

RU

Функциональные особенности пословицы OHNE FLEIß KEIN PREIS  
в немецкоязычной системе электронной коммуникации

Шитикова А. В.

**Аннотация.** Цель исследования – выделить особенности функционирования немецкой пословицы Ohne Fleiß kein Preis в системе электронной коммуникации Германии, Австрии, Швейцарии. В теоретической части статьи описывается специфика лингвистического аспекта виртуального общения, которое пришло на смену традиционному вместе со своими языковыми законами и правилами; а также роль и место пословичного фонда в новой системе. Во второй части приведены примеры, обозначены цели использования немецкой пословицы в статьях, заметках, сообщениях на сайтах немецкоязычного интернет-пространства. Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе коммуникативно-прагматического потенциала пословицы на просторах Интернета и ее функционирования в этой системе для достижения успешной коммуникации. В результате исследования впервые определены и описаны функциональные особенности немецкой пословицы Ohne Fleiß kein Preis именно на онлайн-платформах немецкоязычных компаний с учетом коммуникативной ситуации, которая оказывает влияние на выбор языковых средств при реализации интенции автора; а также представлены статистические данные и примеры использования паремии в немецкоязычном информационном и деловом пространстве.

EN

Functional features of the proverb OHNE FLEIß KEIN PREIS  
in the German-language electronic communication system

Shitikova A. V.

**Abstract.** The aim of the study is to identify the features of the functioning of the German proverb ‘Ohne Fleiß kein Preis’ in the electronic communication system of Germany, Austria, Switzerland. The theoretical part of the paper describes the specifics of the linguistic aspect of virtual communication, which has replaced the traditional one with its own language laws and rules; as well as the role and place of the paralogical stock in the new system. In the second part, the examples are given and the purposes of using the German proverb in articles, posts, and messages on the sites of the German-speaking Internet space are indicated. The scientific novelty of the study lies in carrying out a comprehensive analysis of the communicative-pragmatic potential of the proverb on the Internet and its functioning in this system for successful communication. As a result of the study, it is on the online platforms of German-speaking companies and taking into account the communicative situation influencing the choice of linguistic means when implementing the author’s intention that the functional features of the German proverb ‘Ohne Fleiß kein Preis’ have been identified and described for the first time. In addition, statistical data and examples of the use of the paroemia in the German-speaking information and business space have been presented.

## Введение

Актуальность темы исследования обусловлена увеличением роли Интернета в жизни общества. На смену реальной коммуникации пришла виртуальная со своими лингвистическими правилами и законами.

В системе виртуальной коммуникации язык используется с преобразованиями на разных уровнях. Интернет является платформой креативной реализации языка, подчиняясь при этом определенным нормам коммуникативной стратегии: экономии языковой деятельности, ясности и четкости, а также выразительности представления или передачи информации. С этой целью пословицы появляются не только в публицистическом дискурсе в статьях, написанных профессиональными журналистами или авторами, но и на личных страницах пользователей Интернета, в непрофессиональных блогах, а также на сайтах компаний, занимающихся разной

деятельностью. В статье речь идет о пословице *Ohne Fleiß kein Preis*, в основу образа которой заложен положительный образ трудолюбия. Актуальность статьи обусловлена важностью определения цели появления пословицы на просторах Интернета и ее функционирования в этой системе.

Для достижения указанной цели исследования решены следующие задачи: отобран лексический материал, релевантный цели исследования; выделены прагматические задачи реализации данной пословицы в системе виртуального пространства и определены ее функциональные особенности. Материалом для данного исследования послужили: Энциклопедический словарь. Психология общения (под общ. ред. А. А. Бодалева. М., 2011), немецкий словарь Duden (in 12 Bdn. / hrsg. von der Dudenredaktion. Dudenverlag. Berlin, 2013. Bd. 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik), а также статьи, информационные и рекламные заметки на сайтах немецкоязычных компаний, занимающихся разными видами деятельности. Предмет исследования – прагматическая реализация немецкой пословицы *Ohne Fleiß kein Preis* на сайтах немецкоязычных компаний. Таким образом, для статьи отобрано и проанализировано 43 примера, 26 из которых представлены в данной статье.

