

КОМУНІКАТИВИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПЕРЕКЛАДУ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ НА АНГЛІЙСЬКУ

Деякі сфери мови на сьогоднішній день погано піддаються лінгвістичному аналізу та повноцінному лексикографічному опису. Однією з таких областей є короткі аграматичні стереотипні репліки діалогу, або комунікативи. Це такі одиниці мовлення як: *браво, оце так, знай наших, чорт забирай, батечки, ой лишечко мені, дарма* тощо. Не володіючи такими характеристиками мовних одиниць, як словозмінні та синтагматичні зв'язки, ці одиниці за рахунок стійкої форми, інтонаційного оформлення, притаманних прагматичних та дискурсивних властивостей беруть активну участь в мовленнєвій взаємодії.

Категоріальними характеристиками одиниць класу комунікативів є:

- комунікативна функція реакції на репліку співрозмовника або запропоновану ситуацію;
- мовленнєво-регулююча та мовленнєво-організуюча функція;
- непредикативний характер комунікативів;
- семантична оформленість інтонацією і синтаксична незалежність;
- незмінність (відносно фіксована форма);
- неподільність;
- здатність одних і тих же комунікантів виражати різноманітні інтенції, реакції та стосунки;
- неідіоматичність, оскільки значення комунікатива не складається з комунікативних значень окремих слів;

окремих слів;

- ситуативно-контекстуальні умови існування;
- супровід жестами та мімікою.

Як відомо, мовленнєва реакція мовця (слухача) на мовленнєву або екстралінгвістичну ситуацію може бути виражена за допомогою таких мовних засобів, як вигуки, вставні слова, повнозначні слова, словосполучення, речення, ідіоматичні висловлювання, крилаті вирази, десемантизовані висловлювання, службові слова в функції окремих реплік та ін. Основним призначенням цих слів різноманітної категоріальної приналежності є вираження реакції на мовлення або ситуацію. Таким чином, комунікативи можна позначити як особливі комунікативно-семантичні одиниці, що характеризуються змістовою, синтаксичною, комунікативною цілісністю та виконують функцію реакції на мовленнєву або екстралінгвістичну ситуацію.

Ці одиниці мовлення природно використовуються в розмовному мовленні, щоб допомогти комунікантам виразити свої емоції, почуття, інтенції для ефективної та адекватної комунікації. Розмовне мовлення, позбавлене цих одиниць – своєрідних маркерів спонтанної розмовної мови – видається неприродним. В реальному житті відсутність практичних знань про використання комунікативів у мовленні призводить до неадекватного висловлення думок, а також не дозволяє підтримувати зв'язок зі співрозмовником на належному рівні.

Правильне використання комунікативів значною мірою сприяє вирішенню як тактичних, так і стратегічних цілей мовленнєвого спілкування, а саме: по-перше, зумовлює досягнення мовцем поставлених комунікативних цілей, успіх кожного конкретного діалогу. А по-друге, і це є найголовнішим, зберігає та покращує ті відносини, які існували у комунікантів до початку цього діалогу. Таким чином, завдяки правильному використанню комунікативів, спілкування стає повноцінним, приємним, невимушеним, передбачуваним і, врешті-решт, успішним.

В перекладацькій та лексикографічній практиці труднощі полягають в тому, що комунікативи за своїм походженням мають культурні особливості, і тому, щоб не задумуючись «реагувати» комунікативами, потрібно мати уявлення про принципи побудови розмовно-побутового дискурсу, особливості мовленнєвої поведінки та про культурні цінності, що приховуються за ними.

Очевидно, що в комунікативах втілено національне особливе бачення того, як встановлювати, підтримувати та завершувати зв'язок, як виражати різноманітні емоції та волевиявлення.

