

МАЙЯ ВЛАДИМИРОВНА ПРОКОПОВА

кандидат филологических наук, доцент кафедры филологического образования
Тюменский государственный университет (Тобольск, Российская Федерация)
maya-vladi@yandex.ru

ЕЛЕНА НИКОЛАЕВНА ЕРМАКОВА

доктор филологических наук, профессор кафедры филологического образования
Тюменский государственный университет (Тобольск, Российская Федерация)
ermakova25@yandex.ru

ГИПЕРБОЛА И ЛИТОТА КАК СПОСОБ СМЫСЛОВОЙ МЕТАМОРФОЗЫ В СФЕРЕ ФРАЗООБРАЗОВАНИЯ

А н н о т а ц и я . Представлен анализ фразеологических единиц русского языка, построенных по модели, соотносительной с гиперболой и литотой. Цель исследования – рассмотреть тропы как способ фразообразования в современном русском языке, проанализировать смысловую метаморфозу в сфере гиперболизирующих единиц, описать семантические свойства антонимически связанных фразеологизмов. Отбор материала осуществлялся методом сплошной выборки из фразеологических словарей; произведенный языковой анализ позволяет утверждать, что корпус фразеологизмов, намеренно преувеличивающих или преуменьшающих действительность, достаточно обширен, весьма разнообразен и структурно, и семантически. Исследование столь ярких языковых и речевых единиц велось с использованием системно-структурного и сравнительно-сопоставительного методов, в отдельных случаях использовались методы и приемы лингвокультурологического анализа. Комплекс использованных методов и приемов позволил представить многосторонность и сложность изучаемого материала и сделать ряд выводов. Результаты исследования показывают, что компонентами фразеологизмов становятся лексемы – эквиваленты предельно большого или предельно малого предмета, действия, явления и т. п. Фразеологические единицы, образность которых основана на гиперболе и литоте, позволяют обозначить определенные ориентиры в мировидении носителей языка, стереотипы их мышления и восприятия: что именно они считают большим и малым, значительным и ничтожным. Использование гиперболизирующих единиц обусловлено коммуникативно-прагматическими задачами говорящего или пишущего: фразеологизмы, соотносительные по семантике с гиперболой или литотой, позволяют не только придать высказыванию особую эмоциональность, экспрессию, но и дать оценку.

К л ю ч е в ы е с л о в а : фразеологизм, фразообразование, гипербола, литота, смысловая метаморфоза, образность фразеологизма

Д л я ц и т и р о в а н и я : Проконова М. В., Ермакова Е. Н. Гипербола и литота как способ смысловой метаморфозы в сфере фразообразования // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. 2022. Т. 44, № 7. С. 19–26. DOI: 10.15393/uchz.art.2022.812

ВВЕДЕНИЕ

Как известно, в основе фразеологизма как воспроизводимого устойчивого выражения, значение которого не выводится из значения составляющих его компонентов, лежит яркая образность. Именно благодаря образу, зримому, динамичному, «цепляющему» воображение, возникает эффект узнаваемости фразеологической единицы (ФЕ) в общем потоке речи. Благодаря образу фразеологизм выполняет присущие ему коммуника-

тивные и экспрессивные функции, с одной стороны, экономя речевые усилия при оформлении содержания высказывания, с другой стороны, делая высказывание более точным и выразительным. В. Н. Телия указывала, что «смысловая метаморфоза, сопровождающая формирование фразеологизма-идиомы, основывается на каком-либо из видов тропа»¹. Троп, в буквальном переводе с греческого – «оборот», традиционно понимается как слово или выражение, используемое

в переносном значении для создания или усиления выразительности речи. Как утверждает В. Н. Топоров,

«укорененность тропов в самой структуре языка и органическая предрасположенность языка к созданию тропов никогда не отвергались, но явно недооценивались. Корни “тропичности” следует искать в дуплановости самой структуры языка как знаковой системы и в асимметрии плана содержания и плана выражения»².

Из всех видов тропов, к которым обычно относят метафору, метонимию, синекдоху, сравнение, эпитет, гиперболу, литоту, оксюморон, перифразу и др., особой продуктивностью в плане создания фразеологических единиц отличаются сравнение (например, *красный как рак, белый как смерть, злой как собака, кататься как сыр в масле*) и метафора (например, *ФЕ пустить красного петуха, купаться в золоте, голова дырявая, мышинный жеребчик, моя хата с краю*). Безусловно, огромное количество фразеологизмов сформировано именно на основе метафоры и сравнения, однако нельзя не обратить внимания и на то, насколько разнообразные и яркие выражения возникают при использовании в качестве фразообразовательных моделей таких тропов, как гипербола и литота.