Для достижения поставленной цели были использованы следующие методы лингвистического исследования: метод лингвистического описания, с помощью которого можно интерпретировать, обобщать, сопоставлять, классифицировать функциональные возможности вышеуказанной пословицы; метод семантического анализа, который позволил выявить закономерности между семантикой изучаемых единиц и формой их выражения; метод ситуативно-контекстуального анализа, который учитывает ситуативную детерминацию пословицы, а также метод статистической обработки и обобщения полученных данных.

Для решения поставленных задач была использована теоретическая база, представленная трудами, в которых рассматриваются проблемы речевой и виртуальной коммуникации (Соколов, 2002; Горошко, 2007; Шаброва, 2017), описываются основные способы функционирования пословиц и поговорок (Кунин, 1996; Караулов, 2010; Петрова, 2020).

Практическая значимость работы: материалы исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении спецкурсов и спецсеминаров по теоретическому, германскому языкознанию. Полученные данные могут найти применение в процессе учебно-методической деятельности при создании учебников, учебных пособий по немецкой, русской и сопоставительной фразеологии.

## Обсуждение и результаты

Современный мир немаловажен без Интернета, который является неотъемлемой частью личной жизни, бизнеса, управления, образования, развлекательной сферы и др. и на сегодняшний день самым популярным инструментом и средством размещения информации и виртуальной коммуникации. «Виртуальная коммуникация – это общение с удаленным партнером или группой, опосредствованное компьютером и телекоммуникационными системами» (Энциклопедический словарь..., 2011, с. 362).

Виртуальная коммуникация возникла «из потребностей пространственно-временной оптимизации межличностного» и делового общения (Глухов, Булатова, 2017, с. 83). Интернет образует особую коммуникативную среду, в которой коммуникация и средства ее осуществления приобретают ведущую роль. Целью любой коммуникации, в том числе и виртуальной, является передача и получение (новой) информации, развлечение, воздействие на коммуникантов, а также установление, развитие и поддержание отношений.

Естественно, на этой виртуальной площадке существуют свои законы создания, передачи информации, ее функционирования, а также законы коммуникации.

А. В. Соколов (2002, с. 103) выделяет в современном мире три вида коммуникации: устную, документную, электронную – и считает, что электронная коммуникация успешно может заменить все функции устной и документной: мнемическую, функцию распространения смыслов в социальном пространстве, ценностно-ориентационную, художественно-эстетическую функцию документов, товарную, мемориальную, познавательную, гедонистическую, представительскую, а также социально-прагматические функции (образовательную, идеологическую, вспомогательную, бюрократическую), функцию личных реликвий, индивидуально-пользовательскую.

В системе цифровой коммуникации между получателями и отправителями сообщений возникают особые отношения, которые определяются теми ролями, которые обе стороны на себя принимают.

Важным условием успешной коммуникации является четкое представление о том, кому адресовано сообщение, то есть о целевой аудитории. Виртуальная коммуникация особенно привлекательна для референтных групп благодаря таким характеристикам, как «дистантность и относительная свобода от определенных социально-нормативных аспектов идентичности» (Шаброва, 2017, с. 87). Для разных сфер коммуникации выполнение этого условия означает разные способы ее реализации. Так, например, в открытом как письменном, так и устном сообщении или в публичном выступлении важно понимать, каков социологический состав аудитории с точки зрения проблем, волнующих в данный момент зрителей или слушателей. Поэтому одним из советов для успешной деловой коммуникации в виртуальном пространстве является следующий: при выборе языковых средств можно учитывать, но не пытаться установить, кто и как будет пользоваться информацией из открытого сообщества, следовательно, необходимо быть внимательным, используя определенные средства коммуникации (слова, фразы и т. д.) (Бергельсон, 2002, с. 59).

Можно говорить о появлении нового стиля в коммуникации – стиля интернет-общения со своими особенностями. Наиболее значимые из них выделяет Е. И. Горошко: «Смешение речевых стратегий, компьютерный

сленг, элементы которого переходят в общепотребительную лексику; возрождение эпистолярного жанра (что четко демонстрирует постоянно растущая популярность живых журналов и всей блогосферы Сети в целом); игровые условия коммуникации в виртуальном пространстве; интер- и гипертекстуальность» (2007, с. 225).

