

# ЯЗЫКИ НАРОДОВ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

---

Научная статья

УДК: 81–23

DOI: 10.18384/2949-5075-2024-4-97-109

## ВЕРБАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ ПОСРЕДСТВОМ ЗООНИМНОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)

**Гусева А. Е., Корчагина Е. П.**

Государственный университет просвещения, 105005, г. Москва, ул. Радио, д. 10А, стр. 2,  
Российская Федерация

\*Корреспондирующий автор, e-mail: angst51@rambler.ru

Поступила в редакцию 22.01.2024

Принята к публикации 30.01.2024

### **Аннотация**

**Цель** исследования – установление национально-культурной специфики фразеологических единиц с компонентом-зоонимом, тесно связанных с проблемами изучения индивидуального образного мышления и выявления общих черт и различий между картинами мира и ценностями отдельных этносов с использованием средств их отражения в языке, в частности на материале английского и немецкого языков как близкородственных германских языков.

**Процедура и методы.** Материал для исследования – фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в немецком и английском языках – был отобран методом сплошной выборки из двуязычных и одноязычных словарей и проанализирован с помощью метода компонентного анализа, описательного, сравнительно-сопоставительного методов, а также методики количественного подсчёта.

**Результаты.** 205 фразеологических единиц немецкого языка и 207 фразеологических единиц английского языка были распределены по тематическим группам, отражающим интеллектуальные, физические, волевые свойства, эмоциональное состояние, характер человека, а также характеристики, не относящиеся к человеку. В немецком языке преобладают фразеологические единицы, представленные 18 группами, отражающими такие характеристики, как «Самолюбие», «Хитрость», «Агрессивность», и заключающими в себе негативное значение. В английском языке фразеологизмы с компонентом-зоонимом представлены 25 тематическими группами, в которых преобладают фразеологизмы, которые обозначают такие признаки, как «Неудача», «Агрессивность», и обладают также негативным значением.

**Теоретическая и/или практическая ценность.** Результаты исследования могут быть использованы при изучении семантики, структуры, коннотативных и стилистических особенностей фразеологизмов с компонентом-зоонимом в немецком и английском языках, а также при изучении языковых картин мира носителей представленных лингвокультур. Результаты проведённого анализа могут найти применение на практических занятиях по немецкому и англий-

скому языкам, на семинарских занятиях по лексикологии, в лексикографической практике при составлении словарей специального типа.

**Ключевые слова:** зоонимная фразеология, национально-культурные стереотипы, языковая картина мира, английский язык, немецкий язык

**Для цитирования:**

Гусева А. Е., Корчагина Е. П. Вербализация национально-культурных стереотипов посредством зоонимной фразеологии (на материале английского и немецкого языков) // Вопросы современной лингвистики. 2024. № 4. С. 97–109. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-4-97-109>

Original research article

## VERBALIZATION OF THE NATIONAL AND CULTURAL STEREOTYPES THROUGH ZOONYMIC PHRASEOLOGY BASED ON THE MATERIAL OF THE ENGLISH AND GERMAN LANGUAGES

**A. Guseva\*, E. Korchagina**

*Federal State University of Education, ulitsa Radio 10 build. 2, Moscow 105005, Russian Federation*

*\*Corresponding author, e-mail: angst51@rambler.ru*

*Received by the editorial office 22.01.2024*

*Accepted for publication 30.01.2024*

### **Abstract**

**Aim.** To establish the national and cultural specificity of phraseological units with a zoonym component, which are closely related to the problems of studying individual imaginative thinking and identifying common features and differences between worldviews and values of individual ethnic groups using means of their reflection in the language, in particular on the material of English and German as closely related Germanic languages.

**Methodology.** The material for the study – the phraseological units with a zoonym component in German and English – was selected by a continuous sampling method from the bilingual and monolingual dictionaries, and analyzed using the method of component analysis, descriptive, comparative methods, as well as quantitative calculation methods.

**Results.** 205 phraseological units of the German language and 207 phraseological units of the English language were divided into thematic groups reflecting intellectual, physical, volitional properties, emotional state, character of a person, as well as characteristics not related to a person. The German language is dominated by phraseological units represented by 18 groups reflecting such characteristics as “Self-love”, “Cunning”, “Aggression”, and containing a negative meaning. In English, the phraseological units with a zoonym component are represented by 25 thematic groups, in which phraseological units predominate, which denote such signs as “Failure”, “Aggression”, and also have a negative meaning.

**Research implications.** The results of the research can be used in the study of semantics, structure, connotative and stylistic features of the phraseological units with a zoonym component in German and English, as well as in the study of language worldviews of native speakers represented by linguistic cultures. The results of the analysis can be used in practical classes in German and English, in seminars on lexicology, in lexicographic practice when compiling dictionaries of a special type.

