

ГІПЕРБОЛА ЯК СТРИЖНЕВИЙ ЗАСІБ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ МОВИ У П. ЗЮСКІНДА

У статті мова йде про використання такого стилістичного прийому як гіпербола, що є засобом інтенсифікації мови автора і дозволяє зробити висновки стосовно особливостей мовної картини світу обраного письменника. На прикладі творчості Патріка Зюскінда висловлюється думка про необхідність створення цілісного аналізу ідіолекту автора на основі аналізу типових для нього стилістичних прийомів, серед яких важливе місце займають засоби інтенсифікації мови.

Ключові слова: гіпербола, стилістичний прийом, інтенсифікація, гіперболізація, перебільшення, ідіолект, ідіостиль, стильова манера.

В статье речь идет об использовании П. Зюскиндом гиперболы для интенсификации речи автора и создании индивидуальной языковой картины мира.

Ключевые слова: гипербола, стилистический прием, интенсификация, гиперболлизация, преувеличение, идиолект, идиостиль, стилевая манера.

The article deals with the usage of such stylistical method as hyperbole, which is one of the ways to intensify the language of a certain writer. On the basis of literal works of Patrick Süskind it is stated the importance of integral and full analysis of the individual style with the help of the typical for the author stylistical methods, where hyperbole is one of the most important.

Key words: hyperbole, intensification, stylistical method, idiolect, individual style, the manner of writing.

Термін «гіперболізація» вельми часто використовується на позначення надмірного використання гіперболи, однак в нашій статті хотілось б зробити певне уточнення даного поняття. «Гіперболізація» більш загальне явище, ніж власно «гіпербола». «Гіперболізація», яку ми розглядаємо зі стилістичного боку, а саме як формоутворюючу для ідіолекту Патріка Зюскінда, створює ефект «надмірності», «перебільшення», які є доволі частими супутниками постмодерністських текстів. Однак у Зюскінда частотність її вживання настільки велика, що потребує детального вивчення та аналізу.

Дослідження мовної природи і особливостей функціонування тропів та стилістичних фігур є одним з актуальних завдань лінгвостилістики, яка вивчає виражальні можливості мови у її естетичній та експресивній функції. Кожне таке дослідження допомагає доповнити опис системи художньої мови, а також мови конкретного автора. І для того, щоб правильно зрозуміти той, чи інший стилістичний прийом, потрібно ретельно проаналізувати стилістичну природу обраного явища.

Художнє перебільшення є загальною особливістю мистецтва та літератури. Цей прийом широко використовується, можна з впевненістю стверджувати, що перебільшення, або гіперболізація є загальною закономірністю художньої творчості.

Індивідуальний стиль П. Зюскінда поряд з іншими особливостями, характеризується значним використанням гіперболи як одним із способів підсилення виразності та підкреслення висловленої думки. Гіпербола часто поєднується з іншими стилістичними прийомами, додаючи їм відповідне забарвлення: гіперболічні порівняння, метафори та ін. В її основі лежить зазвичай художнє перебільшення. Це значення закріплено у словниках та енциклопедіях.¹ Етимологічно слово «гіпербола» має грецьке походження: «*hyper*» – «через, занадто» та «*bole*» – «кидок». Поступово дане слово стало використовуватися у значенні перебільшення в латинській мові. Потрібно зазначити, що термін «гіпербола» є багатозначним, якщо в математиці він використовується у своєму прямому значенні з грецької мови, то латинський варіант став вживатися на позначення певного стилістичного прийому, який доволі широко вживається у художніх текстах. У стилістиці гіпербола використовується з ціллю посилити виразність мови. Існує також антонім до цього явища – «літота» (надмірне зменшення якості, або якоїсь характеристики предмету). Патрік Зюскінд використовує гіперболу для посилення емоційного впливу на читача, а також для того, щоб яскравіше виділити у тому, чи іншому явищі якості, які він описує. При цьому це можуть бути як позитивні, так і негативні характеристики. Створюючи свій світ образів та понять, письменник може породжувати гіперболічні суміші предметних деталей, які можуть бути як психологічними, так і зовнішніми. Він може виходити за межі реального світу, створюючи фантастичні образи. Його твори, як правило, характеризуються високою естетичною експресивністю.

Існують різні підходи до вивчення гіперболи: деякі дослідники вважають її тропом, інші розглядають як поетичну фігуру. В даній публікації ми оцінюємо гіперболу як стилістичний прийом. Крім того слід зазначити, що у порівнянні з такими прийомами як метафора, порівняння, епітет гіпербола найменш досліджена. І хоча багато дослідників говорять про те, що явище гіперболи притаманне здебільшого поезії, існує багато прозових творів як доказ помилковості такого твердження. Твір П. Зюскінда «**Про Любов та Смерть**» – яскравий доказ останнього. Ушкова Л.Н. дотримується думки, що гіпербола є одним з

найяскравіших стилістичних прийомів у мові.² І з цим важко не погодитися. В тексті есе зустрічається багато прикладів вживання гіперболи, наведемо найяскравіші з них:

«*stürmt wie ein Berserker*»³

«*der Tod sei wie ein schwarzes Loch im Sternbild Pegasus*»⁴

«*die Liebe – ein göttlicher Wahnsinn*»⁵

У розглянутих прикладах гіпербола поєднується з порівнянням, метафорою, що є характерною ознакою стилю П. Зюскінда. Таким чином автор створює особливе «мереживо» слів, образів, відтінків кольорів та цілий спектр емоцій і відчуттів.

