

RU

## Структурно-грамматические модификации пословиц в немецком публицистическом дискурсе

Шитикова А. В.

**Аннотация.** Цель исследования – установление способов структурно-грамматических преобразований немецких пословиц в публицистическом дискурсе Германии на материале публикаций современных немецких периодических изданий. В теоретической части статьи описаны структурные и грамматические особенности немецких паремий, их коммуникативно-прагматический аспект; в эмпирической части представлены примеры десяти структурно и грамматически модифицированных немецких пословиц: *Kleinvieh macht auch Mist; Einem geschenkten Gaul sieht man nicht ins Maul; Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm; Der Appetit kommt beim Essen; Aller guten Dinge sind drei; Reden ist Silber, Schweigen ist Gold; Viele Köche verderben den Brei; Hunde, die bellen, beißen nicht; Morgenstund hat Gold im Mund; Die Hunde bellen / Der Hund bellt, die Karawane zieht weiter.* Научная новизна статьи заключается в том, что впервые комплексно и систематизированно описаны структурно-грамматические модификации вышеуказанных немецких пословиц для достижения успешной коммуникации. В результате проведенного анализа установлено, что в немецком публицистическом дискурсе представлено всего шесть способов структурно-грамматических трансформаций пословиц. Полученные результаты показали, что в количественном отношении в подавляющем большинстве используются комбинированные виды преобразований.

EN

## Structural and grammatical modifications of proverbs in German journalistic discourse

A. V. Shitikova

**Abstract.** The purpose of the study is to establish ways of structural and grammatical transformations of German proverbs in German publicistic discourse based on the publications of modern German periodicals. The theoretical part of the article describes the syntactic features of German proverbs, their communicative-pragmatic aspect; the empirical part presents examples of nine syntactically and grammatically modified German proverbs: *Kleinvieh macht auch Mist; Einem geschenkten Gaul sieht man nicht ins Maul; Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm; Der Appetit kommt beim Essen; Aller guten Dinge sind drei; Reden ist Silber, Schweigen ist Gold; Viele Köche verderben den Brei; Hunde, die bellen, beißen nicht; Morgenstund hat Gold im Mund; Die Hunde bellen / Der Hund bellt, die Karawane zieht weiter.* The scientific novelty of the article lies in the fact that for the first time, structural and grammatical modifications of the above-mentioned German proverbs are described and analyzed in a comprehensive and systematic manner to achieve successful communication. As a result of the analysis, it was established that in German publicistic discourse there are only six ways of structural-grammatical transformations of proverbs. The results showed that in quantitative terms, the vast majority of combined types of transformations are used.

### Введение

Актуальность исследования обусловлена современными тенденциями в развитии паремиологии, а также возрастающим интересом лингвистов к модифицированию пословичных текстов в публицистическом дискурсе. Высокая коммуникативно-прагматическая эффективность пословиц приводит к их активным преобразованиям. Комплексный анализ как конвенциональных, так и модифицированных пословиц может помочь спрогнозировать схемы и системы их модифицирования. Такого рода исследования дают возможность глубже проникнуть в национальные особенности изучаемого и исследуемого языка, в данном случае немецкого.

Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи: методом сплошной выборки отобрать грамматические, структурные, а также структурно-грамматические формы десяти модифицированных немецких

пословиц в публицистических статьях; методом лингвистического описания выявить качественные свойства пословичных текстов; методом статистической обработки обобщить и систематизировать полученные данные.

