**Немецкая и британская языковая картина мира на материале зоонимной фразеологии**

*Научный руководитель – Гусева Алла Ефимовна*

***Корчагина Екатерина Павловна***

*Аспирант кафедры германской и романской филологии*

*Государственный университет просвещения, факультет романо-германских языков, г. Мытищи, Российская Федерация*

*E-mail: K.korchagina2000@yandex.ru*

Цель исследования заключается в установлении национально-культурной специфики фразеологических единиц (Далее – 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.

Материалом для анализа выступили 205 ФЕ немецкого языка, 207 ФЕ английского языка с ядром *зооним*, которые были найдены путем сплошной выборки из современных двуязычных и одноязычных лексикографических источников.

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.

Термин «стереотип» впервые использовал американский журналист У. Липпман [5], утверждавший, что стереотип – 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, явления или явления. Это предубежденное мнение или представление, которое часто основано на обобщениях, искажениях или упрощениях [1, 2, 3, 4].

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

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

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, отраженные в языке, что способствует изучению самой языковой ситуации.

Практический материал исследования был проанализирован с семантической точки зрения, что позволило 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.

Зоонимы могут быть вложены в культурные контексты и образы. Например, в немецком языке ФЕ "*wie die Kuh vorm neuen Tor stehen***"** («уставиться как баран на новые ворот») означает «быть растерянным, не знать, что делать», ФЕ "*emsig/fleiβig* *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 осел») вербализуют стереотип о немецкой дисциплине, прилежности или наоборот об упрямстве.

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 осел») 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 мед, не летает просто так вокруг улья»), *"be up with the lark"* («вставать с петухами, ранняя пташка») - к трудолюбию.

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.

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. Гусева А.Е., Прокофьева О.В. Этнические стереотипы в текстах немецких и британских СМИ // Вопросы современной лингвистики. 2023 № 6 - С. 56-63. DOI 10.18384/2310-712X-2022-1-90-100.
2. Новиков А. Л., Новикова И. А. Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019 - C. 977-988. DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989.
3. Тереньтева С. С. Этнонимы как средства выражения национальных стереотипов в английском языке // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований. – 2021 №1. – C. 166 –168
4. Fernandes K. Translating English woman is an animal metaphors: Spanish native speakers’ associations with novel metaphors // Linguistik online 108, 3/21. - 2021 – P. 33–66.
5. Lippman W. Public Opinion. - New York : Hartcourt, Brace and Co., 1922 – 65 p.