, переклад художнього твору включає в себе не тільки переклад з мови на мову, а й переклад з культури на культуру. Якщо цю обставину недооцінити, переклад може бути зовсім незрозумілий читачеві.

3.2. Аналіз шляхів відтворення гіперболи на прикладі кіносценарію «Шерлок»

Спробуємо наочно проаналізувати шляхи перекладу та особливості відтворення такого стилістичного прийому як гіпербола та лілота на прикладі відомого англійськомовного кіносценарію «Шерлок».

Телевізійний серіал «Шерлок», заснований на творах англійськомовного письменника сера Артура Конан Дойла і розповідає про пригоди англійського

сищика Шерлока Холмса і його друга доктора Ватсона, був знятий британською компанією Hartswood Films на замовлення BBC Wales. Перший сезон був показаний в серпні 2010 р. і викликав справжній ажіотаж серед глядачів. Згодом було відзнято ще три сезони (2012, 2014 і 2017 рр.), а також Різдвяний спецвипуск. Серіал був зустрінутий схваленням критиків, отримавши велику кількість різноманітних телевізійних премій, і повним захопленням глядацької аудиторії. У соціальних мережах існує величезна кількість груп, присвячених серіалу, окремий фан-сайт Sherlockology, також існують фандоми серіалу, учасники яких називають себе Sherlockians, фандом провідного актора Бенедикта Камбербетча (Benedict Cumberbatch), учасниці якого називають себе Cumberbitches, а компанії Belstaff довелося терміново знову налагодити виробництво вовняних пальто, аналогічних тому, в яке був одягнений Шерлок-персонаж Бенедикта Камбербетча. Можливо, секрет такої грандіозної популярності криється не тільки в грі акторів і майстерності операторів, але в живому та кумедному спілкуванні головних героїв, мова яких насичена різноманітними художніми виразними засобами.

На українському телебаченні серіал транслювався на двох каналах 1 + 1 і СТБ. Розглянемо способи та особливості передачі гіперболи та лілоти українською мовою в досліджуваному художньому творі.

(1) You could always go yourself, you know. You've been sitting there all morning – you haven't moved since I went out (hyperbole) [51].

Можеш і сам прогулятися. Весь ранок тут просидів, як я пішов – навіть не ворухнувся [49].

Могли б і самі ходити. Сидите тут весь ранок, навіть не поворухнулися з тих пір як я пішов [50].

В даному прикладі обидва перекладача використовували лексичне додавання (навіть) для передачі гіперболи і посилення смислового навантаження. У першому варіанті перекладу можна відзначити також перестановку додаткового речення часу. Таким чином, додатково акцентується той факт, що людина просиділа такий тривалий час не ворухившись.

(2) In a manner of speaking. Took me less than a minute (hyperbole) to

guess yours. Not exactly Fort Knox [51].

Теж мені пароль. Я розкрив його за хвилину. Це не Форт Нокс [49].

Можна і так сказати. Я розгадав менше ніж за хвилину, це не Форт Нокс [50].

У першому варіанті перекладу застосовується лексична трансформація модуляція (guess– розкрив), яка підсилює смислове навантаження гіперболи. У другому варіанті перекладач дотримується оригіналу і зберігає як структуру оригінальної гіперболи, так і її смислове навантаження.

(3) Put the wind up everyone. We hated him (hyperbole) [51].

Всіх залякав. Ми його ненавиділи [49].

Всі бісилися. Ми цього терпіти не могли[50]..

При перекладі гіперболи в першому варіанті автор використовував дослівний переклад, зберігши зміст оригіналу. У другому випадку, перекладач використовував лексико– граматичну трансформацію і передав гіперболу за допомогою стійкого вираження української мови з відповідним емоційним забарвленням.

(4) You're a bit – well, overqualified (hyperbole) [51].

Але, у вас висока кваліфікація [49].

У вас занадто висока кваліфікація[50]..

В обох варіантах перекладу використана граматична трансформація і прикметник замінено на словосполучення прикметника та іменника. При цьому, в першому варіанті гіпербола загублена, а в другому збережена шляхом лексичного додавання (занадто).

(5) The intruder who can walk through walls (hyperbole) [51].

Вбивця привид залишається загадкою для поліції, він проникає крізь стіни [49].

Чужинець, який проходить крізь стіни[50]..

В даному випадку обидва перекладачі зберегли гіперболу в українському варіанті. У першій версії перекладу використана лексична модуляція (*walk – in*), а в другому дослівний переклад.