Материалом для исследования послужили статьи немецкого публицистического дискурса из современных немецких периодических изданий: *Süddeutsche Zeitung*, *Focus*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Der Spiegel*, *Stern*, *Der Tagesspiegel*, *Die Tageszeitung*, *Die Welt*, *Die Zeit* – на политические, экономические, страноведческие, культурные темы, в которых употребляются десять известных и часто используемых немецких пословиц в структурно-грамматических трансформациях: *Kleinvieh macht auch Mist* (досл. *И от мелкого рогатого скота остается навоз*); *Einem geschenkten Gaul sieht man nicht ins Maul* (досл. *Дареному коню в пасть не смотрят*); *Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm* (досл. *Яблоко от яблони недалеко падает*); *Der Appetit kommt beim Essen* (досл. *Аппетит приходит во время еды*); *Aller guten Dinge sind drei* (досл. *Всех хороших вещей по три*); *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold* (досл. *Говорение – серебро, молчание – золото*); *Viele Köche verderben den Brei* (досл. *Много поваров портят кашу*); *Hunde, die bellen, beißen nicht* (досл. *Собаки, которые лают, не кусают*); *Morgenstund hat Gold im Mund* (досл. *Утренняя пора имеет золото в устах*); *Die Hunde bellen / Der Hund bellt, die Karawane zieht weiter* (досл. *Собака лает, а караван идет*) (здесь и далее – перевод автора статьи. – А. Ш.). Всего обработан и проанализирован 31 пример из 30 статей немецких газет и журналов информационно-политического и социального характера.

Теоретическая база исследования представлена трудами отечественных и зарубежных лингвистов и паремиологов. В. П. Аникин (1957), С. В. Шустова, Е. А. Платонова, Е. А. Шалгина (2017) дают определение пословиц, их назначение и роль для народа и его культуры. В работе А. В. Кунина (1996) представлены основные характеристики пословичных текстов. Важным аспектом исследования явились определение и описание механизмов трансформирования пословиц, что стало возможным благодаря трудам С. И. Гнедаш (2005), М. В. Влавацкой, М. Н. Осолодченко (2024), а также Е. В. Брискиной (2020), которая описала грамматические преобразования пословиц. В своих исследованиях Л. Молнар (2014) и Н. В. Никашина, Н. Д. Супрун (2016) подробно рассмотрели такой способ модифицирования, как аллюзия. Кроме того, учитывалась работа Э. Л. Лазаревой (1989), в которой автор исследует функционирование публицистического стиля.

Автор статьи также использует отечественные и немецкие лексикографические источники:

- Большая российская энциклопедия (БРЭ). 2004–2017. <https://old.bigenc.ru/literature/text/1814073>.
- Фразеологический словарь русского языка / под ред. А. И. Молоткова. М.: Советская энциклопедия, 1968.
- Языкознание. Большой энциклопедический словарь (БЭС) / гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Большая рос. энцикл., 1998.
- Duden: in 12 Bdn. / hrsg. von der Dudenredaktion. Berlin: Dudenverlag, 2013. Bd. 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik.

Практическая значимость исследования состоит в возможности применения полученных данных и выводов в практике преподавания немецкого языка, при составлении теоретических и практических курсов по лингвистике, фразеологии и паремиологии.

## Обсуждение и результаты

Пословицы – особый жанр литературы и фольклористики. Их можно рассматривать как негласный кодекс неписаных законов (Аникин, 1957, с. 7), они являются хранителем информации народа о его традициях, культуре, истории, быте, «обобщают опыт народа, связанный с его социальной практикой» (Шустова, Платонова, Шалгина, 2017, с. 180).

В основе сути пословичного текста лежит суждение (Фразеологический словарь..., 1968, с. 15–16). С применением в коммуникативном акте пословиц раскрывается их как информационная, так и прагматическая суть. Их появление в речи ситуативно. Однако для отождествления информации требуется актив фоновых и общих знаний, соединяющих представителей одного национального общества. Например, *Neue Besen kehren gut* – *Новая метла метет по-новому*. В немецком языке эта пословица означает следующее: когда кто-то получает новое задание или поручение, он поначалу проявляет особое усердие (Duden, 2013, S. 107). В русском языке так мы обозначаем новые методы и подходы в работе и управлении нового начальника. В коммуникации – это итог рассуждений о принципах, действиях, деятельности нового начальства по отношению к работе и подчиненным. В то же время собеседники понимают, что речь идет не о метле и/или способе ее подметания. Помогают это понять их фоновые лингвистические и экстралингвистические знания. При этом становится очевидным, что данное высказывание имеет образный, т. е. переносный, смысл. «Это является одной из важных характеристик пословиц: полная или частичная, т. е. касающаяся одного или нескольких компонентов пословичного выражения, метафоризация образа» (Кунин, 1996, с. 258).

