

Зеркина Наталья Николаевна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОНЯТИЯ "ПРАВА ЧЕЛОВЕКА" СРЕДСТВАМИ АНГЛИЙСКОЙ  
ФРАЗЕОЛОГИИ: ЛИНГВО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В статье рассмотрена проблема взаимосвязи языка и общества через реализацию понятия "права человека" средствами английской фразеологии. Отмечена необходимость учета экстралингвистических факторов при рассмотрении языковых моментов. Дан исторический экскурс, подчеркивающий особенности британской правовой системы.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2012/7-2/21.html](http://www.gramota.net/materials/2/2012/7-2/21.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2012. № 7 (18): в 2-х ч. Ч. II. С. 83-86. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2012/7-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2012/7-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

УДК 811.111

**Филологические науки**

*В статье рассмотрена проблема взаимосвязи языка и общества через реализацию понятия «права человека» средствами английской фразеологии. Отмечена необходимость учета экстралингвистических факторов при рассмотрении языковых моментов. Дан исторический экскурс, подчеркивающий особенности британской правовой системы.*

*Ключевые слова и фразы:* английская фразеология; фразеологическая единица; пословица; речь; «права человека»; правовой язык; история права.

**Наталья Николаевна Зеркина**, к. филол. н., доцент

*Кафедра иностранных языков*

*Магнитогорский государственный университет*

*agatik01@mail.ru*

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОНЯТИЯ «ПРАВА ЧЕЛОВЕКА»  
СРЕДСТВАМИ АНГЛИЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ:  
ЛИНГВО-ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ<sup>©</sup>**

*Uti lingua nuncupasset, ita jus esto.*

*Как поименует языком, так да будет право.*

Человек воспринимает мир посредством органов чувств и на этой основе создает систему представлений о мире, пропустив их через свое сознание, осмыслив результаты этого восприятия, он передает их другим членам общества с помощью языка.

В семантическом плане речь представляет собой знаковый аналог действительности и деятельности человека. С одной стороны, она протекает как бы параллельно миру и является отражением и выражением вещей, действий, событий. Но, с другой стороны, всякая речь представляет собой часть действительности мира, всякий раз она совершается с определенной целью – сообщить, спросить, побудить к действию, повлиять на состояние, поведение, оценки, отношения собеседника. Тем самым, речь всякий раз является также поступком, практическим действием, вплетенным в совокупные системы действий и отношений людей. Речевая и шире знаковая деятельность не только противопоставлена действительному миру и деятельности людей как их выражение, их знаковый аналог, но вместе с тем является продолжением и частью действительного мира и деятельности людей.

Путь от реального мира к понятию и далее к словесному выражению различен у разных народов, что обусловлено различиями истории, географии, особенностями жизни этих народов, их правовой системой и, соответственно, различиями развития их общественного сознания.

Наглядно иллюстрировать связь языка и понятия «права человека» можно через рассмотрение языка и его речевых продуктов как целенаправленных действий, которые включают язык в систему социальной, политической и правовой деятельности человека и позволяют вскрыть не только назначение языка и его организацию, но и способ его участия в осуществлении правовой деятельности, достижении определенных целей.

На уровне деятельностной природы речи происходит интеграция собственно языковых и внеязыковых факторов общения. В связи с чем, мы придерживаемся мнения Л. Ельмслева, который считает, что «если мы хотим должным образом охарактеризовать семантический узус, принятый в каком-либо языковом коллективе и принадлежащий к описываемому нами языку, это следует делать отнюдь не с помощью физического описания вещей; напротив, это можно выполнить, лишь прибегнув к коллективным оценкам, принятым в данном коллективе, то есть к социальному мнению... Ведь одной и той же физической “вещи” могут соответствовать совершенно разные семантические описания в зависимости от того, в рамках какой цивилизации рассматривается эта “вещь”... Подобные семантические определения должны иметь серьезные последствия для чисто формального анализа рассматриваемых единиц» [2, с. 133-134].

Принимая во внимание вышесказанное, рассмотрим реализацию понятия «права человека» в языке средствами английской фразеологии с учетом историко-культурного развития и особенностей британского общества.

Правовой язык, как и другие профессиональные языки, коренным образом отличается от языка общего употребления. Вокабуляр правового дискурса занимает специфическое семиотическое пространство, которое характеризуется определенным набором используемых в нем вербальных знаков. К числу данных вербальных знаков относятся и юридически-маркированные фразеологические единицы, известные в данном социуме людей, входящие в названия правовых понятий, доктрин и т.п. Например, *to bring before the bar* – предавать суду, *good-time allowance* – сокращение заключенному фактического срока пребывания в месте лишения свободы благодаря хорошему поведению, *to catch red-handed* – поймать на месте преступления, *Lloyd's bond* – процентное долговое обязательство, *Henry VIII clause* – «оговорка Генриха VIII» - оговорка в законе, представляющая исполнительной власти право вносить изменения в закон [1].