(6) You've got admit it's similar. Both men killed by someone who can

walk through solid walls (hyperbole)! [51]

Ви повинні визнати, подібність є. Обидва вбиті злочинцем здатним проходити крізь стіни [49].

Визнайте, є схожість. Обидві людини вбив той, хто вмів проходити крізь стіни[50].

В даному випадку обидва перекладача зберегли гіперболу в українському варіанті, при цьому, опустили прикметник (*solid*). Це опущення не завадило передати зміст оригіналу.

(7) Thousands of people (hyperbole) pass by there every day... [51]

Натовпи людей повз кожен день проїжджають[49].

Кожен день там проходить тисячі людей[50].

Обидва перекладачі зберегли гіперболу. У першому варіанті була використана лексична трансформація модуляція (*Thousands* – натовп). У другому варіанті переклад самої гіперболи дослівний, але присутня перестановка. Гіпербола знаходиться в кінці речення.

(8) I don't know where she's gone. She could be a thousand miles away (hyperbole) [51].

Я не знаю куди її віднесло, може бути на інший кінець світу[49].

Я не знаю де вона. Вона може бути за тисячу миль від нас[50].

Обидва перекладачі зберегли гіперболу. У першому варіанті була використана компенсація (*a thousand miles away*– інший кінець світу), яка передає зміст і емоційне навантаження оригіналу. У другому випадку переклад близький до оригіналу і використана модуляція (*away* – від нас). Це варіант перекладу звучить не зовсім звично для українськомовної людини, в силу використання іншої міри відстані.

(9) Valuable antiquities, John. Ancientrelics of China, purchased on the black market. China's home to a thousand treasures (hyperbole)– hidden after Mau's revolution [51].

З цінних предметів старовини, реліквій куплених на чорному ринку. Китай– скарбниця древніх рідкостей, прихованих від революції[49].

З цінних предметів старовини, реліквій куплених на чорному ринку.

Китай– скарбниця давніх рідкостей, прихованих від революції[50].

У першому варіанті перекладу автор відмовляється від гіперболи і опускає іменник (*thousand*). Другий варіант перекладу ближчий до оригіналу, але автору довелося застосувати граматичну трансформацію і змінити число іменника з однини на множину (*thousand – тисячах*). Це обумовлено тим, що в англійській мові це іменник зазвичай вживається в однині.

(10) Not many (litotes) Van Coon's in the phone book [51].

До речі Ван Кунів в телефонній книзі не так вже й багато [49]..

У телефонному довіднику не багато Ван Кунів[50]..

В обох варіантах перекладу зменшення використана перестановка. У першому випадку це супроводжується лексичними додаваннями (до речі, вже й), які відмінно доповнюють контекст. У другому випадку автор вважав за краще вивести в початок речення обставину, що відволікає увагу від самого зменшення.

(11) Requires a bit of contortion (litotes) [51].

Стріляти було б важко[49].

Спритно треба було зігнутися[50].

У першому варіанті перекладач використовував антонімічний переклад і відобразив ситуацію з іншого боку (*Requires a bit of contortion – було б важко*). При цьому в українському варіанті применшення було втрачено. У другому варіанті перекладу використана модуляція (*Requires– треба було*) і також втрачено зменшення, але добре передане емоційне забарвлення висловлювання

(12) John: Who'd want to kill him? [51]

SEB: We all makes enemies.

JOHN: You don't all end up with a bullet through your temple.

SEB Not usually (litotes).

Джон: хто бажав йому смерті?

Себастьян: вороги у всіх є.

Джон: але не всі отримують кулю в голову.

Себастьян: зазвичай ні[49]..

Джон: хто міг би вбити його?

Себастьян: у всіх нас є вороги.

Джон: не всі ви отримують кулю в скроню.

Себастьян: зазвичай не всі[50]..

В даному випадку обидва перекладача використовували перестановку при перекладі зменшення. Це позначилося на семантичному навантаженні, і зменшення в українських варіантах було втрачено.

Розглянувши способи передачі гіперболи можна зробити висновок, що для її передачі були в основному використані такі перекладацькі трансформації, як: лексичне додавання для посилення смислового навантаження і модуляція, яка також підсилює смислове навантаження. Також для передачі гіперболи використовується компенсація і дослівний переклад. У більшості прикладів, в двох варіантах перекладу гіпербола була збережена.

