

УДК 81.11-112

ББК 81.432.4

DOI 10.51955/2312-1327_2024_2_178

ЛЕКСЕМА «TIERFREI» КАК ИНДИКАТОР ДИНАМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В НЕМЕЦКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

*Клементина Васильевна Метелькова,
orcid.org/0009-0000-5057-0464,
аспирант
Ивановский государственный университет,
ул. Ермака, д. 39
Иваново, 153025, Россия
klementinametelkova4@gmail.com*

Аннотация. Главная мысль статьи посвящена проблеме отражения в языке процессов, связанных с изменением отношения человека к животным в современном обществе. В центре внимания исследования находится зооморфная лексическая единица «tierfrei». Основой исследования послужили 130 примеров употребления лексемы «tierfrei» в корпусе DWDS. На базе нескольких дискурсов были выявлены 4 основных значения заявленной лексемы и систематизированы с точки зрения ее прагматической функции. Опираясь на полученный лингвистический материал, авторы могут сделать следующие выводы, имеющие место в современном немецком социуме и влияющие на формирование немецкой национальной картины мира: 1) лексема «tierfrei» является неологизмом и стала активно использоваться носителями немецкого языка только с 2007 года; 2) у лексемы «tierfrei» могут быть выделены четыре основных значения: «без присутствия животных»; «без содержания продуктов животного происхождения»; «без элементов животного происхождения»; «без экспериментов над животными»; 3) лексему «tierfrei» можно встретить в таких дискурсах, как кулинарный, медицинский, рекламный, в каждом из которых она выполняет свою прагматическую функцию; 4) появление и активное употребление слова «tierfrei» в текстах немецкоязычного пространства свидетельствуют о том, что в современном немецкоязычном обществе происходят изменения, связанные с переосмыслением роли животных в жизни человека.

Ключевые слова: зооморфная лексическая единица, немецкая языковая картина мира, корпус, значение, прагматическая функция, кулинарный дискурс, рекламный дискурс, отношение человека к животным.

THE "TIERFREI" LEXEME AS AN INDICATOR OF DYNAMIC PROCESSES IN THE GERMAN LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD

*Klementina V. Metelkova,
orcid.org/0009-0000-5057-0464,
postgraduate student
Ivanovo State University,
39, Ermaka Street,
Ivanovo, 153025, Russia,
klementinametelkova4@gmail.com*

Abstract. The main idea of the article is devoted to the problem of reflecting in language the processes associated with changing human attitudes towards animals in modern society. The focus of the research is on the zoomorphic lexical unit "tierfrei". The research was based on 130 examples of the use of the "tierfrei" token in the DWDS corpus. On the basis of several discourses, 4 main

meanings of the declared lexeme were identified and systematized in terms of its pragmatic function. Based on the linguistic material obtained, the authors can draw the following conclusions that take place in modern German society and influence the formation of the German national picture of the world: 1) the "tierfrei" lexeme is a neologism and has been actively used by native German speakers only since 2007; 2) the "tierfrei" lexeme can have four main meanings: "without the presence of animals"; "without the content of animal products"; "without elements of animal origin"; "without experiments on animals"; 3) the "tierfrei" lexeme can be found in such discourses as culinary, medical, advertising, in each of which it performs its pragmatic function; 4) the appearance and active use of the word "tierfrei" in the texts of the German-speaking space indicates that changes are taking place in modern German-speaking society associated with a rethinking of the role of animals in a person's life.

Key words: zoomorphic lexical unit, German language picture of the world, corpus, meaning, pragmatic function, culinary discourse, advertising discourse, human attitude to animals.

Введение

Современный мир наполнен различными событиями, которые в значительной мере меняют не только политический и природный облик планеты, но и общество. Динамические процессы, определяющие образ современного мира, находят свое отражение в языке. Одним из таких изменений является годами формирующееся переосмысление отношения человека к животным, которое проявляется в различных процессах, происходящих в современном обществе [Heuberger, 2021].

Данный факт привлек внимание ученых разных направлений, так в западной науке в последние годы формируется междисциплинарное направление «Human Animal Research», объектом изучения которого являются взаимоотношения человека и животных. Переосмысление отношения человека к животным дало новый импульс и развитию лингвистики. По мнению Р. И. Бабаевой, тот факт, что в текстах СМИ, в том числе и публикациях на политические темы, стали активно использоваться анималистическая лексика и образы животных, взаимосвязан в определенной степени с изменением отношения к животным в современном обществе [Babaeva, 2020].