Право представляет собой явление intersубъективное, результат непрерывного человеческого общения, получающего правовое значение при интерпретации институционализированных правовых текстов как устанавливающих права и обязанности субъектов социального взаимодействия. Поэтому право невозможно понять как в целом, так и в теоретических формах его выражения, вне социокультурного контекста, а следовательно, вне истории.

В истории английской фразеологии наглядно переплетаются лингвистические и исторические факторы. Тот исторический факт, что Британия была долгое время частью Великой Римской Империи, нашел свое естественное отражение. Влияние латинского языка на становление и развитие словарного состава английского языка широко известно, но английское право развивалось автономным путем, связи с континентальной Европой оказали на него незначительное влияние. Рецепция римского права в Европе не затронула английское право, но нашла отражение в языке.

Исторической датой становления английского права был 1066 год, когда нормандцы завоевали Англию. До этого периода существовало англосаксонское право, которое носило партикулярный характер, было глубоко местным. Общее право (*Common Law*) - это право, общее для всей Англии, где до этого периода действовали местные обычаи. Утверждение общего права свидетельствовало о централизации власти. С нормандским завоеванием постепенно сформировалась новая феодальная юрисдикция. Новая реальность потребовала обновления правовых реалий. Язык реагировал пополнением вокабуляра.

Интересным представляется рассмотрение фразеологических единиц, связанных с понятием «права человека». Образные выражения создаются постоянно, они возникают и употребляются в семейном кругу, в определенной социальной, политической среде, но из тысяч только некоторые остаются в языке и входят во всеобщее употребление.

Уже в ранних трудах по английской фразеологии отмечались случаи фразеологических единиц, репрезентирующих отношение между индивидом и законом: *to be sail close to the wind* – на грани закона; *to run with the hare and hunt with the hounds* – служить и нашим, и вашим [7, с. 31].

Для фразеологических единиц, обслуживающих правовую область, характерным является наличие некой терминологичности, для их полного понимания необходимо восстановить цепочки экстралингвистических факторов, послуживших причиной становления фразеологизма, которые уходят в область фоновых знаний культурного наследия. Например, *Possession is nine points of the law* – Главное – завладеть (в спорных случаях суд становится на сторону фактического владельца имущества) [Там же, с. 100].

В развитии семантики подобных единиц наблюдается следующая особенность: прототипом фразеологической единицы, то есть «мотивирующей базой, с которой фразеологизм связан деривационными отношениями в синхронии и диахронии» [4, с. 59], является не языковая единица, а различного рода ассоциативные отношения исторического характера, таким образом, внутренняя форма фразеологической единицы детерминирована именно исторически обусловленной необходимостью номинации социально-государственных атрибутов. Такие фразеологические единицы выражают понятия социального, идеологического порядка, прямо или косвенно репрезентирующие права человека. В речи они получают коннотацию эмоционально-оценочного характера. Свойство коннотации определяется исключительно социальной установкой говорящего, поэтому оценочный компонент коннотации носит субъективный характер. Так, например, право человека на жизнь интерпретируется методом от противного во фразеологической единице *to put on the black cap* - выносить обвинительный приговор. В Англии, оглашая смертный приговор, судья надевал черную шапочку [3, с. 125].

Вышеизложенный пример также может быть объяснен с позиции значимой ситуации, которая «предполагает связь двух фактов (предметов, событий, явлений) и осознание этой связи наблюдателем. В ситуации с этими тремя участниками значение возникает (т.е. ситуация становится значимой) при том условии, что связь двух фактов оценивается наблюдателем как информационная: важным оказывается не просто наличие двух фактов и связи между ними, а то, что для наблюдателя один факт сигнализирует о другом в силу известной наблюдателю связи между ними. В значимой ситуации один факт нужен для того, чтобы настроить сознание наблюдателя на другой» [5, с. 14].

Симбиоз лингвистического и экстралингвистического, психического и юридического, индивидуального и социального характерен для фразеологических единиц с прилагательным *red*, имеющих отношение к правовой области.

Государственная «лояльность» к красному цвету проявляется в символах и атрибутах государственной власти: флаги, гербы, своды законов и кумулируется во фразеологии (*Red Dragon, Red Duster, The Red Book*).

Данная тенденция наблюдается на протяжении всего развития общества с момента зарождения государства как формы сосуществования людей. Так, например, *Red Dragon* уже в VII веке стал знаменем короля Кадуоладера, внесенным в Британию римлянами, согласно символике которых красный флаг - сигнал, символ битвы [8, р. 383].