**Keywords:** zoonymic phraseology, national and cultural stereotypes, language picture of the world, English, German

**For citation:**

Guseva, A. E. & Korchagina, E. P. (2024). Verbalization of the national and cultural stereotypes through zoonymic phraseology based on the material of the English and German languages. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 4, pp. 97–109. <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-4-97-109>

**Введение**

Цель исследования – провести сравнительно-сопоставительный анализ фразеологических единиц (далее – ФЕ) с компонентом-зоонимом на материале немецкого и английского языков.

Материалом для анализа выступили 205 ФЕ немецкого языка, 207 ФЕ английского языка с ядром *зооним*, которые были найдены путём сплошной выборки из двуязычных и одноязычных словарей, таких как Duden, Band 11: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten<sup>1</sup>, Duden, Das grosse Wörterbuch der deutschen Sprache<sup>2</sup>, Idiomatisches Wörterbuch der deutschen Sprache<sup>3</sup> в немецком языке, Longman Dictionary of Contemporary English<sup>4</sup>, Macmillan English Dictionary for Advanced Learners<sup>5</sup> в английском языке. Задачи исследования состоят в сборе и анализе ФЕ с компонентом-зоонимом в немецком и английском языках, сравнительно-сопоставительном анализе национально-культурной специфики ФЕ с компонентом-зоонимом, выделении интегральных и дифференциальных признаков вышеупомянутых лингвокультур.

**Методология исследования**

Термин «стереотип» впервые использовал американский журналист У. Липпман [1], утверждавший, что стерео-

тип – это «упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой картинки мира в голове человека». С течением времени было предложено множество других определений, согласно которым стереотип представляет собой устойчивое, стандартизированное представление, общепринятое мнение или узнаваемый образ относительно какой-то группы людей, объекта или явления. Это предубеждённое мнение или представление, которое часто основано на обобщениях, искажениях или упрощениях [2; 3; 4; 5; 6].

Одним из источников реализации и вербализации стереотипов являются ФЕ языка. Так, А. В. Кунин справедливо отмечает, что «особую роль в ... трансляции культурно-национального самосознания народа и его идентификации как такового играет ... фразеологический состав языка, так как в образном содержании его единиц воплощено ... культурно-национальное мировоззрение» [7, с. 231].

В. Н. Телия [8–10] отмечает, что благодаря культурной коннотации реализуется взаимосвязь языка и культуры, которая образуется в результате интерпретации ассоциативно-образного основания ФЕ посредством соотнесения его с культурно-национальными эталонами и стереотипами, отражающими народный менталитет. Стереотипы могут касаться различных аспектов жизни, таких как национальность, пол, возраст, социальный статус, профессия и другие характеристики.

Виды стереотипов можно классифицировать по различным критериям. Например, существует *лингвистический стереотип*, связанный с языковыми особенностями определённой группы людей, такими как акцент, интонация, лексика и грамматика. Также можно выделить *социокультурные стереотипы*, относящиеся к

<sup>1</sup> Duden, Band 11: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. Mannheim: Dudenverlag, 2000. 955 S.

<sup>2</sup> Duden. Das grosse Wörterbuch der deutschen Sprache: In 6 Bd. / Hrsg. Von G. Drosdowski. Mannheim: Dudenverlag, 1977–1981. 2987 S.

<sup>3</sup> Idiomatisches Wörterbuch der deutschen Sprache / Bearb. v. G. Drosdowski. Mannheim: Dudenverlag, 1992. 2991 S.

<sup>4</sup> Longman Dictionary of Contemporary English [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ldoceonline.com> (дата обращения: 10.11.2023).

<sup>5</sup> Rundell M. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. New York: Macmillan Education, 2002. 1692 p.

поведенческим и культурным особенностям народов, их обычаям, традициям и образу жизни [6].

Стереотипы могут быть как положительными, так и отрицательными, и часто формируются на основе ограниченной информации, предвзятости или даже недопонимания. В контексте лингвистики и межкультурной коммуникации важно осознавать наличие стереотипов и стремиться к их преодолению через обучение, освещение различий и поощрение уважительного отношения к разнообразию культур и языков.

Стереотипы могут иметь значительное влияние на межкультурное взаимодействие, а также на процессы коммуникации. Они могут привести к недопониманию, конфликтам и даже дискриминации.

Существует также понятие *языкового стереотипа*, которое относится к устойчивым представлениям о языковых группах, диалектах или языках, которые могут быть искажёнными или упрощёнными. Языковые стереотипы могут действовать на восприятие определённых говорящих, влияя на их оценку или отношение [6].

Важно помнить, что стереотипы не всегда отражают реальное положение вещей и часто являются результатом предвзятости, недостаточной информированности или недопонимания [11]. Таким образом, необходимо стремиться к открытому и уважительному отношению, изучению других культур и языков, а также критическому осмыслению устоявшихся представлений.

