

RU

Переоценка как коммуникативная категория лингвокультуры англичан (на материале романов С. Кинселлы «Рождественский шопоголик», «Выгорание» и И. Найт «Дорогая»)

Власова Е. В.

Аннотация. Цель исследования – определить особенности переоценки как коммуникативной категории в современных британских художественных текстах. Научная новизна заключается в развернутом теоретическом исследовании лингвостилистических работ отечественных и зарубежных авторов по изучаемому явлению, что позволило определить стилистические, лексические, грамматические и фонографические способы выражения переоценки, а также ее стратегии, направленные на гармоничное, бесконфликтное общение. В статье представлены контексты употребления переоценки в речи 30 персонажей в произведениях современных английских писательниц Софи Кинселлы – «Рождественский шопоголик» (2019) и «Выгорание» (2023) и Индии Найт – «Дорогая» (2022). Результаты исследования показали, что переоценка представляет национально-специфическую коммуникативную категорию, содержащую установки и правила речевого поведения англичан и участвующую в регулировании коммуникативного процесса. Анализируемый материал выявил существование большого количества вербальных средств, которые активно используются в речи современных носителей языка. Англичане применяют переоценку для проявления повышенной заинтересованности в собеседнике, демонстрируют внимание и расположенность к нему, подчеркивая принадлежность к данному обществу.

EN

Overstatement as a communicative category of British linguoculture (based on the novels by S. Kinsella “Christmas Shopaholic”, “Burnout” and by I. Knight “Darling”)

E. V. Vlasova

Abstract. The aim of the study is to identify the features of overstatement as a communicative category in modern British literary texts. The scientific novelty of the study lies in a detailed theoretical study of the linguistic and stylistic works of domestic and foreign researchers on the phenomenon under study, which made it possible to identify stylistic, lexical, grammatical and phonographic ways of expressing overstatement, as well as its strategies aimed at harmonious, conflict-free communication. The article presents the contexts of the use of overstatement in the speech of 30 characters in the works of modern English writers Sophie Kinsella “Christmas Shopaholic” (2019), “Burnout” (2023), India Knight “Darling” (2022). The results of the study showed that overstatement is a nationally specific communicative category containing the attitudes and rules of speech behavior of the British and involved in the regulation of the communicative process. The analyzed material revealed the existence of a large number of verbal means that are actively used in the speech of modern native speakers. The British use overstatement to show increased interest in the interlocutor, demonstrate attention and affection for him, emphasizing belonging to this society.

Введение

Данное исследование посвящено рассмотрению переоценки как коммуникативной категории культуры англичан. Носители современного языка часто используют преувеличение в своей речи с помощью разнообразных средств языкового выражения для реализации различных стратегий. Нередко стилистические приемы, лексические, грамматические и фонографические способы выражения переоценки переплетаются друг с другом, создавая яркие образы и демонстрируя национально-специфический языковой механизм британского общества.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в настоящее время в силу разнообразных социокультурных и геополитических конфликтов все более остро ставится вопрос о возможности вести конструктивный

межкультурный диалог для сближения культур и установления взаимопонимания. Знание особенностей структуры и содержания британского феномена переоценки (*overstatement*) необходимо для правильной интерпретации истинных намерений носителей языка и представляется важным для предотвращения коммуникативного сбоя в ситуациях межкультурной коммуникации.

Для реализации цели исследования рассматриваются следующие задачи:

- 1) изучить и обобщить теоретический материал по переоценке;
- 2) выявить структуру переоценки в речи современных англичан на основе художественных текстов;
- 3) определить содержание переоценки в речи носителей языка на основе современных английских художественных текстов.

Предметом исследования является переоценка в речи англичан.

В ходе исследования нами применялся метод сплошной выборки, который позволил отобрать языковой материал из современных романов; метод системного и структурного анализа, с помощью которого были классифицированы стратегии переоценки; теоретико-лингвистический анализ литературы – с целью обобщения теоретических работ отечественных и зарубежных авторов по теме исследования; метод лингвистического анализа, с помощью которого выделялись конкретные единицы языка и приемы для создания того или иного эффекта, и метод контекстуального анализа, который использовался при рассмотрении скрытых отсылок к коммуникативным установкам авторов романов.