При изучении употребления анималистической лексики в текстах немецкого медиадискурса было обнаружено, что в текстах СМИ наиболее частотным словом является лексическая единица «tierfrei», хотя в словарях немецкого языка эта единица не зафиксирована. Этот факт позволяет предположить, что появление данной единицы и ее активное употребление в современном немецком языке взаимосвязано с изменениями, происходящими в отношении носителей немецкого языка к животным.

Для проверки и уточнения этой гипотезы были определены задачи исследования, которые заключаются в следующем: выявить типичные контексты употребления лексемы «tierfrei», определить наиболее характерные словосочетания с данной лексической единицей, уточнить значение данного слова, установить на основе дискурсивных характеристик изучаемого слова тенденции в изменении отношения немцев к животным.

Материалы и методы

Основой исследования послужили 130 примеров употребления лексемы «tierfrei» в корпусе DWDS [DWDS o.J.]. Кроме того, в качестве дополнительного материала при работе над темой использовались тексты немецкого интернет-пространства, а также ресурсы корпуса лексики немецкого языка Лейпцигского университета [Wortschatz, o.J.].

Основными методами исследования являлись метод дискурсивного анализа и метод компонентного анализа.

Дискуссия

Слова, обозначающие животных, издавна привлекают внимание лингвистов, так как они составляют значительную часть лексического состава различных языков.

Одним из активно разрабатываемых направлений в лингвистике является изучение зооморфных фразеологизмов. Эти лексические единицы привлекают ученых, так как они позволяют выявить национальные особенности восприятия животных у разных народов. Образные устойчивые сочетания, в состав которых входят названия животных, рассматривались в лингвистике как на материале отдельных языков, так и на основе сравнения нескольких языков. Немецким зооморфным фразеологизмам посвящены работы С. В. Буренковой, О. Ю. Макаровой, Е. В. Брискиной, Н. В. Смирновой, Д. В. Юрченко, А. С. Едко и др. [Брискина, 2023; Буренкова, 2008; Едко, 2015; Макарова и др., 2018; Смирнова, 2023; Юрченко, 2001].

Другое лингвистическое направление изучения слов, обозначающих животных, представляют исследования, посвященные метафоричным употреблением анимализмов: О. И. Агафонова, И. В. Миронова, Е. И. Карпенко, Э.А. Кацитадзе, Р.Д. Керимов, О.В. Кирпичева, М.Н. Храмова и др. [Агафонова, 2012; Карпенко, 2006; Кацитадзе, 1985; Керимов, 2013; Кирпичева, 2007; Миронова, 2001; Храмова, 2012].

Выделенные направления, как правило, имеют культурологическую направленность и ориентируются на выявление национальных особенностей в изображении животных, поэтому многие из них используют термины «лингвокультура», «языковая картина мира». «Представления о животных являются значимой составной частью культурного кода этноса, прежде всего, они находят выражение в фольклоре и фразеологическом фонде языка. Внимание многих лингвистов привлекают зоонимы, так как функционирование данных слов позволяет не только детально описать лексическую систему языка, но и обнаружить систему ценностей его носителей» [Бабаева, 2023].

Употребления слов, обозначающих животных, в их буквальном значении, а не в переносном, гораздо реже привлекают внимание лингвистов. Такое отношение к изучению анимализмов, вероятно, является несправедливым. Дискурсивный анализ анимализмов в их прямом значении, а не образном, может дать возможность обнаружить типичные сочетания и характерные контексты таких лексических единиц. Это позволит, с одной стороны, уточнить семантику данных слов в современном языке, а с другой стороны, выяснить

экстралингвистические факторы, оказывающие влияние на семантические процессы, и проследить взаимоотношения человека и животных в современном мире. Данному феномену посвящены следующие немногочисленные работы: В. В. Грищенко, Chimaira [Грищенко, 2004; Chimaira, 2011].

Изучение функционирования немецкого слова «tierfrei», результаты исследования которого представлены в данной статье, выполнено в русле третьего направления.

Анализ и результаты

На первом этапе исследования было уделено внимание этимологии и частотности употребления лексемы «tierfrei». Данное слово является результатом словосложения и состоит из двух компонентов tier- (Tier/животное) и frei (ohne/ без).