Следует отметить, что стереотипы не всегда соответствуют реальности, и они могут приводить к недооценке или переоценке определённых групп людей. Стереотипизация может препятствовать пониманию и взаимодействию в обществе, поэтому важно осознавать и анализировать свои собственные стереотипы, а также стремиться к их преодолению в обществе [5].

**Методология** исследования предполагает сравнительно-сопоставительный анализ ФЕ с компонентом-зоономом двух исследуемых лингвокультур.

Сравнительно-сопоставительный анализ позволяет выявить общие и различные черты между картинами мира и ценностями отдельных этносов с использованием средств их отражения в языке, в частности на материале английского и немецкого языков как близкородственных германских языков.

Данное исследование включает в себя следующий алгоритм: выборка ФЕ с компонентом-зоономом, группировка национально-культурных стереотипов посредством ФЕ с компонентом-зоономом по семантическим группам, анализ полученного материала, выделение интегральных и дифференциальных признаков языковых картин мира.

### **Типология стереотипов**

Описание типологии стереотипов начнём, прежде всего, с характеристики национально-культурных стереотипов. В лингвокультурологических работах национальный характер понимается как «фрагмент языковой картины мира, реконструируемый на основе лингвистических данных и отражённых в культуре стереотипов» [12]. Национально-культурные стереотипы отражают общепринятые представления об особенностях поведения, убеждений, культуры представителей различных национальностей или этнических групп. Национально-культурные стереотипы возникают в связи с ожиданиями и представлениями о поведении, характере, культуре и языке представителей определённой нации или этнической группы.

Данный вид стереотипов может формироваться на основе языка, исторических событий, религиозных особенностей, этнической символики и других культурных аспектов [6].

На сегодняшний день выделяют [4; 10; 12; 13] несколько групп националь-

но-культурных стереотипов: образы «национального характера», языковые стереотипы, кулинарные стереотипы, стереотипы в сфере межкультурного общения, стереотипы о традициях и обычаях, эстетические стереотипы, стереотипы в межкультурных отношениях и браках, стереотипы в межкультурной коммуникации и многие другие.

Следующими базовыми понятиями являются понятия авто- и гетеростереотипов. Так, автостереотипы – это стереотипы, которые относятся к представлениям, которые члены этнической группы имеют о самих себе. Это представления о себе самом, о своих соотечественниках, о своей культуре и традициях [6]. Например, это может быть убеждение в том, что люди определённой этнической принадлежности обладают определёнными качествами, чертами характера или способностями. На формирование автостереотипов большое влияние оказывают телевидение, газеты, журналы, классическая и современная литература, фольклор, интернет [12].

Гетеростереотипы, в отличие от автостереотипов, – это представления о других этнических группах, которые могут быть распространены в обществе и связаны с наблюдениями, убеждениями или мнениями об этнических группах, к которым сам человек не относится. Это могут быть устоявшиеся представления, которые могут не соответствовать реальности, но формируют общественное мнение [14]. Следует отметить, что автостереотипы могут быть внутренне оспариваемыми, так как люди могут обладать более положительным внутренним представлением о своей группе, чем внешние стереотипы, связанные с их этнической принадлежностью. Гетеростереотипы, с другой стороны, могут быть источником стереотипизации и дискриминации, что делает их значимым объектом изучения и осознания. Оба типа стереотипов могут оказывать влияние на взаимодействие и межгрупповые отношения. Повышение

осознанности относительно этнических стереотипов, а также обучение и общение могут помочь преодолеть негативные аспекты этих представлений.

В лингвистике гетеростереотипы являются одной из форм стереотипов, связанных с использованием языка. Гетеростереотипы возникают в результате взаимодействия различных социокультурных групп и могут быть связаны с определёнными представлениями о других людях, основанными на их принадлежности к определённым социокультурным группам, таким как национальность, религия, пол и т. д.

Классификации гетеростереотипов в лингвистике могут включать подходы, основанные на различных аспектах структуры языка, контексте их использования, социокультурной среде и других факторах. Гетеростереотипы могут изучаться как часть социолингвистических и когнитивно-лингвистических исследований, их влияния на межкультурное общение и восприятие других людей.

Изучение гетеростереотипов помогает понять, как язык формирует и поддерживает стереотипы и какие механизмы могут использоваться для их изменения и преодоления.

Один из подходов к классификации гетеростереотипов предполагает деление их на *положительные* и *отрицательные*. Положительные гетеростереотипы могут отражать идеализацию и похвалу другой социокультурной группы, в то время как отрицательные – содержать негативные представления и стереотипы. Например, положительный гетеростереотип о представителях другой национальности может заключаться в их обаянии и гостеприимстве, в то время как отрицательный гетеростереотип может предполагать агрессивность или лентяйство.

Другой подход к классификации гетеростереотипов может предложить разделение их на стереотипы, связанные с *определёнными социокультурными группами* (например, по национальности, ре-

лигии, профессии и т. д.), и стереотипы, связанные с *индивидуальными характеристиками* (например, возраст, пол, внешность). Такая классификация позволяет изучать влияние различных аспектов идентичности на формирование и восприятие гетеростереотипов.

