

Марія Федина

<https://orcid.org/0000-0002-5349-3692>

ГІПЕРБОЛА ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ВИРАЖЕННЯ МОВЛЕННЕВОЇ НЕВВІЧЛИВОСТІ В АМЕРИКАНСЬКОМУ ВЕЧІРНЬОМУ ТОК-ШОУ «REAL TIME WITH BILL MAHER»

У статті розглянуто проблему витлумачення гіперболи у американському вечірньому ток-шоу «Real Time with Bill Maher» з позицій лінгвопрагматики. На матеріалі монологів Білла Мара проаналізовано основні характеристики, комунікативні функції та прагматику вживання гіперболи в мовленні. Було виявлено, як мовленнєва неввічливість реалізується у мовленні за допомогою гіперболи, та проаналізовано особливості функціонування гіперболи у американському вечірньому ток-шоу «Real Time with Bill Maher».

Ключові слова: мовленнєва неввічливість, гіпербола, образна мова, комунікативні функції гіперболи, американське вечірнє ток-шоу.

Вступ

До актуальних проблем сучасної лінгвістики цілком виправдано відносять категорії мовленнєвої ввічливості та неввічливості. Ще у працях Г. П. Грайса та Дж. Серля знаходимо твердження про те, що категорія ввічливості потребує індивідуального підходу та комплексного вивчення (Impoliteness in Language, 2008, p. 45). Водночас, за словами М. Лохер і Д. Баусфілда, в сучасній лінгвістиці знаходимо велику кількість досліджень, присвячених категорії ввічливості в порівнянні з категорією неввічливості, що своєю чергою засвідчує необхідність вивчення і теоретичного обґрунтування категорії неввічливості (Impoliteness in Language, 2008, p. 127). Протягом останніх 30 років такі вчені, як Дж. Ліч, Г. П. Грайс, П. Браун, С. Левінсон, Р. Уотс, Т. Ларіна, Ф. Бадевич, М. Човганюк, А. Безноса, О. Малая та ін., концентрувалися на вивченні застосування різноманітних комунікативних стратегій ввічливості для підтримання суспільної гармонії, тоді як Дж. Калпепер, Д. Баусфілд, А. Вічман, М. Лохер, Д. Арчер, М. Теркорафі та ін. надають великого значення комунікативним стратегіям неввічливості. Проте поняття мовленнєвої неввічливості та засоби вираження неввічливості, зокрема за допомогою троп та фігур мови, у вітчизняних виданнях комплексно не вивчали. З часів античності тропи та фігури мови були предметом вивчення риторики та стилістики,

однак і досі «залишаються одними з найбільш дискусійних понять у науці щодо їх розуміння, розмежування та систематизації» (Лотоцька, 2007, с. 101). В останні десятиліття проблема образності, зокрема тропи і фігури мови, в сучасній лінгвістиці набула нового розвитку і досліджується з позицій когнітивної лінгвістики, а саме в межах образної мови (figurative language). Досить ретельно образну мову з позицій когнітивної лінгвістики досліджують американські та європейські вчені, зокрема Р. Гіббс, Г. Л. Колстон, І. Свіцер, Б. Дансігер, Дж. Лакоф, М. Джонсон, Є. Семіно, Дж. Ліч та інші.

Теоретичне підґрунтя

Актуальність дослідження зумовлено недостатньою кількістю досліджень із витлумачення мовленнєвої неввічливості за допомогою образної мови, зокрема гіперболи, з позицій лінгвопрагматики та когнітивної лінгвістики на теренах вітчизняної лінгвістики, зокрема дослідження цих понять на матеріалі американської телепрограми. Коли йдеться про образну мову, увага дослідників в основному звернена до концептуальної метафори (Дж. Лакоф, М. Джонсон, Є. Семіно), метонімії (Р. Гіббс) та когнітивної метонімії (Дж. Літлмор), іронії (Г. Л. Колстон), які вважаються головними тропами, та меншою мірою, до ідіом. Однак образна мова не обмежується лише цими фігурами словесної образності.

Мета цієї розвідки полягає в тому, щоб розглянути більш детально такий троп, як гіпербола, з позицій лінгвопрагматики та когнітивної лінгвістики. Мета розвідки реалізується у таких **завданнях**: визначити гіперболу та її основні характеристики; проаналізувати функції та прагматику вживання цього тропа у мовленні, зокрема в американському вечірньому ток-шоу «Real Time with Bill Maher»; дослідити, як мовленнєва неввічливість реалізується у мовленні за допомогою гіперболи.

