

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СХІДНОЇ І СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра корейської і японської філології

Курсова робота
з японської філології
на тему:

**ПРИСЛІВ'Я ТА ПРИКАЗКИ ЯК ЗАСОБИ ФРАЗЕОЛОГІЇ В
ЯПОНСЬКІЙ МОВІ**

Студентки групи Пяп01-19
факультету східної і слов'янської
філології денної форми навчання
Освітньої програми:
Японська мова і література та
переклад, західноєвропейська мова
Спеціальності 035 Філологія
Спеціалізації 035.069 Східні мови
та літератури (переклад включно),
перша – японська
Шинкарецької Анни Борисівни

Науковий керівник:
кандидат педагогічних наук,
доцент
Свердлова Тетяна Геннадіївна

Національна шкала _____

Кількість балів _____

Оцінка ЄКТС _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРИСЛІВ'ІВ І ПРИКАЗОК	7
1.1 Місце прислів'їв та приказок у сучасному мовознавстві	7
1.2 Цінність прислів'їв та приказок у народній та міжнародній комунікації	10
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПРИСЛІВ'ІВ ТА ПРИКАЗОК	15
2.1 Проблематика перекладів фразеологічних одиниць	15
2.2 Методи і способи перекладу прислів'їв і приказок	17
Висновок до розділу 2	22
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ КОНКРЕТНИХ ПРИКЛАДІВ ВЖИВАННЯ ПРИСЛІВ'ІВ І ПРИКАЗОК У ЯПОНСЬКІЙ ПРЕСІ	24
Висновок до розділу 3	28
ВИСНОВКИ	30
要約	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	35

ВСТУП

З давніх-давен народні прислів'я та приказки завжди були і залишаються не лише крилатими виразами, влучними афоризмами і взагалі – прикрасою мови, а й достеменними свідченнями про особливості організації менталітету певної національності. У найширшому розумінні менталітет можна охарактеризувати такими чинниками, як: образ мислення, духовний настрій, світосприйняття, особливості поведінки, що і визначають національні особливості народу і його культури. *Менталітет не проявляється лише у непередбачуваних реакціях людей на різноманітні події, явища, проблеми або вислови, але є передбачуваним, оскільки він базується на довгострокових параметрах світосприйняття, таких як міфологічні знання, символи, стереотипи, а також мовні прислів'я та приказки.*

Дослідження теми «Прислів'я і приказки як засоби фразеології в японській мові» є актуальною на сьогоднішній день через те, що: ознайомлення з прислів'ями країни може збагатити наше уявлення про народ, який їх створив. Дані сполуки досить експресивно і всеоб'ємно відображають національні особливості народу, при чому водночас за ними можна виявити й спільні риси між найрізноманітнішими народами.

Саме прислів'я-приказкові вислови посідають одне із найважливіших місць в ієрархії мовної творчості японської мови. Вони складають органічну частину його духовної культури. Зрозуміти та досягнути культурний фонд японців, обійшовши стороною прислів'я та приказки, неможливо. Їхня превалентна частина не зникає з побуту, вони значною мірою використовуються у літературі, в пресі, при публічних виступах тощо.

Політичні діячі Японії часто використовують прислів'я та приказки як в своїх офіційних виступах, так і в бесідах із державними та

громадськими діячами інших країн. До прикладу, представники уряду Японії, кажучи про необхідність розвивати добросусідські відносини між Японією і Кореєю, схильні висловлювати своє побажання і мету через відомий вислів, що трактується наступним чином: «близький сусід – дорожче далекого родича» [9, 08.04.2001]. Японській мові загалом притаманна образність, що проявляється у широкому використанні ономатопоетичних сполук, які надають живості та ситуативності кожному окремому вислову, порівнянь та епітетів, багато з яких набули статусу приказок. Японські народні прислів'я і приказки сприяють утворенню виразного уявлення про обдарований і працьовитий характер цього народу, а також викликають поетичну естетичну привабливість його мови.

Вибір оптимального перекладу іноземних прислів'їв і приказок, які широко поширені не лише в художніх творах, але й у текстах інших стилів, включаючи публіцистику, не є простим завданням. Колишня авторитетна постать у сфері перекладу на ім'я К.І. Чуковський вбачає, що «необхідно перекладати іноземні прислів'я та приказки саме дослівно, а не замінити їх паралельними відповідниками» [1, с. 12].

У процесі перекладу прислів'їв необхідно зберігати оригінальний колорит з метою передачі особливостей "чужого" побуту, менталітету, гумору і розмовної мови народу, які відображаються у них. На наш погляд, вищевикладеного досить, щоб говорити про актуальність теми «Прислів'я та приказки як засоби фразеології в японській мові».

Наукова оригінальність даного дослідження полягає у систематичному аналізі проблематики функціонування прислів'їв і приказок у сучасній японській мові, з орієнтацією на досягнення нових знань та висвітлення необ'єктивних аспектів цієї сфери, зокрема у пресі, що можна провести на новому рівні, з огляду засвоєння певного рівня пареміологічних єдностей з одного боку та імплементації їх у газетно-публіцистичний стиль з іншого.

Наукова новизна дослідження полягає також в тому, що в ньому розглядаються прийоми інтеграції прислів'їв і приказок в текст газетної статті і вивчаються тенденції розподілу прислів'їв і приказок по різних жанрів японської періодичної преси. Робиться спроба аналізу особливостей оказіональних трансформацій прислів'я-приказкових виразів з урахуванням прагматичних текстових чинників.

Основною метою даного дослідження є систематичний аналіз семантичного та прагматичного потенціалу прислів'їв і приказок з метою виявлення та опису особливостей їх функціонування в японській періодичній пресі. Дослідження прислів'їв і приказок з прагматичного підходу включає аналіз не лише функціональних особливостей цих виразів, тобто їх ролі в комунікації, але й їх лінгвістичних характеристик як мовних одиниць. Доречність такого підходу впливає з тісного зв'язку та взаємозалежності комунікативних та системних аспектів: функціонування прислів'їв і приказок у мові визначається їх семантичними, структурними та іншими лінгвістичними характеристиками як мовних одиниць.

Дослідження спрямовані на досягнення конкретних дослідницьких завдань, серед яких можна виділити наступні:

1. розгляд різних методологічних підходів, використовуваних у сучасній лінгвістиці для визначення мовного статусу прислів'їв і приказкових виразів, з метою виявлення тих, що найкраще відповідають об'єкту аналізу;
2. опис характеристик різних типів прислів'я-приказкових виразів, зокрема їх семантичних, структурних, функціональних та інших особливостей, які обумовлюють використання прислів'їв і приказок в текстах ЗМІ;
3. встановлення прагматичного потенціалу прислів'я-приказкових сполучень та аналіз способів, якими цей потенціал реалізується у текстах японської періодичної преси.

Об'єктом даного дослідження є широкий спектр прислів'я-приказкових виразів, що відображаються в регулярному застосуванні в сучасній япономовній періодичній пресі.