Данные о появлении данного слова и частотности употребления в современном немецком языке были заимствованы из корпуса DWDS, они представлены в виде графика (рис. 1). Как видно из данного графического изображения, данное слово стало употребляться в немецком языке с 1987-го, до 2007 года его частотность употребления была невысокой и стабильной, а уже с 2007 года фиксируется значительный рост его употребительности. Такой рост, вероятно, был обусловлен процессами, происходящими в немецкоязычном обществе.

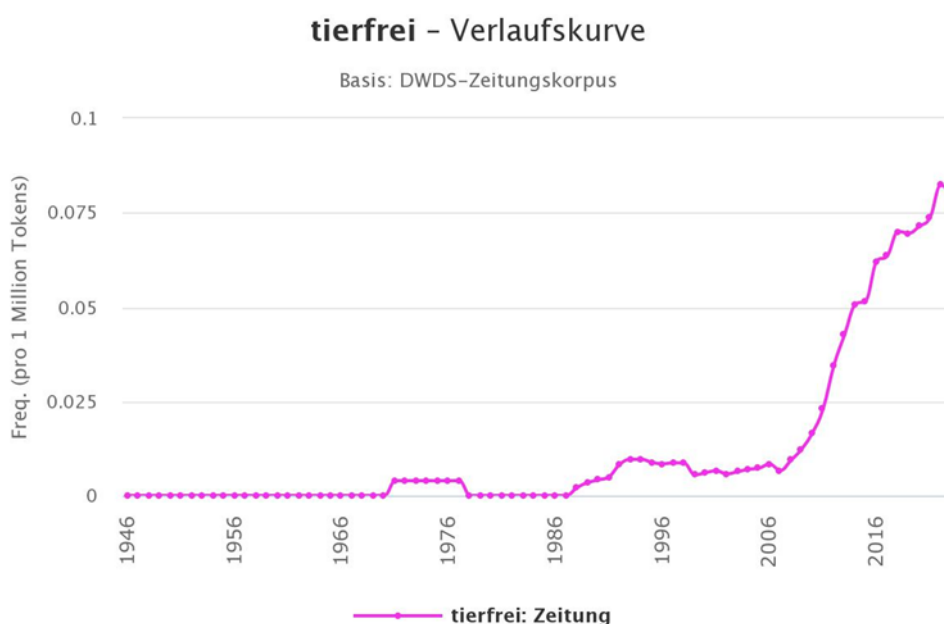


Рисунок 1 – Verlaufskurve des Wortes «tierfrei». *Источник: URL: <https://www.dwds.de>*

По данным корпуса, первые слова были зафиксированы в газетных текстах. В газете «Tagesspiegel» данное слово встретилось впервые в 1999 г., оно имело значение – «без присутствия животных»: (Der Tagesspiegel, 27.09.1999) *Den tierfreien Zirkus der Zukunft mag sie sich nicht vorstellen* [DWDS, o.J.]. В период до

2006 года это слово встретилось в данном издании 4 раза, во всех случаях в значении «без присутствия животных». С 2007 года до 2023 года данное издание употребило это слово 39 раз.

В газете «Zeit» данное слово впервые появилось в 1999 г. и до 2006 г. не употреблялось, в период с 2007 г. по 2018 г. выявлено 18 употреблений – в значении «без содержания продуктов животного происхождения»: (Die Zeit, 09.09.1999, Nr. 37) *Ich esse keine Eier, ich trinke keine Milch, mein Essen ist total tierfrei* [DWDS, o.J.].

Для того, чтобы уточнить значения рассматриваемого слова, нами было проанализировано 130 предложений из корпуса DWDS, в которых в том или ином значении использовалась лексема «tierfrei». В процессе систематизации материала было выявлено 4 основных значения данного слова:

1) «tierfrei» в главном (прямом) его значении – «без присутствия животных» (*Tierfreie Zirkus-Show startet am 11. Mai in Hamburg. – Цирковое шоу без животных стартует в Гамбурге 11 мая*);

2) «tierfrei» в значении «без содержания продуктов животного происхождения» (*Sogar überzeugte Fleischesser probieren sich inzwischen an fleisch- und tierfreien Gerichten. – Даже убежденные мясоеды теперь пробуют свои силы в приготовлении блюд, не содержащих мяса животных*);

3) «tierfrei» в значении «без элементов животного происхождения» (*Größerer Screen, weniger Tasten und Schalter, mehr Fokus auf Infotainment – der neue 5er (unten) setzt zudem auf neue, auf Wunsch tierfreie Materialien. – Увеличенный экран, меньше кнопок и переключателей, больше внимания уделяется информационно-развлекательной системе – в новой 5-й серии (внизу), согласно запросам, также используются новые материалы, не содержащие в своем составе элементы животного происхождения*);

4) «tierfrei» в значении «без экспериментов над животными» (*Das Gegenteil sei der Fall: „Forschungsexzellenz ist nur durch innovative tierfreie Methoden möglich“, so Herrmann. – Верно и обратное: «Превосходство в исследованиях возможно только благодаря инновационным методам, не связанным с животными», – говорит Херрманн*).