Символическое использование красного цвета в атрибутах государственной власти практически всегда уходит своими корнями во времена Римской Империи: например, *The Red Laws* - свод законов Древнего Рима. Гражданские законы печатались красным цветом и назывались *rubrica*, а выражение *rubrica vetavit* означает – «запрещается гражданскими законами». Позже в Британской Империи рескрипты, а также ряд государственных книг печатались в красном цвете (*Red Book, the Red Book of the Exchequer, the Red Book of Hergest*) [6, с. 121].

Из-за своей большей насыщенности по сравнению с другими цветами красный цвет обладает свойством бросаться в глаза, на чем и основано его использование как средства подчеркивания, выделения, что находит свое отражение во фразеологических единицах, репрезентирующих отношение человека к бюрократии. Например: *to be in red, red tape, to have a red tape mind*.

В случае с фразеологической единицей *red tape* в ходе исторического развития языка происходит расширение значения. В первоначальной общественной практике, которая породила фразеологическую единицу, красной тесьмой связывались документы в английских государственных учреждениях.

Сочетание этих двух слов в языке прежде всего определялось реальной сочетаемостью референтов в экстралингвистической действительности. Возникшие на этой базе ассоциации приводят к обобщению человеческой деятельности, что в лингвистическом плане выражается в расширении значения фразеологической единицы *red tape*, без изменения в значении ее компонентов, то есть фразеологическая единица начинает обозначать любую официальную деятельность, а не только деятельность английских государственных учреждений.

Фразеологические единицы английского языка могут отображать комбинацию социальных и экономических прав граждан. В связи с чем интересным представляется этимология и становление фразеологической единицы *Red-lattices phrase - pot-house talk*. Экстралингвистическим явлением, послужившим причиной номинации, является тот факт, что красные решетки ставились на окна и двери пивных как знак того, что учреждение лицензировано и законно. Отличительная черта внешнего вида заведения, вероятно, ассоциировалась с событиями, происходящими внутри него. Логической основой появления фразеологической единицы является перекрещивание понятий. В данном случае происходит частичное совпадение объемов понятий: «пивная» - «застольный разговор». Во фразеологической единице происходит как бы сосуществование отраженных признаков как первого, так и второго понятий. Понимание фразеологической единицы невозможно без восстановления цепочки логических абстракций с учетом этнокультурных элементов.

Этимология фразеологических единиц *Black Monday; White Saturday; Red Friday* уходит своими корнями во времена римлян, когда счастливые дни помечались в литургических календарях мелом, а несчастливые дни помечались углём, дни святых и праздники печатались красным цветом (до наших дней цветное правило печати праздников красным цветом соблюдается). Данная традиция «спровоцировала» появление фразеологических единиц *A red letter day; to paint the town red* (предаваться веселью, кутить; устраивать шумную попойку, дебоширить), которые также отражают социальные права граждан. В современном языке данные единицы имеют обобщающий характер и могут соотноситься с индивидуальными понятиями субъекта о празднике и не совпадать с общепринятыми нормами. Таким образом, в оценке диалектически сочетаются социальное и индивидуальное.

Образное свидетельство реализованности или нереализованности в социуме того или иного права личности вербализируется пословицами, отображающими крайне негативное отношение обыденного британского сознания к закону и его чиновникам, противопоставляет правосудие и справедливость: *One law for the rich and another for the poor; Might goes before right; Little thieves hanged but great ones escaped; Possession is nine points of the law*.

Ряд английских пословиц констатирует отношение нации к коррупции: *The corruption of one is the generation of another; The corruption of best is worst*. Интересно отметить, что первое письменное упоминание данных пословиц датируется 1576 г. и 1642 г. [8, p. 115].

Следующая группа пословиц отражает недоверие граждан к законоведам, юристам, адвокатам и подчеркивает их «особый» статус в обществе: *A good lawyer, an evil neighbour; A good lawyer must be a great liar; A wise lawyer never goes to law himself; Fair and softly as lawyer go to Heave; Few lawyers die well; Kick an attorney downstairs and he'll stick to you for life; Lawyers and asses always die in their shoes*.

Фразеология английского языка не только реализует свою семантическую, но и кумулятивную функцию, а также участвует в формировании вокабуляра в целом и правового в частности.

Лингвистические средства определяют механизмы порождения, восприятия и хранения языковой информации.

Каждый новый поворот в историческом развитии государства и права приводит к языковой «перестройке», создает свой лексико-фразеологический тезаурус.

Фразеологические единицы являются одним из ключей к пониманию правовых моментов деятельности человека, они отражают жизнь человека, являются свидетельствами правовых особенностей социума, демонстрируют национальный менталитет, идентифицируют национальное самосознание.