Предметом даного наукового дослідження є аналіз функціонування прислів'їв і приказок в текстах японських друкованих ЗМІ з метою досягнення конкретних прагматичних цілей, визначених автором.

Матеріалом для даного дослідження послужили:

1. лексикографічні джерела (збірники фразеологізмів, прислів'їв та приказок, крилатих виразів і афоризмів японською мовою);
2. статті з японських газет і журналів («Асахі шімбун», «Маїнічі шімбун» та ін.) за 2006 р.

Було віднайдено і досліджено орієнтовно 150 прикладів вживання прислів'я-приказкових сполук у періодичних виданнях Японії.

В даному дослідженні використовується комплексний підхід, що охоплює різні аспекти та компоненти обраної проблеми. Застосовується метод лінгвістичного спостереження, який передбачає систематичне вивчення та аналіз лінгвістичних фактів з метою обробки об'єктивних даних задля розуміння їх характеристик, а також функціонально-семантичний і трансформаційний аналізи.

Дана курсова робота складається з трьох розділів. У першому розділі розглядаються та описуються семантико-синтаксичні та функціональні характеристики японських прислів'їв та приказок. Другий розділ присвячено розгляду проблематики їхнього перекладу. Третій розділ містить безпосередньо практичний аналіз конкретних прикладів вживання приказок і прислів'їв у японській періодичній пресі.

До роботи додається резюме японською мовою.

РОЗДІЛ 1 СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРИСЛІВ'ІВ І ПРИКАЗОК

1.1 Місце прислів'їв та приказок у сучасному мовознавстві

Уже протягом кількох століть прислів'я та приказки привертають увагу наукових дослідників. Початково вони були об'єктом етнографічного та літературознавчого вивчення, розглядалися як фольклорні твори. Окремо існували словники та збірники народних прислів'їв, приказок, притч, загадок та повір'їв, проте з середини ХХ століття прислів'я та приказки стали предметом лінгвістичних досліджень.

А.А. Потебня та В.С. Виноградов були видатними дослідниками, що зробили значний внесок у теоретичне вивчення прислів'я-приказкових висловів ще на початковому етапі цієї наукової галузі.

У сфері японського мовознавства вивчення прислів'їв та приказок переважно лімітується дослідженням етимології конкретних виразів і створенням фразеологічних збірок різноманітної специфіки. Коментарі та роз'яснення, що стосуються пареміологічних одиниць, зазвичай виносяться до передмов та післямов словників [12, 13].

Дослідження прислів'їв і приказок є предметом багатьох наукових дисциплін на сьогоднішній день: фольклористика, літературознавство, стилістика, риторика, пареміологія, семасіологія, фразеологія та ін.

У даній роботі прислів'я і приказки розглядаються як об'єкт дослідження фразеології. Однак в сучасній лінгвістиці питання про мовний статус прислів'я-приказкових виразів і їхнє ставлення до фразеології залишається відкритим. Існує два протилежні підходи до даних одиниць: не фразеологічно-орієнтований і фразеологічно-орієнтований. Прислів'я-приказкові з'єднання класифікуються як фразеологічні одиниці на думку більшості лінгвістів, що проводять свої дослідження в даній області.

Існує певний ряд характеристик, які виділяють ці дослідники, що властиві як ФО взагалі, так і прислів'ями та приказками, що дозволяє включити останні до складу фразеологічного корпусу мови: популярність вираження в даній мові; застосовуваність у мові в якості самостійної одиниці; незмінність; поетичність (образність); суб'єктивне емоційно-експресивне забарвлення; специфічна стилістика тощо.

Серед лінгвістів існує дискусія та невизначеність щодо тлумачення термінів "прислів'я" та "приказка". В українському мовознавстві можна виділити три головні критерії для розподілу прислів'їв і приказок: структурний, семантичний і структурно-семантичний [3, с. 12-15].

У даному дослідженні застосовується структурно-семантичний критерій задля розмежування термінів "прислів'я" і "приказка". Відповідно до цього критерію, прислів'я тлумачиться як народний вислів, що має велику узагальнюючу силу, яка виступає як повчання, наставляння, що має форму простого або складного речення; *приказка* - народний вислів, що не містить моралі, але використовується для підтвердження, констатації або характеристики будь-якого поняття (абстрактного чи конкретного). На відміну від прислів'я, приказка може мати як структуру словосполучення, так і структуру простого або складного речення, що є характерною рисою цієї фразеологічної одиниці.

Прислів'я-приказкові сполучення регулярно плутають із афоризмами (або цитатами). Проте оскільки вони є продуктом здебільше фольклорної творчості, вони не мають зв'язку із конкретними авторами, звідки і впливає відсутність критерію "цитатності".

В японській філології пареміологічні терміни «прислів'я, приказка» зазвичай застосовуються не диференційовано, і в науковій літературі вони часто взаємно замінюються.

Різноманітність семантичних і граматичних характеристик прислів'їв і приказок спричиняє неоднорідність цих висловів і вимагає використання різних класифікаційних систем для їх категоризації.

У радянській японістиці серед деталізованих робіт стосовно питання прислів'їв та приказок, варто відзначити класифікацію, запропоновану Г.Л. Пермяковим. Дана класифікація є однією з найбільш докладних і базується на трьох ключових ознаках: лінгвістична, логіко-семіотична та предметно-образна [8].

На сучасному етапі наукових досліджень академічної лінгвістики звертають увагу на проблему варіативності прислів'їв і приказок. Це питання ще не повною мірою вивчене, а тому породжує розбіжності в поглядах. Велику увагу приділяють проблемі стійкості і варіативності фразеологічних одиниць, дослідження яких було проведено В. Л. Архангельським на матеріалі мови радянського союзу. Модифікації, виявлені Архангельським у російських прислів'ях і приказках, іноді можна простежити і в японській мові.

Сьогодні за винятком постійних досліджень питання варіативності в рамках фразеології, проводиться масштабне вивчення в області нерегулярних трансформацій фразеологічних одиниць, включаючи прислів'я та приказки. Тематична спеціалізована література, присвячена темі варіативності фразеологічних одиниць, орудує різними термінами на їхнє позначення: зазначаються і авторські перетворення фразеологічних одиниць, і okazіональні (нерегулярні) фразеологічні одиниці, так звані «деформації ідіом», авторські зміни та новаторства в контекстуальній ситуативності тощо. Автори даної роботи обрали термін «трансформація».

Терміном «трансформація» в цьому дослідженні позначаються будь-які зміни прислів'їв і приказок, що відбуваються в структурі та/або

семантиці прислів'їв і приказок, і які не закріплені в словнику. Такі зміни свідомо та цілеспрямовано використовуються автором тексту.