Журналисты часто используют пословицы как яркий стилистический способ не только коммуницирования, но и достижения различных целей, например убеждения адресата в правильности позиции адресанта (Лазарева, 1989, с. 6). Это связано с прагматической направленностью пословичных изречений как в конвенциональном, так и измененном виде. От этого зависит и их локализация: в заголовке, лиде, корпусе статьи, ее антикульминационной части, в кульминации. Кроме константных функций (коммуникативной, номинативной) пословицы всегда реализуют и вариантные (селективную, информирующую, фатическую, прогнозическую, антиципирующую и др.).

Актуализация прагматического потенциала модифицированных пословиц всегда зависит от интеллектуальных усилий адресата (Гнедаш, 2005, с. 16). Чтобы распознать в измененном предложении известное

высказывание, необходим лингвистический и лингвосоциальный опыт. «Свойство вариативности паремииологических единиц можно наблюдать сегодня во многих сферах жизнедеятельности человека, включая СМИ, рекламу, публицистику и т. д.» (Влавацкая, Осолодченко, 2024, с. 117). Как правило, трансформированные паремии при помощи экспликации появляются с привязкой к определенному контексту, к конкретной ситуации.

Если добавочные компоненты вводятся, например, на эвфоническом уровне, то такая новая форма измененной пословицы с использованием языковой игры легко запоминается. Например, *С милым рай и в шалаше, если милый атташе* (Вальтер, Мокиенко, 2005, с. 583). Трансформированные путем параномазии пословицы не только придают контексту выразительность, но и на основе сопоставления смысла и звуковой формы слов усиливают действенность мысли автора, подчеркнув образность высказывания (Языкознание. БЭС, 1998, с. 368).

На наш взгляд, аллюзию также можно отнести к одному из способов структурно-грамматической ломки пословицы. Хотя вопрос остается открытым: если в самостоятельное предложение вплетаются отдельные узнаваемые компоненты пословицы, то речь не идет об изменении структуры пословицы. Однако если пословичные словосочетания употребляются вместе с другими элементами паремии, то возможно говорить о структурно-грамматических преобразованиях пословицы. Словацкий лингвист Л. Молнарова считает аллюзию невидимой информацией, основой которой является свойство языка вызывать коннотативные и ассоциативные значения. Эта фигура речи выражает оценку явления, позицию автора в публицистических экономических текстах (Молнарова, 2014, с. 41).

Н. В. Никашина, Н. Д. Супрун, опираясь на К. Перри, считают, что аллюзия – это скрытая и явная ссылка на известный источник, целью которой является обогащение простого высказывания и всего текста дополнительными сопутствующими опытом и знаниями и их актуализация. «Данный прием повышает эмоциональность и оценочность содержания, а механизм его функционирования схож с механизмом извлечения и актуализации данных, хранящихся в сознании человека» (Никашина, Супрун, 2016, с. 71-72).

По своей грамматической структуре большинство пословиц и поговорок соответствует грамматическим нормам современного немецкого языка, но в них, как и в обычной разговорной речи, могут присутствовать некоторые грамматические отклонения, не влияющие на их воспроизведение и понимание (Брискина, 2020, с. 169).

Структурные и грамматические модификации пословиц в чистом виде встречаются реже, чем комбинированные. К структурным преобразованиям относятся расширение (эксплицирование) или сокращение (имплицирование) пословичного текста. Увеличение осуществляется чаще словами, выражающими отношение автора к происходящему: *eben* (как раз), *unglaublich* (невероятно), *bekanntlich* (как известно) – и/или эмоциональность: *ja* (же), *doch* (все же). Однако в силу грамматических особенностей синтаксического строя немецкого языка, если эти слова появляются в середине предложения, точнее после глагола, то с грамматической точки зрения модификаций не происходит, имеют место только структурные трансформации, а именно экспликация пословичного текста. Например, *Nun, einem geschenkten Gaul schaut man eben nicht ins Maul* (So weit der Trabi fährt // Süddeutsche Zeitung. 23.03.2011. <http://www.sueddeutsche.de/reise/urlaub-in-der-ddr-so-weit-der-trabi-faehrt-1.135858>); *Der Apfel fällt ja auch nicht weit vom Stamm* (Retro-Romantik: Tom Hickox und The Hosts // Süddeutsche Zeitung. 03.04.2014. <https://www.sueddeutsche.de/kultur/musik-retro-romantik-tom-hickox-und-the-hosts-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140402-99-08012>); *Der Appetit kommt bekanntlich beim Essen* («Der Appetit kommt bekanntlich beim Essen» // Der Spiegel. 12.11.1972. <https://www.spiegel.de/politik/der-appetit-kommt-bekanntlich-beim-essen-a-d90b6cde-0002-0001-0000-000042805433>).