Відповідно до семантичних та прагматичних функцій, комунікативи поділяються на:

- a) емотивні: *Bravo!, Good heavens!, Just the job!, Well, I never!, Look at that!*
- b) імперативні: *Oh come now!, Take it easy!, Search me!*
- c) етикетні кліше: *Good morning!, Pleasant trip!, Mud in your eye!*

Розглядаючи прагматичний аспект функціональної семантики комунікативів, можемо виділити чотири основні функціональні типи:

- 1) інформативи (з орієнтацією на предмет мовлення);
- 2) волюнтативи (орієнтовані на слухача);
- 3) експресиви (орієнтовані на мовця);
- 4) фативи (орієнтовані на зв'язок мовця зі слухачем).

При навчанні студентів іноземній мові необхідно навчити їх розрізняти комунікативи та омонімічні їм вихідні частини мови та фрази. Порівняйте:

- ❖ кіно (іменник) : кіно і німці! (комунікатив)
англ. відповідники: *it's a nice to-do!; as good as a circus!; that's a laugh!*
(виражають оцінку ситуації як безглуздої, смішної, мелодраматичної)
- ❖ подумаєш (дієслово) : подумаєш! (комунікатив)
англ. відповідники: *so what?; who cares?; it's not that much of ...!; bah!*
(виражають іронію, зневагу, глузування).

У відносини омонімії вступають також понадслівні комунікативи-речення. Понадслівні комунікативи, які співпадають за структурою зі словосполученнями та реченнями, як правило, є ідіоматичними. Тому для досягнення адекватності при перекладі комунікативів необхідно застосовувати основні види перекладу, прийняті для передачі фразеологічних одиниць:

1. Еквівалент – відповідний комунікатив мови перекладу, який співпадає з комунікативом вихідної мови за змістом та образною основою. Еквіваленти можуть бути повними: *God knows!* – Бог (його) знає!; *Honest word!* – Чесне слово! та частковими: *A plague on your tongue!* – Бодай тобі тіпун на язик!, Бодай тобі заціпило!; *You are another!* – Сам такий!

2. Аналог – комунікатив мови перекладу, який є адекватним за значенням комунікативу вихідної мови, але відрізняється образною основою: *Every barber knows that!* – Відкрив Америку!; *Catch me doing that!* – Тримай кишеньку ширше!; *Here goes!* – Чи пан, чи пропав!, Хай буде, що буде!, Куди наше не йшло!; *Ask me another!* – Уявлення не маю!; *Good riddance!* – Скатертю дорога!

3. Анатомічний переклад – передача негативного значення комунікатива вихідної мови за допомогою стверджувальної конструкції в мові перекладу та навпаки: *Cool it!* – Не гарячкуй!; *None of that!* – Годі!; *No talking back!* – Балачки!; *Remember me kindly!* – Не згадуйте мене лихом!

Випадки нерозмежовування комунікатива та омонімічної фрази призводять до помилок у перекладі. Наприклад, в примітках до адаптованого видання повісті Р.Кіплінга «Відважні капітани» назву шхуни «*We're Here!*» перекладено на українську мову як «Ми тут», тоді як «*We're Here!*» є комунікативом, синонімічним «*Here we come!*» (порівняйте український комунікатив «*Вперед!*»)

При перекладі варто також враховувати стилістичні характеристики комунікативів. Наприклад, укр. «безглуздя, нісенітниця» можна перекласти на англійську мову, використовуючи такі комунікативи, як:

- нейтр.-розм.: *nonsense!, rubbish!;*
- прост.: *bosh!, fiddle(fiddle-fiddle)!, hooey!, nuts!, rats!, rot!, skittles!, squat!, poppycock!, tosh!, trash!, all my eyes!*
- вульг.: *shit!, crap!, balls!, cock!*

Проаналізувавши переклади комунікативів можна зробити висновок, що студента-перекладача важливо навчати побудові такого висловлювання засобами мови перекладу, яке спричинило б на реципієнта такий же емоційно-психічний вплив, що й висловлювання рідною мовою, що досягається, в тому числі, й використанням зазначених вище прийомів перекладу.