Теоретическую базу работы составили труды отечественных ученых И. А. Стернина (2001), Е. П. Захаровой (1998), Н. Ф. Алефиренко (2010), Т. Г. Скребцовой (2018) и зарубежного ученого Дж. Р. Тейлора (Taylor, 1995), посвященные описанию различных подходов к понятию «категория» и ее роли в организации речевого общения. Кроме того, учитывалась работа Т. А. Ивушкиной и Е. В. Власовой (2005), которые рассматривают историю происхождения переоценки, ее способы выражения и стратегии. Важным аспектом исследования явилась систематизация различных способов выражения переоценки, что стало возможным благодаря трудам Т. М. Барановой (2020), П. Хэнкса (Hanks, 2005), Дж. Р. Хардинга (Harding, 2019).

В качестве материала исследования использовались следующие произведения художественной литературы: Софи Кинселла «Рождественский шопоголик» (Kinsella S. Christmas Shopaholic. L.: A Penguin Random House Company, 2019), «Выгорание» (Kinsella S. The Burnout. L.: A Penguin Random House Company, 2023) и Индия Найт «Дорогая» (Knight I. Darling. L.: A Penguin Random House Company, 2022) – в общей сложности 939 страниц, где методом сплошной выборки было зафиксировано 450 контекстов употребления переоценки в речи современных англичан.

Практическая значимость данного исследования видится в том, что его результаты могут использоваться в преподавании курсов лексикологии, теории и практики перевода и стилистики.

Обсуждение и результаты

Переоценка как историческое явление

Переоценка (*overstatement*) является типично английской категорией речи англичан, которая демонстрирует их национально-специфический образ жизни. Она возникла в период формирования нации в результате имеющихся отношений неравенства, появившихся под влиянием древнегерманских традиций. Склонность англичан к завышенной реакции на ситуацию возникла позже, чем заниженная реакция на ситуацию – недооценка (*understatement*), что объясняется формированием знания о вежливости и этикете, необходимого для светского и миролюбивого западноевропейского общества XI–XII веков (Ивушкина, Власова, 2005, с. 16). Анализ речи современных англичан XXI века позволил выявить историческую преемственность и сохранение традиций в употреблении переоценки. Переоценка в современном английском языке – это средство проявления не только симпатии, интереса, повышенного внимания к собеседнику, но и выражения критической и иронической реакции на ситуацию, а также создания речевой маски, скрывающей истинные чувства.

Современная интерпретация переоценки

Современные лингвистические источники дефинируют термин “*overstatement*” как завышенную оценку, позитивную вежливость, преувеличение в оценке людей и событий (Ивушкина, Власова, 2005, с. 12). Сравнение (*simile*), гипербола и гиперболическая метафора являются отдаленными аналогами явления “*overstatement*” (Власова, 2005, с. 27). Т. А. Ивушкина и Е. В. Власова называют данное понятие «переоценкой», так как этот термин был сформулирован лингвистами Московского государственного университета и упоминался в других научных трудах. Вместе с тем термин «переоценка» имеет один корень в словах «переоценка» / “*overstatement*” и «недооценка» / “*understatement*”, демонстрируя слова-кальки в русском языке (Ивушкина, Власова, 2005, с. 12–13). Таким образом, “*overstatement*” – переоценка, выражающая завышение истинной информации с целью сохранения дружелюбного отношения между собеседниками (Ивушкина, Власова, 2005, с. 12).

Анализ современной лингвистической литературы показал, что переоценку определяют как лингвокультурный/лингвоментальный/лингвоспецифический концепт, или как социолингвистическую/коммуникативную/лингвокультурологическую/лингвопрагматическую категорию (Власова, 2023b, с. 29). Для того чтобы четко дефинировать данный термин, рассмотрим соотношение концепта и категории.