Это же касается и употребления пословиц в сложносочиненных предложениях, которые начинаются с союзов, не влияющих на порядок слов: *aber* (но), *denn* (так как), *und* (и), *oder* (или), *doch* (все же). Например, *Doch der faule Apfel fällt nicht weit vom Stamm* (Ibsens «Borkman» in Hamburg: Familie im Bunker // Süddeutsche Zeitung. 22.09.2014. <https://www.sueddeutsche.de/kultur/theater-ibsen-borkman-in-hamburg-familie-im-bunker-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-140922-99-03064>); *...aber Kleinvieh macht auch Mist* (Roth W. Lauwarmer Klimaschutz // Süddeutsche Zeitung. 17.05.2010. <http://www.sueddeutsche.de/politik/plaene-der-grossen-koalition-lauwarmer-klimaschutz-1.768785>).

Если же расширение пословицы происходит в начале предложения самостоятельными частями речи, как правило, это наречия или существительные, то это влияет не только на структуру предложения, но и грамматическую составляющую, т. к. глагол стоит всегда на втором месте в повествовательном предложении. В немецком языке также существуют союзы (или слова-связки), влияющие на порядок слов: *da* (и вот), *dann* (тогда). Например, *Normalerweise verderben ja viele Köche den Brei* (Schlagfertig bis liebenswert // Süddeutsche Zeitung. 21.02.2016. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/wolfratshausen/martin-schmitt-im-hinterhalt-schlagfertig-bis-liebenswert-1.2873507>). / досл. «Обычно все же много поваров портят кашу»; *...und vom hohen Ross schaut man einem geschenkten Gaul nicht ins Maul* (Wie das so läuft auf der Rennbahn // taz. 14.08.2013. <http://www.taz.de/Sommerausflug-Teil-8/!5061228/>). / досл. «И с высокого коня дареному коню в зубы не смотрят»; *...da fällt der Apfel natürlich nicht weit vom Stamm* (Dojring F. Lebensgeschichte // Die Zeit. 05.03.2015. <http://www.zeit.de/2015/10/spiele-lebensgeschichte-10>). / досл. «И вот падает яблоко, конечно, недалеко от корня».

Самой распространенной и частотной структурно-грамматической модификацией немецких пословиц в публицистическом дискурсе является их употребление в придаточном предложении, в котором глагольное сказуемое всегда стоит на последнем месте. Если придаточное предложение стоит перед главным, то главное предложение начинается с глагольной части сказуемого. В публицистическом контексте пословицы появляются в придаточных, а также в главных предложениях, следующих после придаточных, которые вводятся

союзами *dass* (что), *ob* (ли), *weil* (так как), *wenn* (если, когда) и другими. Пословицы являются, с одной стороны, народными изречениями, с другой – экспрессивным средством выражения мысли, позиции. И введение их в нейтральную речь делает язык публицистики более доступным, «своим», максимально приближенным к читателю. Но, кроме того, пословицы – это признак художественной, красочной, фольклорной речи, и такое смешение, сочетание языковых средств в одном предложении привлекает, заинтересовывает и воздействует на адресата определенным, необходимым автору, способом. Например, *Der Spruch, dass viele Köche den Brei verderben, ...* (Karlsruhe fällt Katastrophen-Entscheidung // Süddeutsche Zeitung. 17.08.2012. <http://www.sueddeutsche.de/politik/bundeswehreinsetze-im-inland-karlsruhe-faellt-katastrophen-entscheidung-1.1443401>); *..., weil der Apfel nicht weit vom Stamm fällt* (Teuffel F. Jacques Rogge: „Die Olympischen Jugendspiele sollen den Sport verändern“ // Die Zeit. 05.02.2012. <http://www.zeit.de/sport/2010-07/rogge-olympia-jugendspiele>); *Ob Reden Silber und Schweigen Gold ist, ...* (Stummfilm als Favorit und Gervais als Conférencier // Die Zeit. 13.01.2012. <https://www.zeit.de/news/2012-01/13/film-stummfilm-als-favorit-und-gervais-als-confrencier-13142402>); *Weil auch Kleinvieh Mist macht, ...* (Ohne Fleiß kein Preis – Eifrige Anleger erzielen mehr Rendite // ntv. 23.08.2012. <https://www.n-tv.de/ticker/Geld/Ohne-Fleiss-kein-Preis-Eifrige-Anleger-erzielen-mehr-Rendite-article7037666.html>); *Wenn aller guten Dinge drei sind...* (Wenn aller guten Dinge drei sind // Focus. 11.03.2014. [http://www.focus.de/auto/news/dreirad-roadster-can-am-spyder-wenn-aller-guten-dinge-drei-sind\\_id\\_3678836.html](http://www.focus.de/auto/news/dreirad-roadster-can-am-spyder-wenn-aller-guten-dinge-drei-sind_id_3678836.html)).