Количественное соотношение употреблений рассматриваемого слова в выявленных значениях можно представить в виде диаграммы (рис. 2).



Рисунок 2 – Основные значения употребления лекси́мы «tierfrei»

Результаты анализа показали, что чаще всего данное слово употребляется в значении «без содержания продуктов животного происхождения» (56%). Это объясняется тем, что в Германии за последние 10 лет выросло количество вегетарианцев и веганов. Этот фактор может быть обусловлен разными причинами: желанием людей сохранить окружающий мир и экологию, желанием следовать моде, которая заключается в здоровом питании, религиозными убеждениями и традициями. Для немецкого человека переход к нетрадиционному для него вегетарианскому питанию связан с ментальной деятельностью и оценкой данного процесса.

Следующая по величине группа – это употребление слова «tierfrei» в значении «без элементов животного происхождения» (21%). Показатели характеризуют Германию как быстроразвивающуюся страну, которая стремится к защите окружающей среды.

Третье и четвертое место с разницей в 1% занимают группы, представляющие значение слова «tierfrei» в прямом его значении (12%) и в значении «без экспериментов над животными» (11%). Данный феномен можно наблюдать в таких сферах, как сельское хозяйство (постепенный уход в сторону ведения сельского хозяйства без животных), развлекательная сфера (цирковые шоу без животных) и другие.

При анализе употреблений лекси́мы «tierfrei» были выявлены типичные сочетания, которые соотносятся с основными значениями лекси́мы. Результаты исследования представлены в следующей таблице (табл. 1).

Таблица 1 – Типичные словосочетания, соотносимые с основными значениями лексемы «tierfrei»

Значение	Словосочетания (количество употреблений)
«без содержания продуктов животного происхождения»	tierfreie Produkte (78) tierfreie Ernährung (39) tierfreie Gerichte (13) tierfreies Fleisch (11) tierfreies Essen (11) tierfreie Kost (7) tierfreie Milchprodukte (7) tierfreier Käse (7) tierfreie Zutaten (7) tierfreie Rezepte (6) tierfreie Milchprodukte (5) tierfreie Milchproteine (5) tierfreie Lebensmittel (4) tierfreie Angebote (3) tierfreier Speiseplan (2) tierfreie Soßen (1)
«без элементов животного происхождения»	tierfreie Alternativen (65) tierfreie Materialien (57) tierfreie Mode (32) tierfreie Variante (14) tierfreies Leder (7) tierfreie Stoffe (2) ein tierfreies Auto (2) tierfreie Transportmittel (1)
«без присутствия животных»	tierfreier Zirkus (50) aus einem tierfreien Nichtraucher-Haushalt (18) Tierfreie Landwirtschaft (3) Tierfreie Zirkus-Show (4)
«без экспериментов над животными»	tierfreie Methoden (71) tierfreie Forschung (7) tierfreie Experimente (1)

Как видно из данной таблицы, при реализации значения «без продуктов животного происхождения» лексема «*tierfrei*» сочетается, как правило, либо со словами с обобщающей семантикой *Produkte, Lebensmittel, Angebote, Essen*, либо со словами, которые традиционно являлись продуктами животного происхождения *Fleisch, Käse, Milch*.

При реализации значения «без элементов животного происхождения» слово «*tierfrei*» сочетается преимущественно со словами с обобщенной семантикой *Alternativen, Mode, Materialien, Stoffe*, а также со словами, которые традиционно ассоциировались или изготавливались из животных – *Leder, Autos* (автомобили, при изготовлении которых не использовалась натуральная кожа).

Актуализация значения «без присутствия животных» происходит в сочетаниях рассматриваемой лексемы со словами, которые обозначают нечто, где традиционно присутствовали животные, – *Zirkus, Landwirtschaft, Haushalt*.