Возникновение нового стиля интернет-коммуникации связано с изменениями языка, который используется на просторах Интернета, с преобразованиями на лексическом, морфологическом, синтаксическом уровнях, а также на уровне выстраивания коммуникативных стратегий и тактик. Таким образом, система виртуальной коммуникации является платформой творческой реализации языка, лингвистической самореализации личности. Несмотря на «полет» лингвистической фантазии, реализация языковых средств в Интернете подчиняется некоторым принципам коммуникативной стратегии: экономии языковой деятельности, ясности и четкости, а также выразительности представления или передачи информации.

Все вышеизложенное подтверждает двуплановость системы электронной коммуникации: с одной стороны, расширение возможностей, с другой – создание некоторых ограничений. Получатели и отправители сообщений принимают на себя определенные роли, которые влияют на содержание и на языковую форму посылаемых сообщений. Поскольку одной из основных характеристик и свойств Интернета является молниеносное расширение сферы его использования и влияния, это находит отражение в первую очередь в лингвистических аспектах цифровой коммуникации. Чтобы передача и получение информации были не только быстрыми, но и удобными, возникают новые лингвопрагматические правила и законы. Речь идет об экономии языковых средств и усилий обеих сторон коммуникативного акта. Так, рекомендуется при передаче информации в виртуальном медиапространстве составлять короткие предложения. Такой прием экономит усилия как адресата, так и адресанта, поскольку простые предложения легче составлять и анализировать. Более того, поскольку речь идет о цифровой коммуникации, то информация передается и получается посредством электронных устройств – мобильного телефона, смартфона, планшета, компьютера и т. д. Простые и короткие предложения легче воспринимаются и анализируются, когда они полностью находятся в зрительном поле, то есть в пределах экрана телефона, планшета и т. д.

Часть пословичного фонда представляет собой высказывания в форме простого, часто распространенного, предложения. Например: *Frisch gewagt ist halb gewonnen* (Смелость города берет), *Besser spät als nie* (Лучше поздно, чем никогда), *Übung macht den Meister* (Повторение – мать учения), *Dem geschenkten Gaul sieht man nicht ins Maul* (Дареному коню в зубы не смотрят), *Viele Köche verderben den Brei* (У семи нянек дитя без глаза), *Über Geschmack lässt es sich nicht streiten* (На вкус и цвет товарища нет).

В результате исследования было установлено, что пословицы, которые являются культурным фондом любого языка, играют немаловажную роль в системе виртуального медиапространства. Пословицы занимают особое место в культуре и языке любого народа. Возникнув еще в древности, они сопровождают общество на всем протяжении его развития и в разных его проявлениях. Они охватывают и очень точно характеризуют все сферы жизни и деятельности человека: историю, культуру, труд, любовь, дружбу, финансы и т. д. Пословицы всегда являлись излюбленным языковым средством журналистов благодаря своей лаконичности, точности, экспрессивности. На просторах Интернета пословичные тексты также часто появляются: в публицистическом дискурсе в статьях, написанных профессиональными журналистами или авторами. Интересен факт употребления пословиц и на личных страницах пользователей Интернета или в непрофессиональных блогах, а также на сайтах компаний, занимающихся разной деятельностью. Это свидетельствует о том, что пословицы созданы народом, живут в народе и употребляются народом. Хотя справедливости ради необходимо отметить, что в последние десятилетия пословичные тексты «переживают» не самые лучшие времена. В языке наблюдаются две тенденции: с одной стороны, с развитием интернет-технологий, сверхскоростной передачи и получения информации каждый язык стремится к сокращению, экономии своих средств. Для общения, прежде всего в виртуальном пространстве, теперь зачастую не нужно строить полные и сложные предложения. Эти процессы не всегда положительно отражаются на образовательных способностях учащихся, которые значительную часть времени проводят именно в виртуальном, а не реальном пространстве и которые не считают нужным запоминать не только большие сложные предложения, высказывания, но и лишнюю, как им кажется, информацию. Поэтому, к сожалению, нечасто можно услышать из уст представителей молодого поколения пословичные тексты. С другой стороны, пословицы – вечная лингвистическая ценность народа, их употребляют столетия и будут употреблять всегда, потому что это наказ, назидание предков, мудрость и совет жизни. Подтверждением этого является частое появление пословиц в современном мире в новой реальности. Коммуникативно-прагматические функции пословичных текстов в системе цифровой коммуникации мало отличаются от их функций в художественном, публицистическом, разговорном дискурсах. Основные, или константные, функции присущи пословицам в любом типе коммуникативного акта. К ним относятся: номинативная, т. е. называющая, или обозначающая элементы реального мира с его разнообразными явлениями и ситуациями; коммуникативная, т. е. состоящая в передаче или обмене информацией; и познавательная, выражающаяся в осознании и «социально-детерминированном отражении» элементов окружающего мира и явлений (Кунин, 1996, с. 111-119).