Переоценка как концепт и категория

Изначально термин «концепт» упоминался в математической логике, позже он возник и начал активно использоваться в лингвокультурологии, обозначая «первомысль», то есть мыслительное образование, которое предшествует понятию (Алефиренко, 2010, с. 5). Категория – это единица научного мышления, представляющая более общее понятие. Категория структурирует познавательный процесс и распределяет целые классы понятий по рубрикам. Таким образом, концепт является низким уровнем обобщенности, а категория как когнитивная структура – высоким (Алефиренко, 2010, с. 8; Власова, 2023а, с. 9). На наш взгляд, переоценка может рассматриваться как концепт в более узком ее понимании. Мы же трактуем переоценку как общее коммуникативное понятие, которое структурирует знания человека о нормах и правилах общения (Стернин, 2001, с. 37). Таким образом, переоценку можно определить как коммуникативную категорию.

Согласно традиционной классической теории Аристотеля, категория является абстрактным вместилищем, включающим в себя набор сущностей – равноправных членов данной категории, обладающих одинаковым статусом внутри категории (Taylor, 1995, р. 23-24). Исходя из вышесказанного, переоценка представляет собой ядро или центр, элементами или компонентами которого являются разнообразные стилистические, лексические, грамматические и фонографические средства. Вышеперечисленные средства находятся в околоядерной/периферийной зоне и обладают одинаковым статусом внутри категории.

По мнению Е. П. Захаровой (1998, с. 87), категории обладают определенной структурой и содержанием. Таким образом, структурой переоценки являются разнообразные языковые средства выражения, а содержанием – систематизированная совокупность речевых стратегий (правил общения), направленных на сближение с собеседником.

Рассмотрим структуру переоценки. Как мы указывали ранее, языковая репрезентация переоценки реализуется с помощью разнообразных средств, которые могут пересекаться между собой, что свидетельствует о неоднозначности данного явления.

Структура переоценки

Стилистические способы выражения переоценки чаще всего представлены гиперболой или гиперболической метафорой, сравнением (*simile*) и иронией. Менее частотные средства реализации переоценки – подхват (*анадиплосис*), антитеза и т. д. В случае переоценки необходимо внимательно анализировать каждый стилистический прием, так как не всякое средство создает эффект преувеличения, утрирования (Власова, 2005, с. 28). Кроме того, стилистические средства выражения переоценки часто переплетены между собой для создания преувеличенного образа и для привлечения внимания адресата (Баранова, 2020, с. 274; Bian, Jayantini, Karya, 2021, р. 58; Hanks, 2005, р. 4; Harding, 2019, р. 25; Monakhova, 2019, р. 42; Utsumi, 2007, р. 295). Вышеперечисленные стилистические приемы практически всегда создают шуточный образ героев и вызывают улыбку у читателей, что отмечается в работах зарубежных и отечественных исследователей (Wilson, 2017, р. 202; Burgers, de Lavalette, Steen, 2018, р. 73; Ievleva, Khrumchenko, 2023, р. 77; Verzhinskaya, 2020, р. 75).

Рассмотрим ряд примеров.

Гиперболическая метафора

I was right first time – he is a monster (Kinsella, 2023, р. 131). / В первый раз я была права, он – монстр (здесь и далее – перевод автора статьи. – Е. В.).

В данном примере гиперболическая метафора “he is a monster”, основанная на преувеличении характеристики персонажа, создает его неповторимый и красочный образ. Данный стилистический прием способствует созданию выразительности и убедительности речи героини. Кроме того, представленная гиперболическая метафора вызывает у адресата определенную эмоциональную реакцию – негативную оценку персонажа.

Сравнение (simile)

A solitary, indistinct figure, making painfully slow progress, like Lawrence of Arabia approaching through the desert (Kinsella, 2023, р. 83). / Одинокая, неясная фигура продвигалась мучительно медленно, как Лоуренс Аравийский, пробирающийся по пустыне.

