

**СТЕРЕОТИПНІ ГІПЕРБОЛИ В АНГЛІЙСЬКОМУ РОЗМОВНОМУ
ДИСКУРСІ: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ РАКУРС**

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: Збірник наукових праць. Випуск 28 / Херс.держ.ун-тр. – Херсон: ХДУ, 2017. – 122 с. – С. 62-66.

Метою даної статті є аналіз деяких концептів, виражених стереотипними гіперболами. Дані концепти виділені на основі загальних систематичних складових, які, актуалізуючись у безлічі концептів, формують понятійну основу самого концепту. Концептуальний аналіз використовується спільно зі структурно-семантичним. Для опису понятійного складника концепту проводиться співвіднесення аналізованого концепту з іншими, пов'язаними з ним парадигматично і синтагматично в концептосфері мови, що дозволяє спостерігати співвіднесеність різноманітних за структурою гіпербол з тими чи іншими концептами.

У статті проаналізовано концепти КІЛЬКІСТЬ і ЯКІСТЬ, виражені стереотипними гіперболами. Дані концепти виділені на основі спільних систематично повторюваних складових, які формують понятійну основу самого концепту. Методами даного дослідження є концептуальний та структурно-семантичний аналіз. Для опису понятійного складника концепту аналізований концепт зіставляється з іншими, пов'язаними з ним парадигматично і синтагматично в концептосфері мови, що дозволяє спостерігати співвіднесеність різноманітних за структурою гіпербол з тими чи іншими концептами.

Ключові слова: concept, discourse, hyperbole, stereotype, notion, thematic group, stereotypical hyperbole, conceptual sphere (концепт, дискурс, гіпербола, стереотип, поняття, тематична група, стереотипна гіпербола, концептосфера).

У плані вивчення специфічних особливостей розмовного дискурсу безсумнівний інтерес представляють стереотипні гіперболи — різноманітні за

своєю структурою одиниці, що закріпилися у мові, містять перебільшення та відтворюються в усному мовленні в готовому вигляді [2, с.46-47].

Метою статті є опис деяких тематичних груп стереотипних гіпербол, які формують понятійну основу концептів КІЛЬКІСТЬ і ЯКІСТЬ, виражених стереотипними гіперболами. Тематичний принцип класифікації використовується разом із структурно-семантичним, що дозволяє спостерігати належність різноманітних за структурою гіпербол до тієї чи іншої концептосфери. Звернення до семантичних сфер, з яких мовець запозичує образи предметів і явищ для створення гіпербол, здається доцільним для виявлення специфіки використання гіперболи в розмовній мові.

I. Найбільш активним у розмовному дискурсі є концепт КІЛЬКІСТЬ. Будучи мірою просторово-часових відносин, кількість знаходить у мові різноманітні концептуальні призначення. Розглянемо їх докладніше:

1. «Власне кількість» представлена великою групою слів і словосполучень, що мають кількісну семантику:

а) стереотипними інтенсифікаторами — числівниками *twenty, fifty, hundred, thousand* і т.п., в яких поняття кількості виражене точним числом, яке не відповідає об'єкту у кількісному відношенні, а заздалегідь перебільшує його. Суто кількісна розбіжність між об'єктом і його позначенням передбачає незмінність якості предмета і знаходить вираження у використанні гіперболи у «чистому вигляді», тобто тієї, що не поєднана з якісними тропами [3, с.181]. Слід відзначити використання з метою гіперболізації «круглих» числівників (десятків, сотень і т.д.), позаяк точність кількісної інформації не є релевантною; вона являє собою засіб вираження експресивно-емоційного ставлення мовця до предмету мовлення. Так, наприклад:

a) *I ask you ten times a day if there's another woman.*

I've heard papa tell that machine story a thousand times.

He risked his life twenty times a day.

And I've told you a millions time, baby [8];

б) виразниками кількісного перебільшення є також субстантивні гіперболічні підсилювачі *drop of, a sea* та інші, які відповідають поняттю кількості:

Mama'll take it pretty hard if you go away leaving a scrap of it on your plate.

But I don't see a white man often, and I don't think a drop of whiskey can do me any harm.

I've had a world of experience [7].

Значення квантифікаторів *drop, scrap*, що позначають малу кількість, підсилено використанням неозначеного артикля зі значенням числа, що надає висловлюванню певний зміст — перебільшення реального значення кількості, яке виявляється в тому, що більш чи менш точна міра виражає щось приблизне.

Слова *world, sea* тощо виражають значення неконкретної непомірно великої кількості, що міститься у їхній смисловій структурі в якості переносного лексико-семантичного варіанту. У даному випадку гіпербола, поєднуючись з метафорою, демонструє не лише кількісну, але і якісну невідповідність між традиційним та фактично використаним найменуванням [4].

Концепт КІЛЬКІСТЬ є одним із компонентів семантики мовних одиниць, що позначають протяжність у часі чи просторі. Величина міри в іменників — назв одиниць вимірювання часу, довжини, ваги, що використовуються як засіб перебільшення в розмовному мовленні, виражена експліцитно, що знаходить своє відображення в словниковій дефініції при зазначенні точного числа, однак у результаті гіперболізації вони проявляють тенденцію до реалізації значення приблизної (великої та малої) кількості [1, с.58-59].