1.2 Цінність прислів'їв та приказок у народній та міжнародній комунікації

Прислів'я та приказки як самостійні одиниці, представлені в словниках поза контекстом, мають потенційні прагматичні установки. Не можна оминати увагою той факт, що прислів'я та приказки є складовими елементами так званої «прислівної картини світу», що є складовою лінгвістичного полотна всього світу, і яка відображає національну специфіку кожної мовної громади. Характерна культурна специфіка і неповторність пареміологічних одиниць спричиняє ряд складнощів у разі інтернаціональної (міжкультурної) комунікативної взаємодії, зокрема у разі перекладу прислів'я-приказкових виразів іншими мовами.

У прагматичному розрізі потенціал прислів'я-приказкових сполучень глибоко взаємозв'язаний з категорією цінностей. У цих фразеологічних одиницях укорінені загальнолюдські, етнічні та групові цінності, які змальовують визначення моралі, етичності та особистих або соціальних обов'язків у різних обставинах.

У прислів'ях і приказках випереджувальною є оцінювальна або емоційна складова, яка спрямована на висловлення ставлення до конкретної ситуації, явища чи особи (у термінах зовнішнього вигляду, характеру, діяльності), а також до їхнього оточення (житло, родина, товариші). Згідно з Е.М. Вольфом, оцінка, що міститься у прислів'ї або приказці, відображається в її структурному втіленні як абсолютна або порівняльна. Структурне втілення абсолютної або порівняльної оцінки в прислів'ї (приказці) залежить від наявності чи відсутності елемента порівняння. У межах поняття оціночного модусу є дві категорії: абсолютна, що чітко визначає «добро/зло», та порівняльна що

протиставляє об'єкти за якістю/пріоритетом тощо і, відповідно, визначає характеристику «краще/гірше».

Проте варто наголосити, що вплив прислів'я-приказкових висловів варіюється індивідуально і може не досягати однакового ефекту в кожному окремому випадку, особливо враховуючи той факт, що деякі з них формулюють майже протилежні погляди та оцінки для одних і тих самих явищ та подій тощо.

Розглянемо спочатку два вислови, які мають частково синонімічне значення і передають схожі одне на одну думки. 明日の事を言えば鬼が笑う (あした(あす)のことをいえばおにがわらう) [ashita no koto o ieba oni ga warau] [11 від 23.05.2006] («про майбутнє говорити - чортів веселити»). Або ж вислів, що означає «Завтра саме про себе подбає» (вислів, що означає, що достатньо того, що людина працювала, нервувала і стомилася вже, сьогодні, тож не варто занадто перейматися про наступний день, адже він і сам якось складеться): 明日の事は明日案じよ (あすのことはあすあんじよ) [ashita (asu) no koto wa ashita (asu) anjiyo] [11 від 12.01.2003]. Дані два вирази розглядають одну ситуацію з різних перспектив, проте доходять до спільного висновку: майбутнього ще не існує, а тому не слід надмірно тривожитись про те, що воно може принести.

Зауважимо, що прислів'я-приказкові вислови є усним відображенням не лише загальноприйнятих норм та цінностей, а і групових, чим і пояснюватиметься контрверза, що виникає при їх співставленні. В залежності від певного соціального, культурного, ідеологічного угруповання, цінність тих чи інших поглядів/вчинків тощо, із високою вірогідністю значно різнитиметься. Одні й ті самі ситуації, що виникають у різних контекстах, матимуть різний зворотній зв'язок, що і формуватиме систему цінностей, що врешті-решт виллється у словесну формулу – прислів'я або приказку.

Наведемо приклад. Існує певна категорія осіб, серед яких високий рівень матеріального добробуту відіграє першочергову роль у їх власній ієрархії цінностей, займаючи одне з привілейованих місць. Такі їхні погляди розкриває вислів 挨拶より円札 (あいさつよりえんさつ) [aisatsu yori ensatsu], що буквально перекладається, як: «Краще гроші, ніж привітні слова»; або альтернативний переклад: «зі слів шуби не пошиєш»). Однак на погляд інших категорій людей, фінансовий добробут не є першочерговим пріоритетом. Натомість йому приходять духовні цінності: 笑う門に服が来る (わらうかどにふくがきたる) [wara kado ni fuku ga kitaru] – «У будинок, де сміються, приходять щастя»; або ж «До веселих воріт і щастя йде»). Ну або ж 貧乏人の子沢山 (びんぼうにんのこたくさん) [bimbonin no kodaku san] «У бідняків (завжди) багато дітей», або «Багатство бідняків – діти») [16].

Переважає більшість збережених прислів'їв, що перейшли і до нашого часу, є відображенням менталітету трудового народу, який використав образну, художню форму для відтворення свого робочого досвіду та свого ставлення до існуючої реальності.

Ставлення японського народу до класу імущих однозначно: «багатого гроші бруднять, як плювальницю – сміття», «нероба тому багатий, що трудівники бідні» – 金持ちと灰吹きは溜まるほど汚い (かねもちとはいふきはたまるほどきたない) [haifuki to kanemochi to wa tamaru hodo kitanai] [16]. Стосовно всемогутньої влади грошей в суспільстві японський народ каже: «у кого гроші, до того і Будда особою», «навіть в пеклі гроші – сила», «гроші роблять людей чужими». Проте серед японського суспільства є і контroversійна думка, згідно з якою з-посеред будь-яких хвороб найважча – злидні. Японська ідея звучить наступним чином: «правитель – що човен, а народ, як вода: може нести, а може і перевернути» – 君子は舟、百姓は水。舟が水を浮かべることあれば、水が舟を覆すこともある [Kunshi wa fune, hyakushō wa mizu. Fune ga mizu wo ukaberu koto mo areba, fune ga mizu o kutsugaesu koto mo aru].

Застаріла японська ідея про інферіорність жіночої статі і жінок загалом вилилася у прислів'я та/або приказки критичного характеру, застереження чоловіків про численні жіночі недоліки. Нині подібні вислови різко критикуються, негативно сприймаються і загалом мало використовуються у сучасному побуті.

悪妻は六十年の不作 (あくさいはろくじゅうねんのふさく) [akusai wa rokujunen no fusaku], що перекладається приблизно наступним чином: «Погана (зла, сварлива) дружина – все одно, що неврожай шістдесят років поспіль».

Поява і популярність цілих спектрів прислів'їв і приказок часто спричинені специфічною професійною діяльністю окремих груп людей. Прислів'я-приказкові одиниці даного походження із високою ймовірністю втрачатимуть свою аргументованість для осіб, які не належать до відповідної професійної групи. Відповідно, такі вирази використовуються переважно під час обговорення питань професійного характеру в колі, здебільшого коли представники інших сфер – не присутні.

Відомо, що японський народ, хоча і має свою ексклюзивну релігію, ритуалами з якої непомітно пронизані значущі події з життя майже кожного японця, при цьому не має релігійної спрямованості в повсякденному житті. Ця характеристика знаходить відображення і в прислів'ях японців. В існуючому фонді японської мови не зустрічається жодного вислову або приказки, аналогічного українській «без бога ні до порога», що підтверджує відсутність релігійного впливу та його укорінення в них. Навпроти, в національній ідеї відображається твердження, що «японський народ кличе бога лише тоді, коли настає біда». Крім того, рекомендація в стилі: «роби все, що в твоїх силах, і тільки з вирішенням інших справ довіряйся богу (долі)». У сприйнятті японського народу вірян різних культів, спостерігається іронічне ставлення: «якби всі ченці були праведні, то кількість Будд стала б надто великою».