Как было сказано выше, коммуникативно-прагматическое функционирование как оригинальных, так и модифицированных пословиц зависит от их локации. Так, например, в конце статьи появление пословицы выступает, во-первых, эмоционально-экспрессивным средством; во-вторых, мощным аргументативным способом подтверждения всего вышеизложенного в статье. Привлекающим внимание приемом является появление пословицы как части сложносочиненного или сложноподчиненного предложения, где вторая часть противоположна по смыслу пословичному тексту. Например, *Übrigens gilt der Spruch, dass viele Köche den Brei verderben, hier ausnahmsweise nicht* (Baedeker R. Ansteckende Euphorie // Süddeutsche Zeitung. 30.12.2015. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/ebersberg/jazz-konzerte-ansteckende-euphorie-1.2801123>). / досл. «Кстати, пословица, что много поваров портят кашу, здесь в виде исключения не работает» (такой вывод делает автор статьи о проведенном джаз-фестивале, в котором принимали участие более 115 музыкантов в разных музыкальных жанрах); *...und wer sagt eigentlich, dass bellende Hunde nicht beißen!* (Pinky Rose. Sie bellen und beißen // Tonträger. 08.11.2006. [https://blog.zeit.de/tontraeger/2006/11/08/sie-bellen-und-beissen\\_232](https://blog.zeit.de/tontraeger/2006/11/08/sie-bellen-und-beissen_232)). / досл. «...и кто, собственно, говорит, что лающие собаки не кусаются!» (этим высказыванием завершается статья о леворадикальной музыкальной группе Knarf Rellöm Trinity и их новом альбоме).

Интересным приемом с использованием структурно-грамматических изменений пословиц являются и описательные трансформации пословиц, а именно употребление их в придаточных определительных предложениях. Узнаваемость пословичных текстов обеспечивается за счет лингвистических и лингвокультурологических знаний реципиента, и тогда последний моментально понимает, о чем идет речь, а также имеет возможность оценить лингвистические, возможно с элементами юмора, способности автора и понять его позицию, отношение к описываемому в статье. Например, *Kleinvieh, das Mist macht* (Löer W. Wie ein AfD-Mann Millionengeschäfte mit dem Bundestag macht // Stern. 31.05.2016. <http://www.stern.de/investigativ/wie-ein-afd-mann-millionengeschaeft-mit-dem-bundestag-macht-6875294.html>). При этом определяемое слово стоит, как и первоначально в пословице, в именительном падеже. Когда таким образом меняется не только структура пословицы, но и форма определяемого слова, то речь идет как о структурно-грамматических модификациях, так и об авторско-стилистических, об умении журналиста соединить воедино и уместно два экспрессивно разных высказывания. Например, *Micro-Payment heißt das erfolgreiche Geschäftsmodell mit dem sprichwörtlichen Kleinvieh, das auch Mist macht* (Ernst N. Goldgrube Gratis-Games // taz. 22.11.2012. <https://taz.de/taz-Serie-Neue-digitale-Spielarten-1/!5078905/>). / досл. «Микро-платежная система обозначает успешную бизнес-модель, что подтверждает пословица *копейка рубль бережет*» (досл. «И от небольших животных остается навоз» (навоз для крестьянина – удобрение, т. е. польза и (или) выгода)); *Da ist das Verhältnis zum Apfel, der nicht weit vom Stamm fällt, ein ganz prekäres* (Graeff F. Regisseur Tobias Rausch über Theater mit Pflanzen: „Der Apfelbaum ist ein Kindermörder“ // taz. 09.04.2010. <http://www.taz.de/Regisseur-Tobias-Rausch-ueber-Theater-mit-Pflanzen/!5144641/>). / досл. «Это отношение к яблоку, которое падает недалеко от корня, очень сомнительное»; *Die Anzahl der Köche, die den Brei verderben, scheint hier noch nicht erreicht zu sein* (Rögener W. So sehen Sieger aus // Süddeutsche Zeitung. 19.05.2010. <http://www.sueddeutsche.de/wissen/die-perfekte-mannschaft-so-sehen-sieger-aus-1.911583>). / досл. «Количество поваров, которые портят кашу, кажется, здесь еще не достигнуто».