При всей противоречивости подходов к определению этих изобразительно-выразительных средств языка суть гиперболы – в намеренном и очевидном для говорящего и воспринимающего искажении действительности – преувеличении изображаемого предмета, действия или явления, а суть литоты, напротив, в преуменьшении его величины или значения. По мнению Л. П. Крысина, «явление гиперболы... в высшей степени характерно для непринужденного неподготовленного устного общения» [9], говорящий при этом преследует цель актуализировать эмоциональность высказывания, «дополнить» высказывание оценочностью. И. С. Курахтанова гиперболой называет

«лингвостилистический прием намеренного, образного, нереального преувеличения большой (или преуменьшения малой) меры актуального для говорящего признака предмета, явления или действия, служащий одновременно как для интенсификации меры признака, так и для передачи индивидуального эмоционального и эстетического восприятия этого признака»³.

Но при этом, несмотря на «повышенную» экспрессию, гипербола «не предполагает введения слушателя в заблуждение»⁴.

Троп, прямо противоположный гиперболе, – литота. Литота выражает непомерное преуменьшение размера, силы, значения и т. д. какого-либо явления [14: 359]. По словам Л. П. Крысина,

явление литоты – частный случай гиперболы, «гипербола наоборот»: преуменьшение предмета – это не что иное, как преувеличенное представление малых размеров предмета (*мужичок с ноготок* и под.) [9].

Гиперболизирующие высказывания могут выражать преувеличение и усиление. При усилении говорящий лишь эмоционально оценивает обобщающий факт, а при преувеличении, гиперболе, он дает этому факту некоторую «количественную меру», либо сравнивает его с другим фактом – и тогда возникает образная характеристика первого, либо указывает явно преувеличенные, неправдоподобные размеры предмета, выходящие за рамки реальности действия, и т. п. Ср.: *Такой ветер был, просто ужас!* – эмоциональное усиление. *Такой ветер был, просто с ног валил!* – гипербола (на самом деле, в буквальном смысле, – не валил) [9]. Определить, преувеличение это или усиление, возможно только в контексте. Границу между этими явлениями зачастую провести нелегко, однако, если говорящий для гиперболизации использует фразеологизм, это в подавляющем большинстве случаев преувеличение.

В отечественной литературе описываются разные языковые средства гиперболизации и преуменьшения: лексические [3], [4], [6], [7], [18], морфологические [1], [6], [8], [15], синтаксические [10], [15], [18], с помощью сравнительного оборота [11], [12]. В зарубежной лингвистике также рассматриваются вопросы гиперболизации [19], [20] и др. Ученые отмечают, что наиболее яркими и эмоциональными средствами выражения гиперболизации являются фразеологические единицы [3], [4], [5], [7], [9], [12], [13], [14], [16]. И все же до сих пор роль этих тропов в сфере фразообразования не получила достаточного всестороннего освещения. Хотя заметим, что в тех работах, в которых в той или иной степени освещаются отдельные аспекты фразообразовательного потенциала гиперболы и литоты, указывается на повышенную эмоциональность, экспрессивность высказываний, выраженных фразеологизмами. Ученые отмечают, что следствием использования фразеологизмов, построенных на гиперболе и литоте, является не только преувеличительный или преуменьшительный смысл всего высказывания, но придание говорящим оценочности сообщаемым фактам. Как утверждает Л. П. Крысин, гипербола имеет место только в высказывании, которое должно быть соотносено с ситуацией, так как само по себе высказывание может вполне соответствовать реальному положению вещей.

В качестве подтверждения автор приводит пример: *Хлеба в доме – ни крошки*: 1) реальное положение вещей; 2) описание ситуации буквально (при этом говорящий хочет создать у слушающего представление об абсолютном, полном его отсутствии (хотя, может быть, какие-то черствые куски и корки хлеба в доме все-таки есть)) [9].

Фразеологические единицы, образность которых основана на гиперболе или литоте, интересны для изучения не только в плане их структуры и семантики, они позволяют обозначить определенные ориентиры в мировидении носителей языка, стереотипы их мышления и восприятия: что именно они считают большим и малым, значительным и ничтожным.