В представленном примере сравниваются пожилой портье местной гостиницы и известный британский археолог и путешественник, претерпевающий трудности в своих походах по Аравии. Сравнение характеристик данных персонажей за счет лексических средств “A solitary, indistinct figure, making painfully slow progress”, скрепы “like” и сравнения, выраженного лексическими средствами, “Lawrence of Arabia approaching through the desert” вызывает улыбку у читателя и способствует достижению комического эффекта.

Ирония

Linda said that it was OK, and that Christian never noticed things like that anyway when he was ‘performing’ (Knight, 2022, р. 143). / Линда сказала, что все в порядке и что Кристиан все равно никогда не замечал ничего подобного, когда он ‘выступал’. Под словом ‘выступал’ героиня подразумевает «чтение своих нелепых рассказов». Преувеличение в данном примере достигается за счет использования иронии, способствующей созданию комического эффекта.

Антитеза и подхват (анадиплосис)

Or rather, she treats tiny little things as if they were international catastrophes and international catastrophes as if they were tiny little things. It’s a crazy way of looking at the world (Knight, 2022, р. 108). / Или, скорее, она относится к мелочам так, как будто они являются всемирными катастрофами, а всемирные катастрофы – как если бы они были мелочами. Это безумный взгляд на мир.

В представленном примере антитеза “she treats tiny little things as if they were international catastrophes and international catastrophes as if they were tiny little things”, усиленная за счет повтора “international catastrophes; little things” и подхвата “international catastrophes and international catastrophes”, способствует убедительности речи персонажа и создает неповторимый образ героини романа. В данном примере за счет вышперечисленных средств создается иронический стилистический эффект, основанный на оппозиции.

Лексические способы выражения переоценки: лексический повтор, эмоционально-оценочные наречия в сочетании с прилагательными, количественные сочетания с гиперболическим значением – числительные и слова, имеющие сему количества, меры или объема, фразеологические средства с чрезмерной степенью выражения признака, способствующие созданию комического эффекта. Остановимся на них.

Лексический повтор (и эмфаза)

His head is drooping. His eyes are closed. He’s completely silent. Has he fallen asleep? This is surreal. Not only am I carrying my bags, I’m carrying the porter too (Kinsella, 2023, p. 61). / Голова опущена. Глаза закрыты. Он молчит. Он что, заснул? Это нереально. Я несу не только свои сумки, но и носильщика.

В представленном примере лексический повтор слова “carrying” и эмфаза “not only am I carrying my bags” употребляются для выделения важной в смысловом отношении части высказывания, обеспечивают экспрессивность речи и создают комический эффект.

Эмоционально-оценочные наречия (и гипербола)

But today I’m giving her the worthiest present in the world. It’s vegan, it’s eco and it’s a sludgy green color. I actually feel quite smug (Kinsella, 2019, p. 98). / Но сегодня я преподношу ей самый ценный подарок в мире. Он веганский, он экологичный и грязно-зеленого цвета. На самом деле я очень довольна.

В вышеупомянутом примере эмоционально-оценочное наречие во фразе “quite smug” и гипербола “the worthiest present in the world” выражают чрезмерную радость героини и ее экспрессивную речь.

Как видно из примеров, лексические способы переплетаются со стилистическими, фонографическими или грамматическими средствами выражения переоценки, что свидетельствует о многогранности данного явления и о ярком индивидуальном стиле автора.

Грамматические способы выражения переоценки включает превосходную и сравнительную степени сравнения прилагательных, морфологические средства усиления: префиксы/полупрефиксы, суффиксы. Рассмотрим пример.

Превосходная степень сравнения прилагательных, (гипербола, повтор)

...because Terry was the most awesome surf teacher in the world. The most awesome person in the world (Kinsella, 2023, p. 50). / ...потому что Терри был самым потрясающим учителем серфинга в мире. Самым потрясающим человеком в мире.