2. «Часові характеристики»

Перебільшення тривалості будь-якої дії реалізується темпоральними гіперболами, що позначають приблизний період часу замість його точної тривалості. Вони представлені субстантивними підсилювачами *for ages, for month, for a lifetime* тощо, сполуками *every minute, all day, all night* і цілими реченнями: *as if a year has gone by*.

Наведемо приклади:

Lunch is ready, hey, papa! We can't wait all day.

Doctor, we can go on for a lifetime like this, I'll never get through that door.

I'll spend every minute making you happy

Do you want me to go round all night, braying at everybody? [5].

Приклади ілюструють перебільшення тривалості певної дії. Однак, доволі часто в розмовному мовленні використовується і зменшення малого проміжку часу, що виражається іменниками *a moment, a second, a minute*, а також інтенсифікатором *a fraction of*:

It won't take me a moment to change.

I asked her if she'd care to join me. «Thank you», she said. Perhaps for just a fraction of a moment [3].

Широко відомі також гіперболічні кліше *in no time, in less than no time*, що доводять характеристику короткочасності часового проміжку до абсурду.

3. «Просторово-часові характеристики»

Гіперболічне позначення відстані виражається як у перебільшенні великої, або такої, що здається великою, відстані, так і в зменшенні малої відстані. Для розмовного мовлення характерне використання квантитативних словосполучень *a thousand, miles away, two steps* тощо, у яких у якості гіперболічних інтенсифікаторів виступають кількісні числівники.

Словосполучення *under one's nose* використовується у переносному значенні гіперболічно з метою підкреслити близькість предмета:

—*Darling, we're talking about a little piece of confetti...it's on the seat.*

—*Where?*

—*Just under your nose* [5].

II. «Якість суб'єкта»

Окрім розглянутих гіперболічних конструкцій, які співвідносяться з поняттям кількості, надзвичайно розповсюджені в розмовному дискурсі стереотипні гіперболи, що позначають якість, кількісна характеристика якої знаходить вираженням у високому ступені інтенсивності прояву ознаки, властивості.

Якості суб'єкта, його зовнішні та внутрішні характеристики часто зазнають гіперболізації.

1. «Зовнішні характеристики суб'єкта»

Концепт ЗОВНІШНІСТЬ є спільним для даної підгрупи гіпербол. Вони представлені:

а) компаративними дієслівними сполученнями *to look like a ghost, to look like death* тощо. У якості дієслівного інтенсифікатора виступає порівняльна група, що містить субстантивний гіперболічний компонент. Компаративна група дозволяє з особливою силою підкреслити негативний зовнішній вигляд шляхом порівняння його з нереальними образами;

б) словосполученнями структури N of N — *the tread of an elephant, the eye of a hawk* тощо. З метою перебільшення зовнішніх рис суб'єкта використовуються іменники — назви істот (не людини), які в даному випадку позначають не предмет як такий, а його властивість; актуалізація останнього здійснюється за допомогою атрибутивних відносин;

в) субстантивним сполученням — *perfect skeleton*. Гіперболічну характеристику особі повідомляє іменник *skeleton*, що є семантичним ядром словосполучення; інтенсифікатор *perfect* підсилює виділену ознаку худорлявості:

If I don't put up a little rouge I'll look like death.

If only she didn't have the tread of an elephant.

You are a perfect skeleton [6].

2. «Внутрішні характеристики суб'єкта»:

а) інтелект, доцільність вчинків. До понятійного складового даного концепту входять: іменники, що позначають негативні якості *ass, fool, idiot* тощо; прикметники *mad, crazy*; дієслівні сполучення *to go mad, to go out of one's mind*.

Наведемо наступні приклади:

"She's very beautiful", she said at last. "Beautiful? My dear Lousie, you must be mad".

Are you crazy? To flirt with that silly woman?

Have you gone mad if you hadn't let me read the letter? [7]

Сталу сполучуваність з іменником *fool* проявляють прикметники *perfect, complete, utter*, що сприяють абсолютизації гіперболічної якості суб'єкта:

“Men are such fools”, she said. “Such absolute fools. They are quite shrewd in most ways and then they go marrying entirely the wrong sort of woman”.

She’s an utter fool, sometimes [5].

б) психофізичний стан суб’єкта.

З метою перебільшення фізичного стану часто використовуються інтенсифікатори якості — прикметники у функції обставини — *dead tired, dead drunk* тощо.

в) емоційний стан.

Позначення внутрішнього стану пов’язане в розмовному мовленні більшою мірою з вираженням негативних емоцій:

а) у даному випадку тут, перш за все, виділяється обставинне вживання іменників з прийменниками (*to death, to destruction* тощо) для передачі сильного хвилювання, тривоги, страху:

I’ve been worried to death about you. Why haven’t you phoned?

I’ve never fired a revolver in my life and I’m scared to death of it [7].

