

есть один частный вопрос – перевод имен собственных.

Как соотносится объем знаний об именах собственных у носителей языка и у иноязычных читателей? Какие ассоциации в этой связи рождаются у представителей разных языковых культур? Какую роль играет введение имени собственного в текст, как художественный, так и узкоспециальный? Как передать имена собственные на русский язык, сохраняя весь объем смыслов, который вложен в то или иное название?

Возможность правильно передать обозначение вещей, о которых идет речь в подлиннике, и образов, связанных с ними, предполагает знание действительности, изображенной в переводимом произведении. Круг ассоциаций, связанных с именами собственными у носителя языка, часто не совпадает с теми знаниями о предмете, которыми владеет читатель перевода. Поэтому переводчик должен осторожно и внимательно подходить к переводу имен собственных, особенно так называемых ассоциативных имен. Во многих случаях перевод таких имен – это не просто транскрибирование или транслитерирование, а умение передать на язык перевода все смыслы, заключенные в том или ином названии или имени и созданные при его включении в контекст конкретного произведения. Решение этой практической задачи невозможно без знания переводчиком теоретических основ современной прагматики языка.

В докладе предложена классификация ассоциативных имен собственных: фирменные названия, с такими подклассами, как марки машин: марки сигарет и напитков; названия СМИ, фильмов, книг и т.п.; названия организаций, магазинов, учреждений, отелей, компаний и т.п.; названия праздников и им подобных национальных событий. В отдельную группу выделяются такие подгруппы антропонимов, как “говорящие имена”, “выдающиеся личности” и так называемые “обобщенные имена”. Все классы и подклассы подробно описаны на основе примеров из современной американской литературы.

## **ГЛАГОЛЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ: ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ**

*И.В. Бекетова*  
Белгород

Четко определить границы подкласса глаголов приобретения достаточно трудно, так как ввиду сходства их синтаксических, лексико-синтаксических и лексико-семантических контекстов и тесной связи их значений с глаголами обладания их рассматривают как единицы одной лексико-семантической подсистемы языка; тем не менее исследуемые глаголы образуют свой тематический и семантический-функциональный класс.

Начать анализ исследуемых глаголов целесообразно с рассмотрения самого понятия, которое лежит в их основе. Понятие приобретения определяется через понятие обладания. Приобретение есть возникновение отношения обладания и, следовательно, возникновение разнообразных способов и видов приобретения.

Глаголы приобретения передают возникновение отношения обладания благодаря усилиям приобретателя или независимо от него. В первом случае глагол обозначает преднамеренное действие и относится к интенциональным глаголам, во втором случае он обозначает непреднамеренное действие и относится к неинтенциональным глаголам. Однако не каждую глагольную лексему можно с определенностью отнести к подклассу интенциональных или неинтенциональных. Имеется достаточно глагольных лексем, занимающих промежуточное положение. Для анализа таких единиц само понятие преднамеренности подразделяется на несколько составляющих его смыслов: "целенаправленность", "сознательность", "добровольность", "усилие" ("затрата энергии"). Указывать на преднамеренность и непреднамеренность действия может и семантика существительного в позиции объекта.

Такие глаголы, как *to obtain, to win, to earn, to make, to reap* являются наиболее типичными представителями интенциональных глаголов. В их значение входит полный набор выделенных сем. Эти глаголы, как правило, обозначают преднамеренное действие и сочетаются с существительными, имеющими положительную коннотацию: *He won the Grand National, remember?*

Глаголы *to come into, to enter on*, напротив, характеризуются полным отсутствием указанных сем и принадлежат к подклассу неинтенциональных: *But I think you would be disowned by your embassy the moment they came into possession of certain information.*

Обобщенное значение 'овладение чем-либо' раскрывается в реализации субъектно-объектных отношений при переходе субъекта от состояния "неимения" к "имению" в ситуациях, построенных по модели N1VPrepN2. Противопоставление каждого из глаголов друг другу обнаруживает, таким образом, одну интегральную, общую для всех глаголов этой группы сему - переход субъекта от антеприорного состояния "неимения" к постериорному состоянию "имения".

В значение остальных глаголов приобретения входит лишь часть названных сем, причем в качестве потенциальных. Глаголы *to acquire, to gain, to get* могут передавать как преднамеренное, так и непреднамеренное действие: *He acquired a college education. The boy seemed to be acquiring virtue as well as sense.*

Глагол *to secure* актуализирует два значения в зависимости от наличия тех или иных сем преднамеренности. В первом случае *to secure* обозначает ситуацию, действие в которой зависит только от усилий приобретателя. В его значение входят все четыре семы преднамеренного глагола: 'целенаправленность', 'сознательность', 'добросовестность', 'усилие'. Напр., *If he saw Jack tonight the old man might be in time to secure a job.*

Во втором случае глагол *to secure* обозначает такую ситуацию, когда лицо приобретает что-либо по рекомендации, требованию или запросу другого лица, а результат действия приобретения зависит от каких-либо внешних обстоятельств: *Secure your tickets early.*

Кроме компонентов, выражающих понятие преднамеренности, в значение глаголов приобретения входят дифференцирующие компоненты, отражающие способы приобретения. Глагол *to procure*, например, всегда обозначает приобретение при посредстве другого лица. В его значение регулярно входит компонент 'пособник действия': *A friend procured a position in the bank for my big brother.*

В данном случае приобретатель является агенсом в ситуации приобретения, однако приобретаемое достается другому лицу (бенефицианту), обозначенному существительным с предлогом *for*, стоящим в конце предложения.

Высказывания с глаголом *to derive* обозначают ситуацию приобретения, с обязательным компонентом 'источник приобретения' (владелец предмета или место, в котором находится предмет до момента приобретения), который может в некоторых контекстах реализоваться в значении других глаголов, например, *to win, to gain, to secure, to draw*: ... *and we had been allowed to draw supplies of canned goods from Tim's oil company.*

Сочетаемость этих глаголов на основе модели управления N1VPrepN3 однотипна. Как отмечает П.С.Петрова, указанные глаголы сочетаются с первым дополнением - существительным, обозначающим абстрактное понятие или неодушевленный (иногда одушевленный) предмет, вторым же дополнением обычно служит существительное или местоимение, указывающие на лицо, иногда на неодушевленный предмет или абстрактное понятие.

Таким образом, рассмотрение семантической структуры глаголов приобретения показывает обязательность таких элементов, как агенс, бенефициант, источник приобретения и способ приобретения. Все перечисленные элементы в рамках высказывания отражают ситуацию приобретения.

## БИЛАТЕРАЛЬНОСТЬ ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА

Е.В.Бондаренко  
Белгород

Языковой знак имеет несколько типологических черт. Одной из наиболее важных, и не менее дискуссионных, является билатеральность языкового знака.

Например, в системе флажковой сигнализации в морском флоте определенный набор флажков по цвету будет обозначать определенное сообщение, то есть будет иметь специфическое содержание. Даже при приблизительном рассмотрении все "элементы" флажковой семиотической системы будут двусто-