**Лекция 2.Язык литературно-художественных произведений**

**План**

* 1. **Язык художественной литературы (поэтический язык, художественная речь)**
	2. **Гипербола, её разновидности.**

 **1.Язык художественной литературы (поэтический язык, художественная речь)**

**Язык – «первоэлемент» (Горький) литературы. Слово в языке играет ту же роль, что краски в живописи, звуки в музыке, движения в танце. Слово в художественной литературе – это образное отражение дум и чувств. Художественное слово с исключительной яркостью раскрывает суть явлений и даёт ему оценку. Чем же достигается особая сила художественного слова? Писатель, создавая свои произведения, пользуется тем же общенародным языком, что и учёный. Отличие языка художественной литературы от языка научно-деловой прозы заключается в том, что художник (писатель) в большей мере использует те изобразительно-выразительные возможности, которые заложены в языке его народа.**

**Слова как элементы поэтической (художественной) речи имеют не только смысловую**, но и **эстетическую** информацию, они не только сообщают что-то разуму, но и, обращая наше внимание на себя, воздействуют на **чувства** своей необычностью, неповторимостью, образностью, звуковой организацией, ритмом. Самое существенное в поэтическом слове – образный смысл.

В художественном произведении человек выступает в самых различных областях своей жизни: и в быту, и в работе, и в общении с друзьями. Тем самым язык художественной литературы объединяет в себе самые разные языковые стили, писатель должен изучать и знать язык в самых разных его проявлениях. Вместе с тем человек выступает как определённая личность, как характер, со своей индивидуальной речью. Язык художественной речи отличается тем самым своей индивидуализированностью, тем, что он сохраняет формы живого речевого общения, отличающие язык персонажей.

Многостилевой характер языка художественной литературы определяет обилие её языковых источников; писатель в зависимости от его художественных задач строит повествование, раскрывает переживание или развёртывает драматургическое действие, обращаясь к прошлому языка (архаизмы) и к просторечию (вульгаризмы) и к областным словам (диалектизмы). Необходимость индивидуализировать и оценивать изображаемое определяет значение в языке художественной литературы **тропов и фигур.**

**Тропы** – переносные значения слова – расширяют его значение, придают красочность речи, усиливают оценочный элемент в слове, **фигуры** служат задаче передать все оттенки интонации речи, придающие ей законченность, выразительность, характерность. Сами по себе и тропы, и фигуры представляют собой общеязыковое явление инее обязательно присущи языку художественной литературы, но играют в ней особенно значительную роль в силу отмеченных их свойств.

Среди теоретиков литературы нет единодушия в том, что относится к тропам. Все признают в качестве тропов метафору и метонимию. Также относят к тропам эпитеты, сравнения, иронию, гиперболу. Подробно остановимся на гиперболе.

**Гипербола — это красивое преувеличение**

Само это слово греческое – «hyperbole» и обозначает оно «чрезмерность, избыток, преувеличение».

**Гипербола** – средство художественного изображения, основанное на чрезмерном преувеличении;  образное выражение, заключающееся в непомерном преувеличении событий, чувств, силы, значения, размера изображаемого явления; внешне эффектная форма подачи изображаемого.

Причем часто преувеличение доходит до совершенно непостижимых понятий, иногда даже [**граничащих с абсурдом**](https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/absurd-chto-ehto-takoe.html).

**Примеры из русского языка.**

Широко используется гипербола в русском языке. Примеры покажут, что нередко мы пользуемся этим приемом, даже не обращая внимания. Например, слова «Я тебе уже тысячу раз говорила!». В данном случае «тысяча раз» - это и есть преувеличение, ведь автор высказывания, во-первых, вряд ли говорила что-либо так много раз. Во-вторых, она не считала число своих повторов. Еще один пример гиперболы в русском языке: «Мы не виделись уже сто лет». Здесь речь идет о том, что люди не встречались длительный период времени, но уж никак не сотню лет.