Вариативные функции лингвист подразделяет на две группы: семантическую, в которую входят волеизъявительная, дейктическая и результативная функции; и прагматическую, разновидностями которой являются стилистическая, кумулятивная, директивная, оценочная, фатическая, резюмирующая функции и функция подтверждения мысли (Кунин, 1996, с. 111-119). Их прагматические функции обусловлены ситуативно и локализационно, содержат «одновременно генерализирующие и ситуативно-оценочные возможности» (Караулов, 2010, с. 231). К особым функциям пословиц относятся культурно-познавательная (Петрова, 2020) и аргументативная, т. е. пословица как аргумент (Зиненко, 2019).

В процессе коммуникативного акта автор, употребляя пословичное выражение, преследует определенные цели: объяснить, исследовать, доказать, побудить к размышлению, возможно, даже к действию и др. Помимо экспрессивной составляющей, пословицы являются основой «для усиления и подкрепления приводимых аргументов» (Röhrich, Mieder, 1977, S. 108). И именно анализирование коммуникативных, функциональных, прагматических ресурсов пословиц дает возможность определить интенции и задачи их использования.

В данной статье рассматривается функционирование немецкой пословицы *Ohne Fleiß kein Preis* в оригинальной форме в системе виртуальной коммуникации немецкоязычных стран. Наиболее активно она реализуется в медиапространстве северной части Германии, а также Австрии и Швейцарии. Дословно она переводится: «Без прилежания нет приза». Согласно словарю Duden (2013, S. 225), она имеет следующее значение: чтобы чего-то достичь, надо приложить усилия. В русском языке существует эквивалент: *Без труда не вытащишь рыбку из пруда*. В виртуальном немецкоязычном медиапространстве пословица была обнаружена 169 раз: 90 – в публицистическом дискурсе, т. е. в электронной версии немецкоязычной «качественной» прессы, и 79 раз – на информационно-рекламных порталах, на сайтах немецких, австрийских и швейцарских компаний, работающих в области спорта, образования, строительства, финансов, литературы, повседневной жизни и т. д. В оригинальной форме – 34 раза, 9 раз – как часть сложного предложения.

В большинстве случаев пословица реализуется в заголовках статей, 6 раз – в корпусе статьи, 1 раз – в конце. Пословица в конвенциональной форме размещена как надпись на футболках (FITNESS QOUTE “OHNE FLEISS KEIN PREIS” Essential T-Shirt. URL: <https://www.redbubble.com/i/t-shirt/FITNESS-QOUTE-OHNE-FLEISS-KEIN-PREIS-by-saidjouwad/13311780.88ZX2>), информация о продаже которых и была обнаружена в виртуальном пространстве Германии; в названии четырех книг, одна из которых опубликована на сайте Федерального министерства по делам детей и молодежи Германии; в названии передачи на сайте немецкой теле- и радиокomпании ARD; в названии короткометражного фильма 1937 года (*Ohne Fleiß kein Preis. Deutschland 1937. Kurz-Spielfilm*. URL: [https://www.filmportal.de/film/ohne-fleiss-kein-preis\\_007cbfc0faa54f4a8fffe0f0adb746fc](https://www.filmportal.de/film/ohne-fleiss-kein-preis_007cbfc0faa54f4a8fffe0f0adb746fc)). Это свидетельствует о народной популярности пословицы, об уверенности в том, что вещь с надписью пословицы, книга, передача с названием – дело прибыльное. О распространенности и известности пословицы говорит и факт ее употребления на сайте известного не только в Германии, но и в России и других странах Гете-Института, где речь идет об изучении немецкого языка, в частности о том, что не всегда легко выучить определенные словосочетания на немецком языке, но, как известно: «Без труда не вытащить и рыбку из пруда» (Goethe-Geschichten #6. URL: <https://www.goethe.de/ins/in/de/spr/unt/kum/gpo/gge/ofk.html>). Кроме того, использование сентенции в СМИ (в печати, на телевидении) еще раз подчеркивает важную черту нации – усердие и трудолюбие. О том, что это высказывание не только «сидит» в подсознании немцев, но и является одним из самых главных жизненных принципов, говорится и на сайте психологической помощи (Kanacher B. Lernen Sie die Wirkung von Redewendungen kennen: Ohne Fleiß, kein Preis! URL: <https://www.experto.de/businessstipps/lernen-sie-die-wirkung-von-redewendungen-kennen-ohne-fleiss-kein-preis.html>). Правда, в статье психолог пытается донести до читателя мысль, что в современном мире такая установка может навредить и в карьере, и в жизни.