ГИПЕРБОЛА КАК СПОСОБ ФРАЗЕОБРАЗОВАНИЯ

Фразеологизмы с подобной образной основой выступают эквивалентами свободных сочетаний слов, включающих наречия меры и степени *очень, весьма, слишком* и прочих синонимичных им: *очень большой, очень быстрый, очень сильный, очень маленький, очень медленный* и т. д. Исходя из этого можно представить классификацию фразеологических единиц, основанных на гиперболе или литоте, по значению. Среди фразеологизмов, образованных по модели, соотносительной с гиперболой, можно выделить следующие группы по значению:

- очень много: *море слез, ума палата, гора мышц, семи пядей во лбу, море разливанное, несть числа, говорить (о чем-то) десять / сто / тысячу раз, наговорить семь верст до небес, с три короба, денег куры не клюют, тьма тьмущая, как сельдей в бочке, пруд пруди*;
- очень большой (широкий, высокий, длинный, объемный): *глазом / оком не окинуть, гора горой, огурец с гору, пир горой, пир на весь мир, верста коломенская, кося сажень в плечах, бездонная бочка, каланча пожарная*;
- очень быстро: *в мгновение ока, семимильными шагами, с одного маху, одним махом, одним дыханием*;
- очень далеко: *за семь верст киселя хлебать, за морем, за семью морями, за тридевять земель*;
- быть очень знающим, проницательным: *видеть на три аршина в землю, видеть насквозь*;
- очень старый: *сто / двести лет в обед*;
- очень долго находиться вместе: *пуд соли съесть*;
- предельность, большая степень воздействия: *до костей, до мозга костей, пробирать до костей, до самых печенок, до самых потрохов*;
- дойти, совершая какое-либо действие, до крайности, до предела: *выплакать все глаза, помереть со смеху, лопнуть от смеха / злости / обжорства, до седьмого пота, до последнего*

издыхания, до последней капли крови, до потери сознания, до потери пульса, до посинения, до последней копейки;

- сделать очень трудное дело: *выпить море, горы свернуть* [2], [17].

Структура фразеологических единиц, внутренняя форма которых сложилась под влиянием гиперболы, многопланова, однако можно обозначить и определенные закономерности. Так, актуальными при фразеобразовании на основании гиперболы выступают лексемы, обозначающие масштабные природные объекты: *гора* и *море*. Физическая характеристика горы – ее высота. В мифопоэтической картине мира гора выстраивает вертикаль мироздания, это способ проникнуть в высшие сферы бытия, символ возвеличивания человека, повышения его статуса. Семантический потенциал образа горы во фразеологизмах существенно отличается от названного: коннотация фразеологических единиц *гора горой, гора мышц* скорее негативна, так как большой физический размер, физическая высота здесь не предполагают высоты в духовном плане, что не может быть одобрено народным мнением; *пир горой* – более нейтральная в этом смысле единица, однако и пир, как праздное времяпрепровождение, также не всегда оценивается позитивно; поэтому только фразеологизм *горы свернуть (своротить)* со значением ‘преодолевать трудности, справиться с задачей, несмотря ни на что’ наделяется качеством безусловной положительной оценки.

Образ моря задействован при создании фразеологизмов-гипербол, в которых обыгрывается идея необъятности, большого объема: *море слез, море разливанное, выпить море*. В народно-поэтическом восприятии самая большая мера объема – это именно море (ср. эпитеты: *море широкое, море бескрайнее*). Кроме того, море – природная стихия, неподконтрольная человеку, поэтому в значении всех гипербол с привлечением этого образа, наряду с семой ‘очень много’, присутствует сема неуправляемости, трудности, невозможности справиться с ситуацией: *со дна моря достать (с морского дна достать)* – ‘раздобыть, разыскать где бы то ни было’, *выпить море* – ‘сделать невозможное’.

Капля в море – ‘ничтожное количество, пустяк по сравнению с чем-либо’, *за морем* – ‘очень далеко, в чужих странах’, *море по колено* – ‘все нипочем, ничего не страшно’, *ждать у моря погоды* – ‘на что-л. рассчитывать, надеяться’.