### **Зоонимная фразеология и её место в языковой картине мира**

Зоонимная фразеология представляет собой использование образов и ассоциаций, связанных с животными, в фразах и выражениях. Это могут быть метафоры, сравнения или просто устойчивые выражения, в которых животные играют ключевую роль. Место зоонимной фразеологии в картине мира может быть значительным, поскольку она способствует культурному и лингвистическому обогащению, а также формированию образов и представлений.

Зоонимические ФЕ отличаются особой лингвокультурологической интернациональностью, благодаря которой можно выявить национально-культурную специфику и лингвокультурологические универсалии языков мира, отражающиеся в языке, что способствует изучению самой языковой ситуации.

Семантическая структура ФЕ с компонентом-зоонимом имеет множество ассоциаций благодаря наблюдениям людей в процессе их взаимодействия с животными, вследствие чего происходит сравнение человека с животными. Однако следует помнить, что данные ассоциации могут различаться в языках, а это в свою очередь обуславливает формирование языковой картины мира определённой общности.

При исследовании ФЕ с компонентом-зоонимом, которые ассоциируются с человеком, важно рассмотреть такую важную составляющую фразеологизма, как коннотация.

В работе Е. Ф. Арсентьевой «Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, ориентированных на человека в

английском и русском языках)» коннотация понимается «как совокупность семантических наслоений, включающих в себя оценочный, экспрессивный, эмоциональный и функционально-стилистический компонент» [15]. Все упомянутые компоненты коннотации в значении ФЕ выполняют свои функции вместе, однако следует отметить, что они могут выступать иногда в разных комбинациях.

Благодаря метафорическому, метонимическому переносу или сравнительному образу к денотативному компоненту добавляется коннотативный. Значение ФЕ могут приобретать как экспрессивные, так и эмоционально-оценочные семы. Следует помнить, что при употреблении ФЕ важен контекст, так как благодаря ему становится понятно, что это не простое сочетание слов, а единица, которая несёт в себе не только денотативное значение, но и коннотативное, состоящее из экспрессивности, стилистической и эмоциональной окраски.

Как правило, выделяются отрицательный, положительный и нейтральный компоненты значения ФЕ, в основе которых находится порицание, одобрение.

Компонент-зооним обладает важной функцией для формирования индивидуального значения ФЕ. Когда зооним превращается в составляющую часть ФЕ, то он лишается своего лексического значения, другими словами, пропадает способность обозначать животное.

Эти выражения не только являются частью языка, но и отражают некоторые культурные и социальные нюансы в обществе. Они могут быть использованы для передачи определённых ситуаций, эмоций или мыслей, а также для создания образов и метафор, связанных с миром животных, который может быть важным аспектом культурного кода.

Практический материал исследования, в состав которого вошли 205 немецких и 207 английских ФЕ с компонентом-зоонимом, был проанализирован с семантической точки зрения, что позво-

лило выделить особенности в коннотации зоофразеологизмов, отражающих человеческие качества, эмоциональные, волевые и интеллектуальные характеристики и состояния, а также нормы поведения в обществе. В немецком языке ФЕ

с компонентом-зоонимом были распределены по 18 семантическим группам, в английском языке – по 23 семантическим группам, отражающим национально-культурную специфику говорящих (см. рис. 1 и рис. 2).

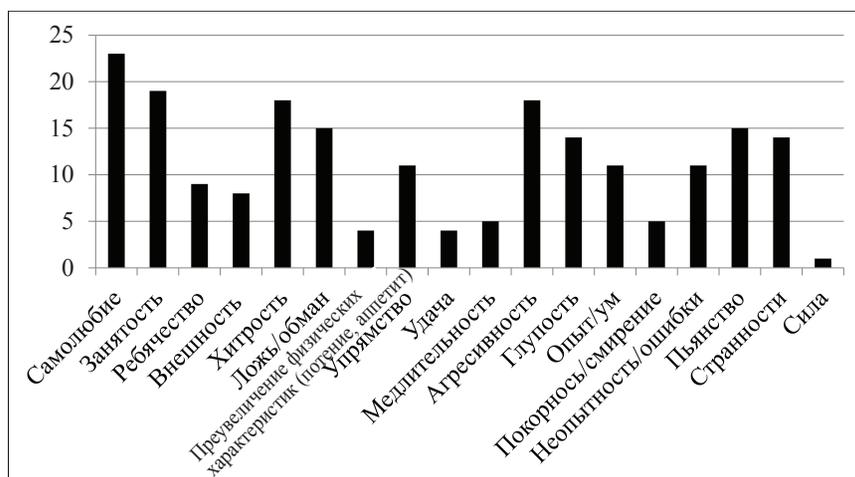


Рис. 1 / Fig. 1. Семантические группы ФЕ с компонентом-зоонимом в немецком языке / Semantic groups of the phraseological units with a zoonym component in German