В одном швейцарском журнале по подбору персонала пословицей озаглавлены три статьи *Ohne Fleiß kein Preis* (Anske H. Ohne Fleiss kein Preis. URL: <https://hrtoday.ch/de/article/selbstoptimierung-sport>). В первой автор сравнивает рутинную работу в офисе с достижениями в спорте. На первый взгляд эти два явления не имеют ничего общего. Но это не так. Чтобы праздновать победу, считаться успешным и знаменитым спортсменом, необходимо много и упорно трудиться. Рутинная работа в офисе – это тоже труд, хотя и в другой области. За эту работу не положено ни призов, ни славы. Но выплачивается зарплата. В любом случае: чтобы что-то получить, надо приложить усилия. В другой статье о силе и власти подсознания эксперт в области человекопознания подчеркивает необходимость определения принципов труда человека, одним из которых является *Ohne Fleiß kein Preis*. В третьей статье *Internes Employer Branding ist von unschätzbarem Wert* (букв. «Внутренний брендинг работодателя бесценен» (здесь и далее – перевод автора статьи. – А. Ш.)) руководители компаний Schaffhausen, Electrolux и немецкого фонда Pfennigparade рассказывают, почему его также следует использовать внутри компании и что для этого делают руководители персонала. По мнению одного из руководителей, компании делают многое, чтобы привлечь сотрудников, но мало, чтобы сохранить их, а для этого необходимо приложить усилия.

Второй раз в статьях пословица часто употребляется в качестве девиза, слогана, под которым достигаются высокие результаты в разных областях: учебе, спорте, музыке, даже в природе. Так реализуется текстообразующая функция пословицы. Такой прием автора не только убеждает адресата в правильности своего утверждения, но и связывает в единое целое все части статьи. Например, пословица используется в статье о местных героях спорта города Мюльхайм-на-Руре (Северный Рейн – Вестфалия) в разных дисциплинах. Пословицей озаглавлена часть статьи, и второй раз она появляется в качестве слогана. Пословицу как девиз использует и Дарио Колонья, швейцарский лыжник, четырехкратный олимпийский чемпион: «Ob im Sport oder im Beruf: Ohne Fleiss kein Preis» (досл. «В спорте ли или в профессии: “Без труда не вытащишь рыбку из пруда”»), – говорит он в своем интервью на швейцарском автомобильном сайте AutoEnergieCheck, чьим лицом является именитый олимпиец. Он считает, что как спортсмены, так и предприниматели должны много работать по принципу *Ohne Fleiß kein Preis*, поэтому статья так и называется *Ob als Sportler oder Unternehmer: «Ohne Fleiss kein Preis»* (досл. «Спортсмен ли, предприниматель ли: “Без труда не вытащишь рыбку из пруда”») (Dario Cologna im Interview. Ob als Sportler oder Unternehmer: «Ohne Fleiss kein Preis» // [autoberufe.ch](https://www.autoberufe.ch). 23.04.2018. URL: <https://www.autoberufe.ch/de/news/news-archiv/ob-als-sportler-oder-unternehmer-ohne-fleiss-kein-preis>).

С этой же целью два раза пословица появляется и на сайте швейцарского журнала про лошадей – в названии и корпусе статьи о наезднике мирового уровня Маркусе Фуксе (PferdeWoche. URL: <https://www.pferdewoche.ch/news/ausgaben/article/ohne-fleiss-kein-preis/>), который всегда работал и работает по принципу *Ohne Fleiß kein Preis*.

