

Паішко С. В.

Відокремлений структурний підрозділ ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Полтавський інститут економіки і права

Рябокін Н. О.

Відокремлений структурний підрозділ ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» Полтавський інститут економіки і права

АНГЛОМОВНІ ХУДОЖНІ ЗАСОБИ ТА СПОСОБИ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ. МЕТАФОРА, ПОРІВНЯННЯ ТА ГІПЕРБОЛА

Важливим об'єктом дослідження сучасної лінгвостилістики є художні мовно-виразові засоби (тропи), що відіграють значну роль у творенні мовної картини окремого індивіда і певної спільноти людей, а також відображають мовні традиції певної епохи загалом. Художні засоби до яких зокрема належать метафори, порівняння, гіпербола та інші засвідчують значні можливості мови у сполучуваності слів, є одним із виявів мовного багатства. Вони допомагають вирізнити певний предмет чи явище з переліку однорідних, точніше передати думку, надають мові образності та емоційності. Власне тому вивчення художніх засобів має певні традиції в лексикології, лінгвостилістиці, теорії літератури. У нашій науковій розвідці ставимо за мету розглянути структурно-семантичні особливості англomовних тропів: метафори, порівняння, гіперболи у художньому англomовному дискурсі та особливості їх перекладу на українську мову. Було з'ясовано, що поняття метафори – художній засіб (троп) для якого характерним є перенесення властивостей з одного предмета, явища на інші. Серед метафор розрізняють стерті (мертві), індивідуально-авторські, персоніфіковані, образні. Англomовна метафора відтворюється українською мовою такими способами: словниковим відповідником із тим самим образом, метафоричним словом з іншим образом, неметафоричним словом із втратою образності. Також було визначено, що порівняння – це художній засіб, що виявляється безпосередньо у порівнянні кількох явищ. Порівняння можуть бути виражені структурно наступними варіантами: через слова *like* чи *as*; дієприслівниковими реченнями (сполучниками *as, as if, as though*); прикметниками в порівняльному ступені; дієприслівниковими словосполученнями, які мають прийменникові атрибути. Було проаналізовано троп гіперболу, який означає навмисне перебільшення певної якості предмета чи явища і може бути виражений різними частинами мови: іменником, числівником, прислівником. Гіпербола як стилістичний прийом виконує такі функції: посилення виразності мови; підкреслення сказаної думки; посилення емоційного впливу на читача; яскраве виділення певної сторони зображуваного явища.

Ключові слова: художні засоби, тропи, метафора, порівняння, гіпербола, художній переклад.

Постановка проблеми: Здійснити критичний аналіз спеціальної літератури з теми дослідження та розглянути метафори, порівняння, гіперболи, та їх основні диференційні ознаки; проаналізувати структуру та семантику тропів; з'ясувати вплив жанрової належності художнього тексту на функціонування художніх засобів; дослідити різні класифікації тропів та процеси їх утворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи проблеми вивчення англomовних художніх засобів розглядалися у працях філологів-лінгвістів: В.М. Веселовського, Онопрієнко Т.Н., Галган Н.П., В.І. Карабана, І.В. Корунця,

Кухаренко В.А., Мацько Л. І. Лінгвостилістикою епітета, зокрема займалися Єфімов Л.П., Т.А. Палей, В. Жирмунський, О.В. Ємець, Zoltán Kövecses, присвячували свої лінгвістичні праці історії тропів.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи на те, що художні засоби тривалий час є об'єктом наукового зацікавлення філологів, проте залишається ще багато проблем, які потребують детального вивчення. Вони носять характер ідейно-естетичного збагачення. Іншою назвою художніх засобів є тропи, які не існують самі по

собі, а обов'язково несуть художнє навантаження. Художні засоби у моделюванні світу автора, перекладача мають задачу поглибити інтерес читача до твору. Актуальність роботи зумовлена і тим, що вона ще недостатньо висвітлена віукраїнському перекладознавстві.

Мета статті. Розглянути структурно-семантичні особливості англomовних тропів: метафори, порівняння, гіперболи у художньому англomовному дискурсі та особливості їх перекладу на українську мову.