В данном примере автор с помощью превосходной степени сравнения прилагательных “the most awesome”, гиперболы “the most awesome surf teacher in the world. The most awesome person in the world” и повтора “the most awesome; in the world” создает красочный и неповторимый образ персонажа. Употребление вышперечисленных средств способствует убежденности и оказывает эмоциональное воздействие на адресата.

Фонографические способы выражения переоценки: аллитерация, ассонанс, слоговый или морфемный повтор; супраграфемика (механизм шрифтового варьирования) – встречаются реже и в сочетании с другими средствами выражения преувеличения. В вышеупомянутых примерах графические способы выделены курсивом. Это один из способов подчеркнуть значение мысли или важного образа.

Перейдем к рассмотрению содержания переоценки, представляющего собой систематизированную совокупность стратегий – правил, норм, стереотипов языкового общения.

Содержание переоценки

Рассмотрим наиболее типичные стратегии переоценки, направленные на сближение с собеседником:

1. *Стратегия проявления симпатии, одобрения и преувеличения интереса к собеседнику:*

You’re the kindest person I know. The wisest. The best (Kinsella, 2023, p. 257). / Ты самый добрый человек из всех, кого я знаю. Самый мудрый. Лучший.

В данном контексте девушка старается приободрить своего нового знакомого, убедить его в том, что он на самом деле обладает всеми перечисленными качествами. Стратегия симпатии реализуется с помощью превосходной степени сравнения прилагательных: “the wisest, the best” – «самый мудрый, лучший».

2. *Стратегия эмоциональной оценки, комплимента, преувеличенного внимания к собеседнику:*

I love your face, darling. It can be very pretty, boringly pretty, like a nice drawing of a nice girl, but then it can be this whole other much more fascinating thing. Much darker. There’s a duality (Knight, 2022, p. 63). / Мне нравится твое лицо, дорогая. Оно может быть очень милым, до скуки милым, как хороший рисунок милой девушки, но в то же время оно может быть совершенно другим, гораздо более очаровательным. Гораздо мрачнее. В нем есть какая-то двойственность.

В вышеупомянутой ситуации экстравагантный модельер восторгается лицом девушки. Стратегия комплимента в его речи выражается с помощью повтора прилагательных “nice drawing, nice girl”, “pretty, boringly pretty” и наречий “much, much more”; эмоционально-оценочных наречий в сочетании с прилагательными “boringly pretty”, “more fascinating”, “much darker”; сравнения (simile) “like a nice drawing of a nice girl” и степени сравнения прилагательного, выделенного курсивом: “much darker”. Данные лексические, стилистические, грамматические и фонографические средства способствуют выражению преувеличенного внимания адресанта.

3. Стратегия выражения оптимизма при негативных обстоятельствах:

'His friends *are quite dull*, but they're devoted to me,' Linda said. '*Like puppies with a new toy*' (Knight, 2022, p. 90). / – Его друзья действительно довольно скучные, но они преданы мне, – сказала Линда. – Как щенки, получившие новую игрушку.

В данном примере выражение "quite dull" / «довольно скучные», представленное эмоционально-оценочным наречием в сочетании с прилагательным, и глагол "are", выделенный курсивом, способствуют убедительности речи говорящего. А сравнение друзей мужа со щенками создает юмористический эффект и выражает оптимизм героини.

4. Стратегия поддержания гармонии и увеличения взаимопонимания в общении с собеседником:

"No. Nothing. *Great*. Let's go." His mouth twitches a tiny bit. "*I'm sure your parents will be blown away*" (Kinsella, 2019, p. 24). / – Нет. Ничего. – Отлично. Пойдем. – Губы у него слегка подергиваются. – Я уверен, что твои родители будут в восторге.

В этом примере супруг одобряет выбор наряда жены, подкрепляя свою уверенность с помощью лексических средств: "Great; I'm sure your parents will be blown away". Данные выражения употребляются в речи персонажа для большей убедительности его правоты. На самом деле, по контексту, ему не нравится наряд супруги, но для сохранения гармонии в отношениях он стремится поддержать ее.

