**Модификационный потенциал немецкой паремии «Geld allein macht nicht glücklich» в прессе Германии на экономическую тематику**

Пугачева Татьяна Андреевна

Аспирантка Московского государственного института международных отношений, Москва, Россия

Пословицы представляют собой самостоятельный текст, содержащий в себе обобщённый опыт народа. В процессе коммуникации паремии реализуют информативную, когнитивную и прагматическую функции.

Одна из особенностей пословиц состоит в их устойчивости, то есть в неизменном лексико-грамматическом составе. Тем не менее паремии реализуются не только в своей традиционной форме, но и в модифицированной. Этот факт объясняется тем, что носители языка для большей эмоциональности и экспрессивности речи употребляют её модификации. Исходя из этого, можно утверждать, что стабильность – не абсолютный признак паремии [Chrissou: 193].

Разграничим понятия «традиционная» и «модифицированная» формы паремии. Традиционная форма – это форма, зафиксированная в словаре. Модификация пословицы – это её видоизменённая структура. Модификации нередко реализуют «социальный заказ», отражая реалии сегодняшнего дня [Вальтер, Мокиенко: 13].

Модификации паремий могут сохранять смысл традиционной формы, а также его изменять. С.И. Гнедаш в своих трудах различает понятия «вариации» и «трансформации»: варианты пословицы не влияют на её смысл; трансформанты напротив, частично или полностью меняют значение [Гнедаш: 72]. В нашем исследовании мы обращаемся к терминам С.И. Гнедаш. Таким образом, модификации пословичных выражений включают в себя варианты и трансформы.

В настоящее время экономическая ситуация в мире волнует людей, что находит своё отражение в прессе. Для привлечения внимания журналисты применяют в статьях яркие и экспрессивные выражения, в том числе пословичные выражения, которые благодаря своей общеизвестности легко модифицируются.

Проводимое исследование строится вокруг немецкой паремии „Geld allein macht nicht glücklich“ (букв. «Одни только деньги не сделают счастливым»), так как по данным корпуса DWDS в последнее время данная пословица активно употреблялась в немецкой прессе.

В проводимом исследовании проанализировано 50 микроконтекстов с данной пословицей в публицистике в период с 2013 по 2024 гг. В нашем материале в традиционной форме пословица используется 20 раз, а в модифицированной – 30 раз: в виде вариантов – 23, в виде трансформов – 7.

Анализ модификаций пословицы „Geld allein macht nicht glücklich“ начнём с вариантов. Варианты паремии образуются с помощью как грамматических, семантических, так и комбинированных способов модификаций.

1. **Расширение пословичного выражения посредством дополнительных компонентов**

*Natürlich macht Geld allein nicht glücklich* [Focus, 07.06.2024]. – Конечно, одни только деньги не сделают счастливым.

Введение в пословицу факультативных слов таких как auch (также), doch (ведь), eben (как раз, ровно так), bekanntlich (как известно), подтверждающих слов tatsächlich (действительно), natürlich (конечно), усиливает оценочную составляющую пословицы и добавляет экспрессию в высказывание.

2. **Сокращение формы пословичного выражения**

В нашем корпусе сокращение формы представлено только теми случаями, когда опускается пословичный компонент „allein“ («одни»): *Denn was man schon immer wusste, trifft auf Lotto-Hauptgewinner umso mehr zu: Geld macht nicht glücklich* [Berliner Zeitung, 17.12.2004]. – Так как то, что давно известно, ещё более верно в отношении главных победителей лотереи: деньги не делают счастливым.

3. **Изменение грамматической формы пословицы**

Грамматические варианты в нашем материале в большей степени связаны с изменением порядка слов, который вызван использованием дополнительных компонентов. Речь идёт о комбинировании параметров «расширение выражения» и «изменение грамматической формы»: *Die Studie zeigt auch, dass Geld allein nicht glücklich macht* [Focus, 16.10.2020]. – Исследование также показывает, что одни только деньги не сделают счастливым.

Грамматические варианты пословицы также образуются благодаря форме Konjunktiv I: *Immer wieder konnte man die These lesen, die wissenschaftliche Glücksforschung komme zu dem Ergebnis, Geld mache nicht glücklich* [Focus, 30.08.2022]. – Снова и снова можно прочитать тезис о том, что научные исследования на тему счастья приходят к выводу, что деньги не делают человека счастливым.

4. **Субституция компонентов в пословичном выражении**

*Wissenschaftler und Ökonomen auf der ganzen Welt sind sich mittlerweile einig, dass Geld und materielle Güter allein nicht zufrieden machen …* [Focus, 22.11.2018] – Учёные и экономисты всего мира единодушны в том, что одни только деньги и материальные блага не приносят удовлетворения…

Далее перейдём к трансформациям пословицы:

1. **Субституция компонентов в пословичном выражении**

Среди авторских преобразований в нашем корпусе представлен параметр «замена на другое слово»: *Billig allein macht nicht glücklich* [Berliner Zeitung, 10.03.2013]. – Одна только дешевизна не сделает счастливым.

2. **Изменение коммуникативной направленности**

Пословичный трансформ в вопросительном предложении является выразительным эмоциональным языковым средством: *Geld macht nicht glücklich – oder etwa doch?* [Focus, 05.08.2023] – Деньги не делают счастливым, или всё-таки?

3. **Расширение пословичного выражения посредством дополнительных компонентов**

*Ruhm, Geld oder gute Gene machen nicht gleich glücklich…* [Focus, 01.08.2024]. – Слава, деньги или хорошие гены не сделают человека сразу счастливым…

4. **Редукция отрицательного компонента**

*Geld macht glücklich* [Berliner Zeitung, 10.01.2015]. – Деньги делают счастливым.

Итак, в ходе исследования было выявлено, что модифицированная пословица была реализована в 1,5 раза чаще традиционной формы, исходя из этого, можно сделать вывод, что модификационный потенциал пословицы „Geld allein macht nicht glücklich“ довольно велик. Перспектива исследования видится нами в лексикографировании пословицы с учётом специфики современного функционирования в текстах экономической тематики с целью создания учебного словаря наиболее популярных пословичных выражений и их модификаций в экономическом медиадискурсе Германии.

**Литература**

1. Вальтер Х., Мокиенко В. М. Антипословицы русского народа. СПб., 2005.
2. Гнедаш С. И. Провербальные единицы и возможности их трансформации в современном немецком языке // Вестник Чувашского университета. 2010. № 2. С. 1-4.
3. Berliner Zeitung: https://www.berliner-zeitung.de/
4. Chrissou, M. Kontrastive Untersuchungen zu deutschen und neugriechischen Phraseologismen mit animalistischer Lexik. Clemon Verlag, 2000.
5. Das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS): https://www.dwds.de/
6. Focus: https://www.focus.de/