Так как животные нередко используются в различных исследованиях при разработке новых изделий или лекарств, поэтому одно из значений слова «*tierfrei*» реализуется в контекстах, где употребляются слова *Forschung*, *Experimente*, *Methoden*.

В ходе проведенного анализа были выявлены основные типы дискурсов, в которых встречается слово «*tierfrei*».

В рекламном дискурсе активно используется данное слово в различных значениях – при рекламе продуктов, ресторанов, при рекламе изделий косметики, одежды, при продвижении развлекательных услуг, в политической рекламе. В рекламных текстах данное слово реализует не только свое основное значение, но и выполняет прагматическую функцию – придает рекламируемому продукту/услуге положительную оценку.

Например, реклама продуктов – «*Das Vegan-Siegel der Vegan Society ist das beste Merkmal für ein absolut tierfreies Produkt*», реклама ресторана – «*Mein FREA steht für ein pflanzenbasiertes „Zero Waste“-Restaurant, wir arbeiten ökologisch, saisonal, regional, bieten eine tierfreie, nachhaltige Küche, in der alles handgefertigt wird, daher entstehen kaum Abfälle und diese werden im Haus kompostiert und der Kompost geht zurück an die Produzenten.*», реклама косметики – «*Vegan Beauty: Diese Kosmetikprodukte sind 100 Prozent tierfrei*», реклама производства – «*Tierfreies 3D-Bioprinting: Projekt «HU3DINKS» vereint Spezialfirmen*», реклама удобрения – «*Tierfreier Bio-Langzeitdünger – unbedenklich für Haus- & Gartentiere*», реклама автомобиля – «*Die Sitze sind mit Recycling-Stoffen oder je nach Ausstattung mit tierfreiem Leder bezogen*».

Это слово встречается также в других типах дискурса, например, в кулинарном, медицинском, медийном, но здесь у него преобладает одно из основных значений, так как данное слово является в этом случае преимущественно носителем информации, а реализация прагматической функции может иметь место лишь в отдельных контекстах.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Лексема «*tierfrei*» является достаточно новым словом, которое стало активно использоваться носителями немецкого языка только с 2007 года. Описание семантики данной лексемы можно обнаружить лишь в электронном корпусе DWDS, тогда как в словарях немецкого языка данная лексическая единица еще не зафиксирована.

2. У лексемы «*tierfrei*» могут быть выделены четыре основных значения: «без присутствия животных»; «без содержания продуктов животного происхождения»; «без элементов животного происхождения»; «без экспериментов над животными». Каждому из значений соответствуют типичные сочетания. Это преимущественно слова с обобщающей семантикой или слова, которые традиционно ассоциируются с животными.

3. Лексема «*tierfrei*» встречается в различных типах дискурса, где она выполняет информирующую функцию, например, кулинарном, медицинском. В рекламном дискурсе данное слово служит средством привлечения реципиента,

оно выполняет не только информирующую, но и воздействующую – прагматическую функцию. Всё, что характеризуется данным словом, получает положительную оценку.

4. Появление и активное употребление слова «tierfrei» в текстах немецкоязычного пространства свидетельствует о том, что отказ от продуктов животного происхождения и от использования животных в определенных ситуациях является характерной чертой современного немецкого общества, это может быть в определенной мере связано с переосмыслением роли животных как пищи, так и в жизни человека, а в некоторой степени с модной тенденцией, которая активно используется в рекламном дискурсе.

Библиографический список

Агафонова О. И. Метафорическая модель "POLITICS IS ANIMAL WORLD" в политическом дискурсе (на материале американских и британских интернет-СМИ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Агафонова Ольга Игоревна. Белгород: Белгородский гос. нац. ис-кий ун-т, 2012. 23 с. EDN ZORIND.

Бабаева Р. И. Динамические процессы в анималистическом коде культуры носителей немецкого языка // Германистика-2022: nove et nova: Материалы V Международной научной конференции, Москва, 07–09 декабря 2022 года / Редколлегия: А. А. Клиновская [и др.]. М.: Московский государственный лингвистический университет, 2023. С. 29-32. EDN HGRUHI.

Брискина Е. В. Образно-смысловые и структурные особенности немецких фразеологизмов и композитов-идиом с компонентами-зоонимами «Hund» (собака) и «Katze» (кошка) // Филологические науки. Вопросы теории и практики Philology. 2023. Т. 16, № 8. С. 2416-2424. DOI 10.30853/phil20230379. EDN PKDAQA.

