

ГИПЕРБОЛА И ЛИТОТА В АНГЛО- И БЕЛОРУССКОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЕ

Ратько М.А.,

студентка магистратуры МГЛУ, г. Минск, Республика Беларусь
Научный руководитель Карпилович Т.П., д-р филол. наук, профессор

Как известно, публицистический стиль имеет две основные функции: информативная и воздействующая. Что касается первой функции, в публицистическом стиле она приобретает особое значение, так как в данном стиле информация не просто преподносится читателю в своём первоначальном виде, а зачастую она насыщена авторскими комментариями, содержащими большое количество эмоций. Эта эмоциональность способствует выполнению второй функции публицистического стиля. Если в устном дискурсе используются невербальные средства выражения эмоций, такие как мимика, жесты, темп речи и интонация, то в газетных текстах эту роль выполняют специальные лингвистические средства – образные средства, или тропы. Одними из таких средств являются гипербола и литота. Гипербола – образное выражение, содержащее непомерное преувеличение размера, силы, значения и т.д. какого-либо явления. Литота – выражение, содержащее в противоположность гиперболе, непомерное преуменьшение размера, силы, значения и т.д. какого-либо явления. Часто возникает недопонимание вышеуказанных терминов, так как разные учёные трактуют их по-разному. В работе Т.А. Дороговой указывается, что исследователи вводят оппозицию «гипербола – антигипербола», причём антигипербола представлена такими явлениями, как мейозис и литота. Итак, гипербола – «это преувеличение большого», мейозис – «преуменьшение малого», а литота – «отрицание противоположного» [2]. Как видим, термин «гипербола» не вызывает сомнений, однако понятия «мейозис» и «литота» являются спорными. Англист И.В. Арнольд отмечает, что литота – это нарочитое преуменьшение, которое выражается отрицанием противоположного: *not bad = good* [1, с. 100]. Если сравнить два определения литоты Д.Э. Розенталя и И.В. Арнольд, можно увидеть, что русское определение включает в себя только лишь часть английского, а именно, значение преуменьшения. Из-за такого различия в терминологии очень часто возникает путаница при сопоставлении данных образных средств в разных языках, поэтому мы возьмём за основу определения гиперболы, мейозиса и литоты.

Для настоящего исследования было проанализировано 100 текстов англоязычных газет, а также 100 текстов из белорусскоязычных газет. В англоязычных текстах не встретилось ни одного случая употребления гиперболы, а в белорусскоязычных таких примеров оказалось два. Часто

гиперболы могут выражаться при помощи числительных, как в следующем примере: “*Трэба было нека “пагуляць” на рынку, і за кошт гэтай гульні атрымаць лішні мільярд долараў у кішэню*” [3]. «Миллиард долларов» здесь, разумеется, является преувеличением, которое употребляется в качестве выражения некоторой суммы денег. Использование гиперболы в этом примере способствует усилению значения всего предложения, а также потенциальной выгоды игры на рынке, о которой здесь говорится. Таким образом, говорящий создаёт мотивацию к действию и показывает, что игра стоит свеч. Следующий пример гиперболы описывает спортивную команду, убеждая читателя в том, насколько она сильная: “*Цягацца на роўных з калектывам, за які гуляе ледзь не ўся сборная планеты, пакуль складана*” [3]. Преувеличение умений команды производит впечатление на читателя и показывает, насколько действительно сложно противостоять ей в матче.

Согласно выбранной нами классификации образных средств преувеличения и преуменьшения, такого явления, как мейозис, в анализируемом материале обнаружено не было. Однако наблюдается два примера использования литоты в англоязычных текстах (“*For example, among the Inuit, the stomach contents of an animal are considered the special delicacy with a consistency and a flavor that is **not unlike** cream cheese*”; “*Yet little glitches – with costumes, sets or props – are **not uncommon** at a premiere*”) [4] и один в белорусскоязычных (“*Міліцыя правяла адпаведную праверку, і высветлілася, што за 20 гадоў існавання аб’яднання ні адзін з яго кіраўнікоў **не заплаціў ні капейкі ў якасці ўзносу***”) [3]. Благодаря своей структуре «двойного отрицания» литота привлекает к себе гораздо больше внимания, чем её положительный антоним, и тем самым усиливает предложение, делая его более эмоциональным.

Таким образом, можно сделать вывод, что такие лексические средства, как гипербола и литота, участвуют в создании эмоционально-экспрессивного контекста, добавляют тексту эмоциональности и насыщенности, чем привлекают внимание читателя и позволяют автору успешнее воздействовать на его эмоции.

Литература

1. Арнольд, И.В. Стилистика. Современный английский язык: Учебник для вузов / И.В. Арнольд. – М.: Флинта, Наука, 2007. – 384 с.
2. Дорогова, Т.А. Взаимодействие гиперболы, мейозиса и литоты / Т.А. Дорогова // Вестн. Моск. гос. обл. ун-та. Серия: Лингвистика. – Московский государственный областной университет. – Москва, 2011. – №6. – С. 106-110.
3. Звезда. – 2013. – 7 верасня. – 8 с.
4. The Guardian [Electronic resource]. – 2013. – Mode of access: <http://www.theguardian.com/uk>. – Date of access: 20.10.2013.