Сема предельности, пороговости, крайней степени состояния появляется во фразеологизмах, имеющих в компонентном составе предлог

до со значением указания на пространственный, временной или логический предел какой-либо деятельности или действия какого-либо явления: *до последнего издыхания, до посинения, до последней копейки, до потери сознания, до потери пульса*. В большинстве случаев гипербола возникает за счет того, что таким пределом становится предел самой жизни человека, то есть самый крайний, самый окончательный рубеж, за которым уже ничего не последует. Стоит отметить и использование в составе фразеологизма бывшей лексемы *последний*, которая часто становится компонентом подобных конструкций: *до последнего издыхания, до последней капли крови, до последней копейки*. Эта же сема (предельности, предела жизни) наблюдается и во фразеологизмах-гиперболах, построенных по другой модели: *помереть со смеху, лопнуть от злости*. При этом фразеологическое значение выражения, конечно, не предназначено непременно для характеристики столь радикальных ситуаций: бежать *до последнего издыхания, кричать до посинения, работать до потери пульса* означает совершение действия не до смерти, а лишь до истощения всех физических сил и возможностей человека.

По аналогичной модели (с семой, выражающей предельность) построены фразеологизмы гиперболического характера с компонентами-соматизмами: *до мозга костей, пробирать до костей, до самых печенок, до самых потрохов, висеть на одном волоске*. Кости, костный мозг, печень, потроха – это то, что сокрыто в теле человека, находится внутри, должно быть максимально защищено от внешней среды. В этом случае компонент-соматизм подчеркивает степень воздействия какого-либо внешнего фактора (природного, социального явления) на человека, преувеличивает вовлеченность человека в какую-либо ситуацию.

Обращает на себя внимание также значительное количество фразеологизмов-гипербол, построенных с использованием метрических единиц (*пядь, аршин, сажень, верста*) и компонентов-числительных (*один, три, семь, десять, сто, двести*): *с одного маху, одним махом, одним дыханием, косая сажень в плечах, видеть на три аршина в землю, семи пядей во лбу, верста коломенская, за семь верст киселя хлебать, до седьмого пота, наговорить семь верст до небес, говорить (о чем-то) десять / сто / тысячу раз, сто / двести лет в обед*. Малые числа «один», «три», «семь» задействованы при создании гиперболы, вероятно, благодаря своей традиционной для народной культуры сакральности; числительные «десять», «сто», «двести» гиперболизируют

изображаемую ситуацию за счет своего внушительного числового значения. Выбор числительного варьируется в зависимости от объекта преувеличения: например, числительное «один» используется в основном при оценке скорости (согласно формулам физики, чем меньше время, затраченное на преодоление расстояния, тем выше скорость), «семь» – при оценке расстояния, так как в традиции русской фразеологии именно это число указывает на большую степень качества или признака, в конкретном случае – пространственной протяженности (*семь пядей, семь верст*).

Для использования гиперболизации необходимы определенные условия: во-первых, намерение говорящего / пишущего убедить собеседника / читателя в чем-либо, побудить к действию, заверить в чем-либо и т. д.; во-вторых, дать оценку предмету, действию, явлению. По мнению Л. П. Крысина, использование гиперболизации обусловлено психологическими причинами: во многих случаях говорящий представляет ситуацию в максимальной степени при необходимости подчеркнуть какие-либо свойства (собственные или свойства других людей: *Я в этом ни аза не смыслю*); желание высказать скептическое отношение к кому-л., чему-л.: *нос не дорос*; при желании создать у окружающих преувеличенное представление о собственных слабостях или, напротив, достоинствах: *лопну от злости*. Речевые акты (клятва, обещание, осуждение, угроза, просьба, заверение и др.) направлены на то, чтобы слушающий поверил заверениям или обещаниям и чтобы у него при этом не осталось и тени сомнения в их искренности: *до смерти не забуду, чтоб мне провалиться на этом месте! я миглом сбегая, в лепешку расшибусь, а достану* и т. п. [9]. В этом случае основной задачей ФЕ, передающих крайнюю степень интенсификации сопоставляемых признаков, следует считать не достижение номинативной функции, а эмоциональное воздействие на слушателя / читателя.

Итак, гиперболическая интенсификация меры признака описываемого предмета, явления, действия или состояния лежит в основе образности ФЕ, построенных на гиперболе, способствует появлению семы интенсивности в их семантике, следовательно, проявляется как смысловая метаморфоза.