Виклад основного матеріалу. Спочатку розглянемо поняття метафори. Проблематика метафори та процесу метафоризації, її перекладу залишаються актуальними і в наші дні. Поняття метафори можна охарактеризувати як художній засіб (троп) для якого характерним є перенесення властивостей із одного предмета, явища на інші. Саме метафоризація полягає у розумовому процесі, що об'єднує декілька сфер та дозволяє їм обмінюватися поміж собою різними характеристиками.

Н.Д.Арутюнова стверджує, що у процесі вивчення метафор головне значення відводиться основним лексичним значенням слова [1; с. 147–173]. Вона не може бути «скороченим» порівнянням, тому посідає синтаксичне місце, призначене для предиката («факіл неба цвіте глечиками хмар» – Василь Голобородько). Це перехід інтуїтивного осяяння у сферу раціональних понять. І що далі знаходяться один від одного протиставні розряди об'єктів, то яскравіша метафора, яка прагне на відміну від символу, зосередитися в образній оболонці: «*Стіни стоять замріяно...*», «*He gave me a cold look*» [3; с. 54].

Серед метафор розрізняють *стерті (мертві), індивідуально-авторські, персоніфіковані, образні*.

Стерті – це ті, які вийшли з активного вживання: *немов пересунув пішака з однієї клітки на іншу*.

Індивідуально-авторські – це ті, які притаманні конкретному автору та висвітлюють його індивідуальний стиль, самотність, оригінальність: *у її голосі відчувався дзвін грошей*.

Образні – це ті, які містять у собі конкретні форми і зміст, емоційно наповнені: *час летить*.

Персоніфіковані – це ті, які уособлюють собою певний суб'єкт/об'єкт, створюють ефект олюднення: *лисичка говорить*.

Метафори утворюються формою (*круглий стіл*), функцією (*двірник у машині*), місцезнаходженням (*хвіст потягу*), кольором (*жовта преса*).

У процесі метафоризації метафоричний образ слів може як співпадати, так і ні. Наприклад, у випадку метафоричного вживання слів «чорний» в українській мові та «*black*» в англійській.

чорна діра бюджету – *the black hole of budget*

чорна смерть(про чуму) – *Black Death*

чорна магія – *black art, delivery, diablerie, diabolism, necromancy, witchcraft*

чорна візитка – *сл. shooter*

чорна металургія – *iron industry*

зграя бандитів – *black hands*

злі погляди – *black looks*

кров'яна ковбаса – *black pudding*

Окрім того, наприклад, *бюджетні гроші, що використовуються не за призначенням* – *black bug funds*.

Методи перекладу український метафор англійською мовою:

1) Словниковим відповідником із тим самим образом: *чорний список* – *black book, blacklist*, *чорний ринок* – *black market*.

2) Метафоричним словом з іншим образом: *тіньова економіка* – *black economy*, *живий розум* – *agile mind*, *занепалий духом* – *heartsick*, *зелений юнак* – *unlicked cub*, *сріблястий сміх* – *ripple of laughter*, *сережка (на вербі)* – *pussy*.

3) Неметафоричним словом із втратою образності: *чорна робота* – *menial work, unskilled labo(u)r, common labo(u)r*.

Слід мати на увазі, що при перекладі на англійську мову метафоричні слова можуть трансформуватися на україномовні неметафоричні варіанти. Наприклад, *мороз без інею* – *black frost*; *боягуз* – *rabbit*; *трудівник* – *son of toil*; *отрута* – *black bottle*; *сум, нудьга* – *black dog*. Тому при перекладі українських лексичних елементів у функції засобу стилістичної компенсації (тобто вживання одних стилістичних елементів замість інших в іншому місці тексту перекладу) можна вживати метафоричні слова замість українських неметафоричних слів.

У випадку мовних (*неавторських*) метафор для надійного перекладу використовуються словники. Переклад даного типу метафор є складнішим оскільки передбачає гарне відчуття мови, розуміння при перекладі того, що метафора-відповідник є можливою в оригіналі з тим чи іншим образом.

Метафори, вжиті у словосполученнях моделі метафоричний іменник + а не + іменник або не + іменник, а + метафоричний іменник звичайно перекладаються of-фразами:

не машина, а мрія – *a dream of a car*

диво, а не дитина – *a duck of child*
не дівчинка, а лялечка – *a doll of girl*
орхідея, а не дівчина – *an orchid of a girl*.

