

Бондарко А.В. Эксплицитность/имплицитность в общей системе категоризации семантики / А.В. Бондарко // Семантико-дискурсивные исследования языка: эксплицитность/имплицитность выражения смыслов. – Калининград, 2006. – С. 22-33.

Деревенский Б.Г. Имплицитная и эксплицитная информация / Б.Г. Деревенский // Лингвистический журнал. Русские страницы [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.biblicalstudies.ru/Books/Bikman3.html#subsect3> (дата обращения: 04.12.2011).

Долинин К.А. Имплицитное содержание высказывания / К.А. Долинин // Вопросы языкознания. – 1983. – № 6. – С. 34-47.

Комиссаров В.Н. Эксплицирование как проблема перевода / В.Н. Комиссаров // Проблемы прикладной лингвистики : тез. межвуз. конф. – Ч. I. – М., 1969. – С. 158-160.

Кухаренко В.А. Типы и средства выражения импликации в английской художественной речи (на материале прозы Э. Хемингуэя) / В.А. Кухаренко // Филологические Науки. – 1974. – № 1. – С. 72-80.

Лисоченко Л.В. Высказывания с имплицитной семантикой: (логический, языковой и прагматический аспекты) : монография / Л.В. Лисоченко. – Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 1992. – 160 с.

Молчанова Г.Г. Импликативные аспекты семантики художественного текста : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Г.Г. Молчанова. – М. : [б.и.], 1990. – 48 с.

Старикова Е.Н. Имплицитная предикативность в современном английском языке / Е.Н. Старикова. – Киев : Вища школа, 1974. – 142 с.

Федосюк М.Ю. Неявные способы передачи информации в тексте : учеб. пособие по спецкурсу / М.Ю. Федосюк. – М. : МГПИ им. В.И. Ленина, 1988. – 83 с.

Чернов Г.В. Контекстно-свободная и контекстно-связанная импликативность и проблема переводимости / Г.В. Чернов // Лингвистический журнал. Текст и перевод. – М. : Наука, 1985 [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thinkaloud.ru/science/chern-impl.pdf> (дата обращения: 28.12.2011).

Homer B.D. Making Implicit Explicit: the Role of Learning / Bruce D. Homer, Jason T. Ramsey // Behavioral and Brain Sciences. – 1999. – № 22 (5). – Pp. 770.

СРЕДСТВА ГИПЕРБОЛИЗАЦИИ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

А.П. Сутягина

Научный руководитель: Н.П. Мерзлякова,

кандидат филологических наук, старший преподаватель (УдГУ)

Стилистическая структура языка является предметом стилистики или лингвостилистики. Язык включает в себе богатейшую сокровищницу изобразительно-выразительных средств. Изобразительно-выразительные средства языка – это результат мастерства человека и проявления человеческих чувств. Они являются общественным наследием, включающим в себя пластичные, гибкие, экспрессивные формы со своим жизненным содержанием. Соответственно этому, разные народы имеют

разную художественную культуру. Рассмотрим такое изобразительно-выразительное средство, как гипербола, в стилистической структуре русского и немецкого языка.

Как отмечает Л.П. Крысин, гиперболические высказывания сконцентрированы в области оценок человека и человеческой деятельности или тех событий в окружающем мире, которые тем или иным образом затрагивают интересы человека. «Словом, мир человека оказывается основным объектом гиперболизации» [Крысин 2004].

В современном русском языке гипербола понимается как фигура речи явного и намеренного преувеличения. «Гиперболой (от греч. *hyperbolē* – преувеличение, излишек) называется выражение, состоящее в преувеличении размеров, силы, красоты, значения описываемого предмета или явления» [Голуб 2005: 143]: *Мою любовь, широкую, как море, вместить не могут жизни берега* (А.К. Толстой). В немецком языке под гиперболой (*die Hyperbel*), так же как и в русском, понимается троп, который преувеличенно изображает содержание, значение того или иного понятия [Наер 2006: 222]: *Wenn du am 30. Februar wieder kommst, werde ich deinen Wunsch erfüllen.*