На основе анализа значений ФЕ, основанных на гиперболе, можно утверждать, что использование гиперболизации во фразообразовании обусловлено желанием говорящего:

1) дать оценку предмету, действию, явлению как чему-то, отступающему от нормы, доходяще-

му до крайности, протекающему с крайней степенью интенсивности (*море слез, с одного маху*);

2) привлечь сочувствие собеседника к собственным (или чужим) предельным усилиям, физическим или психологическим страданиям, слабостям (*до седьмого пота, до последнего издыхания, до потери пульса*);

3) подчеркнуть или преувеличить свои (или чужие) достоинства и достижения с целью признания этих заслуг собеседниками (*горы своротить, со дна моря достать*) или же, напротив, с целью саркастического высказывания недоверия к таким заслугам, достоинствам (*семи пядей во лбу, верста коломенская*);

4) убедить собеседника в предельной искренности своих слов: по мнению Л. П. Крысина, использование фразеологизмов-гипербол в таких речевых актах, как клятва, обещание, осуждение, угроза, просьба, заверение и пр., направлено на то, чтобы слушающий поверил заверениям или обещаниям говорящего, чтобы у него при этом не осталось и тени сомнения в их правдивости [9] (*до самой смерти, до последней капли крови*).

Таким образом, основной задачей ФЕ, передающих крайнюю степень интенсификации сопоставляемых признаков, следует считать не достижение номинативной функции, а эмоциональное воздействие на слушателя / читателя.

ЛИТОТА КАК СПОСОБ ФРАЗЕОБРАЗОВАНИЯ

Количество семантических групп, которые можно выделить среди фразеологизмов, основанных на литоте, несколько меньше. В основном, это фразеологические единицы со следующими значениями:

- малое количество / полное отсутствие чего-либо: *капля в море, кот наплакал, с гулькин нос, ни капли, ни гроша, ни копейки, ни полушки, ни алтына, ни оболы, ни йоты, ни грана, ни кола, ни двора, хоть шаром покати, не знать ни аза, маковой росинки во рту не было, ни капли, ни крошки, ни слезинки*;
- малый размер: *небо с овчинку, мальчик с пальчик, мужичок с ноготок, метр с кепкой, с булавочную головку, тощий как спичка, от горшка два вершка, с маковую росинку, размером с ноготок, размером с палец, тоньше волоса, с игольное ушко, с крапивное семя*;
- малое расстояние, очень близко: *рукой подать, ни на йоту, ни пяди*;
- малая цена, малая значимость: *крапивное семя, грош цена, мизинца не стоит, выеденного яйца не стоит, овчинка выделки не стоит, дело десятое, игра не стоит свеч, мышинная возня*;

- малое расстояние, очень близко: *ни пяди, рукой подать, ни на йоту*;
- очень медленный: *черепахи темпы, ползти как черепаха, ползти как улитка*;
- малый промежуток времени: *без году неделя*;
- очень неприметный: *тише воды, ниже травы*;
- малая трудность, малая опасность: *море по колено*.

Наиболее часто фразеологизмы-литоты строятся по модели сравнения (*с гулькин нос, с булавочную головку, мальчик с пальчик, как спичка, ползти как черепаха*), а также по метрическим моделям (*ни на йоту, ни на гран*) [2], [17]. Чрезвычайно продуктивной также является модель «отрицательная частица *ни* плюс существительное в родительном падеже со значением малого объема» (*ни капли, ни крошки*). Вообще частицы *не* и *ни* особенно востребованы при образовании фразеологической литоты: не дать *ни копейки*, не иметь *ни кола, ни двора*, не видеть *ни аза в глаза*. Фразеологизмы со значением малой цены содержат в своем составе глагол *стоит* с отрицательной частицей *не* (*мизинца не стоит, овчинка выделки не стоит*). Еще одной заметной особенностью фразеологизмов-литот является наличие в них компонентов – имен существительных с суффиксами, имеющими уменьшительное значение (*пальчик, ноготок, ушко, головка, овчинка*) либо значение малой частицы массы (*росинка, слезинка*).

Фразеологизмы, основанные на литоте, не имеют таких явных приоритетов в плане построения образа, как фразеологизмы-гиперболы, однако определенные закономерности обнаруживаются и здесь.

Среди образов окружающего мира, реальные свойства которых были востребованы и переосмыслены при создании литоты, выделим следующие:

- малые предметы (*капля, семя, булавка, иголка, спичка, овчинка*);
- животные (*кот, черепаха, улитка, голубь*);
- части тела человека (*пальчик, ноготок, мизинец, колено, волос*);
- мелкие монеты (*грош, копейка, алтын, полушка*);
- малые метрические единицы (*йота, гран, вершок, пядь*).