Так само іноді можуть перекладатися **метафори-універби (однослівні метафори)**: Володимир не сяє у розмовах; ми так ненавидимо «чоловіків-сорок» – *Volodymyr does not shine in conversation; how we hate a magpie of a man* [3; с. 54–56].

Як можна побачити, при метафоричному позначенні людей у функції другого іменника в таких словосполученнях нерідко вживаються слова *man* або *girl* чи *woman*. Головне при перекладі метафоричного слова – це бути впевненим у тому, чи є метафоричний відповідник у мові перекладу, чи його немає, а також те, чи може певне слово мови перекладу як відповідник українського метафоричного слова вживатися метафорично і мати значення, тотожне українському [4; с. 311].

Наступний художній засіб, яким розглянемо – це порівняння. **Порівняння** – це художній засіб, що виявляється безпосередньо у порівнянні кількох явищ. Від інших метафор порівняння відрізняються тим що у зв'язку між кількома явищами використовуються такі слова як *like, as, so, then* та деякі інші. У той самий час метафори утворюють неявне порівняння, тобто щось просто має ознаки чогось іншого. Це очевидно з самої етимології слів. Порівняння латинською *similis* – **подібний**. Тоді як грецьке слово *metaphor* це – перенесення [5].

Прикладом використання порівняння в англійській літературі є твори «*A Red, Red Rose*» Роберта Бернса, де яскравим порівнянням є «*O My Luve's like a red, red rose.*». А також *Paradise Lost, a Homeric simile* Джона Мілтона :

*As when a prowling Wolf,
Whom hunger drives to seek new haunt for prey,
Watching where Shepherds pen their Flocks
at eve*

*In hurdl'd Cotes amid the field secure,
Leaps o'er the fence with ease into the Fold:
So clomb this first grand Thief into God's Fold*

Порівняння широко використовуються в британській комедії, особливо в епоху фарса 1960-х і 1970-х років. У комедії порівняння часто використовується в негативному стилі: «*він був дурний, як кисть*» – «*he was as daft as a brush*» [3].

Порівняння не порушує логічну композицію і це не впливає на стилістичне значення. Речення *John can run as fast as Jack* зберігає чітку конфронтацію між двома об'єктами. Деякі інші приклади порівняння:

John is older *than Sam*.
John behaves *like his father*.
John is not *so heavy as Sam*.

Словом Яринка стала панночкою, **як її приятельки, сусідки з інших сіл**.

Іван Захарович знає це краще, **ніж будь-хто**.

Порівняння можуть бути виражені структурно наступними варіантами:

1. Через слова *like* чи *as*: *Rosa is as beautiful as a flower. Paula is like a fairy*.

2. Дієприслівниковими реченнями (сполучниками *as, as if, as though*): *Robin looked at Sibil as a mouse might lool a cat*.

Viola behaves as if she were child.

3. Прикметники у порівняльному ступені: *Roy behaved worse than a cutthroat*.

4. Дієприслівникові словосполучення, що містять прийменникові атрибути: *With the quickness of a cat, Samuel climbed up the tree*.

5. Коли порівняння не явне, бо немає формальних ознак: *Odette had a strange resemblance to a captive bird*.

Комунікативною функцією порівнянь є те, що це широко вживаний та ефективний метод виразності мови. І чим більш неочікуване порівняння двох предметів чи явищ тим троп більш багатий у художньому плані [6].

Отже, проводячи аналіз спеціальної літератури можна зробити такі висновки щодо порівнянь:

– Порівняння вимагає не такої сильної фантазії як метафора. Так як порівняння лише стверджує, що два предмети подібні. А метафора у свою чергу припускає, що один предмет або явище має ознаки іншого.

– Порівняння є одним з компонентів образу. Це процес пробудження ідей, місць, почуттів та різних інших зв'язків яскравим та ефективним способом.

– Образи використовуються як у письмовій, так і в усній комунікації в багатьох різних формах, від реклами до віршів та від чату і до живого спілкування.

– Порівняння, метафора і символ є основними тропами, і в результаті спілкування набуває творчої та життєвої якості, яка таким чином інакше впливає з істотного акту порівняння.