Об'єктом дослідження є комунікативні функції гіперболи у мовленні.

Предмет дослідження – особливості функціонування гіперболи у американському вечірньому ток-шоу «Real Time with Bill Maher».

Методами дослідження слугують методика комунікативно-прагматичного аналізу та аналітико-описовий аналіз.

Емпіричним матеріалом дослідження є монолози, взяті з американського вечірнього політично-комедійного ток-шоу «Real Time with Bill Maher», розміщені на каналі YouTube у мережі Інтернет. Американські вечірні політично-комедійні ток-шоу відіграють неабияку роль у сучасному соціальному, політичному, економічному і культурному житті США, позаяк є поширеним медійним конструктом та актуальним соціальним явищем в епоху Дональда Трампа. Як стверджує Дж. Байм, такі ток-шоу резонують зі значною аудиторією: як молоді, так і старші глядачі сприймають вечірні політичні комедійні ток-шоу не тільки як джерело розваг, а і як можливість розвинути політичну свідомість. Дж. Байм визначає це явище як «альтернативну журналістику», оскільки ток-шоу допомагають зрозуміти культуру та сучасне суспільство завдяки висвітленню та обговоренню актуальних тем у політиці, суспільстві та засобах масової інформації (Baum, 2005, p. 261).

Назвемо низку причин, чому ми вибрали для дослідження монолози ведучого шоу «Real Time with Bill Maher» Білла Мара з вересня 2017 р. до листопада 2018 р. Білл Мар робить огляд новин і досить часто висловлює сатиричні коментарі щодо подій у США, зокрема зосереджує увагу на діяльності президента Дональда Трампа. Шоу транслюється на кабельному каналі HBO, а не у відкритому публічному ефірі, тож ведучий і учасники ток-шоу не мають обмежувати своє мовлення, щоб відповідати певним стандартам. Крім того, Білл Мар ідентифікує себе як політично неупередженого ведучого і виступає проти цензури, тому шоу рясніє прикладами

мовленнєвої неввічливості. Жанр політичної сатири дає змогу ведучому використовувати широкий спектр образних форм для створення перебільшення, образності та карикатури. Слід також зазначити, що монолози добре продумані задалегідь, рясніють образною мовою, використання якої сприяє соціальним функціям, які виконує телепрограма.

Отже, ми вважаємо, що американські вечірні політично-комедійні ток-шоу, зокрема «Real Time with Bill Maher», є багатою джерельною базою для дослідження мовленнєвої неввічливості та образної мови.

Результати дослідження

Визначення мовленнєвої неввічливості.

Оскільки у цій розвідці аналізуємо гіперболу як один із засобів вираження у мовленні неввічливих смислів, то дефініцію мовленнєвої неввічливості розглянемо побіжно (докладніше див. у Fedyna, 2015).

У нашому дослідженні ми використовуємо визначення *неввічливості*, яке запропонував Дж. Калпепер: «Неввічливість – це негативне ставлення до певної поведінки (чи типів поведінки), що відбувається в певних контекстах. Таке негативне ставлення підтримується очікуваннями, бажаннями та/або переконаннями про суспільну організацію, зокрема, в тому, як ідентичність однієї особи чи групи осіб залежить від інших у процесі комунікації. Такі типи поведінки розглядають негативно – вважають “неввічливими”, якщо вони суперечать очікуванням, бажанням, переконанням щодо них. Такі типи поведінки завжди мають або вважають, що мають, емоційні наслідки, принаймні для одного учасника, тобто вони спричиняють або вважаються такими, що спричиняють, образу» (Culpeper, 2011, p. 254).

Щодо способу вираження неввічливості у мовленні, то Д. Баусфілд виділяє *пряму (on-record)* та *непряму (off-record) неввічливість*.

Під *прямою неввічливістю* вчений розуміє використання стратегій мовленнєвої неввічливості для того, щоб: 1) прямо/відкрито атакувати «обличчя» (face) співрозмовника, або ж 2) задекларувати «обличчя» інтерактанта у процесі комунікації таким, яке видається конфліктним, чи 3) заперечити бажання, потреби та права, на які очікує «обличчя» співрозмовника, або деякі із цих комбінацій. Під час реалізації цієї тактики напад на співрозмовника здійснюється відкрито (залежно від конкретної комунікативної ситуації).