Существительные, обозначающие предметы заведомо небольшого размера, привлекаются к созданию фразеологизмов-литот ради заложенной в них семы малости, невеликости: в бытовой жизни сложно найти предмет меньше иголки, булавки или спички. В основе образности, отсылающей к ассоциациям с животным миром, также лежат стереотипы восприятия размеров живот-

ных и птиц: наиболее распространенный в России сизый голубь имеет тело длиной 29 см, поэтому фразеологизм *с гулькин нос* служит для описания крайне небольшого количества, а виноградная улитка, чаще всего встречающаяся в нашей стране, передвигается с максимальной скоростью 7 см в минуту, отсюда и фразеологизм-литота *ползти как улитка* со значением 'передвигаться крайне медленно'.

Что касается использования во фразеологизмах-литотах компонентов, обозначающих части тела человека, то их смысловой и образный потенциал, вероятно, связан с тем обстоятельством, что в старорусской системе мер в качестве основы применялась средняя длина отдельных частей тела: так, пядь – это расстояние между концами разведенных большого и указательного пальцев (около 17 см), при этом $\frac{1}{16}$ пяди соответствовал 1 ноготь (чуть больше 1 см), а 1 волос насчитывал приблизительно 0,00434 см. Неудивительно, что фразеологизмы *размером с палец*, *размером с ноготь*, *мужичок с ноготок*, *тоньше волоса* передают размеры обсуждаемого предмета, образно указывая на его минимальный размер.

Вышесказанное подводит нас к выводу, что использование литоты в основе фразеологической образности обусловлено следующими причинами:

1) стремлением подчеркнуть небольшой размер предмета или расстояния, о которых идет речь, заострить на этом внимание слушателя, возможно, удивить и впечатлить его (*размером с палец*, *с булавочную головку*);

2) вызвать сочувствие собеседника отсутствием или малым количеством у говорящего (или другого лица) необходимых для жизни средств и предметов (*ни крошки*, *ни гроша*, *с гулькин нос*);

3) высказать свое отношение, чаще всего негативное, к предмету, действию, явлению (*ползти как улитка*, *без году неделя*, *метр с кепкой*, *грош цена*, *мышинная возня*).

Интересно, на наш взгляд, что при образовании фразеологической литоты могут быть использованы те же образы, что и в фразеологизмах-гиперболах, но в этом случае выстраивается внутренняя антитеза с целью противопоставить безмерно большое безмерно малому: например, во фразеологизме

капля в море со значением «ничтожное количество, пустяк по сравнению с чем-либо» образ моря появляется как противоположность своей малой части, выстраивая характерный смысловой контраст, а во фразеологизме *море по колено* – «все ни о чем, ничего не страшно» значение моря как очень глубокого водоема нивелируется небольшим расстоянием от ступни до колена человека, обыгрывается как нечто противоположное и лишается семы трудно преодолимой преграды, которая как раз и была задействована при формировании фразеологизмов-гипербол, имеющих в составе этот компонент. Отдельные метрические единицы также встречаются в качестве компонентов как во фразеологизмах-гиперболах, так и во фразеологизмах-литотах, в зависимости от состава сопутствующих компонентов формируя противоположные значения: например, во фразеологизме *семи пядей во лбу* компонент-числительное *семь* создает сему 'много, большой по количеству', а фразеологизм *ни пяди*, напротив, имеет значение преуменьшения: не отдать *ни пяди* своей земли.

Нельзя не отметить, что между фразеологизмами-гиперболами и фразеологизмами-литотами наблюдаются антонимические отношения. Так, например, лексемы «верста», «вершок», «метр» не только обозначают меры длины, которые объективно различаются разной физической протяженностью в пространстве: «верста» как фразеологический эталон большой длины, большого расстояния может быть противопоставлена «вершку» и «метру» как носителям семы малого размера, малой длины / высоты (ср.: *коломенская верста* – *от горшка три вершка*, *метр с кепкой*). То же можно сказать и о компонентах, выражающих меру объема (ср.: *море разлитое* – *капля в море*) и промежутков времени (ср.: *сто лет в обед* – *без году неделя*).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, гипербола и литота в качестве тропов, лежащих в основе фразеологической образности, в определенной мере устанавливают ориентиры для осмысления физических и ценностных параметров реальности, определяя в языковой картине мира эквиваленты предельно большого и предельно малого.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Сов. энцикл., 1990. С. 520.

² Там же.

³ Курахтанова И. С. Языковая природа и функциональная характеристика стилистического приема гиперболы: Дис. ... канд. филол. наук. М., 1978. С. 11.