Также пословица появляется два раза на сайте немецкого радио Deutschlandfunk: в подзаголовке и корпусе статьи об усердии и стараниях беженцев в Германии (Petermann A. Arbeit für Flüchtlinge. Ohne Fleiß kein Preis // Deutschlandfunk. 15.09.2016. URL: <https://www.deutschlandfunk.de/arbeit-fuer-fluechtlinge-ohne-fleiss-kein-preis-100.html>). Причем второй раз пословица употребляется с восклицательным знаком, подчеркивая, во-первых, еще раз правильность темы, обозначенной в подзаголовке; во-вторых, привлекая внимание читателя эмоциональностью, экспрессивностью высказывания.

Иногда действие пословицы в заголовке подкрепляется употреблением главных ее компонентов в корпусе статьи. Например, о многочисленных заслугах ректора Университета Бамберг (Бавария) повествует статья *Ohne Fleiß kein Preis* (Achter P. Ohne Fleiß kein Preis. Abschiedsfeier für langjährigen Vizepräsidenten Sebastian Kempgen // Universität Bamberg. 03.11.2017. URL: <https://www.uni-bamberg.de/presse/pm/artikel/abschied-vize-kempgen>) на странице университета. В начале статьи приведены многочисленные примеры прилежания и работоспособности ректора. Слово *Fleiß* еще раз подчеркивает правомерность и правильность употребления пословицы в контексте данной ситуации.

В названии статьи *Wie Sie mit Faulheit mehr erreichen als mit Fleiss* (досл. «Как Вы с ленью достигаете больше, чем с прилежанием») на сайте швейцарской компании по обучению менеджменту (Knüsel W. Wie Sie mit Faulheit mehr erreichen als mit Fleiss // worksmarter. 14.02.2021. URL: <https://work-smarter.ch/blog/aktuell/showData/wie-sie-mit-faulheit-mehr-erreichen-als-mit-fleiss>) употребляются два противоположных по смыслу слова *Faulheit* (лень) и *Fleiss*. Автор рассказывает о своей первой работе. В то время, как один из его коллег работал спустя рукава, он считался ленивцем (fauler Hund), но в конце месяца его план по продажам превышал на несколько процентов план автора. Все дело было в том, что, по словам самого коллеги, он работал *zielorientiert* (целенаправленно). Все остальное он просто игнорировал. В данном случае девиз – принцип «*Без труда не вытащишь рыбку из пруда*» – не всегда приносит желаемый результат, т. к. длительность рабочего времени не означает его эффективность (по статистике, около 30% рабочего времени проводится непродуктивно). И далее автор дает советы по эффективному использованию рабочего времени и как достигать результат без напрасного усердия и напряжения. Эффективность достигается тем, что, во-первых, надо делать дела правильно, во-вторых, надо делать правильные дела. Благодаря употреблению известного прецедентного текста речь статьи становится живой, привлекательной и знакомой. А явный намек на пословицу в заголовке связывает тему и мысли, изложенные в статье, в единое целое. Об отсылке к сентенции свидетельствуют существительное *Fleiss*, глагол *erreichen* (достигать), словосочетание (предлог плюс существительное) *mit Faulheit* (с ленью). Последний указанный компонент можно рассматривать как замену или как смысловой синоним первой части пословицы, словосочетания *ohne Fleiß* (без усердия). Такая «игра» с компонентами пословицы привлекает внимание читателя сразу, при прочтении одного лишь заголовка, и мотивирует адресата на прочтение всей статьи (или ознакомление с ней).

Шесть раз пословица появляется в корпусе статьи. Например, на сайте женского журнала Für Sie («Для Вас») в статье *Die außergewöhnlichsten Ideen für Foto-Shootings* (досл. «Самые необычные идеи для моментальных фото») (Die außergewöhnlichsten Ideen für Foto-Shootings // Für Sie. 23.12.2022. URL: <https://www.fuersie.de/lifestyle/die-ausssergewoehnlichsten-ideen-fuer-foto-shootings-11271.html>). В статье даются советы по фотографированию, чтобы получились хорошие моментальные фото. Хотя для хорошего результата необходимо много и прилежно трудиться, фотографирование – это в большей степени искусство, поэтому в этом деле нужны увлеченность, самоотдача и креативность. Автор как бы противопоставляет физический и духовный труд.