Під *непрямою неввічливістю* Д. Баусфілд має на увазі використання стратегій, за допомогою яких загроза «обличчю» співрозмовника висловлюється непрямо, шляхом імплікатури, що може бути спростована, проте, «лише за умови, якщо один із намірів переважає будь-які інші» (залежно від конкретної комунікативної ситуації) (*Impoliteness in Language*, 2008, с. 138).

Мовленнєва неввічливість може реалізуватися в мовленні за допомогою різних фігур мовлення, зокрема гри слів, метафори, метонімії, сарказму, іронії, гіперболи та ін. У цій розвідці розглянемо докладніше, як мовленнєву неввічливість виражають за допомогою гіперболи.

Визначення гіперболи. «Українська літературна енциклопедія» дає таке визначення: «Гіпербола (з грец. “перебільшення”) – вид тропу; стилістична фігура, що полягає в явному і навмисному перебільшенні характерних властивостей, ознак якогось предмета, явища, дії з метою їх увиразнення, а також вираження емоційно-естетичного ставлення до них (захоплення, прославлення, презирства тощо)» (Тимченко, 1988, с. 424).

К. Лотоцька визначає гіперболу «як стилістичний прийом підсилення виразності або створення комічного ефекту, гіпербола базується на крайності та/або абсурдності в оцінці реальності та передається через словесне перебільшення (“*He is so hungry that he could eat a horse*”), або применшення». На думку вченої, гіпербола має здатність «збільшувати, розширювати реальність» (Лотоцька, 2007, с. 102).

В. Муратова, визначаючи характеристики, які вирізняють гіперболу з-поміж інших троп та фігур мови, виокремлює зіткнення та комбінацію двох ознак – реальної та гіперболічної, що створюють певну напругу висловлювання, викликаючи переосмислення реальної ознаки за рахунок гіперболічної. Відповідно, таким чином досягається висока міра інтенсивності (Муратова, 2010).

Важливим компонентом у визначенні гіперболи є емоції, за допомогою яких мовець виголошує своє оціночне ставлення до певного предмета або явища. І. Гальперін стверджує, що «гіпербола – це свого роду *сп’яніння емоціями*, що перешкоджає людині бачити речі у їхніх реальних розмірах... Якщо читач (слухач) не захоплений емоцією письменника (мовця), гіпербола стає просто брехнею» (Гальперін, 1981, с. 162). Гіпербола – це прийом, який загострює здатність читача логічно оцінювати висловлювання, що досягається шляхом пробудження дихотомії думки

і почуття, коли думка бере верх, але не на шкоду почуттям (Гальперін, 1981, с. 162).

Р. Картер зазначає, що за допомогою гіперболи мовці висловлюють речі, які не можуть бути правдивими або ж такі, що, як відомо, суперечать загальновідомим фактам. У гіперболі майже завжди є елемент навмисне вигаданого перебільшення, наголос на одній якійсь конкретній особливості, як-от розмір, форма, рух, ступінь (Carter, 2004, р. 136).

К. Клерідж розрізняє *просту гіперболу* (basic hyperbole), яка перебуває в межах одного семантичного/когнітивного поля, та *складну гіперболу* (composite hyperbole), яка переходить в інше концептуальне поле або ж об’єднується з іншою фігурою мови чи тропом (наприклад, метафорична гіпербола). Однак подеколи складно простежити відмінність між цими двома видами гіпербол, оскільки вони можуть мати схожі характеристики (Claridge, 2011, р. 41).

К. Лотоцька визначає складну гіперболу як «*стилістичний гібрид*», а саме різновид тропу, що будується на різних типах перенесення і поєднується з різними тропами і стилістичними фігурами у мові та мовленні. Такий «стилістичний синкретизм» може породжувати гіперболізований ефект шляхом поєднання кількісних і якісних видів відхилення від звичного зображення реальності в одному й тому самому контексті (Лотоцька, 2008, с. 98). Таке поєднання, наприклад, знаходимо у гіперболізованих метафорах і метафоричних гіперболах. До того ж, вчена стверджує, що дослідник може мати труднощі у диференціації метафори та гіперболізованої метафори. К. Лотоцька пропонує диференціювати метафору від гіперболізованої метафори шляхом виявлення абсолютної диспропорції у оцінці реальності. На думку дослідниці, одним із критеріїв для розрізнення метафори від гіперболи є те, що «гіпербола спрямована не на *збагачення* змісту думки образним її вираженням, а на те, щоб *посилити, підкреслити* ті чи інші властивості або риси предмета думки (Лотоцька, 2008, с. 99).