Источник: составлено авторами

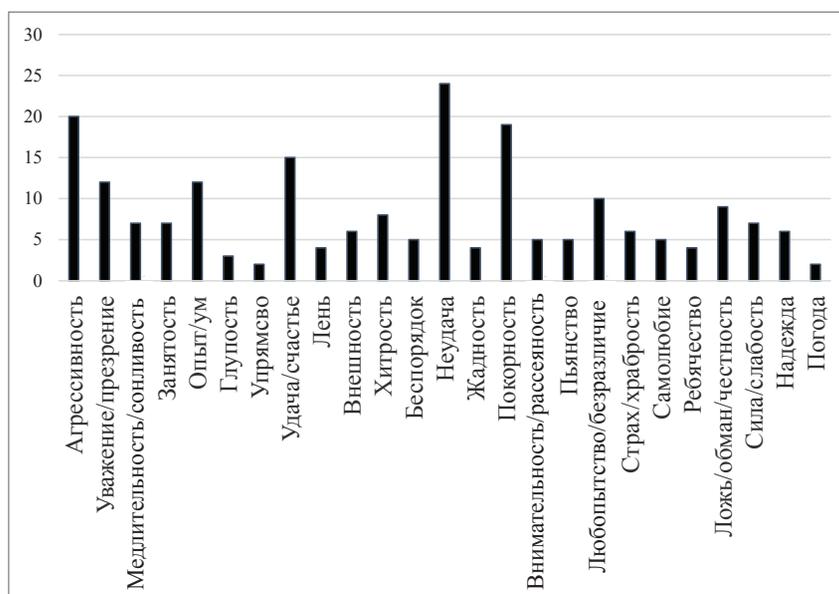


Рис. 2 / Fig. 2. Семантические группы ФЕ с компонентом-зоонимом в английском языке / Semantic groups of the phraseological units with a zoonym component in English

Источник: составлено авторами

Зоонимы могут быть вложены в культурные контексты и образы. Например, в немецком языке ФЕ *"wie die Kuh vorm neuen Tor stehen"* («установиться как баран на новые ворота») означает «быть растерянным, не знать, что делать». Фразеологические единицы *"emsig/fleißig wie die Ameisen"* («прилежный, трудолюбивый, как муравьи»), *"einen Bienenfleiß entwickeln"* («неутомимо работать как пчела»), *"eine fleißige Biene sein"* («быть неутомимой труженицей»), *"Da werden ja die Hühner verrückt!"* («Не все дома!»), *"störrisch wie Esel"* («упрямый, как осёл») вербализуют стереотип о немецкой дисциплине, прилежности или, наоборот, об упрямстве.

Данные фразеологизмы подчёркивают консервативные черты немецкой культуры и её ориентацию на стабильность и порядок. ФЕ *"wie die Katze um den heißen Brei schleichen"* и *"wie die Schlange in der Brusttasche"* характеризуют немцев как осторожных и иногда нерешительных личностей. ФЕ *"wie der Frosch im heißen Wasser"* выражает немецкую приверженность к плавному приспособлению к изменениям. ФЕ с компонентом-зоонимом «сверчок» (*Grille*) отражают страх и беспокойство, например, *"j-d hat Grillen im Kopf"* («в голове какая-то блажь»), *"sich Grillen in den Kopf setzen"* («понапрасну беспокоиться»), *"j-m die Grillen vertreiben"* («выбивать дурь из кого-либо / из чьей-либо головы»). Следует отметить, что все эти выражения используются в основном в разговорной речи.

В английском языке, например, фразеологические обороты с участием животных могут отражать следующие характеристики национальных стереотипов. Например, ФЕ *"as sly as a fox"* («хитрый, как лиса»), *"(as) crafty as a fox"* («хитрый, как лиса»), *"play (a game of) cat and mouse (with somebody)"* («играть в кошки-мышки»), *"let the cat out of the bag"* («раскрыть секрет или сделать что-то непреднамеренное»), *"as brisk as a bee"* («проворный, как пчела») могут относиться к английскому стереотипу о лукавстве, ФЕ *"as stubborn as*

*a mule"* («упрямый, как осёл») относится к непоколебимости, ФЕ *"as busy as a bee"* («занятый, как пчела»), *"bee that gets the honey doesn't hang around the hive"* («пчела, которая добывает мёд, не летает просто так вокруг улья»), *"be up with the lark"* («вставать с петухами, ранняя пташка») – к трудолюбию, ФЕ *"curiosity killed the cat"* («любопытство погубило кошку»), *"Care killed the cat"* («меньше знаешь – крепче спишь» / «не работа старит, а забота» / «любопытной Варваре нос оторвали») – к любопытству. ФЕ *"to kill two birds with one stone"* показывает стремление англичан добиваться двух целей одновременно, *"a leopard can't change its spots"* («человек не может изменить свою сущность») отражает внутренние характеристики человека.

