

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА ГИПЕРБОЛ НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАТЕЙ

Д.С. Степанович, 3 курс

Научный руководитель – **О.Ф. Жилевич**, к.фил.н., доцент

Полесский государственный университет

Гипербола – это средство выражения, содержащее непомерное преувеличение размера, силы, значения или другого признака, предмета или явления [4, с. 36]. Ю.И. Борисенко утверждает, что прием гиперболы направлен на приписывание качеств в более красочном виде, чем есть на самом деле. Он считает, что гипербола сопоставляется с таким понятием как гротеск. Эти средства основываются на описании явлений и качеств, которые не являются нормой и считаются невозможными с логической точки зрения [3]. Так, отсутствие внимания к переводу гипербол может привести к искажению значений и снижению эмоционального влияния текста [2]. И. В. Арнольд поясняет определение «экспрессивности гипербол» следующим образом, «свойство текста, которое передаёт смысл с увеличенной интенсивностью и имеет своим результатом эмоциональное или логическое усиление, которое может быть или не быть образным» [1, с. 100].

Цель работы — анализ методов перевода гипербол и их функциональной значимости в экономической информации.

В качестве материалов для исследования использовались англоязычные статьи из экономических изданий, а также наши собственные адаптированные переводы на русский язык. Методы анализа включали сравнительный анализ оригинальных текстов и их переводов с последующим пояснением. В процессе анализа выявлялись гиперболы (слова или целые выражения) и определялась

их основная функция в контексте статьи. Приведем наиболее яркие примеры анализа перевода гиперболы в экономических текстах.

An economic tsunami is about to engulf the developing world and many poor countries are simply not prepared to deal with the economic, social, and political consequences [5] – «**Экономическая буря**» вот-вот захлестнет развивающийся мир. Эксперты утверждают, что многие слаборазвитые страны просто не готовы столкнуться с возможными экономическими, социальными и политическими последствиями [Здесь и далее перевод наш – Д.С. Степанович]

Гипербола «*an economic tsunami*» считается понятной и общеупотребительной в прибрежных странах, потому что для них данное сравнение имеет смысл, несёт эмоциональную окраску. Цунами – это разрушительное и глобальное бедствие, природный катаклизм. Для стран СНГ, которые не находятся в непосредственной близости к крупным водным объектам, это не несёт такого пугающего посыла из-за географического положения. При переводе профессионалы интерпретируют данное выражение в «экономическую бурю», чтобы вызвать желаемый отклик и реакцию от общественности.

It seems like the economy has been a roller coaster ride recently, and the ride isn't over yet. Just like on a roller coaster, our current momentum is driven by the hills, valleys, twists and turns that have brought us to this point [6] – Похоже, что динамика в экономике сейчас больше напоминает качели, которые никак не могут остановиться. Наши текущие изменения в сфере экономики действуют точно также: мы то на самой высоте, то резко падаем вниз.

В данном случае сравнительная гипербола экономической динамики с «качелями» вызывает отклик у русскоязычной аудитории в связи с культурными ассоциациями. Это универсальный и привычный образ для каждого обывателя. Исходя из этого, данная адаптация является безопасным и проверенным вариантом, которым часто пользуются переводчики. Однако в современных переводах часто прослеживается вариант «американские горки» как пример дословного перевода.

Erik Huggers says Google's Chromecast is an interesting product at an attractive price point, but, perhaps unsurprisingly, he doesn't see it as a game-changer. [7] – Эрик Хаггерс говорит, что линейка цифровых медиаплееров от компании Google – интересный продукт по привлекательной цене, но, что неудивительно, он не видит в данной разработке **ничего масштабного или революционного**.

Выражение «*game changer*» и эквивалент для русскоговорящей аудитории «революционный продукт» используется для описания новых технологий или продуктов, которые заслуживают всеобщей огласки и выдвинуты в массы для привлечения аудитории как нечто инновационное, глобальное. Для американского сообщества гипербола «*game changer*» имеет исторический контекст. Первая компьютерная развлекательная игра «Теннис для двоих», которая, в буквальном смысле, изменила отношение аудитории к технологиям (раньше их использовали только для разработок стратегических планов в военное время), была создана американским ученым-физиком Уильямом Хиггинботтом в 1958 году [9]. То есть, она в буквальном смысле «изменила правила игры».

«Smart contracts are really the killer app of the cryptocurrency world», says Chris Ellis, host of a show about cryptocurrencies on the World Crypto Network [8] – «Смарт-контракты, или цифровое соглашение, – это **инновационное внедрение, которое способно перевернуть мир криптовалют с ног на голову**», – говорит Крис Эллис, ведущая шоу о криптовалютах в компании World Crypto Network.

Использование гиперболы в американском аналоге «*killer app*» имеет более радикальное значение. В дословном переводе это значит «убить конкуренцию», «уничтожить соперника», «стереть с информационного поля». То есть стать настолько популярным, что другие продукты теряют свою актуальность. В русском языке не существует удобного и лаконичного эквивалента для столь провокационного выражения, которое чаще всего используется в заголовках экономических статей, на новостных форумах или в рекламных интеграциях. Его заменяют лояльным «*приложение, которое вы все ждали*» или «*продукт, способный перевернуть все с ног на голову*».

Более того, по результатам анализа были выделены релевантные методы перевода гипербол: дословный перевод, адаптация и добавление.

Гипербола – это давно изученный и понятный стилистический прием, который подразумевает преувеличение для создания более яркого и запоминающегося образа. Перевод гипербол в англоязычных экономических статьях представляет собой сложный, но необходимый аспект переводческой деятельности. Результаты исследования подчеркивают важность выбора методов перевода,

которые могут варьироваться в зависимости от контекста. Перспективами дальнейшего исследования могут стать разработка методических рекомендаций для переводчиков и изучение влияния гиперболы на восприятие экономической информации читателями.

Список использованных источников

1. Арнольд И.В. Стилистика. Современный английский язык: учебник для вузов. 13-е изд., стер. – М.: Флинта, 2016. — 384 с.
2. Марзоева И.В., Гилязиева Г.З. Теория и практика перевода: учебное пособие. – Казань: Казанский государственный энергетический университет, 2019. – 136 с.
3. Гипербола и гротеск: проблема соотношений понятий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/giperbola-i-grotesk-problema-sootnosheniya-ponyatiy> – Дата доступа: 02.04.2025.
4. Васильев Л.Г., Васильева М.Л. О речевоздействующей функции языка: проблема перевода стилистических средств // Современные исследования в области преподавания иностранных языков в неязыковом вузе. – 2016. – С. 34–47.
5. An Economic Tsunami Is About to Hit the Poorest Countries: Inaction by the G20 Will Make it Worse [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://reliefweb.int/report/world/economic-tsunami-about-hit-poorest-countries-inaction-g20-will-make-it-worse> – Дата доступа: 02.04.2025.
6. The Roller Coaster Economy: What is in Store for 2023? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://armoneyandpolitics.com/the-roller-coaster-economy/> – Дата доступа: 02.04.2025.
7. Chromecast - a TV game changer? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bbc.com/news/technology-26643235> – Дата доступа: 03.04.2025.
8. What Are Smart Contracts? Cryptocurrency's Killer App [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.fastcompany.com/3035723/smart-contracts-could-be-cryptocurrencys-killer-app> – Дата доступа: 03.04.2025.
9. The First Video Game [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php> – Дата доступа: 04.04.2025.