К структурно-грамматическим модификациям пословиц относится и изменение глагольной части, а именно употребление его в форме причастия и/или деепричастия, в немецком языке это Partizip I (причастие 1) и Partizip II (причастие 2). Если пословичный глагол трансформирован в причастие, значит, в предложении появляется новое сказуемое, что напрямую влияет на структуру предложения. Например, *Denn mit den Wirten verhält es sich ja oft wie mit den Köchen und ihrem verdorbenen Brei* (Crone Ph. Sechs Wirte – eine Farm // Süddeutsche Zeitung. 21.05.2010. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/kuenstlerhaus-grill-amp-farm-sechs-wirte-eine-farm-1.78585>). / досл. «Потому что с хозяевами это выглядит все же так же, как и с поварами и их испорченной кашей»; *...in der Ökonomik existieren – anders als beispielsweise in der Physik, die eindeutig definieren kann, was mit einem vom Stamm fallenden Apfel passiert – keine absolut und objektiv geltenden Grundgesetze, die zweifelsfrei bestimmen, was richtig und was falsch ist* (Straubhaar Th. 200 Professoren gegen eine Kanzlerin // Stern. 10.07.2012.

<http://www.stern.de/wirtschaft/news/wochenmarkt-die-wirtschaftskolumne-200-professoren-gegen-eine-kanzlerin-1854858.html>). / досл. «...в экономике не существует – иначе, чем, например, в физике, в которой можно однозначно определить, что происходит с падающим с дерева яблоком, абсолютно и объективно работающими основными законами, которые без сомнения определяют, что правильно, а что неправильно». Еще один пример такого способа структурно-грамматического преобразования был приведен выше: *...und wer sagt eigentlich, dass bellende Hunde nicht beißen!* (Pinky Rose. Sie bellen und beißen // Tonträger. 08.11.2006. [https://blog.zeit.de/tontraeger/2006/11/08/sie-bellen-und-beisen\\_232](https://blog.zeit.de/tontraeger/2006/11/08/sie-bellen-und-beisen_232)).