Исследование зоонимной фразеологии в английском и немецком языках может также помочь выявить общие черты и различия в менталитете и культуре англо- и немецкоговорящих стран. Например, в английском языке существуют выражения *"to have a memory like an elephant"* («иметь память как у слона») или *"as quiet as a mouse"* («тихий, как мышь»), которые могут отражать особенности восприятия качеств животных и их ассоциаций с человеческими чертами.

Аналогично в немецком языке также существуют фразеологические обороты, отражающие национальные стереотипы, такие как *"treu wie ein Hund"* («верный как собака»); *"arbeiten wie ein Pferd"* («работать как лошадь») выражают приверженность немцев к пунктуальности и трудолюбию. ФЕ *"Eulen nach Athen tragen"* («не учи учёного», «ехать в Тулу со своим самоваром») подчёркивает практичность и мудрый расчёт немцев. ФЕ *"wie der Elefant im Porzellanladen"* («как слон в посудной лавке») описывает неуклюжее, грубое поведение. Это выражение может отражать немецкую предрасположенность к аккуратности и вежливости в общении. Данные ФЕ с компонентом-зоонимом отражают особенности немецкого менталитета и культуры.

В обоих исследуемых языках ФЕ "where bees are, there is honey" («где есть пчёлы, там ищи мёд»), "no bees, no honey, no work, no money" («нет пчёл – нет мёда» / «нет работы – нет денег»), "eine Biene ist besser, als ein ganzer Schwarm" («одна пчела лучше целого роя мух») отражают ценностные представления немцев о пользе совершаемых действий.

В немецком и английском языках ФЕ с компонентом-зоонимом «бабочка» (butterfly / Schmetterling) ассоциируются в общем совокупном смысле фразеологизма, с одной стороны, с лёгкостью и непринуждённостью поведения человека, например, "feel butterflies in your stomach" («чувствовать бабочек в животе»), "wie ein Schmetterling von einer Blume zu der anderen fliegen" («порхать как бабочка»), "wie ein Schmetterling hin und her flattern" («порхать как бабочка туда-сюда»). С другой стороны – с бессмысленностью (в английском языке) – ФЕ "break a butterfly on the wheel" («стрелять из пушки по воробьям») или с проявлением страха – ФЕ "have butterflies" («иметь бабочек», «мандражировать»).

Зоонимы часто используются в метафорах, что позволяет образно описывать ситуации или характеристики. В немецком языке ФЕ "Da steppt der Bär" («там танцует медведь») означает «оживлённое место, где много развлечений». Данный фразеологизм может отражать тот факт, что в немецкой культуре люди ценят активность, веселье и интенсивные переживания. ФЕ "Da liegt der Hase im Pfeffer" («вот где собака зарыта») показывает, что возникла проблема, также ФЕ "Der Fisch stinkt vom Kopf her" («рыба гниёт с головы») несёт в себе дополнительную характеристику, указывая, что неприятности начинаются с верхнего уровня или руководства, тем самым показывая немецкую требовательность к эффективному управлению и лидерству.

Примеры следующих фразеологизмов с компонентом-зоонимом не только передают смысловую нагрузку, но и от-

ражают определённые культурные особенности, которые могут быть важными для понимания немецкой национальной культуры. Фразеологический оборот "eine Natter am Busen nähren" («пригреть змею на груди») означает проявлять внимание, заботу, любовь к человеку, который впоследствии платит за это неблагодарностью, что может свидетельствовать о готовности помочь другим людям, не задумываясь о дальнейших последствиях. ФЕ "arbeiten wie ein Dachs" («работать не покладая рук», дословно: «работать, как барсук») показывает немецкое отношение к трудолюбию. Выражение "Das ist ein Katzensprung" («рукой подать» / «это в двух шагах») означает очень близкое расстояние, буквально: один прыжок кошки, то есть показывает немецкую точность и ориентацию на детали.

В английском языке фразеологический оборот "to have a whale of a time" несёт в себе значение «наслаждаться, отлично развлекаться», буквально: иметь огромное количество времени, где зооним "whale" ассоциируется у нас с чем-то огромным, поскольку кит относится к самым большим млекопитающим на нашей планете и является таким образом ярким примером использования образности при помощи ФЕ.

Такие ФЕ, как "straight from the horse's mouth" («получить информацию от первоисточника, из первых рук»), "Every dog has its day" («у каждого человека приходит свой успех или удача»), "A good dog deserves a good bone" («по заслугам и честь») добавляют красочность и выразительность в тексты на английском языке, а также отражают культурные ассоциации и представления.