Для передачі літоти використовувалися такі перекладацькі трансформації, як: перестановка, лексичне додавання, антонімічний переклад, модуляція. У деяких випадках при використанні будь-яких трансформацій втрачалось зменшення, але тим не менш емоційне забарвлення висловлювання було передане.

ВИСНОВКИ

У ході проведеного дослідження в роботі були зроблені наступні висновки.

Гіпербола – лінгвістичний прийом навмисного, образного перебільшення / зменшення, заснований на контрастному зіставленні реальної і нереально перебільшеної кількісних характеристик актуального для мовця ознаки предмета, явища або дії і слугує одночасно як для інтенсифікації міри ознаки, так і для передачі індивідуального емоційного та естетичного сприйняття цієї ознаки».

На сучасному етапі вивчення прийому гіперболізації існує основна класифікація за наступним принципом: художня і мовна гіпербола.

Для мовної гіперболи, що використовується в розмовній мові, характерне вживання таких займенників, як *all, every*; числівників: *a hundred, a thousand*; конкретних і абстрактних іменників: *cosmos, sea, rain*; прикметників: *tremendous, gigantic, countless*, тощо.

Узуальні (розмовні) гіперболи набувають стійкості, а їх переносні значення увійшли в норму вживання, і як наслідок частотного використання, втратили образність.

«Художня гіпербола – це явище, в якому позначення гіперболічної міри є індивідуальним авторським винаходом, а не запозичується з засобів, що перейшли в норму»

Семантичне поле, в якому представлена гіпербола, виділене на основі того, що його одиниці організуються “міжсловесними” опозиціями, котрі спираються на якісні семи в значенні одиниць. У ядрі поля із семантикою перебільшення розміщені одиниці, які позначають найвищий ступінь. У периферійну зону входять мовні одиниці, у яких семантична ознака та ступінь її вираження є не основними, а факультативними .

У тексті гіпербола може бути виражена за допомогою різних частин мови: прикметник (*extravagant price* – непомірна ціна); дієслово (*die of curiosity*– вмирати від цікавості); 3) займенник (*each*– кожен, *nobody*– ніхто); 4) числівник (*million*– мільйон, *dozen*– дюжина); 5) прислівник (*extremely*– надмірно, *plenty*– премного); 6) фразеологічні одиниці (*hit the ceiling*– лізти в пляшку); 7) іменник (*giant*– гігант).

В художній прозі гіпербола виступає, з одного боку, як засіб відтворення ретроспективних переживань автора, а з іншого – як засіб формування емоцій, які ще не відчував читач, тобто емоції читача виникають в результаті напруженої продуктивної роботи його психіки. Але сам вибір гіперболічної ознаки вже обміркований, продуманий автором і спрямований на створення єдиного потоку різноманітних вражень, які є спільними для всіх читачів. Саме це відрізняє використання гіперболи у художній прозі від випадкової, стихійної у розмовній мові.

В англійськомовній художній прозі гіпербола – це стилістична фігура, оснований на особливому характері якісного та кількісного перебільшення більшої чи меншої міри ознаки якогось об’єкта на рівні слова, словосполучення, складного синтаксичного цілого, речення, тексту, метою якого є підсилення виразності. Дуже часто гіпербола використовується як засіб створення комічного ефекту в художній прозі, що допомагає розкрити багатство асоціативних відтінків поетичного мовлення, посилює та увиразнює його емоційне та оцінне забарвлення, вказує на домінантні ознаки авторського

стилю.

При взаємодії гіперболи з іншими тропами складається єдиний гіперболічний комплекс. Як зазначає С.А. Тихомиров, гіпербола є стилістичним прийомом, який активно функціонує в зоні синкретизму; поєднуючись з іншими стилістичними прийомами, вона створює модифіковану семантику синкретичного прийому. Зона синкретизму породжує більш яскравий, тонкий сенс художнього тексту, створює численні конотації, збільшує прагматичний потенціал гіперболи. Необхідно відзначити, що в одному висловлюванні можуть поєднуватися відразу кілька стилістичних прийомів: гіпербола + метафора; гіпербола + антономазія; гіпербола + епітет ; гіпербола + порівняння; гіпербола + іронія; гіпербола + наростання; гіпербола + повтор; гіпербола + антитеза; гіпербола + риторичне питання.

Взаємодія гіперболи і літоти є найбільш частотним стилістичним явищем. При цьому літоту часто характеризують, як одну з форм гіперболи або зворотну гіперболу. Літота – це навмисне використання применшення з метою створення певного художнього ефекту і іноді з метою створення комічного ефекту.

