

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

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»: Збірник наукових праць. Випуск 28. – Херсон: ХДУ, 2017. – С. 62-66.

Стаття присвячена дослідженню концептів КІЛЬКІСТЬ і ЯКІСТЬ, виражених стереотипними гіперболами і виділених на основі спільних систематично повторюваних складників, які формують понятійну основу самого концепту. Для опису понятійного складника концепту аналізований концепт зіставляється з іншими, пов'язаними з ним парадигматично і синтагматично в концептосфері англійської мови, що дозволяє спостерігати співвіднесеність різноманітних за структурою гіпербол з тими чи іншими концептами. Методами дослідження є концептуальний та структурно-семантичний аналіз.

Ключові слова: поняття, концепт, дискурс, гіпербола, стереотип, стереотипна гіпербола, тематична група, 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. 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.

Найбільш поширеним у розмовному дискурсі є концепт КІЛЬКІСТЬ. Цей концепт є одним із компонентів семантики мовних одиниць, що позначають

протяжність у часі та просторі. Величина міри в іменниках — назвах 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 чи малої) кількості [1, с.58-59].

Будучи мірою просторово-часових відносин, концепт **КІЛЬКІСТЬ** знаходить у мові різноманітні позначення:

1. Тематична група «Власне кількість» представлена різними словами та словосполученнями, що мають кількісну семантику, а саме:

а) стереотипними інтенсифікаторами — числівниками *twenty, fifty, hundred, thousand* тощо, 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 тощо), позаяк точність кількісної інформації не є релевантною, а лише слугує засобом вираження експресивно-емоційного ставлення мовця до предмету мовлення. 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 million times, baby [8];

б) субстантивними гіперболічними підсилювачами *drop (of), a scrap (of), a sea (of), a world (of)* тощо, які виражають поняття перебільшено малої або, навпаки, перебільшено великої 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 один, що у результаті чого відбувається гіперболізація реального значення кількості і більш чи менш точна міра починає виражати приблизну, але дуже малу кількість.

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

2. Тематична група «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 months*, *for a lifetime* тощо, словосполученнями *every minute*, *all day*, *all night* та цілими реченнями *as if a year has gone by*.

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 гіперболізація 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. Тематична група «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* («під носом») використовується гіперболічно у переносному значенні 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].

Окрім розглянутих гіперболічних конструкцій, які співвідносяться з поняттям кількості, надзвичайно розповсюджені в розмовному дискурсі стереотипні гіперболи, що вербалізують концепт **ЯКІСТЬ**. Кількісна характеристика якості знаходить вираженням у високому ступені інтенсивності прояву властивості.

Гіперболізації зазнають різні властивості суб'єкта:

1. Тематична група «Зовнішні характеристики суб'єкта», що представлена:

а) компаративними дієслівними сполученнями *to look like a ghost, to look like death* тощо, які підкреслюють непривабливий зовнішній вигляд людини:

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

У якості інтенсифікатора до дієслова виступає порівняння з нереальними об'єктами («примара», «смерть»), які викликають неприємні асоціації;

б) словосполученнями структури *N of N — the tread of an elephant, the eye of a hawk* тощо. Із метою перебільшення зовнішніх рис суб'єкта використовуються іменники-назви тварин, які в даному випадку позначають не самих тварин, а деякі їхні властивості, наприклад, важкість ходи у слона:

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

в) субстантивними сполученнями моделі *A+N*, наприклад: *perfect skeleton*. Гіперболічну характеристику особі надає іменник *skeleton*, що є семантичним ядром словосполучення; інтенсифікатор *perfect* підсилює виділену ознаку худорлявості:

You are a perfect skeleton [6].

2. Тематична група «Внутрішні характеристики суб'єкта» позначає:

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

Наведемо такі 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* виявляють 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.

Із 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:

У цьому випадку, перш за все, виділяється вживання іменників з прийменниками (*to death, to destruction* тощо) у функції обставини для передачі сильного хвилювання, тривоги, страху мовця:

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];

Гіперболи, представлені дієслівними сполученнями *to drive smb mad, to drive smb crazy* тощо, 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. Тематична група «Позначення якості предметів та явищ».

До засобів гіперболічного підсилення властивостей предметів і явищ належать такі інтенсифікатори:

а) прикметники у функції означення: *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) прикметники у функції обставини (*crystal clean, dead cheap*);

в) 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 позначають 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 цими 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 концептосфери розмовного дискурсу.

Список використаних джерел

1. Верба Л.Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов / Л. Верба. — Вінниця: Нова книга, 2003. — 160 с.
2. Єфімов Л.П. Стилїстика англійської мови: дискурсивний аналіз / Л. Єфімов. — Вінниця: Нова книга, 2004. — 240 с.
3. Мороховский А.Н. Стилїстика англійського язика / А. Мороховский и др. — К.: Вища школа, 1991. — 245 с.
4. [http://www.Online_literature.com./John Galsworthy/ Live tales](http://www.Online_literature.com./John_Galsworthy/Live_tales)
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. — 658 p.
8. literary-devices.com/content/hyperbole

STEREOTYPICAL HYPERBOLES IN ENGLISH COLLOQUIAL

DISCOURSE: LINGUAL-CULTURAL ASPECT

The article is devoted to investigation of the concepts QUANTITY and QUALITY expressed by means of stereotypical hyperboles and singled out due to common constituents that are repeated systematically and form the notional basis of the concept itself. In order to describe the notional constituent of the concept the given concept was

contrasted to other concepts that are correlated to it both paradigmatically and syntagmatically in the conceptual sphere of the English language, which allows observing correlation of structurally different hyperboles with a certain concept. The methods of this study are conceptual and structural-semantic analyses.

Key words: notion, concept, discourse, hyperbole, stereotype, stereotypical hyperbole, thematic group, conceptual sphere.

ГИПЕРБОЛЫ В АНГЛИЙСЬКОМ РАЗГОВОРНОМ ДИСКУРСЕ: ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ РАКУРС

Статья посвящена исследованию концептов КОЛИЧЕСТВО и КАЧЕСТВО, выраженных стереотипными гиперболами и выделенных на основе общих систематично повторяющихся компонентов, которые формируют понятийную основу самого концепта. Для описания понятийного компонента концепта анализируемый концепт противопоставляется другим, парадигматически и синтагматически связанными с ним в концептосфере английского языка, что позволяет наблюдать соотношенность разнообразных по структуре гипербол с теми или иными концептами. Методами данного исследования являются концептуальный и структурно-семантический анализ.

Ключевые слова: понятие, концепт, дискурс, гипербола, стереотип, стереотипная гипербола, тематическая группа, концептосфера.