На новостном портале города Розенхайма (Бавария) в разделе «Астрология» опубликован прогноз для всех знаков зодиака на 2023 год. Астролог считает, что в следующем году, чтобы «взошло семя, которое Вы посадите», надо приложить старания (Kreitmeir R. Liebe, Beruf & Gesundheit: Das große Jahreshoroskop für das Power-Mars-Jahr // rosenheim24.de. 01.01.2023. URL: <https://www.rosenheim24.de/bayern/exklusives-horoskop-liebe-beruf-gesundheit-das-grosse-jahreshoroskop-fuer-das-power-mars-jahr-91943578.html>).

Лишь один раз пословица появляется в конце статьи, в ее кульминационной части: на сайте спортивного сообщества «Рок-н-ролл» г. Фрайбурга (Баден-Вюртемберг) в статье *Ohne Fleiß kein Preis – Nicole und Sven's erste B-Klasse Saison* (досл. «Без труда не вытащишь рыбку из пруда – первый сезон в категории В Николь и Свена») (Ohne Fleiß kein Preis – Nicole und Sven's erste B-Klasse Saison. 2018. URL: <https://www.rocknroll-emotions.de/ohne-fleiss-kein-preis-nicole-und-svens-erste-b-klasse-saison/>) о достижениях спортивной пары Николь и Свена, которые весь сезон тренировались под девизом *Ohne Fleiß kein Preis*, что позволило этой паре перейти из категории В в категорию С. Употребление пословицы дважды: в заголовке и в конце статьи – резюмирует все вышеизложенное и подтверждает еще раз правильность высказывания «Без труда не вытащить рыбку из пруда». Таким приемом автор логично, лаконично и одновременно экспрессивно заканчивает свое повествование.

Часто пословица используется как часть заголовка: первая или вторая. Например, одна из них – заметка на сайте Международного олимпийского комитета *Ohne Fleiß kein Preis: Nevilles Bronze über 400 Meter* (досл. «Без туда не вытащишь рыбку из пруда: бронзовая медаль Невилла на дистанции 400 метров»), опубликованная под видео, рассказывает о бронзовой медали спринтера Дэвида Невилла, который прыгнул к финишной черте и стал олимпийским призером Пекина-2008 в беге на 400 метров (Ohne Fleiß kein Preis: Nevilles Bronze über

400 Meter. URL: <https://olympics.com/de/video/ohne-fleiss-kein-preis-nevilles-bronze-uber-400-meter>). Заголовок состоит из двух частей, и первая, и вторая сразу вводят читателя в тему заметки: трудолюбие и бронзовая медаль на олимпиаде как достигнутый упорным трудом результат. Таким образом, автор «убивает двух зайцев»: сообщает сразу две темы статьи, одна из которых – приложение усилий для достижения результата.

14 статей посвящены теме «Работа», например, на сайте компании Glasklar Wagner, которая занимается профессиональной уборкой в г. Касселе (Северный Гессен) (OHNE FLEISS KEIN PREIS. URL: <https://fensterreinigung-kassel.de/ohne-fleiss-kein-preis-%F0%9F%A5%87/>), в названии заметки употребляется пословица как указание, подтверждение усердного труда при очищении, удалении застарелой грязи на окнах, террасах, фасадах зданий. Или на швейцарском сайте авторемонта статья *Ohne Fleiß kein Preis* (URL: <https://hallauer-ag.ch/ohne-fleiss-kein-preis/>) рассказывает о соревнованиях учеников автосервиса и получении награды за трудолюбие.

Девять статей посвящены теме «Спорт». Например, на швейцарском сайте боевых искусств AZEM пословицей названа заметка о поваре известного швейцарского ресторана, который упорно тренируется в школе боевых искусств (OHNE FLEISS KEIN PREIS. 05.07.2015. URL: <https://www.azem.ch/thaiboxen/ohne-fleiss-kein-preis/>).

Заметка *Ohne Fleiß kein Preis* (URL: <https://ttc-langweid.de/ohne-fleiss-kein-preis>) на сайте клуба настольного тенниса в г. Лангвайде (Бавария) повествует об успехах молодежной сборной города по настольному теннису.