Мова представляє собою найцінніше культурне надбання народу, що формується протягом віків. Вона підлягає еволюції в граматичному та лексичному аспектах, але зберігає в собі ідеї та цінності народу, його накопичений досвід, які знаходять своє компактне відображення у приказках та прислів'ях, афоризмах, ідіомах тощо. Ці елементи переказуються усно протягом поколінь, радикально не змінюючись ані морфологічно, ані лексично, завдяки чому вони і здатні відтворювати культурні, етичні, соціальні та історичні особливості окремих народів.

Широке використання прислів'їв і приказок у ЗМІ, включаючи пресу, пов'язане з їх прагматичним потенціалом, який може бути використаний авторами з різною метою.

Під час розшифрування прислів'їв і приказок виникають асоціативно-образні уявлення, які слугують для підсилення раціональної інтерпретації та створюють ефект експресивності висловлювання. При розшифруванні та тлумаченні прислів'я-приказкових одиниць, адресат враховує ситуацію, що лежить в основі даного вислову, а також аксіологічну оцінку, яка визначається цією ситуацією в світогляді відповідної мовної спільноти. Оцінка, що лежить в основі прислів'я або приказки, виступає аргументом, що і використовується у мовленні з метою переконання співрозмовника або ж ініціювання зміни його моделі поведінки.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПРИСЛІВ'ІВ ТА ПРИКАЗОК

2.1 Проблематика перекладів фразеологічних одиниць

Переклад фразеологізмів може стати викликом для перекладачів, особливо якщо мова є необхідність дотримання різних стилів мовлення. У переліку проблем, з якими може зіткнутися перекладач, є наступні пункти:

1. Неспівпадіння культурного контексту.

Фразеологізми мають часто специфічні значення, які можуть бути складними для передачі на іншу мову, носії якої мають несхоже культурне підґрунтя. Крім того, навіть якщо фразеологізм знайомий в обох мовах, його переклад може не мати однаково сильного смислового навантаження. В таких ситуаціях від перекладача вимагається ґрунтовне знання про традиції, звичаї і особливості країни, на мову якої здійснюється переклад.

2. Стилiстичні нюанси.

Фразеологізми мають особливий стиль мовлення, тому необхідно приділяти особливу увагу тому, щоб зберегти автентичний тон оригінального висловлювання. До прикладу, англomовні фразеологізми можуть мати більш просторічний або формальний тон залежно від контексту.

3. Відсутність еквівалентів.

Деякі фразеологізми не мають еквівалентної одиниці у мові перекладу, тому їх переклад може потребувати творчого підходу. Особливо складними вважаються ті фразеологічні сполуки, які містять ідіоматичну конструкцію. Такі вислови не можна перекладати дослівно.

4. Різні ступені фіксованості.

Ступені фіксованості фразеологічних одиниць - це ступені стійкості та незмінності значення та форми фразеологізмів (фразеологічних

одиниць) в мові. Фразеологізми можуть мати різні ступені фіксованості, в залежності від того, наскільки сильно зв'язані їхні складові. Існують три ступені фіксованості фразеологічних одиниць:

- Ідіоми - це найбільш фіксовані фразеологізми, в яких форма та значення не можуть бути змінені без порушення їхньої смислової цілісності. При перекладі ідіом дуже важливо відтворити їхню точну форму та значення, інакше можуть виникнути труднощі із інтерпретацією значення перекладу.
- Фразеологізми - це фразеологічні одиниці, в яких значення може залежати від контексту, але їхні форма та складові залишаються стійкими. При перекладі фразеологізмів також важливо зберігати їхні стійкі складові, щоб зберегти їхню відповідність з оригінальним текстом.
- Фразеологічні звороти - це фразеологічні одиниці, в яких значення та форма можуть змінюватись в залежності від контексту. При перекладі фразеологічних зворотів необхідно звернути увагу на контекст та знайти еквівалентну фразеологічну одиницю, яка б відображала аналогічне значення.

Різні ступені фіксованості фразеологічних одиниць можуть бути проблематичними при перекладі, оскільки вони вимагають різного рівня уваги та точності від перекладача.

У випадку ідіом, де форма та значення є стійкими, перекладач повинен знати точний еквівалент цієї фразеологічної одиниці в мові перекладу, щоб зберегти її смислову цілісність та передати зміст оригінального тексту.

У випадку фразеологізмів, де форма є стійкою, але значення може залежати від контексту, перекладач повинен вибрати еквівалент, який відображає те ж саме значення, що і в оригіналі, зберігаючи тим самим

стійкі складові фразеологізму. У випадку фразеологічних зворотів, де форма та значення можуть змінюватись в залежності від контексту, перекладач повинен враховувати контекст, щоб вибрати правильну фразеологічну одиницю для передачі аналогічного значення.

Отже, різні ступені фіксованості фразеологічних одиниць вимагають від перекладача різного рівня точності та уваги, що може бути проблематичним при перекладі, особливо у разі відсутності точного еквіваленту фразеологічної одиниці в мові перекладу. В таких випадках перекладач повинен вирішувати проблему шляхом вибору найбільш адекватного перекладу, з урахуванням контексту та мовних особливостей.

2.2 Методи і способи перекладу прислів'їв і приказок

Основні сценарії індивідуально-авторської модифікації та використання прислів'їв і приказок можна розділити на дві категорії:

I. Внутрішні зміни прислів'їв і приказок:

1. Модифікація прислів'я або приказки шляхом заміни одного з лексичних компонентів за умови збереження загальних смислових зв'язків.

Вибір нового компонента прислів'я або приказки здійснюється з урахуванням тематики конкретної статті. Даний підхід завжди виконує функцію конкретизації, що спричиняє розширення смислової та емоційної інформації, яка впливає з лексичного значення нового компонента та оновленої образності.

2. Морфологічне варіювання прислів'я або приказки. Морфологічні трансформації мають на меті адаптувати загальноприйнятні концепції прислів'я-приказкових одиниць до конкретних випадків, які освітлюються в даній статті, відповідно до намірів автора. 輝くもの必ずしも金にあらず (かがたくも

のかならずしもきんにあらず) [kagayaku mono kanarazu shimo kin ni arazu] – «не все золото, що блищить».

3. Рольова інверсія, як і інверсія загалом, полягає у взаємній перестановці двох компонентів прислів'я або приказки, використовується для створення контрасту між елементами фразеологічного значення та їх синтаксичними позиціями у структурній схемі виразу. Цей прийом призводить до надання прислів'ю або приказці протилежного значення, відхиленого від узуального. Цей прийом трансформації використовується з метою демонстрації того, що у реальному житті мудрість, закодована в народних прислів'ях і приказках, не завжди знаходить підтвердження і не є універсальною правдою.