5. Стратегия убеждения собеседника в своей правоте:

"This is for your own empowerment, Sasha," continues Joanne. "We at Zoose *care about you*." She makes it sound like an accusation. "But *you have to care about yourself too*" (Kinsella, 2023, p. 17). / «Это для того, чтобы ты стала сильнее, Саша», – продолжает Джоанна. «Мы в Zoose заботимся о тебе». – В ее устах это звучит как обвинение. «Но и ты тоже должна заботиться о себе».

Менеджер компании старается убедить девушку в том, что компания действительно заботится о своих сотрудниках с помощью повтора слова "care" / «заботиться», выделенного курсивом, и модального глагола "have to" / «должна».

Необходимо отметить, что все вышеприведенные примеры из современных художественных произведений демонстрируют активное использование разнообразных стратегий, которые выражают повышенное внимание, поддержание гармонии, оптимизм и убежденность.

Заключение

Таким образом, мы приходим к следующим выводам.

Анализ теоретического материала по теме исследования показал, что переоценка, возникшая в речи англичан под влиянием древнегерманских традиций, развивалась и формировалась в миролюбивом обществе XI-XII веков, представляя собой знание о вежливости и этикете. В речи современных англичан XXI века сохранилась преемственность в употреблении переоценки как средства проявления повышенного интереса, внимания, симпатии к собеседнику, а также для выражения критической и иронической реакции на ситуацию. Переоценка является коммуникативной категорией англичан, содержание которой представлено рядом стратегий речевого поведения, направленных на осуществление дружелюбного общения с соблюдением общепринятых норм.

Обзор лингвистической литературы показал, что переоценка как коммуникативная категория имеет свою собственную структуру, объединяющую разнообразные языковые средства: стилистические, лексические, грамматические и фонографические. Стилистические способы выражения переоценки представлены чаще всего гиперболой, гиперболической метафорой, сравнением (simile) и иронией, которые способствуют созданию комического эффекта в речи носителей языка и передают неповторимый образ героев и событий. Лексические способы выражения переоценки включают в себя лексический повтор, эмоционально-оценочные наречия в сочетании с прилагательными, количественные сочетания с гиперболическим значением – числительные и слова, имеющие сему количества, меры или объема, фразеологические средства с чрезмерной степенью выражения признака, способствующие созданию комического эффекта. Данные способы часто переплетаются со стилистическими, фонографическими или грамматическими средствами выражения переоценки, что свидетельствует о многогранности данного явления. Грамматические способы выражения переоценки представлены превосходной и сравнительной степенями сравнения прилагательных, морфологическими средствами усиления: префиксами/полупрефиксами, суффиксами. Данные способы используются для убежденности в своей правоте и для эмоционального воздействия на адресата. Фонографические способы выражения переоценки: аллитерация, ассонанс, слоговый или морфемный повтор; супраграфемика (механизм шрифтового варьирования) – встречаются реже и в сочетании с другими средствами выражения преувеличения. Данные средства являются способом подчеркнуть значение мысли или важного образа.

Содержание переоценки представляет собой систематизированную структуру, включающую ряд речевых стратегий, направленных на сближение с собеседником. Нами были выделены следующие стратегии: стратегия проявления симпатии, одобрения и преувеличения интереса к собеседнику; стратегия эмоциональной оценки, комплимента, преувеличенного внимания к собеседнику; стратегия выражения оптимизма при негативных обстоятельствах; стратегия поддержания гармонии и увеличения взаимопонимания в общении с собеседником и стратегия убеждения собеседника в своей правоте.

Данное исследование может послужить основой для дальнейшего изучения переоценки в современном английском языке и речи. В дальнейшем возможно рассмотрение реализации переоценки в средствах массовой информации, в официально-деловых отношениях и в обыденном общении.