⁴ Чудинов А. П. Практическая риторика: Учеб. пособие. Екатеринбург, 1998. 107 с.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арбатский Д. И. Множественное число гиперболическое // Русский язык в школе. 1972. № 5. С. 91–96.
2. Бирих А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. И. Словарь русской фразеологии: Историко-этимологический справочник / Под ред. В. М. Мокиенко. СПб.: Фолио-Пресс, 1998. 700 с.
3. Виноградов В. В. Основные типы лексических значений слова. Избранные труды. Т. 3. Лексикология и лексикография. М., 1977. 312 с.
4. Виноградов В. В. Русский язык. Грамматическое учение о слове / Под ред. Г. А. Золотовой. 4-е изд. М.: Рус. яз., 2001. 710 с.
5. Гвоздарев Ю. А. Основы русского фразообразования. Ростов н/Д., 1977. 312 с.
6. Земская Е. А. Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы изучения: Учебное пособие. 5 изд., стереотип. М.: Флинта, 2016. 241 с.
7. Кобжицкая О. Г. Лексико-фразеологические средства гиперболизации речи в русском и китайском языках // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2015. Вып. 17 (728). С. 82–90.
8. Красильникова Е. В. Некоторые проблемы изучения морфологии русской разговорной речи // Проблемы структурной лингвистики. М., 1983. С. 107–120.
9. Крысин Л. П. Гипербола в русской разговорной речи // Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-04d.htm> (дата обращения 29.06.2020).
10. Лаптева О. А. Русский разговорный синтаксис. М., 2008. 397 с.
11. Мокиенко В. М. Загадки русской фразеологии. СПб.: Азбука, 2007. 256 с.
12. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка. Л., 1977. 284 с.
13. Пестова М. С. Эмотивность и оценочность как основные компоненты коннотации дисфемичных фразеологических единиц, построенных на гиперболе, в английском и русском языках // Лингвокультурология. 2010. № 4 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnost-i-otsenochnost-kak-osnovnye-komponenty-konnotatsii-disfemistichnyh-frazeologicheskikh-edinit-postroenny> (дата обращения 28.06.2020).
14. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка. М.: ООО «Издательство АСТ-ЛТД», 1998. 384 с.
15. Русская грамматика. Т. 1–2. М., 1980.
16. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
17. Фразеологический словарь русского литературного языка / Сост. А. Н. Тихонов (рук. авт. кол.), А. Г. Ломов, Л. А. Ломов. М.: Рус. яз. Медиа, 2003. 336 с.
18. Шмелева Т. В. Средства выражения метасмысла «преувеличения» // Системный анализ значимых единиц русского языка. Синтаксические структуры. Красноярск: Изд-во Краснояр. ун-та, 1987. С. 82–92.
19. Carston R., Wearing C. Hyperbolic language and its relation to metaphor and irony // Journal of Pragmatics. 2015. Vol. 79. P. 79–92 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216615000302> (дата обращения 03.08.2020).
20. McCarthy M., Carter R. “There’s millions of them”: hyperbole in everyday conversation // Journal of Pragmatics. 2004. Vol. 36. Issue 2. P. 149–184 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216603001164> (дата обращения 01.08.2020).

Поступила в редакцию 28.12.2021; принята к публикации 25.07.2022

Original article

Maya V. Prokopova, Cand. Sc. (Philology), Associate Professor, University of Tyumen (Tobolsk, Russian Federation)
maya-vladi@yandex.ru

Elena N. Ermakova, Dr. Sc. (Philology), Professor, University of Tyumen (Tobolsk, Russian Federation)
ermakova25@yandex.ru

HYPERBOLE AND LITOTES AS A WAY OF SEMANTIC METAMORPHOSIS IN THE SPHERE OF PHRASE FORMATION

Abstract. The article deals with the phraseological units of the Russian language structured along the model associated with hyperbole and litotes. The purpose of the research is to study the tropes as a way of forming phraseological units in the contemporary Russian language; to analyze semantic metamorphosis in the sphere of hyperbole units; and to describe semantic properties of antonymically related phraseological units. The research material was collected by

continuous sampling from phraseological dictionaries. The conducted language analysis suggests that the corpus of phraseological units that intentionally exaggerate or underestimate reality is quite extensive and rather diverse, both structurally and semantically. The study of such bright language and speech units was conducted with the help of the systemic structural method, the comparative method, and in some cases – certain methods and techniques of linguistic and cultural analysis. The complex of the applied methods and techniques enabled us to show the versatility and complexity of the studied material and draw a number of conclusions. The results of the research show that phraseological units are built from lexemes – the equivalents of extremely large or extremely small objects, actions, phenomena, etc. Phraseological units based on hyperbole and litotes help us to establish certain benchmarks in the worldview of native speakers and mark the stereotypes of their thinking and perception: what they consider large or small, significant or insignificant. The use of hyperbole units is conditioned by the communicative and pragmatic tasks of a speaker or writer: phraseological units that correlate semantically with hyperbole or litotes enable not only giving a particular emotional or expressive coloring to a statement, but also giving assessments.