4. Еліптичне вживання прислів'я або приказки. При використанні усіченого вигляду прислів'їв або приказок, зазвичай зберігається метафоричний образ, що виникає в оригінальному тексті. Керуючись принципом мовної економії, мовець конденсує весь текст паремії до її ключового образу. Фонові знання пареміологічного фонду своєї мови дозволяють реципієнтові встановити зв'язок між цим образом і вихідним текстом, тобто розшифрувати думку автора, представлену в згорнутому вигляді. Автор припускає, що адресатові вистачає знання прислів'їв або приказок і, виходячи з цього припущення, вважає, що наведення усіченої форми є достатнім для вираження своєї позиції.

5. При використанні еліпсису увага отримувача спрямована на створену "порожнечу" або відсутність конкретної частини тексту, функція заповнення якої лягає на зміст та контекст самого повідомлення. При усіченні сталого виразу він набуває більшої гнучкості, оскільки з'являється простір для пов'язування його з більшою кількістю ситуацій. Ба більше, еліпсис компонентів прислів'я або приказки дуже часто підвищує експресивність вираження, а також висловлює певну оцінку будь-якого явища або факту, найчастіше, негативну.

6. Дуже часто еліптовані прислів'я і приказки зустрічаються в заголовках статей. Це пов'язано, перш за все, з вимогами, що пред'являються до заголовків газет та преси загалом. У заголовках слід дотримуватися принципів інформативності, лаконічності та здатності стимулювати емоційну реакцію у читача. Еліптовані прислів'я і приказки, які використовуються в заголовку, пробуджують інтерес і цікавість потенційного читача своєю недомовленістю.

7. Доєднання змінних елементів на початку або в кінці прислів'я-приказкової одиниці. Цей тип трансформації зазвичай використовується з метою розширення або звуження семантичного змісту прислів'я чи приказкового вислову.

8. Вклинювання. Вклинені елементи доповнюють лексичний склад та структуру вислову, збагачуючи його додаючи інформацію (часто модальну). Поза тим, вклинені елементи виконують функцію конкретизатора, а також підсилюють або послаблюють смислове навантаження фразеологічних одиниць, що впливає на експресивність повідомлення.

II. Перетлумачення та новаторська реалізація прислів'їв і приказок в ситуативному контексті при сталості внутрішньої форми фразеологічних одиниць:

1. Буквалізація. Зазначена концепція описує процес дослівного тлумачення переносного значення окремих слів фразеологічного виразу або в його повній формі.

Приказка 口より出れば(出せば)世間 (くちよりでれば(だせば)せけん) [kuchi yori dereba (daseba) seken], що у буквально означає наступне: «З язика зірветься – та по всьому світу (рознесеться)». Вона вживається найчастіше в переносному сенсі, подібно до українського відповідника «Слово не горобець: вилетить – не впіймаєш»).

Однак в даному контексті цей вислів, (точніше, його друга частина) використано в прямому значенні.

2. Подвоєна актуалізація прислів'я-приказкових одиниць (тобто сполучення фразеологічного значення фразового виразу з його образною основою та внутрішньою формою).

У разі перекладу ідіомних висловів на мову L2 навіть за наявності еквівалентного сполучення не гарантує адекватність перекладу. У деяких випадках збереження образного елементу оригінальної одиниці є настільки важливим, що літеральний переклад відповідного словосполучення виявляється більш влучним рішенням, аніж пошук еквівалента відповідного змісту в мові L2, про що відомо кожному досвідченому перекладачу. У зв'язку з вищезазначеним, виникає необхідність розглядати, в яких ситуаціях дослівний переклад є припустимим і сприймається адресатом як зрозумілий, а в яких випадках цей підхід є неприйнятним. Здатність розуміти дослівний переклад ідіоматичного виразу з мови L1, якою не є рідною для особи, на мову L2 пояснюється наявністю в мові L2 аналогічних виразів, що ґрунтуються на подібних понятійних структурах, що лежать в основі відповідного мовного виразу L1.

Великий пласт досвіду взаємодії між народами, що використовують різні мови, підтверджує необхідність для перекладача не лише розуміти смисл перекладу, але й мати глибоке розуміння фразеологічного багатства мови, на яку здійснюється переклад. Японська мова має свої внутрішні правила і особливості, тоді як українська мова розпоряджається за власними нормами та принципами. У японській мові порядок розташування слів відмінний від української. У японських висловлюваннях завжди виключена можливість подвійного заперечення, в той час як в українській мові ми регулярно вживаємо одночасно два заперечних слова, як-от «ніколи» та «не».

Переклад японських прислів'їв і приказок завжди супроводжується ускладненнями, і ця проблема залишається актуальною і нині. Враховуючи лінгвістичну специфіку та культурне підґрунтя кожної мови, переклад того, що становить неодмінну частину одного народу, на іншу мову є дуже непростим завданням.

Викликом є вибір оптимального варіанту перекладу іноземних прислів'їв і приказок, які зустрічаються з високою частотою не тільки у художніх творах, а й у текстах інших стилів, включаючи публіцистику. Колишня авторитетна постать у сфері перекладу на ім'я К.І. Чуковський вбачає, що «необхідно перекладати іноземні прислів'я та приказки саме дослівно, а не замінити їх паралельними відповідниками». При перекладі прислів'їв слід зберігати автентичність, що відображає особливості «чужого» побуту, менталітету, гумору та розмовної мови народу, що їх породив. До прикладу, одне з японських прислів'їв говорить: 弘法にも筆の誤り (こうぼうにもふでのあやまり) [kobo ni mo fude no ayamari] – «І у Кобо пензель помилявся» (буквальний переклад з японської мови). Перекладач втрачає фольклорну специфіку японського прислів'я, коли він перекладає даний вираз як: «На кожного мудреця досить простоти», що призводить до втрати його японського колориту.

Перекладачі регулярно стикаються з необхідністю знаходити способи передавання мовних формул, які не можуть бути дослівно перекладені, оскільки це не забезпечує зрозумілість для читача. Основним завданням при перекладі прислів'їв і приказок є забезпечення точного перекладу і, одночасно, збереження національного колориту фольклору.

Репрезентація стійких предикативних словосполучень, прислів'я-приказкових одиниць тощо у перекладі є комплексною проблемою, яка вимагає спеціального підходу та уваги з боку перекладача. Прислів'я є фіксованими образними судженнями, що існують у системах багатьох мов. Вони не змінюються і носять у собі певний навчальний

аспект, виражають моральні принципи і часто характеризуються звуково-ритмічною структурою. На противагу фразеологічним одиницям, які є еквівалентними окремому слову, у прислів'ях і приказках наявне образне значення, тобто їх внутрішня форма, яка зазвичай має постійну семантичну цінність і не зазнає змін. Це виявляє функціональну ефективність. Носії мови володіють не лише розумінням значення прислів'їв та контекстів, в яких вони використовуються, але й сприймають образи, метафори та порівняння, які становлять основу формування прислів'їв. Зазвичай, початкові контексти, пов'язані з походженням прислів'їв, втрачаються. Однак, багаторівневість прислів'їв зберігається, при якій пряме та алегоричне значення співіснують. В основі прислів'їв лежить смисл вільного поєднання, який у процесі мовленні набуває алегоричного змісту. Перекладачеві необхідно передати обидва компоненти прислів'я: його смисл та метафоричний зміст.