Гипербола как стилистический прием часто рассматривается в совокупности с противоположной ей стилистической фигурой – литотой. В русском языке литота – это фигура речи, образное выражение, оборот, в котором содержится художественное преуменьшение величины, силы, значения изображаемого предмета или явления. Литота в этом смысле противоположна гиперболе, поэтому иначе её называют обратной гиперболой: *осиная талия*. В древнегреческих работах по риторике гипербола делилась на «увеличение» (др.-греч. *αὔξησις auxesis*) и «уменьшение» (*ταπίνωσις tapinosis* или *μείωσις meiosis*). Можно предположить, что на основании этих работ в немецком языке обратной гиперболой является мейозис (*die Meiose*), а литота (*die Litotes*) рассматривается лишь как особая форма мейозиса. Таким образом, в немецком языке мейозис (*die Meiose*) – это троп, служащий для ослабления, смягчения и преуменьшения значения: *in einem Katzensprung*, литота же (*die Litotes*) как особая форма мейозиса заключается в ослаблении, преуменьшении значения через полное или частичное отрицание: *es ist unwahrscheinlich*. На основании данных определений можно сделать вывод, что в немецкой стилистике фигуре речи, называемой в русской стилистике литотой, соответствует мейозис, частным случаем которого является литота.

Как и другие тропы, гипербола и обратная гипербола бывают общеязыковыми и индивидуально-авторскими. Общеязыковые гиперболы – это те гиперболы, которые постоянно употребляются в литературном языке. К общеязыковым относятся, например, гиперболы: *ожидать целую*

вечность, задушить в объятиях, море слез, любить до безумия; *todmüde, hundsmiserabel, spottbillig, splinternackt, eine Ewigkeit warten, tausend Mal sagen, ein Loch in den Bauch fragen* и т.п.; обратные гиперболы: *осиная талия, от горшка два вершка, море по колено, капля в море, близко – рукой подать, выпить глоток воды; meine Wenigkeit, nicht wenig verdienen, nicht schlecht, nicht selten* и т.п. Индивидуально-авторские гиперболы – это те гиперболы, которые создаются автором: *Да! Если бы все слезы, кровь и пот,/ Пролитые за все, что здесь хранится,/ Из недр земных все выступили вдруг,/ То был бы вновь потоп – я захлебнулся б/ В моих подвалах верных* (А.С. Пушкин); *Ich fühle eine Armee in meiner Faust* (Ф. Шиллер).

Гипербола тесно связана с позицией говорящего, именно он придает своему высказыванию оттенок преувеличения, тем самым желая усилить производимое впечатление. Тот, кто использует гиперболу как стилистический прием, мало заботится о достоверности предоставляемой информации, намеренно оказывая гиперболическое действие. Таким образом, можно выделить основные сферы применения гиперболы в обоих языках:

1. Художественная литература, где употребление гиперболы получило наибольшее распространение: *Педкая птица долетит до середины Днепра* (Н.В. Гоголь); *Soll die Glut denn ewig,/ Vorsätzlich angefacht, mit Höllenschwefel/ Gehärt, mir auf der Seele marternd brennen?* (И.В. Гете).
2. Разговорная речь, где также широко распространено использование гиперболы, что свидетельствует о ее высокой степени характерности для непринужденного, неподготовленного общения: *Сто раз повторять тебе надо! Хлеба в доме – ни крошки!; Ich habe dir das tausendmal gesagt! Ich habe dich eine Ewigkeit nicht gesehen!*
3. Рекламные тексты, где гиперболические элементы являются излюбленным приемом: *Das strahlendste Weiß, das es gab!* (реклама зубной пасты); *Esso Super riecht jetzt sogar super!* (реклама моторного масла); *Они пойдут на все, чтобы попробовать собачий корм!* (реклама собачьего корма); *самые утягивающие джинсы Levi's, которые сделают стройной любую фигуру!* (реклама джинсовой одежды).

Гипербола возможна благодаря тому, что в языковом сознании говорящих имеется представление о некоей норме тех или иных свойств, состояний, действий. Если, по мнению говорящего, данное событие, свойство или состояние значительно отличается от нормального, он может прибегнуть к гиперболе. Основным принципом образования гиперболы является принцип переноса, под которым мы понимаем явное или скрытое

сопоставление предметов, в результате которого одному предмету приписываются свойства (размеры, количество, признаки, состояния, действия) другого предмета. Гипербола может выражаться языковыми единицами различных уровней: морфологическими, лексическими, синтаксическими, фразеологическими средствами.