б) гіперболи, представлені дієслівними сполученнями *to drive smb mad, to drive smb crazy* тощо, що використовуються в розмовному мовленні для вираження крайнього ступеня обурення, роздратування, злості:

Your father’s snoring was driving me crazy.

I know you’re going to drive me mad! [6]

Для гіперболічного позначення позитивних емоцій використовуються прикметники *mad, crazy* з прийменниками *about, for, after* і дієслово *to die* у своїх переносних значеннях:

Actually, I’m crazy about guitar music.

Well, he’s simply mad to see you again.

I can see that you’re dying to do so [2, с.180-182].

3. «Позначення якості предметів та явищ»

а) у даному випадку увага привертає використання гіперболічних інтенсифікаторів якості, що виражені прикметниками у ролі означення. До них належать *mad, mortal, thunderous* тощо:

He's deliberately ruined his life by the mad life he's led.

He's in a mortal hurry [7].

б) інтенсифікаторами якості виступають також прикметними у функції обставини (*crystal clean, dead cheap*);

в) до засобів гіперболічного підсилення властивостей предметів і явищ належать також прислівники *monstrously, tremendously, dreadfully* тощо, що містять сему «вищий ступень»:

Oh, how cruel! How monstrously cruel.

Deadly dull morning [6].

4. Доволі велика кількість гіпербол утворює тематичну підгрупу «Позначення дії».

Найбільш активні у якості гіпербол є дієслова з інтенсивним основним значенням — *to kill, to tear, to shoot* тощо, що називаються дії, пов'язані із силою, динамікою. Дієслова *to tear, to shoot* мають більш конкретну семантику порівняно із дієсловом *to kill*, однак їхнє гіперболічне використання має на меті зближення дій, що виражені вказівними дієсловами з їхнім результатом у широкому значенні цього слова — значенням «вбити», «позбавити життя»:

If I played the fiddle like that I'd shoot myself.

If I ain't back by the last bell to take my punishment, she's liable to kill me.

But I haven't got to marry anyone. I love being a wicked widow.

"I shall shoot myself one of these days, I expect",

Bill murmured gloomily [2, с.176-178].

Таким чином, переосмислення в процесі гіперболізації таких концептів, як кількість і якість, дозволило виділити основні тематичні групи гіпербол, що властиві розмовному мовленню. Склад загальних тематичних груп стереотипних гіпербол допускає подальший поділ на підгрупи, які входять до аналізованої вище концепто-сфери розмовного дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов/ Л. Верба . — Вінниця.: Нова книга, 2003. —160с.
2. Єфімов Л.П. Стилїстика англійської мови: дискурсивний аналіз / Л. Єфімов. — Вінниця.: Нова книга,2004. —240с.
3. Мороховский А.Н. Стилїстика англійського язика/А. Мороховский та ін.— К.: Вища школа,1991. —245с.
4. <http://www.OnlineLiterature.com/JohnGalsworthy/LiveTales>
5. http://en.Wikipedia.Org/wiki/British_English
6. Nikolaenko A.G. English lexicology. Theory and practice. —Vinnytsya: Nova kniga, 2007. — 528p.
7. Swam M. Practical English usage. The British Council library: Oxford University Press / Second edition, 2005. —658p.
8. literary-devices.com/content/hyperbole

Nadezhda Lebedeva, Ludmila Tkachenko

STEREOTYPED HYPERBOLE IN ENGLISH COLLOQUIAL DISCOURSE:
LINGWOCOGNITIVE ASPECT

The purpose of the given article is to describe the concepts QUANTITY and QUALITY expressed by the stereotyped hyperbole. The analysed concepts are united thematically on the basis of general semantic principles which form the cognitive nucleus of the concepts. The conceptual and structural-semantic analyses are combined. The concepts are correlated with each other paradigmatically and syntagmatically in one conceptsphere. The suggested method of analysis allows observing correlation of structurally different types of hyperbole within the analysed concepts.

Надежда Лебедева, Людмила Ткаченко

СТЕРЕОТИПНЫЕ ГИПЕРБОЛЫ В АНГЛИЙСКОМ РАЗГОВОРНОМ
ДИСКУРСЕ: ЛИНГВОКУЛЬТУРНИЙ РАКУРС

Статья посвящена описанию концептов «Количество» и «Качество», выражаемых стереотипными гиперболами. Данные концепты выделены на основе

общих семантических составляющих, которые, актуализируясь во множестве контекстов, формируют понятийную основу самого концепта.

Для описания понятийной составляющей концепта в статье производится соотнесение анализируемого концепта с другими, связанными с ним парадигматически и синтагматически в концепто-сфере языка, что позволяет наблюдать отнесенность разнообразных по структуре гиперболических и тому или иному понятию. Концептуальный анализ классификации используется совместно со структурно-семантическим.

Відомості про авторів:

Лебедева Надія – доцент кафедри мовознавства, факультету філології та журналістики, Херсонського державного університету.

Ткаченко Людмила – доцент кафедри романо-германських мов, факультету іноземної філології, Херсонського державного університету.