Заметки с названием *Ohne Fleiß kein Preis* также встречаются на сайтах компаний, которые занимаются разной деятельностью: музыкой, предпринимательством, дизайном, разведением животных, авторемонтом.

Значение пословицы базируется на трудолюбии, поэтому основа всех статей с заголовком пословицы – усердие, которое приводит к вознаграждению. И это касается не только работы, а многих сфер жизни, существования не только человека, но и природы. Тематика статей с использованием пословицы и ее вариантных форм разнообразна: спорт (фитнес, теннис, гандбол, футбол, боевые искусства, конный спорт), хобби (охота, фото, коллекционирование открыток), музыка, путешествия, психология, образование, экология, природа (растения и животные).

## Заключение

В результате исследования материала были решены поставленные в работе задачи: определены и описаны функциональные особенности немецкой пословицы *Ohne Fleiß kein Preis* на онлайн-платформах немецкоязычных компаний с учетом коммуникативной ситуации, которая оказывает влияние на выбор языковых средств при реализации интенции автора.

Таким образом, сделаны выводы о том, что:

1. Кардинальные изменения в мире, новые тенденции в обществе, культуре, экономике отражаются в любом языке. Но несмотря на все современные тенденции, есть незыблемые традиции, неоспоримые и вечные истины, которыми и являются пословицы. В современном языке пословицы так же употребляются, как и раньше. Они являются популярным языковым средством как профессиональных журналистов, лингвистов, так и непрофессиональных авторов и сочинителей. Популярность пословицы *Ohne Fleiß kein Preis* на просторах немецкоязычного виртуального пространства неоспорима.

2. В системе виртуального пространства пословица *Ohne Fleiß kein Preis* обнаружена в большинстве случаев в заголовках заметок, статей, интервью, блогов на информационно-рекламных порталах, на сайтах немецких, австрийских и швейцарских компаний, работающих в разных сферах, а именно: из 43 раз – 30. Шесть раз пословица появляется в статьях дважды: в заголовке и корпусе; шесть раз – только в корпусе и один раз – в кульминационной части статьи. Каждый раз употребление данного пословичного текста реализует коммуникативно-ситуативные и стилистические функции: текстообразующую, кумулятивную, директивную, оценочную, фатическую, резюмирующую, экспрессивную.

Перспективы дальнейшего исследования проблемы мы видим в более детальном изучении прагматического потенциала не только оригинальной, но и модифицированной пословицы.

## Источники | References

1. Бергельсон М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестник Московского университета. Серия «Лингвистика и межкультурные коммуникации». 2002. № 1.
2. Глухов А. П., Булатова Т. А. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения: трансформация и диффузия фреймворков коммуникации (кейс томских студентов) // Siberian Socium. 2017. Т. 1. № 2.
3. Горшково Е. И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. тр. конф. Орел: Картуш, 2007. Вып. 5.
4. Зиненко П. В. Функционирование пословицы как аргумента в политических речах А. Меркель и В. В. Путина // Дневник науки. 2019. № 2.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: ЛКИ, 2010.
6. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. М. – Дубна: Высшая школа; Феникс, 1996.
7. Петрова С. М. Психологические функции пословиц в жизни и деятельности личности // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. Т. 8. № 3.

8. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002.
9. Шаброва Л. Е. Виртуальная коммуникация современного информационного общества // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Философские науки». 2017. № 4.
10. Röhrich L., Mieder W. Sprichwort. Stuttgart: Metzler, 1977.

#### Информация об авторах | Author information

**RU****Шитикова Анжелика Владимировна**<sup>1</sup>, к. филол. н.<sup>1</sup> Московский государственный институт международных отношений  
Министерства иностранных дел России**EN****Shitikova Anzhelika Vladimirovna**<sup>1</sup>, PhD<sup>1</sup> Moscow State Institute of International Relations<sup>1</sup> [anbogdanova@yandex.ru](mailto:anbogdanova@yandex.ru)

#### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 09.05.2023; опубликовано (published): 10.07.2023.

**Ключевые слова (keywords):** пословицы; медиапространство; виртуальная коммуникация; функциональные особенности; немецкий язык; proverbs; media space; virtual communication; functional features; German language.