Висновок до розділу 2

При передачі приказкового вислову на іншу мову, на вибір стратегії впливає ситуація. В полі зору перекладачів перебувають не тільки умови і методи перекладу прислів'їв, але і переклад пареміологічних одиниць як поетичної мініатюри.

Особливої уваги потребують перефразовані прислів'я, які використовуються в сучасній усній і письмовій мовах. Необхідно мати екстралінгвістичні фонові знання в достатній мірі, щоб здійснити адекватний переклад. Згідно І.С. Алексєєвої, прислів'я і приказки є змістовними і формальними єдностями, вони виконують особливі, самостійні комунікативні завдання. Проблема перекладу прислів'їв та приказок заслуговує на окрему увагу з боку дослідників, оскільки в області лінгвістики вона залишається однією з найбільш важливих і актуальних. Беручи до уваги той факт, що прислів'я і приказки є частиною культури народу, перекладач повинен дуже обережно поводитися з безцінною

спадщиною, яке, подібно до коштовного каменя, може перетворитися на пил від одного незручного руху.

РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ КОНКРЕТНИХ ПРИКЛАДІВ ВЖИВАННЯ ПРИСЛІВ'ІВ І ПРИКАЗОК У ЯПОНСЬКІЙ ПРЕСІ

Аналіз конкретних випадків використання прислів'я-приказкових одиниць у текстах японської періодичної преси розкрив наступні твердження.

В текстах японської преси спостерігається тенденція до використання прислів'їв і приказок у ключових моментах, таких як кульмінація та анти-кульмінація. Вони відомі як «сильні» позиції. «Анти-кульмінація» у повідомленні означає стратегічне розташування найбільш експресивних лінгвістичних засобів у заголовку або на початку статті. У випадку, коли такі лінгвістичні засоби розташовуються в кінці статті, можна говорити про, навпаки, досягнення кульмінаційної точки.

За допомогою прислів'я-приказкових виразів, поміщених в кульмінації або анти-кульмінації газетного тексту, автор прагне:

1. привернути увагу читача до матеріалу, що викладається;
2. розробити апперцепцію та/або спонукати читача прийняти певну точку зору;
3. розробити і закріпити потрібні стереотипи;
4. змусити змінити раніше сформовану думку або стереотип;
5. викликати у читача активну дію або переконати його утриматися від певних дій;
6. пробудити інтерес до статті, написаної на банальну тему.

У японській пресі прислів'я та приказки використовуються широко в різних жанрах та рубриках, проте їх обсяг може варіюватись. Характерним для об'ємних жанрів (редакційних та аналітичних статей, оглядів та рецензій) є вживання прислів'їв та приказок. Це пов'язано з метою таких жанрів - надати певну інтерпретацію та оцінку фактів, подій або явищ. Автори подібних артикулів зазвичай уникають неопосередкованого

психологічного або ідеологічного впливу на читача. Замість цього, вони використовують мовні засоби, такі як прислів'я та приказки, які, хоча й не є центральними у контексті, можуть мати побічний ефект надання бажаного впливу на адресата.

引っ越し業最大手「アートコーポレーション」(大阪府大東市)の偽造株券を質店に持ち込み100万円をだまし取ったとして、天満署が大阪市淀川区西中島4丁目の無職家原宏被告(66)を詐欺容疑で逮捕し、大阪地検が同罪で起訴していたことがわかった。府警はほかに、同社の偽造株券50枚を換金して計900万円を得ていたとして調べている。

家原被告は同市北区の質店に11月10日、偽造株券10枚を持ち込んだとして逮捕された。「『高収入バイト』と書かれた求人ピラに連絡したら、男に換金を頼まれた」と家原被告が供述していることから、府警は複数が関与した犯行とみている。

Фрагмент редакційної статті 07.12.2006

У періодичній пресі широко використовуються прислів'я-приказкові одиниці в жанрі інтерв'ю, який вважається єдиним діалогічним жанром. Ця особливість інтерв'ю визначає його близькість до ораторської або розмовної мови.

Так звані «ораторські» інтерв'ю найчастіше надаються політиками, державними діячами, представниками церкви та іншими видатними особистостями. У цих інтерв'ю використовується наближена до стилю аналітичних статей мова, оскільки відповіді у таких інтерв'ю представляють собою ретельно обґрунтовані роздуми на визначену тему та детальне викладання думки з будь-якого запитання. Отже, в ораторських інтерв'ю часто застосовуються ті самі мовні засоби, що й у розгорнутих монологічних жанрах, зокрема і фразеологічні одиниці.

Відомо, що японські політичні діячі регулярно імплементують прислів'я та приказки в офіційні виступи, неформальні розмови з

представниками інших держав, короткі коментарі тощо. До прикладу, представники уряду Японії, кажучи про необхідність розвивати добросусідські відносини між Японією і Кореєю, схильні висловлювати своє побажання і наміри через відомий вислів, що трактується наступний чином: «близький сусід – дорожче далекого родича». Японська мова загалом проявляє високий рівень образності. Вона багата на використання метафор, алегорій, порівнянь, які часто перетворюються на приказки. Японські прислів'я-приказкові вислови сприяють чіткості уявлення про образ обдарованого та працьовитого народу, а також свідчать про його нахил до поетичності.

«Розмовні» інтерв'ю – це інтерв'ю, що надаються діячами культури, спорту тощо, а також звичайними громадянами, які відрізняються від офіційних інтерв'ю своєю розмовною манерою мовлення та включають елементи індивідуальності особистості, яка дає інтерв'ю. Часто такі інтерв'ю містять прислів'я та приказки.

Прислів'я-приказкові вислови рідко зустрічаються в інформаційних жанрах стислого формату, таких як замітки, хроніки, чутки і т.д. Це пояснюється їхнім основним завданням, що полягає у передачі найлаконічнішої інформації про певну подію або явище, часто оминаючи суб'єктивну оцінку інформуючої сторони. Тим не менш, існують і виключення, коли короткі повідомлення все ж містять експресивну оцінку та включають вже сформоване автором емоційне ставлення до обговорюваного питання. Саме в такому разі в деяких стислих інформаційних повідомленнях можна також зустріти використання прислів'я-приказкових виразів.

Оголошення, як жанр (рекламні публікації, оголошення, некрологи і інші), є ще одним інформаційним жанром стислого характеру, що передає спеціалізовану інформацію. Його характеризує стислість, суворо окреслена форма та використання визначеної лексики. Незважаючи на це, в цьому

жанрі також зустрічаються виразні мовні засоби, включно із прислів'ями та приказками.