Проведённый лингвосемантический сопоставительный анализ ФЕ с компонентом-зоонимом позволяет заключить, что метафорический перенос наименования животного на человека подвергает семантическую структуру ФЕ изменениям [1]. Очевиден тот факт, что кроме прямого значения формируется и пере-

носное значение, то есть образуются два вида характеристик. С одной стороны, это качественные характеристики, которые свойственны одному конкретному животному, представляющему свой биологический вид, и переносимые на человека. Например, трудолюбие лошади, хитрость лисы, бесстрашие льва и так далее. С другой стороны, это признаки, которые

человек сам приписывает представителям царства фауны, несмотря на характеристики, свойственные им в реальной жизни. К примеру, сюда можно отнести умственные, эмоциональные и волевые характеристики. В табл. 1 представлено наличие/отсутствие таких характеристик во ФЕ английского и немецкого языков.

Таблица 1 / Table 1

**Наличие вербализованных черт в ФЕ с компонентом-зоонимом в немецком и английском языках / The presence of the verbalized features in the phraseological units with a zoonym component in German and English languages**

Семантическая группа	Немецкий язык	Английский язык
Агрессия	+	+
Хитрость	+	+
Самолюбие	+	+
Глупость	+	+
Странности	+	-
Ложь/обман	+	+
Честность	-	+
Пьянство	+	+
Упрямство	+	+
Незрелость/неопытность	+	-
Медлительность/сонливость	+	+
Покорность/терпеливость	+	+
Трудолюбие	+	+
Лень	-	+
Удача/счастье	+	+
Неудача/трудности	-	+
Опыт/ум	+	+
Озорство	+	+
Жадность	-	+
Сила	+	+
Слабость	-	+
Любопытство	-	+
Внешность (привлекательность / уродливость)	+	+
Страх	-	+
Храбрость	-	+
Уважение	-	+
Внимательность	-	+
Рассеянность	-	+
Надежда	-	+
Беспорядок	-	+
Погода	-	+
Преувеличение физических характеристик	+	-

Источник: составлено авторами

### Заключение

Цель нашего исследования заключалась в установлении национально-культурной специфики ФЕ с компонентом-зоонимом, тесно связанных с проблемами изучения индивидуального образного мышления и выявления общих черт и различий между картинами мира и ценностями отдельных этносов с использованием средств их отражения в языке, в частности на материале английского и немецкого языков как близкородственных германских языков. В ходе лингвосемантического сопоставительного анализа были выявлены интегральные и дифференциальные признаки стереотипного образа вышеупомянутых лингвокультур.

В результате анализа мы пришли к выводу, что зоонимная фразеология играет роль в формировании образов и восприятий, являясь важным элементом лингвистического и культурного контекста. Она обогащает язык, делая его более экспрессивным и выразительным, а также способствует передаче культурных норм и ценностей через язык.

Фразеология с использованием зоонимов вносит свой вклад в трактовку окружающего мира. Многие зоонимы

присутствуют в языке как часть лингвистического наследия и культурного кода и их использование связано с традициями и историей.

Используя зоонимную фразеологию, можно создать яркие образы и передать национальные особенности, отражая взгляды общества на свою культуру и образ жизни.

Таким образом, теоретическая значимость исследования направлена на более глубокое изучение семантики, структуры, коннотативных и стилистических особенностей фразеологизмов с компонентом-зоонимом в немецком и английском языках, а также на более детальное изучение двух языковых картин мира носителей, представленных лингвокультур. Результаты работы расширяют наши представления о взаимодействии ФЕ, транслирующих национально-культурные стереотипы.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения его результатов на практических занятиях по немецкому и английскому языкам, на семинарских занятиях по лексикологии, в лексикографической практике при составлении словарей специального типа.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Lippman W. Public Opinion. New York: Hartcourt, Brace and Co., 1922. 65 p.
2. Гусева А. Е., Прокофьева О. В. Этнические стереотипы в текстах немецких и британских СМИ // Вопросы современной лингвистики. 2023. № 6. С. 21–29. DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-21-29.
3. Никитина Т. Г. Лингвокультурологический комментарий в словаре пословиц // Филология и культура. 2015. № 4 (42). С. 132–138.
4. Новиков А. Л., Новикова И. А. Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. Т. 10. № 4. 2019 С. 977–989. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989.
5. Тереньтева С. С. Этнонимы как средства выражения национальных стереотипов в английском языке // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции (Саратов, 27 января 2021 г.). Саратов: НОО «Цифровая наука», 2021. С. 166–168.
6. Fernandes K. Translating English WOMAN IS AN ANIMAL metaphors: Spanish native speakers' associations with novel metaphors // Linguistik online. 2021. Bd. 108. Nr. 3. P. 33–66. DOI: <https://doi.org/10.13092/lo.108.7797>.
7. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Дубна: Феникс+, 2005. 488 с.