Функції гіперболи в мовленні. Серед основних функцій гіперболи К. Лотоцька визначає: «1) підсилення висловлювання та привернення уваги до певних ознак якогось предмета чи явища; 2) збільшення емоційності; 3) створення іронічного ефекту; 4) створення гумористичного ефекту; 5) формування певного оцінного забарвлення» (Лотоцька, 2008, с. 98).

Р. Картер додає до функцій гіперболи «створення неформальності у мовленні для того, щоб

позначити солідарність та взаємність між співрозмовниками». Відповідно, гіперболу можуть вживати у більш неформальних та інтимних обставинах (Carter, 2004, p. 136). Розвиваючи думку Р. Картера і на основі нашого аналізу, ми схильні стверджувати, що навмисне використання у мовленні гіперболи може бути стратегією створення таких інтимних обставин. Власне, вживання гіперболи може бути одним із засобів, що сприяють «неформальній та інтимній» атмосфері у студії телепрограми та для усіх глядачів, які регулярно дивляться телепрограму «Real Time with Bill Maher» і поділяють погляд Білла Мара.

Варто зазначити, що коли йдеться про складні гіперболи (за визначенням К. Клерідж), то, наприклад, метафорична гіпербола або іронічна гіпербола більше впливають на аудиторію, оскільки поєднують у собі більше ніж одну семантичну ознаку і тому створюють більш несподіваний образ (Claridge, 2011, p. 42).

Оскільки в цій статті ми розглядаємо гіперболу з позицій лінгвопрагматики, зауважимо, що гіпербола порушує максими Грайса – якості і кількості, оскільки спотворює правду, висловлюючи занадто багато. Однак у жодному разі не можна прирівнювати гіперболу до брехні, адже зазвичай мовець не має наміру обдурити слухача, який, без сумніву, зробить висновок про справжній стан речей. Мовець лише «жонглює» фактами й очевидними значеннями, те саме відбувається у випадку метафори (Wales, 2011, p. 202–203).

У когнітивній лінгвістиці закріпилося твердження, що тропи – це «частина образної основи нашого повсякденного мислення», що свідчить про те, що образна мова притаманна розмовній мові. Тому вивчення образної мови, зокрема троп та фігур, є необхідним для розуміння процесів мислення та комунікації. В. Муратова стверджує, що «в основі механізму створення гіперболи лежить розумова операція, яка передбачає суб'єктивне відтворення у свідомості ознак навколишнього середовища». Також, на думку вченої, «оскільки мова не володіє адекватними засобами вираження всього спектра духовних переживань людини, гіпербола допомагає проаналізувати навіть несвідомі на перший погляд вчинки. Так проявляється відношення індивіда до світу». До того ж, у гіперболі функція перебільшення нерозривно пов'язана з функцією образності. Вони доповнюють одна одну й об'єднуються в єдину функцію гіперболізації (тобто образного перебільшення) (Муратова, 2010).

В. Муратова підсумовує і визначає гіперболізацію як «узагальнення процесів мислення, які супроводжують створення та сприйняття гіперболічного найменування». До того ж, на думку вченої, «гіперболізація є особливою формою творчого мислення, в якій виражається конкретна картина світу і тісно переплітаються раціональний та чуттєвий аспекти, спрямовані на оцінку об'єкта» (Муратова, 2010).

Погоджуючись із В. Муратовою (2010), зазначимо, що у монологах Білла Мара гіпербола є, з одного боку, засобом відтворення ретроспективних переживань ведучого, а з іншого – засобом формування емоцій, які ще не відчував слухач, тобто емоції слухача виникають у результаті напруженої продуктивної роботи його психіки. Але вибір гіперболічної ознаки вже обміркований, продуманий мовцем і спрямований на створення єдиного потоку різноманітних вражень, які є спільними для всіх глядачів.

Аналіз матеріалу. Для виявлення комунікативних функцій, які виконує гіпербола у мовленні ведучого телепрограми «Real Time with Bill Maher», розглянемо декілька прикладів із погляду прагматики вживання цього тропу.