В наукових роботах зі стилістики німецької мови, в основному, зустрічаються лише невеликі, короткі розвідки з дослідження гіперболи, які не виходять за межі визначення сутності цього стилістичного прийому або аналізу невеликого ілюстративного матеріалу. Всі ці підходи й напрями з дослідження гіперболи можна поділити на 2 типи: психологічний підхід, прихильники якого, розглядають гіперболу з точки зору психічних процесів, які мають місце при її створенні або сприйнятті, та лінгвістичний підхід, який розглядає мовні способи реалізації моделі гіперболи і співвідношення між її компонентами. Однак, незважаючи на різноманітність напрямів вивчення гіперболи, вчені в цілому дають однакове визначення цього стилістичного прийому.

Витоки гіперболи слід шукати в мові, оскільки автори художніх творів використовують та реалізують саме потенційні можливості виражальних засобів мови. У Патріка Зюскінда засіб гіперболи використовується не тільки для вираження сильних почуттів – горя, радості, жаху, здивування та інші, але й для створення крайньої міри інтенсивності певного предмета або явища. З виникненням писемної художньої творчості письменники та поети перейняли форми, які використовуються в усній та ораторській мові для певного впливу на читача. Тут є сенс говорити про поняття «гіперболізації» мови, тобто узагальнення процесів мислення, які супроводжують створення та сприйняття гіперболічного найменування.

Гіпербола характеризується певними ознаками, які виділяють її з ряду інших стилістичних прийомів. Одна з них це зіткнення та комбінація двох ознак – реальної та гіперболічної. Це створює певну напругу висловлювання, викликаючи переосмислення реальної ознаки за рахунок гіперболічної. Таким чином досягається висока міра інтенсивності. В основі механізму створення гіперболи лежить розумова операція, яка передбачає суб'єктивне відтворення у свідомості ознак навколишнього середовища. Крім того, у гіперболі функція перебільшення нерозривно пов'язана з функцією образності. Ці дві функції доповнюють одна одну і можуть бути об'єднані в єдину функцію гіперболізації (тобто образного перебільшення). У зв'язку з цим, гіперболу відносять до образних стилістичних прийомів.⁶

Потрібно відмітити необхідність розмежування гіперболи як виражального засобу мови і як стилістичного прийому. Хоча вони і створюються за однією семантичною моделлю, але відрізняються планом змісту 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 в більшій мірі залежить від таких факторів як літературний напрям, жанр та інше. І тут вже проявляється ідіолект окремого автора, який буде характеризуватися різною частотністю вживання стилістичного прийому гіперболи у художніх творах.

У художньому тексті гіпербола виступає, з одного боку, як засіб відтворення ретроспективних переживань автора, а з іншого – як засіб формування емоцій, які ще не відчував читач, тобто емоції читача виникають в результаті напруженої продуктивної роботи його психіки. Але сам вибір гіперболічної ознаки вже обміркований, продуманий автором і спрямований на створення єдиного потоку різноманітних вражень, які є спільними для всіх читачів. Саме це відрізняє використання гіперболи у художньому тексті від випадкової, стихійної у розмовній мові.

Гіперболізація – є не тільки простим засобом фіксації думки, але і особливою формою творчого мислення, в якій виражається конкретна картина світу і тісно переплітаються раціональний та чуттєвий аспекти, спрямовані на оцінку об'єкту.

Цікавим є той факт, що хоча окрім Патріка Зюскінда існує багато інших письменників-постмодерністів, він використовує засіб гіперболи як стилістичний прийом набагато частотніше за інших. Пояснення цієї характерної ознаки його ідіолекту слід шукати в особливостях його творчої індивідуальності, його світосприйняття в цілому. Однак не можна забувати слова відомого французького дослідника **А. Мальро** «справжній митець піддається інстинкту тільки тоді, коли він спроможний ним керувати, тому що митець повинен володіти талантом, а не талантом – митцем».⁷ Письменники, які схильні до гіперболізації і Зюскінд тут не є виключенням, звертаються до неї, переслідуючи конкретну ціль впливу на читача. Саме свідоме, навмисне перебільшення складає стилістичний прийом гіперболи.

Для реалізації гіперболи автором використовуються такі мовні форми, змістовний бік яких обов'язково включає хоча одну ознаку плану вираження: або висока інтенсивність міри ознаки, або нереальність.