8. Телия В. Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. М.: Наука, 1986. 142 с.
9. Телия В. Н. Культурно-национальные коннотации фразеологизмов // Славянское языкознание: XI международный съезд славистов. М.: Наука, 1993. С. 41–56.
10. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Школа «Языки русской культуры», 1996. 288 с.
11. Скитина Н. А., Шабанова В. П. Лингвокогнитивный аспект исследования пословиц с компонентом-ихтионимом в русском, английском и немецком языках // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2019. № 4. С. 131–143. DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-131-143.
12. Леонтович О. А. Введение в межкультурную коммуникацию. М.: Гнозис, 2007. 368 с.
13. Серегина М. А. Стереотипы лингвокультурного сообщества в зеркале немецкой паремологии // Филология: научные исследования. 2020. № 3. С. 74–81. DOI: 10.7256/2454-0749.2020.3.30062.
14. Хатхе А., Читао И., Аутлева Ф., Хуажева Н., Тешева М., Шхалахова Р. Национально-культурная специфика во фразеологии // Norwegian Journal of Development of the International Science. 2020. № 49–3. С. 21–23.
15. Арсентьева Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека в английском и русском языках). Казань: Издательство Казанского университета, 1989. 130 с.

#### REFERENCES

1. Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Hartcourt, Brace and Co.
2. Guseva, A. E. & Prokofeva, O. V. (2023). Ethnic stereotypes in the texts of German and British media. In: *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 6, 21–29. DOI: 10.18384/2949-5075-2023-6-21-29 (in Russ.).
3. Nikitina, T. G. (2015). Linguocultural comments in dictionaries of proverbs. In: *Philology and Culture*, 4 (42), 132–138 (in Russ.).
4. Novikov, A. L. & Novikova, I. A. (2019). Ethnic Stereotypes in Intercultural Communication: Psychological and Semantic Aspects. In: *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10 (4), 977–989. DOI: 10.22363/2313–2299-2019-10-4-977-989 (in Russ.).
5. Terenteva, S. S. (2021). Ethnonyms as a means of expressing national stereotypes in English. In: *New Impetus for Development: Issues of Scientific Research: Collection of Articles from the VIII International Scientific and Practical Conference (Saratov, January 27, 2021)*. Saratov: NOO «Tsifrovaya nauka» publ. pp. 166–168 (in Russ.).
6. Fernandes, K. (2021). Translating English WOMAN IS AN ANIMAL metaphors: Spanish native speakers' associations with novel metaphors. In: *Linguistik online*, 108 (3), 33–66. DOI: <https://doi.org/10.13092/lo.108.7797>.
7. Kunin, A. V. (2005). *Course of phraseology of modern English language*. Dubna: Phenix+ publ. (in Russ.).
8. Teliya, V. N. (1986). *Connotative aspect of the semantics of nominative units*. Moscow: Nauka publ. (in Russ.).
9. Teliya, V. N. (1993). Cultural and national connotations of phraseological units. In: *Slavic linguistics: XI International Congress of Slavists*. Moscow: Nauka publ. pp. 41–56 (in Russ.).
10. Teliya, V. N. (1996). *Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguacultural aspects*. Moscow: Shkola “Yazyki russkoy kultury” (in Russ.).
11. Skitina, N. A. & Shabanova, V. P. (2019). Proverbs with component 'fish' in the Russian, English, French and German languages: linguo-cognitive aspect of the research. In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 4, 131–143. DOI: 10.18384/2310-712X-2019-4-131-143 (in Russ.).
12. Leontovich, O. A. (2007). *Introduction to Intercultural Communication*. Moscow: Gnosis publ. (in Russ.).
13. Seragina, M. A. (2020). Stereotypes of linguocultural community in the mirror of german paremiology. In: *Philology: Scientific Researches*, 3, 74–81. DOI: 10.7256/2454-0749.2020.3.30062 (in Russ.).

14. Khatkhe, A., Chitao, I., Autleva, F., Khuazheva, N., Tesheva, M. & Shkhalakhova, R. (2020). National-cultural specificity in phraseology. In: *Norwegian Journal of Development of the International Science*, 49–3, 21–23 (in Russ.).
15. Arsenteyeva, E. F. (1989). *Comparative analysis of phraseological units (based on phraseological units semantically oriented towards humans in English and Russian)*. Kazan: Kazan University publ. (in Russ.).

---

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Гусева Алла Ефимовна (г. Москва) – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры германской и романской филологии Государственного университета просвещения;  
ORCID: 0000-0002-8755-9346; e-mail: angst51@rambler.ru

Корчагина Екатерина Павловна (г. Москва) – аспирант кафедры германской и романской филологии Государственного университета просвещения;  
ORCID: 0009-0009-5606-2060; e-mail: K.korchagina2000@yandex.ru

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Alla E. Guseva (Moscow) – Dr. Sci. (Philology), Prof., Department of German and Romance Philology, Federal State University of Education;  
ORCID: 0000-0002-8755-9346; email: angst51@rambler.ru

Ekaterina P. Korchagina (Moscow) – Postgraduate Student, Department of German and Romance Philology, Federal State University of Education;  
ORCID: 0009-0009-5606-2060; email: K.korchagina2000@yandex.ru