Морфологические средства: традиционным как для русского, так и для немецкого языка способом гиперболизации является словообразование. При помощи приставок *пре-, архи-, сверх-, супер-, экстра-, super-, extra-, ultra-, wunder-, alt-, doppel-, traum-, erz-, über-, un-, ir-* создается эффект преувеличения: *архисложный, сверхчувствительный, экстрапозитивный; der Erzfeind, erzböse, überglücklich, das Ungeld, uralt*. В качестве одного из способов образования гиперболы выступает приставка и частица *пол-*, в немецком соответственно – *halb-*: *У нас **поломдела** группирует; Я этим ножом твоим **полпальца** себе отхватил; ein **halbes** Glas, auf **halbem** Wege, eine **halbe** Ewigkeit*. Одним из распространенных средств гиперболизации в морфологии является превосходная степень прилагательных: *Шум был **огромнейший*** (Э. Кренкель); *Im **achtzehnten** Jahrhundert lebte in Frankreich ein Mann, der zu den **genialsten und abscheulichsten** Gestalten dieser an genialen und abscheulichen Gestalten nicht armen Epoche gehörte* (П. Зюскинд). Специфическими способами образования гиперболы в русском языке являются: 1) формы множественного числа, образованные от существительных вещественного значения: *Некогда **чай** (молоки) **растивать***; 2) формы множественного числа, которые образованы от существительных, обозначающих исчисляемые объекты, но которые употребляются в ситуациях, когда имеется только один такой объект: *ездит по **Парижам** (по **заграницам**)*.

Лексические средства: из самой идеи гиперболы, преувеличения следует, что чаще других целям гиперболизации служат слова, обозначающие меру, количество, разного рода подвергающиеся количественному измерению свойства, а также модальные слова, кванторы и некоторые другие разряды лексики. Простейший случай гиперболизации: *реки, озера, моря, океаны слез* (Ф.М. Достоевский). В разговорной речи русского и немецкого языка для гиперболизации часто используются кванторные слова: *все, каждый, любой, всякий, никто, ничто, совсем, совершенно; alle, jeder, niemand: **Все** говорят, что он женился; **Каждому** известно, что в магазине эту книгу не достать; И почему это **всякий** считает своим долгом делать мне замечания!; **Alle** Menschen der Welt sollten Angst haben!; **Jeder** von euch weiß genau, was Drachen sind; **Niemand** hört den Schrei*. Широко распространен способ гиперболизации при помощи числительных: *Я тебе это **тысячу** раз говорил!; В **сто** сорок солнц закат пылал* (В.В. Маяковский); *Ich kann*

nicht tausend Dinge zugleich machen!; Das Glas zersprang in tausend Stück. К специфическим словам, образующим гиперболу, относятся также: *всегда, никогда, везде, всюду, никуда, нигде; immer, nie, überall; колоссальный, гигантский, совершенно, безумно, ужасно; kolossal, perfekt, enorm, wahnsinnig, tierisch, total: Он никогда не смотрит телевизор; Überall in Europa leben und arbeiten; В общем, этот опыт был колоссально полезен; Tort получилась безумно вкусным; das enorme Einkommen; Er hat mich auf Dauer einfach wahnsinnig gemacht.*

Синтаксические средства. В синтаксических средствах гиперболизации можно условно выделить две группы конструкций: выражение гиперболы при помощи именных конструкций и выражение гиперболы при помощи глагольных конструкций. Выражение гиперболы при помощи именных конструкций можно рассмотреть на примере: 1) конструкции сравнения с использованием существительных в винительном и дательном падежах (иногда в эту конструкцию добавляется слово *величиной*): *величиной с голову, величиной с кулак*; 2) конструкции до + существительное: *коса до пят, борода до пояса, все до крошки съел*; 3) конструкции по + существительное: *по крошке, по зернышку, по крупице*; 4) конструкции ни + существительное: *ни крошки, ни капли, ни души, ни шагу*; 5) определенных синтаксических моделей: *vor Freude, vor Angst, vor Schrecken: Ich kann vor Freude zerspringen*; 6) конструкции существительное + *wie* + существительное: *Nerven wie Drahtseile; klar wie dicke Tinte*; 7) определенных номинативных сочетаний: *Hals über Kopf; in die Wolle geraten; mit einer Träne im Knopfloch*; 8) повтора: *Выросла пенка большая-пребольшая; Die lange, lange Strasse lang; der viele, viele Schnee* (В. Borchert). При образовании гиперболы с помощью глагольных конструкций в русском языке, прежде всего, выделяются конструкции типа: существительное (мн. ч., род. п.) + глагол (пов. н., ед. ч.): *Фруктов – завались!, Земляники – горстями гребь!* и конструкции существительное (мн. ч., род. п.) + не + глагол (инф., сов. вид): *Людей – не сосчитать; подарков – не унести.*