心服は待つべし (しんぷくはまつべし) [shimpuku wa matsubeshi] – «послух має почекати»). Це заголовок газети «Асахі», де використана форма повинності на -беші, що в сучасній мові частіше зустрічається у варіанті -бекі).

В рекламних текстах широко використовуються прислів'я-приказкові вислови. Прагматичні цілі рекламодавця, такі як стимулювання споживачів до покупки товарів, що рекламуються, або використання адвертованих послуг, стають причиною застосування ефективних мовних засобів, до яких і відносять прислів'я та приказки завдяки їх влучності та стислості, у рекламних текстах.

Ця фактична інформація є загальновідомою та є підтвердженою психологічними дослідженнями, що ординарний носій японської мови (за винятком малограмотних осіб) сприймає письмовий текст не в повному обсязі, а селективно: у першу чергу звертає увагу на найсуттєвіші ієрогліфи. Вищевказана особливість понад усе помітна в текстах, які мають бути сприйняті моментально (наприклад, реклами та заголовки), а також в текстах, які потребують швидкої оцінки при обмеженому часі (приміром, на телеекрані). Японські експерти вказують на недоцільність використання фургани, оскільки більшість глядачів не встигає їх сприйняти на прикладі телевізійних написів або оголошень. Окрему увагу варто приділити тому факту, що іноземні читачі в подібних ситуаціях часто застосовують зворотний підхід і, виходячи з власного письма, вибирають з тексту кану. Проте цей підхід виявляється не вигідним, оскільки кана, як правило, має низьку інформативність.

Періодична преса в Японії регулярно використовує різноманітні способи імплементації прислів'я-приказкових одиниць у тексти статей

тощо. Один із найпоширеніших способів полягає у застосуванні дієслів, що позначають когніцію або її продукт — думання, говоріння (話す、思う, тощо), курсиву або розділові знаки (лапки тощо). Цей підхід виявляється ефективним з прагматики, оскільки наголос падає на авторитет «народної мудрості». Часто можна спостерігати в газетних статтях випадки, коли автори навмисно підводять свої висновки під авторитет «народної мудрості» шляхом введення в текст своїх персональних суджень та цитат з не визначених джерел.

Висновок до розділу 3

У японській періодичній пресі прислів'я та приказки можуть бути репрезентовані у традиційній формі і також у вигляді трансформованих фразеологічних одиниць. Використання трансформованих виразів у ЗМІ має на меті суміщення в стислому вислові емоційно-оцінне відношення автора до конкретної ситуації. Це досягається шляхом трансформації одного з елементів сталого виразу тим чи іншим елементом даної події разом із підкріпленням висловлення апеляцією до так званої «колективної мудрості».

Ефективність стилістичного впливу, що створюється за допомогою фразеологічних одиниць, залежить не лише від виразності самого вислову та його функціонування в контексті, але й від навмисного недотримання усталеності вислову, а також за створення суперечливості між загальноприйнятою концепцією та використаним прийомом трансформації.

Різні види трансформацій не тільки покликані спровокувати емоційну реакцію у читача, але і грають важливу роль в тому, що натяк на початковий текст не зникає, що вимагає від адресата додаткових інтелектуальних зусиль задля коректної інтерпретації інформації, сформульованої у конфігурації аргументу.

На додаток, бажання «оживити» шаблонний образ загальновідомих формулювань та надати тексту ексклюзивну суть також може стати причиною виникнення оказіональних перетворень прислів'їв і приказок.

ВИСНОВКИ

Виступаючи в якості складової культури різних народностей, прислів'я-приказкові вислови продовжують бути незмінними та незамінними незалежно від економічного й технологічного прогресу. Завдяки своїй позачасовості прислів'я та приказки будуть і надалі словесними вираженням культурних та історичних особливостей національних спільнот, а тому і продовжуватимуть бути предметом уваги та об'єктом наукового дослідження й надалі.

Прислів'я-приказкові вислови займають суттєву позицію у мовній творчості японського народу, що становить невід'ємну складову його духовної культури. Ознайомлення з цими висловами є необхідним для бажаючих глибше зрозуміти Японію та її цінності. Прислів'я та приказки активно використовуються як у повсякденному спілкуванні, так і в публічних виступах, пресі, літературі тощо. Вони впевнено проникають у побут і є поширеними у різних сферах суспільства.

З ряду функцій друкованих ЗМІ можна виділити максимізацію впливу газетних текстів з метою досягнення попередньо визначеної комунікативно-прагматичної цілі автора як найбільш пріоритетну. Вона досягається шляхом зацікавлення адресата, встановлення ефективного контакту, виклику бажаної реакції на повідомлення, переконання його в необхідності зміни своїх поглядів та установок, а іноді й спонукання до конкретних дій. Оперуючи засобами медійної комунікації, газети прагнуть впливати на свою аудиторію з максимальною ефективністю та успішністю.

Значне поширення прислів'їв і приказок зумовлене завдяки їхньою універсальності, економності виразу, яскраво вираженому емоційно-експресивному колориту, варіантності та аксіологічному компоненту. Цей потенціал активно використовується в газетно-публіцистичних текстах з різними цілями, залежно від мети конкретного матеріалу або лише його фрагменту. Це свідчить про роль

пареміології як самостійного словникового шару, що відіграє важливу функцію в мовленні ЗМІ.

Посиленню ефекту від газетних повідомлень сприяє відбір найбільш експресивних прислів'я-приказкових одиниць, а також й їх розміщення в так званих «сильних» позиціях, зокрема, в анти-кульмінації та/або кульмінації статті. Крім того, значущим є вибір тих способів імплементації прислів'я-приказкових одиниць в текст, які підкреслюють зв'язок даного вислову із загальноновизнаною «мудрістю». Японська періодична преса рясніє прикладами створення новаторських, авторських, прислів'я-приказкових сполучень. Зазвичай це є результатом навмисної маніпуляції з метою підвищення прагматичного впливу, яка полягає у подачі власних поглядів та суджень автора у формі загальноприйнятої мудрості. Подібні вислови, як правило, характеризуються структурністю та ритмічною організацією вже існуючих прислів'їв та приказок.

У японській періодичній пресі можна помітити, що прислів'я та приказки застосовуються практично у всіх жанрах та рубриках, хоча у різній мірі, залежно від характеру певного жанру чи рубрики. У періодичній пресі жанри відрізняються як за формальними ознаками, так і за їхньою функцією. Формальні ознаки включають обсяг та зміст матеріалу, а також його розміщення на газетній шпальті. Тоді ж як функції відрізняються за здатністю інформувати читача, спонукати його до різних дій, формувати бажану ідею або викликати певне ставлення до події, зацікавлювати фактами та подіями тощо. Журналіст, щоб досягти своєї прагматичної мети, як і досягти ефективності своєї статті, обирає певні мовні засоби відповідно до сприйняття різних прошарків і категорій населення. Імплементація прислів'їв та приказок є найбільш притаманною для жанрів з містким текстом, таких як редакційні та аналітичні статті, огляди, рецензії, а також для інтерв'ю в різних стилях та рекламних оголошень. Прислів'я та приказки значно менш поширені у інформаційних

жанрах стислого формату та в жанрі оголошення, проте випадки їхнього використання безперечно існують.