– Таким чином у процесі порівняння крапля дощу може стати кристалом, страх – прірвою, а ревності – чудовиськом.

– Використовуючи образи, інтерпретуються матеріальний світ і використовується мова для передачі художнього бачення.

Наступний троп – це гіпербола, яка означає навмисне перебільшення певної якості предмета чи явища. Цей троп може бути виражений різними частинами мови. Так, наприклад, іменником (all, every, everybody, everything), числівниками (a million, a thousand), через прислівники (ever, never). Гіпербола посилює виразність мовлення [3; с. 46–47].

Художнє перебільшення може бути фінальним ефектом інших художніх засобів: метафори, порівняння, іронії.

Mary was scared to death.

Sam would give the world to see Dave again.

I beg a thousand pardons.

Pete knows everybody in the town.

Every single rascal tries to cheat the public here.

It was so noisy inside that you couldn't hear yourself think.

А сома... сома мені самому доводилося бачити такого завбільшки, як комбайн! Тільки трохи довшого.

Він такий голодний, що коня з'їсть.

Таким поглядом можна вбити.

Я вас чекав цілу вічність. Ви завжди забуваєте про час і ніколи не поспішаєте. Вас лише за смертю посилали.

Тато ж тебе сто разів просив не робити з мухи слона, а ти все життя усе перебільшуєш.

Дуже часто гіпербола використовується як засіб створення комічного ефекту в художньому тексті, що допомагає розкрити багатство асоціативних відтінків поетичного мовлення, посилює та увиразнює його емоційне та оцінне забарвлення, вказує на домінантні ознаки авторського стилю. Щодо видів гіперболи, то цей стилістичний прийом, як і інші тропи, буває загальномовним та індивідуально-авторським. Загальномовні гіперболи перейшли у розряд інтенсивів завдяки підвищеній частотності їх використання та набули яскраво вираженого номінативного характеру. Варто зазначити, що механізми створення індивідуально-авторських гіпербол та загальномовних доволі схожі і стимулюються однаковими процесами [4; с. 319]. Гіперболу досліджують ще з давніх часів, тому що вона є важливим елементом поезії. Існує багато поглядів із приводу лінгвістичного статусу гіперболи. Її розглядають як:

- 1) поетичну фігуру;
- 2) троп;
- 3) особливу властивість тропа;
- 4) стилістичний прийом.

Найчастіше гіперболу розглядають як різновид зворотів, в яких слова вживаються в перенос-

ному значенні і використовуються з метою підсилення емоційності та виразності мови.

Гіперболу як троп Арістотель розумів, називаючи її метафорою. Він стверджував, що при створенні гіперболи необхідно врахувати глибинне значення явища.

Проте гіперболу не можна плутати з простим перебільшенням, яке може виражати емоційний стан мовця. Наприклад, *I've told you fifty times* не є гіперболою, тобто стилістичним прийомом перебільшення, а лише таким перебільшенням, яке виражає емоційний стан мовця. У розмовній мові, яка завжди емоційно прикрашена, такі перебільшення є досить поширеним явищем: *I beg a thousand pardons; scared to death; tremendously angry; immensely obliged; I'll give the world to see him*. Їх іноді називають розмовними гіперболами. Такі гіперболи є надбанням мови. Перебільшення тут ґрунтуються, як правило, на взаємодії двох типів лексичних значень слів. Предметно-логічне значення слів *thousand, tremendously* набувають емоційного відтінку. Хоча гіперболи як стилістичний прийом та як виражальний засіб мови створюються за однією семантичною моделлю, все-таки вони відрізняються за змістом та функціями, які виконують. Гіпербола є наслідком процесів, які відбуваються у свідомості індивіда. Оскільки мова не володіє адекватними засобами вираження всього спектру духовних переживань людини, гіпербола допомагає проаналізувати навіть несвідомі на перший погляд вчинки. Таким чином, проявляється відношення індивіда до світу. Це особливо стосується писемного тексту і тут можна говорити про особливу мовну картину світу письменника. Але використання гіперболи у художньому творі загалом залежить від таких факторів як літературний напрям та жанр. І тут вже проявляється ідіолект окремого автора, який буде характеризуватися різною частотністю вживання стилістичного прийому гіперболи у художніх творах.