Художній текст як об'єкт перекладу має ряд відмінних властивостей, що впливають на процес і якість перекладу. Переклад художнього тексту – це складний і багатогранний вид людської діяльності, в процесі якого стикаються різні культури, різні особистості, різні склади мислення, різні літератури, різні епохи, різні традиції і установки. В основі перекладу художнього тексту лежить передача думки, змісту оригіналу, яке виражається ще раз в перекладі, але вже за допомогою інших засобів, що утворюють іншу систему знаків, що мають свої власні закони.

Передача стилістичних тропів – одна з найважливіших завдань перекладу. Існують певні стилістичні вимоги, яким повинен відповідати переклад, тобто нормативні правила, що характеризують тексти аналогічного типу в мові перекладу. До цих вимог можна віднести: 1. смислову відповідність. Залежно від стилю і напрямку перекладу перекладач повинен завжди прагнути до того, щоб відтворений текст відображав істинний сенс

оригіналу. Сміслова відповідність включає в себе стилістичну точність, адекватність і повноту; 2. грамотність. Основна вимога полягає в тому, щоб текст відповідав загальним нормам української та іноземних мов. Як правило, передбачається відсутність стилістичних, граматичних і орфографічних помилок; 3. лексичну і стилістичну відповідність. Передбачається коректний підбір еквівалентів термінів оригіналу, пошук аналогів скорочень і аббревіатур, коректна транслітерація. Загальний стиль перекладеного тексту і стиль оригіналу не повинні розходитися в сприйнятті. Для технічних перекладів характерна точність фраз, відсутність емоційно– забарвлених слів, побудова простих речень, безособовість.

Дослідження шляхів та особливостей відтворення гіперболи та ліоти виконане на прикладі англійськомовного кіносценарію «Шерлок». Для передачі гіперболи українською мовою перекладачі в основному використовували перекладацькі трансформації: лексичне додавання для посилення смислового навантаження і модуляція, яка також підсилює смислове навантаження. Також для передачі гіперболи використовується компенсація і дослівний переклад. У більшості прикладів, в двох варіантах перекладу гіпербола була збережена. Для передачі ліоти використовувалися такі перекладацькі трансформації, як: перестановка, лексичне додавання, антонімічний переклад, модуляція. У деяких випадках при використанні будь– яких трансформацій втрачалось зменшення, але тим не менш емоційне забарвлення висловлювання було передане.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов. 7-е изд. М. 2005. 324с.
2. Акопова, А. Образ и художественный перевод. Ереван. Издательство Академии наук АрмССР, 1991. 149 с.
3. Бахтин М.М. К эстетике слова. М., 1994. 254с.
4. Виноградов В.В. Избранные труды. О языке художественной прозы. М., 1990. 409с.
5. Вященко Л.С. Особенности функционирования гиперболы в художественном тексте.: Лингвистический вестник. Выпуск 4. Брянск, 2008.532с.
6. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка Москва, 1998.
7. Гачечиладзе, Г. Художественный перевод и литературные взаимосвязи. изд. 2– е. М., 1980. 160 с.

8. Крысин Л.П. Гипербола в художественном тексте и в обыденной речи.: Язык художественной литературы. Литературный язык: Сб. к 80-летию М.Б. Борисовой. Саратов, 2006.
9. Крысин Л.П. Гипербола в русской разговорной речи.: Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М., 2004.
10. Курахтанова И. С. Языковая природа и функциональные характеристики стилистического приёма гиперболы: автореф. дис. канд. филол. наук. М. 1998. 365 с.
11. Казакова, Т. А. Практические основы перевода. English – Russian. Учебное пособие. СПб.: Лениздат; Издательство «Союз», 2002. 320 с. (Изучаем иностранные языки)
12. Комиссаров, В. Н. Общая теория перевода. Проблемы переводоведения в освещении зарубежных ученых. Учебное пособие. М.: ЧеРо, 1999. 134 с.
13. Лосев, А. Ф. О понятии языковой валентности // Изв. АН. Сер. лит. и яз. 2000. Т. 40. Вып. 5. С. 403 – 413.
14. Нелюбин Л.Л. Лингвостилистика современного английского языка. 2008. 165 с.
15. Новиков Л.А. Художественный текст и его анализ. М.: ЛКИ, 2007. 304 с.
16. Назин, А. С. Сопоставительное исследование метафор в романе Дж. Р. Р. Толкина «Хоббит, или туда и обратно» и его переводах на русский язык: дис.... канд. фил. наук. Екатеринбург 2007. 201с.
17. Потебня А.А. Теоретическая поэтика. М., 1990.
18. Потебня А.А. Вопросы языкознания. К.: Наука, 2000. 355 с.
19. Походня С.И. Языковые виды и средства реализации иронии / Походня С.И. – К.: Наук. думка, 2005. 126 с.
20. Пропп В.Я. Проблемы комизма и смеха. К.: СПб, 2003. 284 с.
21. Попович, А. Проблемы художественного перевода. М.: Высшая школа, 1980. 198 с.
22. Сдобников, В.В. Теория перевода: (учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков) /