Сказав, что у него миллион проблем, человек подчеркнет то, что у него сейчас черная полоса в жизни, а о четкой количественной характеристике проблем речь не ведется. Похожих примеров можно привести множество: «Есть сотня причин, почему я все еще стремлюсь получить образование». «У дедушки тысяча болячек, а он все еще трудится на огороде». «Ты не поверишь, вчера видела такого крупного мужчину. Не человек, а слон». Здесь гипербола соединена с элементом сравнения. Человек уподобляется слону по весовому параметру. «Сиди, работай, заработаешь миллион!». В этом примере явно звучит ирония. Говорящий сильно преувеличивает возможности заработка своего оппонента, издевательски подшучивает над ним. «Ты говоришь, Маша не поступила в институт? Да это же известно всем!» В примере представлена лексическая гипербола, преувеличение достигается за счет словосочетания «известно всем». Понятно, что это не так, ведь жители другого города могут не знать о Машиных проблемах, и они их не интересуют.

НАПУГАТЬ ДО СМЕРТИ
ТЫСЯЧА ИЗВИНЕНИЙ
ХОТЬ ЗАЛЕЙСЯ
РЕКИ КРОВИ
ГОРЫ ТРУПОВ
ЖДУ ЦЕЛУЮ ВЕЧНОСТЬ
ЕХАТЬ ЗА ТЫСЯЧУ КИЛОМЕТРОВ
ВЕСЬ ДЕНЬ ПРОСТОЯЛА
КУЧА ДЕНЕГ
ПИР НА ВЕСЬ МИР
МОРЕ СЛЕЗ
НЕ ВИДЕЛИСЬ 100 ЛЕТ
ОКЕАН СТРАСТЕЙ
ВЕСИТ СТО ПУДОВ
ЗАДУШИТЬ В ОБЪЯТЬЯХ
ИСПУГАТЬСЯ ДО СМЕРТИ

**Разновидности.**

Есть несколько типов гипербол в русском языке:

1. Лексические. Преувеличение достигается путем использования слов «совершенно», «все», «абсолютно». Например, совершенно бесполезный человек, это всем давно известно.
2. Метафорические. Это запоминающееся сравнение. Например, лес рук, золотые горы. Фразеологические. Использование устойчивых сочетаний слов. Например, козе понятно.
3. Количественные. Использование числительных: миллион дел, тысячи идей. Все эти типы преувеличений могут использоваться носителями языка неосознанно, не воспринимаясь как художественно-стилистический прием.

**Гипербола в современном русском языке.**

Молодежь нередко употребляет в речи гиперболу. В русском языке примеров можно привести множество:

«Мы это уже 100500 раз проходили! Неужели трудно запомнить?»

«У нас еще вагон и маленькая тележка времени, все сделаем».

Такие высказывания позволяют сделать речь боле образной и выразительной.

## Примеры гипербол в художественной литературе

На самом деле подобные преувеличения – это очень старый литературный прием. Он использовался [**еще в русских былинах**](https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/byliny-chto-ehto-takoe-kakie-byvayut.html), а это было без малого тысячу лет назад. С помощью гипербол многократно усиливали силу богатырей и их противников.

*Сон богатырский длился 12 ДНЕЙ (ну не может человек спать почти две недели)*

*На пути богатыря стояли силы несметные – ВОЛК ИХ ЗА ДЕНЬ НЕ ОБЕЖИТ, ВОРОН ЗА ДЕНЬ НЕ ОБЛЕТИТ (это сколько врагов должно быть – миллион?)*

*Махнет богатырь рукой – СРЕДИ ВРАГОВ УЛИЦА, махнет другой – ПЕРЕУЛОК (то есть одним ударом богатырь убивает сразу несколько десятков)*

*Взял Илья Муромец палицу ВЕСОМ СТО ПУДОВ (тут надо понимать, что сто пудов – это полторы тонны)*

*Соловей-разбойник свистит – ЛЕС К ЗЕМЛЕ КЛОНИТСЯ, а ЛЮДИ МЕРТВЫМИ ПАДАЮТ (ну тут совсем что-то из разряда сказки)*