Буренкова С. В. Зооморфные образы немецкой и русской фразеологии // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. № 30. С. 29-40. EDN MUVNXZ.

Грищенко В. В. Гуманистический смысл взаимоотношений человека и животных в контексте современной культуры // Аналитика культурологии. 2004. № 2. С. 104-106. EDN QIXVRT.

Едко А. С. Немецкие фразеологизмы с компонентом – зоонимом // Альтернант-2015: Материалы V Международной научно-практической Интернет-конференции «Альтернант-2015», 22-25 апреля 2015 года // [Электронный ресурс]. 2015. – URL: <https://conf.grsu.by/alternant2015/index-53.htm> (дата обращения: 25.12.2023).

Карпенко Е. И. Лингвокультурологические аспекты немецких зооморфных метафор (на материале современной прессы ФРГ): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Карпенко Елена Игоревна. М.: Моск. гос. лингвист. ун-т, 2006. 25 с. EDN ZNRKJF.

Кацитадзе Э. А. Метафоризация зоонимов в немецком языке: специальность 10.02.04 «Германские языки»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Кацитадзе Этери Александровна. Тбилиси, 1985. 20 с.

Керимов Р. Д. Зоометафоры в языке немецкой политики (лингвокогнитивный аспект) // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2013. № 2(22). С. 58-67. EDN QCKDRB.

Кирпичева О. В. Ономастикон рекламного текста: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Кирпичева Ольга Викторовна. Волгоград, 2007. 22 с. EDN MAAIPS.

Макарова О. Ю. Особенности зооморфных фразеологизмов в немецком и русском языках / О. Ю. Макарова, Ж. А. Родыгина, Р. Р. Хасанова // На пересечении языков и культур. Актуальные вопросы гуманитарного знания. 2018. № 15. С. 164-166. EDN YLTOJN.

Миронова И. В. Зоометафора в свете антропоцентричности языка (на материале английской лексики) // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / науч. ред. Н. А. Стернин. Воронеж: [б. и.], 2001. С. 149-151.

Смирнова Н. В. Лингво-культурные особенности фразеологизмов немецкого и русского языков с зооморфным компонентом (собака, заяц и медведь) // Старт в науке: Материалы XIX Международного конкурса научно-исследовательских и творческих работ учащихся «Старт в науке», 24 апреля – 25 июля 2023 года // [Электронный ресурс]. 2023. –URL: <https://school-science.ru/19/3/55435> (дата обращения: 25.12.2023).

Храмова М. Н. Зверь как бренд. Зооморфные образы в сфере рекламы // Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. 2012. Т. 2, № 4. С. 224-231. EDN PYLGUX.

Юрченко Д. В. Структурно-семантические и номинативно-мотивационные свойства зоонимических фразеологизмов немецкого языка: специальность 10.02.04 «Германские языки»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Д. В. Юрченко. Пятигорск, 2001. 16 с. EDN TRJCMZ.

Babaeva R. I. Zoolexemes and Zoo-Phraseological Units in The German and Russian Political Discourses // In N. L. Amiryanovna (Ed.), Word, Utterance, Text: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects, vol 86. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. European Publisher, 2020. P. 53-62. DOI 10.15405/epsbs.2020.08.7.

Chimaira – Arbeitskreis für Human-Animal Studies. Über die gesellschaftliche Natur von Mensch-Tier-Verhältnissen [About the social nature of human-animal relationships]. Transcript Verlag, 2011. 318 p.

DWDS. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache: Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart // [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.dwds.de> (дата обращения: 10.12.2023).

Heuberger R. Die Rolle der Sprache im Mensch-Tier Verhältnis unter besonderer Berücksichtigung des Bildungsbereichs // Interspezies Lernen, Grundlinien interdisziplinärer Tierschutz- und Tierrechtsbildung, 2021. P 233-246.

WORTSCHATZ — Wortschatz Universität Leipzig: Korpus Deutsch // [Электронный ресурс]. – URL: <http://corpora.informatik.uni-leipzig.de>. (дата обращения: 10.12.2023).

References

Agafonova O. I. (2012). The use of metaphors with a zoomorphic component in English-language political discourse: abstract. ... candidate of Philological Sciences: 02.10.04. *Belgorodskii gos. nats. is-kii un-t*, Belgorod, 2012. 23 p. (In Russian).