Фразеологические средства: самые ходовые средства гиперболизации – устойчивые выражения, фразеологические единицы. Здесь выделяются устойчивые глагольные группы: *падать от усталости; спать на ходу; ходить на головах; лезть на стену; высосать из пальца; jmd. fällt aus dem Anzug; etw. aus dem Ärmel schütteln; etw. ist aus den Fingern gesogen; etw. steht an der Stirn geschrieben; etw. hat jmdm. ein Vögelchen gesungen; die Augen in die Hand nehmen; in der Brühe sitzen.* Гиперболический смысл многих устойчивых выражений давно не воспринимается говорящими, например: *не покладая рук; рукой подать; в упор не вижу; глаза на лоб полезли; haarklein, steinalt, stocktaub, kohlschwarz, blitzschnell; jmd. hat zwei linke Hände.*

Как мы можем видеть, способы построения гиперболы как в русской, так и в немецкой стилистике делятся соответственно средствам построения этой гиперболы. Анализируя средства гиперболизации в немецком и русском языке, можно выделить наибольшее сходство во фразеологических средствах. Также можно выявить общие для немецкого и русского языков способы образования гиперболы при помощи морфологических и лексических средств. Синтаксические средства гиперболизации обращают на себя особое внимание. Здесь четко прослеживаются различия в структуре построения гипербол: в русском языке встречаются конструкции, которые не свойственны немецкому языку: *по крошке; фруктов – завались!*; *величиной с голову*.

Как и любое другое средство выразительности, гипербола играет значительную роль в создании ярких образов, точной передаче чувств говорящего, поэтому сложно не отметить ее особую роль среди прочих средств художественной выразительности. При рассмотрении средств гиперболизации в русском и немецком языках на передний план выходит проблема перевода гипербол, поскольку способы построения гипербол могут как совпадать и представлять собой наименее затруднительную область перевода, так и полностью различаться, что требует поиска эквивалентов в языке перевода.

Список литературы

Богатырева Н.А. Стилистика современного немецкого языка = *Stilistik der deutschen Gegenwartssprache* : учеб. пособие / Н.А. Богатырева, Л.А. Ноздрина. – М. : Издательский центр «Академия», 2005. – 336 с.

Голуб И.Б. Стилистика русского языка : учеб. пособие / И.Б. Голуб. – М. : Айрис-пресс, 2005. – 448 с.

Десяева Н.Д. Стилистика современного русского языка : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н.Д. Десяева, С.А. Арефьева. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.

Краткая литературная энциклопедия : в 9 т. – Т. 2. – М. : Советская энциклопедия, 1964. – 1056 с.

Крысин Л.П. Гипербола в русской разговорной речи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-04d.htm> (дата обращения: 20.12.2011).

Наер Н.М. Стилистика немецкого языка = *Stilistik der deutschen Sprache* : учеб. пособие для вузов / Н.М. Наер. – М. : Высшая школа, 2006. – 271 с.

Поликарпова Е.В. Гипербола в современном немецком языке (лексикологический аспект) : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е.В. Поликарпова. – М. : МГПИ, 1990. – 16 с.

Ризель Э.Г. Стилистика немецкого языка : учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. / Э.Г. Ризель, Е.И. Шендельс. – М. : Высшая школа, 1975. – 316 с.

Хазагеров Г.Г. Риторика / Г.Г. Хазагеров, И.Б. Лобанов. – Ростов н/Д : Феникс, 2008 – 384 с.