Точно такие же гиперболы встречаются и **в «Слове о полку Игореве»**. Например:

*«Русичи червлеными щитами перегородили широкие поля, ища себе честь, а князю славы» или «Войско такое, что можно Волгу веслами расплескать, а Дон вычерпать шлемами».*

Среди писателей больше всего гипербол встречается у Николая Васильевича **Гоголя**. Преувеличения есть практически в каждом его известном произведении. Вот, например, он описывает реку Днепр:

*Редкая птица долетит до середины Днепра.
Днепр как дорога без конца в длину и без меры в ширину.*

Или использует преувеличения в своих [сатирических произведениях](https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/satira-chto-ehto-takoe.html), вкладывая их в уста героев:

*В муку бы вас все стер! (Городничий)
Тридцать пять тысяч одних курьеров… Меня сам государственный совет боится. (Хлестаков)*

А в «Мертвых душах» есть такие слова: «Бесчисленны человеческие страсти как морские пески».

*Гиперболы использует практически любой писатель или поэт. С их помощью они, например, более красочно описывают характер героев произведений или показывают свое авторское отношение к ним.*

Причем писатели зачастую не используют уже устоявшиеся выражения, а стараются придумать что-то свое.

Есенин при создании образа Руси использовал преувеличение: «Не видать конца и края, только синь сосет глаза».

Есть гиперболы в лирике Маяковского: «В бою славлю миллионы, вижу миллионы, миллионы пою». Поэма «Облако в штанах» завершается очень интересным образом, основанном на приеме преувеличения: «Эй, вы! Небо! Снимите шляпу! Я иду!». Это помогает поэту выразить силу и мощь человеческой личности. Нередко поэт преувеличивает и размеры человеческого тела, создавая емкий и острый сатирический образ: «Два аршина безлицевого розового теста, голова в Казбек, желудок в ров».

 Можно привести несколько интересных примеров гиперболы в русском языке, когда преувеличение касается неодушевленных предметов: до небес баобабы, жало в километр.

Нередко для эффекта преувеличения поэт использует слова в переносном смысле: глыба, туша. Или же сочетания слов, которые по отдельности не обладают подобным свойством, но поставленные вместе создают гиперболизацию: очки-велосипеды, глаза два луга.

Пример гиперболы из литературы можно найти и в творчестве других писателей: «шаровары, шириной с Черное море» (Гоголь), «четыре года мы побег готовили, харчей три тонны мы наэкономили» (Высоцкий). Мы рассмотрели, что такое гипербола, и примеры ее употребления мастерами слова. Этот прием дает возможность делать речь писателей образной и более выразительной, привлечь внимание читателя к какому-либо свойству или особенности описываемого предмета или лица. Также именно намеренное преувеличение нередко помогало автору выразить свое отношение к происходящему.

Вот еще **примеры гипербол в литературе**:

1. И ядрам пролетать мешала гора кровавых тел (Лермонтов)
2. Миллион терзаний (Грибоедов)
3. Порядочный человек за вас за тридевять земель готов убежать (Достоевский)
4. И сосна до звезд достает (Мандельштам)
5. Во сне дворник стал тяжелым как комод (Ильф и Петров)

## Примеры гипербол в рекламе

Конечно, мимо такого интересного приема, который позволяет **усилить реальное значение слов**, не могли пройти и рекламщики. Масса слоганов основана на этом принципе. Ведь задача – привлечь внимание клиента, обещая при этом «золотые горы» и всячески подчеркивая уникальность товара:

1. Вкус на грани возможного (жевательная резинка «Стиморол»)
2. Контроль над стихией (кроссовки «Адидас»)
3. Король салатов (майонез «Оливьез»)

В создании рекламных роликов также часто используется принцип гиперболы. Например, серия знаменитых видео про батончики «Сникерс» со слоганом «Ты не ты, когда голоден». Там, где различные персонажи превращаются в совершенно других людей и начинают творить всякие глупости, и только шоколадный батончик способен вернуть их в привычную русло.