Babaeva R. I. (2020). Zoolexemes Zoo-Phraseological Andean Units in German and Russian Political Dissourses // In N. L. Amirianovna (Ed.), Word, Utterantse, Tekht: Cognitive, Pragmatic and Cultural Aspects. 86. European Protseedings of Sotsial and Behavioural Stsientses. European Publisher. 53-62. DOI 10.15405/epsbs.2020.08.7.

Babaeva R. I. (2023). Dynamic processes in the animalistic code of culture of native German speakers. *Germanistics-2022: nove et nova: Materialy V Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii*, Moscow. December 07-09, 2022. Moscow State Linguistic University. 29-32. (In Russian).

Briskina E. V. (2023). Figurative-semantic and structural features of German phraseological units and combinations-idioms with combinations-zoonyms "Hund" (dog) and "Katze" (cat). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki Philology*. 16(8): 2416-2424. (In Russian).

Burenkova S. V. Zoomorphic images of German and Russian phraseology. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. 30: 29-40. (In Russian).

Chimaira – Arbeitskreis für Human-Animal Studies. Über die gesellschaftliche Natur von Mensch-Tier-Verhältnissen [About the social nature of human-animal relationships]. Transcript Verlag, 2011. 318 p.

DWDS. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache: Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart. Available at: <https://www.dwds.de> (accessed 10 December 2023).

Edko A. S. (2015). German phraseological units with a zoonym component. *Alternant-2015: Materialy V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi Internet-konferentsii «Alternant-2015»*.

Available at: <https://conf.grsu.by/alternant2015/index-53.htm> (accessed 25 December 2023) (In Russian).

Grishchenko V. V. (2004). The humanistic meaning of the relationship between man and animals in the context of modern culture. *Analitika kulturologii*. 2. 104-106. (In Russian).

Heuberger R. (2021). Die Rolle der Sprache im Mensch-Tier Verhältnis unter besonderer Berücksichtigung des Bildungsbereichs. *Interspezies Lernen, Grundlinien interdisziplinärer Tierschutz- und Tierrechtsbildung*. P 233-246.

Karpenko E. I. (2006). Linguistic and cultural aspects of German zoomorphic metaphors (based on the material of modern German media): abstract. ... candidate of Philological Sciences: 02.10.04. Mosk. gos. lingvist. un-t, Moskva. 25 p. (In Russian).

Katsitadze E. A. (1985). Metaphorization of zoonyms in the German language: abstract. ... Candidate of Philology: 02.10.04. Tbilis. gos. un-t, Tbilisi. 20 p. (In Russian).

Kerimov R. D. (2013). Zoometaphors in the language of German politics (linguistic and cognitive aspect). *Vestnik Permskogo universiteta*. 2(22): 58-67 (In Russian).

Khramova M. N. (2012). The Beast as a brand. Zoomorphic images in the field of advertising. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina*. 2012. 2(4): 224-231. (In Russian).

Kirpicheva O. V. (2007). Onomasticon of the advertising text: abstract. dis. ... candidate of Philology: 02.10.19. Volg. gos. ped. un-t, Volgograd, 22 p. (In Russian).

Makarova O. Y., Rodygina J. A., Khasanova R. R. (2018). Features of zoomorphic phraseological units in German and Russian. *Na peresechenii iazykov i kultur. Aktualnye voprosy gumanitarnogo znaniia*. 15: 164-166. (In Russian).

Mironova I. V. (2001). Zoometaphora in the light of the anthropocentricity of language (based on the material of English vocabulary). *Metodologicheskie problemy kognitivnoi lingvistiki / nauch. red. H. A. Sternin*. Voronezh: [B. I.]. 149-151. (In Russian).

Smirnova N. V. (2023). Linguistic and cultural features of phraseological units of German and Russian languages with a zoomorphic component (dog, hare and bear). *Start v nauke: Materialy XIX Mezhdunarodnogo konkursa nauchno-issledovatel'skikh i tvorcheskikh rabot uchashchikhsia "Start v nauke"*, April 24 – July 25, 2023. (In Russian).

WORTSCHATZ — Wortschatz Universität Leipzig: Korpus Deutsch. Available at: <http://corpora.informatik.uni-leipzig.de>. (accessed 10 December 2023).

Yurchenko D. V. (2001). Structural-semantic and nominative-motivational properties of zoonymic phraseological units of the German language: abstract. ... candidate of Philology: 02.10.04. Piatigorskii gos. lingv. un-t, Pyatigorsk, 16 p. (In Russian).