Сьогоднішня япономовна преса є плацдармом для регулярних новаторських трансформацій прислів'я-казкових виразів. Це відбувається задля забезпечення їх актуальності, посилення інформативності, оцінковості, взаємозв'язку із нагальною ситуацією і, відповідно, посиленню ефективності впливу на читача.

要約

この論文のテーマは「日本語の格言と諺」であります。

格言や諺は、日本人の言語的創造性において重要な位置を占めています。格言や諺は日本人の精神文化の有機的な部分を形成しています。日本と国民をもっと知りたい人は、格言や諺を見逃すことはできません。

研究の目的は、格言や諺の意味的および実用的な可能性を分析し、日本の定期刊行物における格言や諺の機能の特徴を特定して説明することです。実用的な側面での格言や諺の研究では、これらの表現の純粋に機能的な特徴だけでなく、コミュニケーションプロセスにおける役割だけでなく、言語の単位としての特性も考慮する必要があります。

現在、多くの科学は、格言やことわざの研究にある程度取り組んでいます。文学批評、民俗学、文体学、修辞学、意味論、語法など。

この論文では、格言や諺は語彙の研究の対象とされています。しかし、現代の言語学では、ことわざを話す表現の言語的地位と、それらの語法との関係についての問題は未解決のままです。

格言や諺の実用的な可能性は、「価値観」のカテゴリーと密接に関連しています。格言や諺は、道徳、道徳、人生の様々な領域における義務についての考えを反映して、普遍的、民族的、グループの価値観を祀っていました。

格言や諺は、原則として、特定の生活状況、現象、人(外見、性格、行動、活動)および彼の環境(家、家族、友人)に関連する評価または感情的な要素を含みます。E.M.ウルフによると、格言または格言で提示された評価。その構造的実施形態に関して絶対的または比較的ですが。構造計画における評価の絶対性または比較可能性は、比較要素の有無に関連しています。絶対評価の対象は「良い」「悪い」、比較評価の対象は「もっと悪い」「もっと良い」であり、一般的な評価方式を表しています。

今日まで生き残っている諺の大部分は、労働者によって、彼らの仕事の経験、既存の現実に対する彼らの態度を反映する比喩的で芸術的な形で作成されています。

格言や諺の実用的な可能性は、プレスを含むメディアテキストで、著者の意図に応じてさまざまな目的で広く使用されています。格言や諺を解読するときに生じる連想的表意表現は、合理的な評価を強化し、発話の表現効果を生み出します。格言と諺の表現を解読して解釈するとき、受取人は、格言または諺の根底にある状況と、特定の言語コミュニティの世界像でこの状況によって修正される軸論的評価から進みます。ことわざや格言で状況に与えられた評価は、話し手や作家が頼りにして、対話者に何かを説得したり、行動パターンを変えさせようとしたりする議論です。

格言や諺も広告文に広く使われています。広告主の実用的なタスク-広告商品の購入やサービスの利用を促す-格言や諺を含む広告文での最も効果的な言語手段の使用を決定します。

格言や諺は、特定の国の文化の一部として、常に残っており、経済や技術の進歩、進歩などに関係なく、引き続き関連性があります。いつでも、ことわざやことわざは、注目と研究の対象であるこの国の特徴です。

格言や諺は、日本人の言語的創造性において重要な位置を占めています。彼らは彼の精神的な文化の有機的な部分を形成しています。日本と国民をもっと知りたい人は、格言や諺を見逃すことはできません。それらの重要な部分は常に使用されており、日常の会話、パブリックスピーチ、マスコミ、文学で広く使用されています。

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева І. С. Професійний тренінг перекладача. - СПб .: Изд. Союз, 2008. - 288с.
2. Алпатов В.М. Японія: мова і суспільство. - М .: Муравей, 2004. - 298 с.
3. Багатомовність в Японії (перша публікація: Японія. 1994- 1995. М., 1996).
4. Виноградов В.С. Введення в перекладознавство (загальні та лексичні питання). - М .: Видавництво інституту загальної середньої освіти РАО, 2001., - 224 с.
5. Вольф Є.М. Функціональна семантика оцінки. - М .: Наука, 1985.
6. Газети «Асахі шімбун», «Майнічі шімбун» і ін.
7. Гальперін А.І. Нариси з стилістики англійської мови. - М., 1958. - 285 с.
8. Кіндеркнехт А. С. До питання про переклад прислів'їв // Вісник Пермського державного технічного університету. - Вип. № 10 (16). - Перм. - 2007. - С. 3-10
9. Літературна мова в Росії і Японії: досвід порівняльного аналізу (перша публікація: Питання мовознавства. 1995. № 1).
10. Маєвський Е. В. Графічна стилістика японської мови. М., 2000..
11. Пермяков Г.Л. Прислів'я та приказки народів Сходу. - М .: Лабіринт, 2001. - 624 с.
12. Потебня А.А. Теоретична поетика. - М., 1990. - 198 с.
13. Реформатський А.А. Вступ до мовознавства. - М., 2001. - 408 с.
14. Стернин І.А. Про поняття комунікативної поведінки // *Kommunikativ-funktionale Sprachbechtrachtung*. Halle, 1989, p. 279-282.
15. Loveday L. *Language Contact in Japan. A Socio-Linguistic History*. Oxford, 1996.
16. *Multilingual Japan*. Ed. by J. C. Maher and Kyoko Yashiro. Clevedon — Philadelphia — Adelaide, 1995.
17. *Shibamoto J S Japanese Woman's Language*. Orlando — San Diego — New York — Tokyo, 1985.

18. Shibata M. The Languages of Japan. Cambridge, 1990.
19. Suzuki T Reflections on Japanese Language and Culture. Tokyo, 1987
20. Електронне джерело:
<http://leit.ru/modules.php?name=Pages&pa=showpage&pid=30&page=10>
21. The Routledge Handbook of Translation and Culture - ред. Дж. Маллінсон та другі (ed. J. Malmkjær et al.), 2017
22. グローバリゼーション下における日本語 - 日本語学習者のためのテキスト
23. А. В. Кунин Фразеологія сучасного англійського мови, 2008
24. О. Г. Бабенко, І. П. Кочерга, О. В. Стрельникова Фразеологізми сучасної української мови: словник-довідник, 2011
25. Ковалевська, О. І. Фразеологічні звороти в перекладі, Київ: Вища школа, 1987
26. Найдич, І. М. Фразеологія та її роль у перекладі з англійської мови на українську, Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011
27. Мельничук, О. С. Фразеологічний словник української мови, Київ: Наукова думка, 1982