Источники | References

1. Алефиренко Н. Ф. Концепт – понятие – категория в свете современной лингвокогнитивистики // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 18 (89).
2. Баранова Т. М. Типология индивидуальных образных сравнений с позиции их восприятия реципиентом в аспекте перевода // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. Вып. 5.
3. Власова Е. В. Социолингвистический аспект изучения недооценки и переоценки в речи современного англичанина (на материале художественных произведений начала XXI века): дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2005.
4. Власова Е. В. Overstatement – концепт или категория? // Язык: категории, функции, речевое действие: материалы XVI международной научной конференции, посвященной памяти Марка Яковлевича Блоха: в 3-х ч. Коломна, 2023а. Ч. 1.
5. Власова Е. В. Understatement – концепт, понятие или категория? // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2023б. № 1.
6. Захарова Е. П. Коммуникативная категория чуждости и её роль в организации речевого общения // Вопросы стилистики: межвузовский сборник научных трудов. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 1998.
7. Ивушкина Т. А., Власова Е. В. Недооценка и переоценка в речи современного англичанина: социолингвистический аспект: монография. Волгоград: Перемена, 2005.
8. Скребцова Т. Г. Структура языковых категорий: классический vs. прототипический подходы // Философия и гуманитарные науки в информационном обществе. 2018. № 4.
9. Стернин И. А. Родной язык как категория русского коммуникативного сознания // Вестник Воронежского государственного университета. Серия 1: Гуманитарные науки. 2001. № 2.
10. Bian F., Jayantini I. G. A. S. R., Karya I. W. S. An analysis of hyperbole in drama “Romeo and Juliet” by William Shakespeare // ELYSIAN JOURNAL: English Literature, Linguistics and Translation Studies. 2021. Vol. 1 (2).
11. Burgers C., de Lavalette K. Y. R., Steen G. J. Metaphor, hyperbole, and irony: Uses in isolation and in combination in written discourse // Journal of Pragmatics. 2018. Vol. 127.
12. Hanks P. Similes and sets: The English preposition like // Jazyky a jazykoveda: Festschrift for Fr. Cermak / ed. by R. Blatna and V. Petkevic. Prague: Philosophy Faculty, Charles University, 2005.
13. Harding J. R. Similes, puns and counterfactuals in literary narrative. N. Y.: Routledge, 2019.
14. Ievleva A. Yu., Khrumchenko D. S. Stretching Reality: The Function & Translation of Hyperbole in Anglophone Satirical Science Fiction Literature // Professional Discourse & Communication. 2023. Vol. 5 (2). <https://doi.org/10.24833/2687-0126-2023-5-2-70-80>
15. Monakhova E. Cognitive and pragmatic approach to using stylistic devices in English literary discourse // Training, Language and Culture. 2019. Vol. 3 (1). <https://doi.org/10.29366/2019tlc.3.1.3>
16. Taylor J. R. Linguistic categorization: Prototypes in linguistic theory. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 1995.
17. Utsumi A. Interpretive diversity explains metaphor-simile distinction // Metaphor and Symbol. 2007. Vol. 22.
18. Verzhinskaya I. V. Conceptual features of humor hyperpolarization in American artistic discourse // Modern Studies of Social Issues. 2020. Vol. 12 (5).
19. Wilson D. Irony, hyperbole, jokes and banter // Formal models in the study of language: Applications in interdisciplinary contexts / ed. by J. Blochowiak, C. Grisot, S. Durrleman, Ch. Laenzlinger. Cham: Springer, 2017.

Информация об авторах | Author information



Власова Екатерина Викторовна¹, к. филол. н., доц.

¹ Одинцовский филиал МГИМО МИД России



Ekaterina Viktorovna Vlasova¹, PhD

¹ MGIMO University, Odintsovsky Branch

¹ vlaska@bk.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 01.05.2024; опубликовано online (published online): 26.06.2024.

Ключевые слова (keywords): способы выражения переоценки; национально-специфическая коммуникативная категория; стратегии переоценки; ways of expressing overstatement; national-specific communicative category; strategies of overstatement.