Эти способы модифицирования можно отнести и к такому приему, как аллюзия. Аллюзия (лат. *allusio* – «подыгрывание») – это «намек на литературный текст или на реальное лицо или событие, прямо не названное» (БРЭ, 2004–2017). Намек на пословицу содержится в высказывании в статье „Blaß wie der blasse Eberhard“ о выступлении бургомистра Берлина Эберхарда Дипгена в утренней передаче „Guten Morgen Deutschland!“ («Доброе утро, Германия!»): *Das meiste Gold in der Morgenstund' hatte natürlich Ehrengast Diepgen im Mund* (Kotte. Blaß wie der blasse Eberhard // taz. 07.01.1992. <https://taz.de/!1688162/>). / досл. «Больше всего золота в утренний час имел, конечно, почетный гость Дипген в устах» (в переносном значении: «Конечно, больше всего повезло в этот утренний час ранней пташке – почетному гостю Дипгену»). Сказуемое в пословице употребляется в прошедшем времени, то есть «подгоняется» под ситуацию, а сама пословица *Morgenstund' hat Gold im Mund* распознается по всем ее компонентам. Однако все они расположены в обратном порядке, т. е. отличном от оригинальной формы. И тем интереснее игра слов и воображения автора и читателя. Более того, на наш взгляд, это высказывание с переделанной пословицей имеет оттенок юмора. Безусловно, подобная форма изложения материала журналистами очень импонирует читателям. Намек на известную пословицу содержится и в названии статьи „Viele Köche, kein Brei“ (Tilman Ch. Viele Köche, kein Brei // Der Tagesspiegel. 31.03.2004. <http://www.tagesspiegel.de/kultur/viele-koeche-kein-brei/504098.html>). / досл. «Много поваров и никакой каши». Используя свои лингвистические и культурологические знания, читатель сразу понимает, что речь в статье пойдет об отрицательном результате некоего проекта *kein Brei* и многих его участниках *Viele Köche*. А в другой статье, которая названа некоторыми элементами этой же пословицы, результат непонятен, т. к. обозначен существительным с неопределенным артиклем: „Viele Köche und ein Brei“ (Bartels G. Crowdfunding in der Literatur: Viele Köche und ein Brei // Der Tagesspiegel. 10.10.2013. <http://www.tagesspiegel.de/kultur/crowdfunding-in-der-literatur-viele-koeche-und-ein-brei/8909998.html>). / досл. «Много поваров и каша». И в данном случае речь идет не только о структурной, но и грамматической модификации пословицы. Артикль – это грамматическая категория, однако и он имеет семантическую составляющую. Употребление определенного артикля в пословице означает испорченность той самой каши, которую варили много поваров. В данном же контексте каша символизирует некий, какой-то результат. А какой, станет известно, лишь прочитав статью.

В другой статье о потомственных плотниках Римль, которые живут в горной хижине в австрийском местечке Имст, пословица узнается по двум субстантивным компонентам *Apfel* и *Stamm*: *Wenn man Rimlso da sitzen sieht, fällt einem die Sache mit dem Apfel und dem Stamm ein...* (Prantl D. Yoga auf der Alm // Süddeutsche Zeitung. 27.06.2013. <http://www.sueddeutsche.de/reise/muttekopfhuetten-tirol-yoga-auf-der-alm-1.1706685>). / досл. «Когда видишь, как Римли так сидят, вспоминается случай с яблоком и деревом (яблоней)». Задействована также игра слов в данном примере. Глагол *fällt* в пословице переводится как *падает*; в примере используется этот глагол с частицей и имеет значение «приходить на ум, вспоминать».

К структурно-грамматическим модификациям относится и «вклинивание» в пословицу смыслового глагола. В таком случае происходит изменение структуры предложения: один глагол – изменяемый – стоит на втором месте, второй – в инфинитивной форме – на последнем месте с частицей *zu* перед ним. Например, *Das Sprichwort rät, einem geschenkten Gaul nicht ins Maul zu schauen* (Bögel W. Steinhöring lehnt Geschenk der Telekom ab // Süddeutsche Zeitung. 14.03.2011. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/ebersberg/ausbau-datenleitung-steinhoering-lehnt-geschenk-der-telekom-ab-1.986433>). / досл. «Пословица советует не смотреть дареному коню в пасть».

К грамматической парадигме в немецком языке относятся и модальные глаголы. Появление еще одного глагола в немецком предложении влечет за собой и ломку его структуры. Например, *Die Hunde mögen bellen, die Karawane der Bürokratie zieht vorerst unbehelligt weiter* (Krönig J. Der britische Bürokratiewahn // Die Zeit. 23.10.2010. <http://www.zeit.de/politik/ausland/2010-12/grossbritannien-buerokraten-weihnachten>). / досл. «Собаки, возможно, и лают, караван бюрократии на данный момент идет беспрепятственно дальше».