Гіпербола як стилістичний прийом виконує такі функції:

- 1) посилення виразності мови;
- 2) підкреслення сказаної думки;
- 3) посилення емоційного впливу на читача;
- 4) яскраве виділення певної сторони зображуваного явища.

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.

Щодо синкретизму гіперболи з іншими тропами, то цей стилістичний прийом тісно взаємодіє з порівнянням та метафорою. Порівняння та метафора можуть виконувати функції перебільшення, гіпербола ж приймає форму метафори чи порівняння. Взаємодія гіперболи з іншими тропами базується на співставленні несумісних у кількісному відношенні предметів та їх ознак. Основою такої взаємодії є використання семантичного механізму порівняння, що лежить в основі метафори та гіперболи, двох понять, котрі мають певні спільні ознаки та при цьому перебільшуються.

Висновки. Під час дослідження був проведений аналіз етимології та класифікації тропів (художніх засобів): метафори, порівняння, гіперболи. Поняття метафори можна охарактеризувати як художній засіб (троп) для якого характерним є перенесення властивостей з одного предмета, явища на інші. Саме метафоризація полягає

у розумовому процесі, що об'єднує декілька сфер та дозволяє їм обмінюватися поміж собою різними характеристиками.

Порівняння – це художній засіб, що виявляється безпосередньо у порівнянні кількох явищ. Від інших метафор порівняння відрізняються тим що у зв'язку між кількома явищами використовуються такі слова як *like, as, so, then* та деякі інші. У той самий час метафори утворюють неявне порівняння, тобто щось просто має ознаки чогось іншого.

Гіпербола – це навмисне перебільшення певної якості предмета чи явища. Цей троп може бути виражений різними частинами мови. Так, наприклад, іменником (*all, every, everybody, everything*), числівниками (*a million, a thousand*), через прислівники (*ever, never*). Гіпербола посилює виразність мовлення. Художнє перебільшення може бути фінальним ефектом інших художніх засобів: метафори, порівняння, іронії.

Список літератури:

1. Арутюнова, Н.Д. Дискурс. Лингвистиче-ский энциклопедический словарь / под ред. В.Н. Ярцевой [и др.]. М.: Сов. энциклопедия, 1990. С. 147–173.
2. Веселовский А. Из истории эпитета. Историческая поэтика. М., 1989. С. 59–75.
3. Єфімов Л. П. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз [Уч.-метод. посібн.]. Вінниця : Нова книга, 2004. 240 с. (англ. мовою)
4. Карабан В.І., МейсДж. Переклад з української мови на англійську мову. Вінниця. Нова Книга, 2003.
5. Кухаренко В.А. Практикум з стилістики англійської мови (англ. мовою). Вінниця. Нова Книга. 2000.
6. Merriam-Webster Dictionary: <https://www.merriam-webster.com/>

Pashko S. V., Riabokin N. O. ENGLISH ART MEDIA AND METHODS OF THEIR TRANSLATION. METAPHOR, SIMILE AND HYPERBOLE

An important object of research in modern linguistic stylistics is artistic language and expressive means (tropes). Artistic means, which include metaphors, similes, hyperbole, and others, testify to the significant possibilities of language in combining words, and are one of the manifestations of language richness. They help distinguish a certain subject or phenomenon from a list of similar ones, or rather convey an idea, give language imagery and emotionality. That is precisely why the study of artistic means has certain traditions in lexicology, linguistic stylistics, and literary theory. In our research, we aim to examine the structural and semantic features of English-language tropes: metaphors, similes, hyperboles in English-language artistic discourse and the peculiarities of their translation into Ukrainian. It was found out that the concept of metaphor is an artistic device (trope) characterized by the transfer of properties from one object or phenomenon to another. Among the metaphors, there are erased (dead), individually-authored, personified, figurative. The trope of hyperbole was analyzed, which means deliberate exaggeration of a certain quality of an object or phenomenon and can be expressed by different parts of speech: a noun, a numeral, an adverb. Hyperbole as a stylistic technique performs the following functions: strengthening the expressiveness of speech; emphasizing the said thought; increased emotional impact on the reader; bright selection of a certain side of the depicted phenomenon.

Key words: *artistic means, tropes, metaphor, simile, hyperbole, artistic translation.*