Таким образом, права человека – это экстралингвистическое явление, характеризующее правовой статус человека по отношению к государству, это явление, имеющее свою семантику, этимологию, историю и динамику развития, языковые средства реализации, вокабуляр, передающиеся из поколения в поколение.

#### Список литературы

1. **Англо-русский юридический словарь.** М., 1993. 238 с.
2. **Ельмслев Л.** Можно ли считать, что значения слов образуют структуру? // Новое в зарубежной лингвистике. М., 1962. Вып. 2. С. 133-134.
3. **Кунин А. В.** Англо-русский фразеологический словарь. М., 1998. 942 с.
4. **Кунин А. В.** Курс фразеологии современного английского языка. Дубна: Феникс+, 2005. 488 с.

5. **Никитин М. В.** Основы лингвистической теории значения: учебное пособие. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 168 с.
6. **Репникова Н. Н.** Семантика прилагательных цвета и ее отражение во фразеологии языка новоанглийского периода (на примере прилагательных *black, white, red*): дисс. ... канд. филол. наук. М., 1999. 163 с.
7. **Смит Л. П.** Фразеология английского языка. М.: Учпедгиз, 1959. 208 с.
8. **Apperson G. L.** The Wordsworth Dictionary of Proverbs. Wordsworth Reference, 1996. 721 p.

#### “HUMAN RIGHTS” NOTION REPRESENTATION BY MEANS OF ENGLISH PHRASEOLOGY: LINGUO-HISTORICAL ASPECT

**Natal'ya Nikolaevna Zerkina**, Ph. D. in Philology, Associate Professor  
*Department of Foreign Languages*  
*Magnitogorsk State University*  
*agatik01@mail.ru*

The author considers the problem of the interconnection between language and society through the realization of the notion “human rights” by means of the English phraseology, mentions the necessity to take into account extra-linguistic factors while considering language moments, and gives historical excursus, emphasizing the features of the British legal system.

*Key words and phrases:* English phraseology; phraseological unit; proverb; speech; “human rights”; legal language; history of law.

УДК 17/51

#### **Филологические науки**

*Данная статья посвящена рассмотрению особенностей функционирования английских заимствованных фразеологизмов и их компонентов во фразеологических единицах в газетно-публицистическом стиле немецкого языка. Автор статьи раскрывает содержание понятия «фразеологические англицизмы в СМИ», а затем подробно останавливается на выяснении процесса усвоения заимствованных фразеологических единиц немецким языковым обществом с учетом стилистической стратификации принимающего дискурса.*

*Ключевые слова и фразы:* заимствованная фразеология в СМИ; фразеологический англицизм; иноязычные вкрапления; фразеологизмы с английскими компонентами в публицистическом стиле.

**Галина Ивановна Каданцева**, к. филол. н.  
*Кафедра теории и практики перевода*  
*Северо-Кавказский федеральный университет*  
*gala81@list.ru*

#### **ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ АНГЛИЦИЗМЫ В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА<sup>©</sup>**

Всё более укрепляются позиции заимствований, бурный поток которых не иссякает, особенно из английского языка в его американском варианте. Размываются границы функциональных стилей, что проявляется, например, в почти повсеместном распространении заимствованной фразеологии и фразеологизмов с английскими компонентами в публицистическом стиле. Новации в словоупотреблении, в том числе в текстах средств массовой информации, рассматриваются многими исследователями. Среди отечественных и зарубежных исследований особенно значительными в этой области являются работы И. Р. Амсараковой, А. Д. Васильева, Л. В. Васильевой, Т. Г. Гавриленко, В. Г. Гак, Л. Ю. Гранаткиной, Е. А. Ножина, а также *J. Fitzner, K. Frieman* [1, с. 94-99; 2, с. 65-93; 3, с. 12; 4, с. 14; 5, с. 83-145; 6, с. 165-190; 7, с. 13-24; 10, S. 54-78; 11, S. 95-146]. Однако явно недостаточное внимание уделяется специальному изучению фактов телевизионного дискурса и глобальной информационной сети Интернет.

Многочисленное употребление фразеологических англицизмов и фразеологических единиц с английскими компонентами наблюдается в текстах экономической рекламы, тиражи которых огромны – проспекты и специальные части газет и журналов, этикетки товаров, щиты на улицах, телевизионные и радиопередачи и т.д. Многочисленное повторение одних и тех же заявлений в одной и той же языковой формулировке, одних и тех же лозунгов и лозунговых слов не может не запомниться населению, хотя бы подспудно, тем более что тексты рекламы, особенно в современном мире, составляются знатоками, специалистами высокого класса, постоянно следящими не только за вкусами общества в сфере потребления, но и за языковыми вкусами. Язык торговой рекламы, целенаправленный и эффективный – чрезвычайно интересное социальное явление, заслуживающее тщательного изучения, но нас сейчас интересует не он, а те новые фразеологические