На думку **І.С. Курахтанової** гіперболи в художньому тексті бувають двох видів: оказіональні, або образні, та узуальні – зі «стертою» образністю. Нас передусім цікавлять, тому що саме вони називаються індивідуальними чи авторськими. Узуальні гіперболи перейшли у розряд інтенсивів завдяки підвищеній

частотності їх використання та набули яскраво вираженого номінативного характеру.⁸ Потрібно тут уточнити, що механізми творення індивідуальних (авторських) гіпербол та мовних доволі схожі і стимулюються однаковими процесами. В основі авторських гіпербол лежать наступні елементи:

1. Незвичні способи назви міри певної ознаки. Це може бути характеристика короткого періоду чи кількості.
2. Ознака поняття, яка суттєва для розуміння об'єкту.

Ступінь об'єктивності авторських гіпербол значно вищий порівняно з мовними, оскільки в них використовуються конотації, які відображають індивідуальне сприйняття світу. Крім того, цей ступінь збільшується завдяки випадковості використання гіперболічної мовної форми, хоча фонові знання або контекст забезпечують можливість її декодування та тлумачення.

Індивідуальні гіперболи неможливо передбачити, оскільки їх створення залежить від здатності суб'єкту вичленити аналогії, фантазувати, використовувати різноманітні способи на позначення нереальності. Тому гіперболи у більшості своїй оригінальні. Розглянемо два приклади з роману П. Зюскінда «Парфумер»:

1. *«Grenouilles Körper war übersät von diesen roten Bläschen. Viele von ihnen auf (...), andere wuchsen sich zu wahren Furunkeln aus, schwollen dick rot an und rissen wie Krater auf und spieen dickflüssigen Eiter aus, mit gelben Schlieren durchsetztes Blut. Nach einer Weile sah Grenouille aus wie ein von ihnen gesteinigter Märtyrer, aus hundert Wundern schwärend».*⁹

2. *«Die Folge war, dass die geplante Hinrichtung eines der verabscheuungswürdigsten Verbrechers seiner Zeit zum größten Bacchanal ausartete, das die Welt seit dem zweiten vorchristlichen Jahrhundert gesehen hatte».*¹⁰

Як бачимо з цих двох прикладів, мова П. Зюскінда характеризується більшою стилістичною ефективністю, яка пояснюється відсутністю мотивацій, незвичністю змістових комбінацій, які не спираються на мовні закономірності, а навпаки, або не враховують їх, або їх порушують. Тому перехід індивідуальних гіпербол у розряд узуальних пояснюється такими факторами, як популярність автора, мода та інше.

Аналіз прикладів з текстів Патріка Зюскінда показав, наскільки різноманітні структурні типи мовних форм, у межах яких може бути реалізована універсальна модель даного стилістичного прийому.

У тексті, який написаний від третьої особи без вказівки оповідача, оповідь іде від особи автора; відповідно набір мовних засобів, який він використовує, відображає його задум та стиль. Вибір гіперболи у якості засобу художнього відображення дійсності й реалізації естетичного завдання твору відображає світосприйняття письменника: сукупність його філософських, політичних та естетичних поглядів. Ця здатність гіперболи заснована на її особливостях як знаку: емоційності, суб'єктивності, категоричності в оцінці та інше. У авторській оповіді гіпербола використовується за її прямим призначенням: як вираження інтенсивності або значущості гіперболічної якості об'єкту.

Мова художнього твору передбачає обробку, тому у авторській оповіді процент індивідуальних гіпербол значно вищий, оскільки в мові автора переслідуються не тільки комунікативні цілі (передача хвилювання, захоплення, роздратування та інших емоційних станів), але й естетичні завдання. В обраних прикладах завдання автора визвати у читача огиду, по-перше, зовнішнім видом самого Гренуя, а, по-друге, самою ситуацією, яку спричинив головний герой Зюскінда на власній страті.

Потрібно відмітити ще декілька особливостей функціонування гіперболи у художньому тексті. По-перше, це взаємозв'язок гіперболи з іншими стилістичними прийомами, які мають спільне з нею стилістичне завдання. По-друге, це роль гіперболи у забезпеченні зв'язності мовного матеріалу у художньому тексті. Як бачимо з наведених вище прикладів, гіпербола найчастіше поєднується у Зюскінда з метафорою, а ще частіше з порівнянням.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Тимченко В. Д. Гіпербола // *Українська літературна енциклопедія*. – Т. 1. – К., 1988. – С. 424.
2. Ушкова Л.Н. Стилiстичний прийом гiперболи в художнiй прозi [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mirrorbot.com/work/work_10740.html.
3. Süskind Patrick. Über Liebe und Tod. Diogenes Verlag, Zürich, 2005 – S. 14.
4. Там само, с. 15.
5. Там само.
6. Galperin I.R. «Stylistics», Higher School Publishing, Moscow, 1981 – P. 64.
7. Malraux A. «La Psychologie de L'art». – Paris, 1949. – I. – P. 45.
8. Курахтанова И.С. Языковая природа и функциональная характеристика стилистического приёма гипербопы. Специальность № 10.02.04. Диссертация на соискание учёной степени кандидата филологических наук. – М., – 1978. – С. 60.
9. Süskind Patrick. Das Parfum / Patrick Süskind. – Zürich: Diogenes Verlag, 1998. – S. 130.
10. Там само, с. 303.