(1) “...also what kind of cretin in **the whole history of the world has ever** had to deny something he said during a condolence call” (20.10.2017).

У цьому прикладі йдеться про випадок, коли Дональд Трамп телефонував вагітній вдові вбитого американського солдата, щоб висловити свої співчуття, проте образив жінку, за що згодом вибачався. Білл Мар засуджує такий вчинок Трампа шляхом вираження мовленнєвої неввічливості і наголошує на неприйнятності поведінки президента за допомогою гіперболи *what kind of cretin in the whole history of the world has ever had to deny*, тим самим негативно оцінюючи таку поведінку. Гіпербола реалізується на рівні словосполучення за допомогою «універсальних індикаторів» (universal descriptors) (за визначенням К. Клерідж (Claridge, 2011, p. 51)) – *the whole history of the world, ever*.

Гіпербола може реалізуватися за допомогою порівняння:

(2) “...so are you starting to see a pattern the most important thing that has to happen when there's a disaster is Trump being praised, the other thing he said soon as he hit the ground in Puerto Rico ‘the governor says giving us very high grades’, **if we get just somehow to harness his ego we could power the entire island**” (06.10.2017).

У наступному прикладі гіпербола поєднується з іронією, оскільки Трамп, на думку ведучого

програми, має найгірші риси характеру і як людина, і як президент і політик.

(3) "... Donald Trump is **the worst person ever and he is a Republican and he is President**" (20.10.2017).

На думку Р. Картера, гіпербола тісно пов'язана з іронією тому, що перебільшення можна інколи трактувати як маркер іронічного тону голосу, позаяк слухачам або читачам може бути незрозуміло, наскільки буквально потрібно сприймати сказане (Carter, 2004, p. 137).

(4) "...because of this subject coming up we found out this week that back in June Trump was on a condolence call to a father of someone who died and apparently was so moved by his pledge he said **'I'm going to do what no presidents ever done, I'm gonna write you a personal check for \$25,000 and then never sent it or what he calls 'the art of the deal'**" (20.10.2017).

У прикладі (4) Білл Мар за допомогою гіперболи наголошує на негативних особистих якостях Дональда Трампа, який є водночас представником партії республіканців і президентом США. В контексті мовленнєвої неввічливості, негативну критику особистих якостей індивіда вважають одним із найбільш загрозливих мовленнєвих актів, оскільки характер і особисті риси важко змінити, вони залишаються на все життя (Culpeper, 2011, p. 25). У цьому разі гіпербола реалізується на рівні словосполучень та за допомогою найвищого ступеня порівняння прикметників (Claridge, 2011). У прикладі (4) гіпербола виражається шляхом «універсальних індикаторів», *no presidents* та *ever, never*. До того ж знаходимо поєднання гіперболи з іронією: *I'm going to do what no presidents ever done, I'm gonna write you a personal check for \$25,000 and then never sent it or what he calls 'the art of the deal'*, де гіпербола допомагає передати імпліцитний смисл, що Дональд Трамп не виконує обіцянок, а останньою реплікою, – *or what he calls 'the art of the deal'*, – ведучий породжує негативну саркастичну імплікатуру, тим самим підкреслюючи неморальність дій Дональда Трампа. Йдеться про книжку *The Art of the Deal* (1987), автори – бізнесмен Дональд Трамп і журналіст Тоні Шварц. Це видання зробило Трампа популярним, книжка була першою у списку бестселерів у *Нью-Йорк Таймс*. Шварц згодом шкодував щодо свого співаторства і разом з видавцем книги Говардом Камінським стверджував, що Трамп фактично не брав участі у написанні книжки. Дональд Трамп дав суперечливі пояснення щодо цього питання.

(5) "...no, of course, with Donald Trump **it's always personal** you know **he's fed up with his own party** because he doesn't like Mitch McConnell and Paul Ryan so now he's like making nice with Schumer and Pelosi" (20.10.2017).

У прикладі (5) за допомогою гіперболи, а також універсального індикатора *always* Білл Мар привертає увагу до негативного ставлення Дональда Трампа щодо членів Республіканської партії.

(6) "...**the same Trump pattern bluff-lie-attack** because you know **he doesn't know anything** so when he's asked about something he's got a bluff and then when they caught him out on the bluff then he lies and then when they caught him on the lie he attacks" (20.10.2017).