Key words: phraseological unit, phrase formation, hyperbole, litotes, semantic metamorphosis, phraseological imagery

For citation: Prokopova, M. V., Ermakova, E. N. Hyperbole and litotes as a way of semantic metamorphosis in the sphere of phrase formation. *Proceedings of Petrozavodsk State University*. 2022;44(7):19–26. DOI: 10.15393/uchz.art.2022.812

REFERENCES

1. Arbatsky, D. I. Hyperbolic plural. *Russian Language at School*. 1972;5:91–96. (In Russ.)
2. Birikh, A. K., Mokienko, V. M., Stepanova, L. I. Dictionary of Russian phraseology. Historical and etymological handbook. (V. M. Mokienko, Ed.). St. Petersburg, 1998. 700 p. (In Russ.)
3. Vinogradov, V. V. The main types of word's lexical meanings. Selected works. Vol. 3. Lexicology and lexicography. Moscow, 1977. 312 p. (In Russ.)
4. Vinogradov, V. V. Russian language. Grammatical teaching about the word. (G. A. Zolotova, Ed.). Moscow, 2001. 710 p. (In Russ.)
5. Gvozdev, Yu. A. Basics of the Russian phrase formation. Rostov-on-Don, 1977. 312 p. (In Russ.)
6. Zemskaya, E. A. Russian colloquial speech: linguistic analysis and problems of research: Textbook. Moscow, 2016. 241 p. (In Russ.)
7. Kobzhitskaya, O. G. Lexical and phraseological means of hyperbole speech in the Russian and Chinese languages. *Vestnik of Moscow State Linguistic University*. 2015;17(728):82–90. (In Russ.)
8. Krasil'nikova, E. V. Some problems of studying morphology of Russian colloquial speech. *Issues of Structural Linguistics*. Moscow, 1983. P. 107–120. (In Russ.)
9. Krysin, L. P. Hyperbole in Russian colloquial speech. *Russian word, our own and someone else's: Research on the contemporary Russian language and sociolinguistics*. Available at: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-04d.htm> (accessed 29.06.2020).
10. Lapteva, O. A. Russian colloquial syntax. Moscow, 2008. 397 p. (In Russ.)
11. Mokienko, V. M. Riddles of Russian phraseology. St. Petersburg, 2007. 256 p. (In Russ.)
12. Molotov, A. I. Fundamentals of the phraseology of the Russian language. Leningrad, 1977. 284 p. (In Russ.)
13. Pestova, M. S. Emotivity and evaluation as key components of connotation of dysphemistic phraseological units based on hyperbole in Russian and English. *Linguoculturology*. 2010;4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotivnost-i-otsenchnost-kak-osnovnye-komponenty-konnotatsii-disfemistichnyh-frazeologicheskikh-edinit-postroenny> (accessed 28.06.2020).
14. Rozental, D. E. Practical stylistics of the Russian language. Moscow, 1998. 384 p. (In Russ.)
15. Russian grammar. Moscow, 1980. Vols. 1–2. (In Russ.)
16. Telia, V. N. Russian phraseology. Semantic, pragmatic, and linguocultural aspects. Moscow, 1996. 288 p. (In Russ.)
17. Phraseological dictionary of the Russian language. (A. N. Tikhonov, A. G. Lomov, L. A. Lomov, Comps.). Moscow, 2003. 336 p. (In Russ.)
18. Shmeleva, T. V. Means of expressing the metameaning of “exaggeration”. *Systemic analysis of significant units of the Russian language. Syntactic structures*. Krasnoyarsk, 1987. P. 82–92. (In Russ.)
19. Carston, R., Wearing, C. Hyperbolic language and its relation to metaphor and irony. *Journal of Pragmatics*. 2015;79:79–92. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216615000302> (accessed 03.08.2020).
20. McCarthy, M., Carter, R. “There’s millions of them”: hyperbole in everyday conversation. *Journal of Pragmatics*. 2004;36(2):149–184. Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378216603001164> (accessed 01.08.2020).

Received: 28 December, 2021; accepted: 25 July, 2022