В двух последующих представленных примерах структура пословиц изменена не только за счет появления модальных глаголов, но и из-за употребления пословичных текстов в придаточных предложениях, в первом примере имеет место и чисто грамматическое преобразование: замена определенного артикля с существительным *Brei* на неопределенный: *Dass viele Köche einen Brei verderben können, ist eine Binse* (Sommer R. Sandra Maischberger dankt für die Blumen // Süddeutsche Zeitung. 07.02.2010. <https://www.sueddeutsche.de/medien/tv-kritik-3-nach-9-im-ndr-sandra-maischberger-dankt-fuer-die-blumen-1.15640>). / досл. «Что много поваров могут испортить кашу – глупость»; *Dass man einem geschenkten Gaul nicht ins Maul schauen soll, ist bekannt* (Bögel W. Lieber laut als teuer // Süddeutsche Zeitung. 17.03.2016. <http://www.sueddeutsche.de/muenchen/ebersberg/vaterstetten-lieber-laut-als-teuer-1.2911778>). / досл. «Что дареному коню не следует смотреть в пасть, известно».

С введением в пословичные тексты модальных глаголов автор высказывает свое отношение к происходящему, подчеркивает неуверенность в настоящем положении вещей, возможность, дает совет.

Вышеуказанные структурно-грамматические модификации представленных в статье пословиц являются основными способами их преобразования в немецкой прессе.

## Заключение

Таким образом, автор делает следующие выводы.

Пословицы являются частотным экспрессивным средством необычного, выразительного, образного выражения мыслей, позиций, взглядов. Они, будучи излюбленным способом достижения различных целей журналистов, появляются в публицистическом дискурсе не только в конвенциональной, но и модифицированной форме. Описание и анализ структурно-грамматических трансформаций десяти немецких пословиц выявил следующие способы их преобразований: расширение компонентного состава, употребление в придаточных предложениях, описание, преобразование вербальной части в причастие, аллюзия, вклинивание модальных глаголов. Однако самый частотный способ преобразования немецких пословиц в публицистическом дискурсе – комбинированные модификации. Это экспрессивное средство реализации целей авторов статей, их авторские изобретения.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в описании и определении прагматического функционирования структурно-грамматических модификаций других наиболее частотно употребляемых в публицистическом дискурсе немецких пословиц.

## Источники | References

1. Аникин В. П. Русские народные пословицы, поговорки, загадки и детский фольклор. М.: Гос. учеб.-пед. изд., 1957.
2. Брискина Е. В. Грамматические особенности немецких фразеологизмов как индикатор их смысловой и структурной целостности // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. Вып. 8.
3. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа. СПб.: Нева, 2005.
4. Влавацкая М. В., Осолодченко М. Н. Репрезентация женской идентичности в немецких неопаремиях с гендерным маркером // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17. Вып. 1.
5. Гнедаш С. И. Провербиальные трансформанты в функциональном стиле прессы и публицистики (на материале немецкоязычной печати ФРГ): автореф. дисс. ... к. филол. н. М., 2005.
6. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. М. – Дубна: Высшая школа; Феникс, 1996.
7. Лазарева Э. Л. Заголовок в газете. Свердловск: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1989.
8. Молнарова Л. Аллюзия как составная часть имплицитной информации в экономических текстах // Грани познания. 2014. № 1 (28).
9. Никашина Н. В., Супрун Н. Д. Аллюзия как стилистический прием в англоязычной литературе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. № 1.
10. Шустова С. В., Платонова Е. А., Шалгина Е. А. Паремийные трансформанты: к вопросу о расширении границ паремииологического пространства // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 6.

## Информация об авторах | Author information



**Шитикова Анжелика Владимировна**<sup>1</sup>, к. филол. н.

<sup>1</sup> Московский государственный институт международных отношений  
Министерства иностранных дел России



**Anzhelika Vladimirovna Shitikova**<sup>1</sup>, PhD

<sup>1</sup> Moscow State Institute of International Relations

<sup>1</sup> [a.shitikova@inno.mgimo.ru](mailto:a.shitikova@inno.mgimo.ru)

## Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 06.04.2024; опубликовано online (published online): 17.05.2024.

**Ключевые слова (keywords):** преобразования немецких пословиц; немецкий публицистический дискурс; структурно-грамматические трансформации пословиц; структурно модифицированные немецкие пословицы; грамматически модифицированные немецкие пословицы; transformations of German proverbs; German publicistic discourse; structural and grammatical transformations of proverbs; structurally modified German proverbs; grammatically modified German proverbs.