- В. В Сдобников, О. В Петрова. М.: АСТ: Восток – Запад, 2007. 448 с.
(Лингвистика и межкультурная коммуникация: золотая серия).
23. Солодуб Ю.П. Теория и практика художественного перевода: учеб. пособие для студ. лингв, фак. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 304 с.
24. Скребнев Ю.М. Основы стилистики английского языка. М.: Астрель, 2004. 378 с.
25. Стилистика английского языка / [Воробьева А.П., Лихошерст Н.И., Мороховский А.Н., Тимошенко З.В.]. М.: Высшая школа, 1991. 272 с.
26. Телятникова О.Н. Средства создания комического в произведении Джерома Клапки Джерома “Three Men in a Boat”. С.: Наука, 2007. 225 с.
27. Тихомиров С.А. Гипербола в градуальном аспекте. АКД. М, 2006.
28. Тимченко В. Д. Гіпербола // Українська літературна енциклопедія. Т. 1. К., 2006. С. 424.
29. Ушкова Л.Н. Стилiстичний прийом гiперболи в художнiй прозi [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mirrabort.com/work/work10740.html.
30. Федуленкова Т.Н. Гипербола как универсальный механизм семантической трансформации компонентного состава фразеологизма. Т.: Пед. Ин-т, 2003. 110 с. (Проблемы межкультурной коммуникации в современном образовательном пространстве) (Материалы / Пед. ин– т им. Д.И. Менделеева).
31. Федуленкова Т.Н. Универсальное и уникальное во фразеологической семантике. Л.: 2000. 248 с.
32. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). / А. В. Федоров. – М.: Филология три, 2002. 415 с.
33. Философский словарь / [уклад. М. Фролов]. 4-е изд. М.: Политиздат, 2005. 445 с.
34. Чарлз Діккенс «Домбі і син» / переклад Микола Іванов/ Київ «Дніпро», 1991. 496 с

35. Чарлз Діккенс «Різдвяна пісня» /переклад Олександр Мокровольський / Київ «Рідна Мова» 2019. 243 с.
36. Цицерон. М.Т. Письма. Образцы стиля и классическая литература латинского языка. М.: Искусство, 1999. 288 с
37. Ярышева Н. В. Гипербола в поэтических произведениях М. Ю. Лермонтова. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1995.
38. Charles Dickens “Dombey and Son” / Charles Dickens. Hertfordshire: Wordsworth Classics, 2002. 817 p.
39. Charles Dickens “ Posthumous Papers of the Pickwick Club”. New York : W.A. Townsend and Company, 1991. 289 p.
40. Dictionary of Idioms / Collins. М.: АСТ, 2004. 751 p.
41. Dickens Ch. «The Old Curiosity Shop». Wordsworth Classics, 1998.
42. Dickens Ch. «Bleak House». Wordsworth Classics, 1998.
43. Dickens Ch. «The Mystery of Edwin Drood». Wordsworth Classics, 1998.
44. Foley E. In An Old Diner // The Trinity University Review. – Vol. CXXI. No. 2009. P. 111.
45. Galperin I.R. «Stylistics», Higher School Publishing, Moscow, 2005. P. 64.
46. Jerome K. Jerome “Three Men in a Boat (To Say Nothing of The Dog)”. London, 2004. 185 p.
47. Howard L. Infinite Citizen of the Shaking Tent. USA: McClelland & Stewart, 2015. 100 p.
48. McCarthy M., O’Dell F. English Idioms in Use. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 2002. 789 p.
49. Savory, Th. Threat of Translation. London, 1997. 120 p
50. <https://tsn.ua/sherlok.html>
51. <https://stb.ua/sherlok.html>
52. <http://hdseria.tv/zarubezhnye/227-sherlok.html>