У прикладі (6) ведучий наголошує на узагальності й повторюваності поведінки Дональда Трампа і висловлює негативну оцінку дій президента за допомогою гіперболи, зокрема універсального індикатора *anything*.

Наступні два приклади, (7) і (8), за допомогою гіпербол і слів *always* та *all* показують, як Білл Мар атакує представників Республіканської партії.

(7) "...but **this was not his** (John Kelly's) **finest hour** he spent a lot of time **smearing** this congresswoman who was in the car doing her job and she was a friend supporting the widow when Trump's call came in, **so Kelly does what Republicans always do they invent new rules** ... like you know if you criticize the president overseas it insults the troops" (20.10.2017).

(8) "...but no John McCain I gotta give to him, he said I cannot in good conscience vote for such a vague irresponsible piece of legislation and **all the Republicans at once said what's good conscience but they're learning**" (22.09.2017).

У прикладі (8) знаходимо поєднання гіперболи з сарказмом щодо представників Республіканської партії.

Висновки. Отже, аналіз монологів Білла Мара засвідчує, що гіпербола є однією із типових фігур мовлення у арсеналі ведучого. Відповідно, можемо стверджувати про «гіперболізацію» мовлення Білла Мара з явним і навмисним вираженням перебільшення. Часто свідоме і навмисне використання гіпербол пояснюємо світобаченням Білла Мара і наявністю конкретних комунікативних цілей. Можемо зробити висновок, що Білл Мар використовує гіперболу:

- для підсилення у якомусь явищі певної якості або характерної ознаки. У нашому випадку це переважно негативні характе-

ристики, на яких наголошує Білл Мар із метою вираження мовленнєвої неввічливості. До того ж за допомогою гіперболи мовець сягає крайньої межі інтенсивності під час зображення певного предмета або явища;

- для привернення уваги до тих явищ, які суперечать його світосприйняттю, та надання негативної оцінки політичним, культурним та суспільним подіям у США та у світі, як-от дії Дональда Трампа, представників Республіканської партії та ін.;
- для посилення емоційного впливу на слухача з метою впливу на аудиторію у студії та біля екранів, для того, щоб переконати або висвітлити певне питання з іншого боку, щоб слухачі могли краще проаналізувати певні питання і отримати ширшу картину подій, які відбуваються у США та світі;
- для створення гумористичного ефекту.

Отже, для реалізації гіперболи ведучий використовує такі мовні форми, змістовний бік яких обов'язково має хоча б одну ознаку плану вираження: або високу інтенсивність міри ознаки (крайність), або нереальність. У монологах Білла Мара гіпербола використовується за її прямим призначенням: як вираження інтенсивності або значущості гіперболічної якості об'єкта з метою вираження емоційності,

суб'єктивності у висловлюваннях та категоричності в оцінці.

Висновки та перспективи подальшого дослідження

Мовлення може слугувати могутньою зброєю, якщо воно ретельно продумане, насичене ефективними аргументами, які здатні переконувати і мотивувати аудиторію. Аналіз зібраного матеріалу підтвердив, що монологи Білла Мара є вагомим засобом спілкування з аудиторією (в студії) та телеглядачами, який впливає на їхні почуття та емоції. Розглянувши один із способів, який формує образне мовлення Білла Мара, можемо констатувати, що його риторика досить ефективна, що підтверджують високі рейтинги програми. На прагмалінгвістичному рівні мовлення Білла Мара конструюється за допомогою різноманітних засобів і прийомів використання мовних ресурсів. Одним із таких засобів є гіпербола у її численних варіантах реалізації. Ведучий широко вживає гіперболу, що пояснюємо глибокою образністю та комунікативними функціями цього тропа. Пропонована стаття не вичерпує всіх аспектів розглянутої проблеми. Подальший напрям дослідження цього питання вбачаємо в ширшому аналізі реалізації мовленнєвої неввічливості за допомогою словесної образності.

Список використаної літератури

- Гальперин И. Р. Стилистика английского языка / И. Р. Гальперин. – Москва : Высшая школа, 1981. – 344 с.
- Лотоцька К. Я. Гіпербола як «стилістичний гібрид»: проблеми диференціації та аналізу / К. Я. Лотоцька // Сучасні проблеми лінгвістичних досліджень і методика викладання іноземних мов професійного спілкування у вищій школі : зб. наукових праць / за ред. В. Т. Сулима, С. Н. Денисенко. – Ч. 1. Лінгвостилістика. Лексична семантика. Фразеологія. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. – С. 101–103.
- Лотоцька К. Я. Стилiстика англiйської мови : навч. посiб. / К. Я. Лотоцька. – Львів : Видавн. центр ЛНУ iменi Iвана Франка, 2008. – 254 с.
- Муратова В. Ф. Гіпербола як стрижневий засіб інтенсифікації мови у П. Зюскінда [Електронний ресурс] / В. Ф. Муратова. – Режим доступу: <http://lib.chmnu.edu.ua/pdf/novitfilolog/21/24.pdf>. – Назва з екрана.
- Тимченко В. Д. Гіпербола / В. Д. Тимченко // Українська літературна енциклопедія. – Київ, 1988. – Т. 1. – С. 424.
- Baym G. The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism [Electronic resource] / G. Baym // Political Communication. – 2005. – Vol. 22. – P. 259–276. – Mode of access: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10584600591006492?needAccess=true>. – Title from the screen.
- Carter R. Language and Creativity: The Art of Common Talk / Ronald Carter. – London and New York : Routledge, 2004. – 255 p.
- Claridge C. Hyperbole in English: A Corpus-based study of exaggeration / Claudia Claridge. – Cambridge Cambridge University Press, 2011. – 301 p.
- Colston H. Using Figurative Language / Herbert L. Colston. – New York : Cambridge University Press, 2015. – P. 284.
- Culpeper J. Impoliteness: Using Language to Cause Offence / Jonathan Culpeper. – Cambridge : CUP, 2011. – 295 p.
- Fedyna M. Realization of impoliteness strategies in American TV Series: Orange Is The New Black. Conference proceedings from the Sixth Brno Conference on Linguistics Studies in English entitled Communication across Genres and Discourses, 2015. – P. 31–43. DOI: 10.5817/CZ.MUNI.P210-7971-2015.
- Impoliteness in Language: Studies on its Interplay with Power in Theory and Practice / ed. by Derek Bousfield and Miriam A. Locher. – Berlin and New York : Mouton de Gruyter, 2008. – 346 p.
- Wales K. A dictionary of stylistics / Katie Wales. – 3rd ed. – London ; New York : Routledge, 2011. – 496 p.

Mariya Fedyna

**HYPERBOLE AS ONE OF THE MEANS
OF EXPRESSION OF LINGUISTIC IMPOLITENESS
IN THE AMERICAN LATE-NIGHT TALK SHOW
“REAL TIME WITH BILL MAHER”**

Background. *In recent decades, the problem of figurativeness in modern Linguistics has received a new development and is investigated from the perspective of Cognitive Linguistics, namely within the confines of figurative language (R. Gibbs, H. Colston, E. Sweetser, B. Dancygier, G. Lakoff, M. Johnson, E. Semino, G. Leech and others). The topicality of this study is due to the lack of studies on the interpretation of linguistic impoliteness with the help of figurative language, in particular hyperbole, from the perspective of Linguistic Pragmatics and Cognitive Linguistics in the study of Linguistics in Ukraine.*

The purpose of this study is to examine hyperbole in more detail in the context of linguistic impoliteness.

Research methods comprise the methods of communicative-pragmatic analysis and analytical descriptive analysis.

Results. *The analysis of the monologues of Bill Maher shows that hyperbole is one of the widely used figures of speech in the host's speech. Accordingly, one can argue about the “hyperbolization” of Bill Maher's speech with an explicit and deliberate expression of exaggeration. Often, the deliberate use of hyperbole by Bill Maher is explained by his worldview and the pursuit of specific communicative goals, in particular to achieve discourse intensity, create a comic effect, create more informal communicative circumstances of communication, and also provide negative evaluation of the discourse, which collectively create impolite senses that Bill Maher pursues.*

Discussion. *As Linguistic Pragmatics is concerned, Bill Maher's speech is constructed using various means of language resources. One of these tools is hyperbole in its many embodiments. The host makes extensive use of the hyperbole, which is explained by the deep imagery and communication functions that it performs in speech. This study does not exhaust all aspects of the problem under consideration. Further direction of the study of this issue can be seen in a broader analysis of the realization of linguistic impoliteness by means of figurative language.*

Keywords: impoliteness, hyperbole, figurative language, communicative functions of hyperbole, American late-night talk show.

Матеріал надійшов 29.10.2018