

ОНИМЫ КАК РЕПРЕЗЕНТАНТЫ КЛЮЧЕВЫХ КОНЦЕПТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ДИСКУРСЕ ФРГ (НА МАТЕРИАЛЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)

Статья посвящена дискурсивному исследованию онимов, репрезентирующих ключевые концепты в образовательном дискурсе ФРГ в сфере изучения немецкого языка как иностранного и как второго языка. Корпус онимов выявлен и исследован в учебно-методических комплексах начального уровня “Berliner Platz 1 NEU”, “Netzwerk A1.1-A1.2”. Методами исследования послужили лексический, дискурсивный и сравнительный анализ онимов как репрезентантов ключевых концептов.

Ключевые слова: образовательный дискурс ФРГ, дискурсивный анализ, лексический анализ, ономастика, онимы, репрезентанты, учебно-методические комплексы немецкого языка, начальный уровень изучения, концепты.

Современный образовательный дискурс ФРГ в сфере изучения немецкого языка как иностранного и как второго (Deutsch als Fremd- und als Zweitsprache) ориентируется на активную адаптацию в ФРГ иностранцев из разных стран и культур. Немецкий язык как иностранный (Deutsch als Fremdsprache/DaF) изучают иностранцы, временно пребывающие в ФРГ, а немецкий как второй язык (Deutsch als Zweitsprache /DaZ) изучают мигранты, беженцы и члены их семей с целью натурализации в ФРГ.

Образовательный дискурс ФРГ – институциональный тип дискурса, представляющий собой «институциональное общение, т.е. речевое взаимодействие представителей социальных групп или институтов друг с другом» [Карасик 1998: 190-191]. В данном исследовании образовательный дискурс рассматривается как «сфера взаимодействия «ученика» и «учителя», а также как форма инсти-

туциональной коммуникации» [Вершинина 2015: 31] на ономастическом материале.

При изучении немецкого языка как иностранного или как второго аутентичные учебно-методические комплексы (УМК) немецкого языка играют параметризирующую роль в образовательном процессе, т. к. они «создают базу для возникновения и функционирования образовательного дискурса как системы ценностно-смысловой коммуникации субъектов образовательного процесса» [Артюхова 2016: 2]. По этой причине данное дискурсивное исследование было проведено в ономастическом аспекте на материале современных УМК немецкого языка начального уровня (A1) “Berliner Platz 1 NEU” и “Netzwerk A1.1”, “Netzwerk A1.2”, представленных на сайте издательства “GmbH Ernst Klett”, используемых в языковых центрах и университетах ФРГ и ориентированных на общепринятые при обучении немецкому языку стандарты, соответствующие общеевропейским компетенциям владения иностранным языком (GER/Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen), которые представляют эталон приобретения языковых навыков.

Гипотеза исследования состоит в том, что в процессе изучения немецкого языка, для адаптации и натурализации в ФРГ для обучающихся имеют большое значение онимы, так как обучающиеся иностранцы должны распознавать значимые географические реалии ФРГ, ориентироваться в городской или местечковой среде, иметь представление о популярных в ФРГ брендах, о рекламных доминантах товаров, о фильмах, музыкантах, деятелях политики и культуры и т. п. Поэтому авторы УМК включают разнообразные онимы в тексты, упражнения и коммуникативные ситуации, представленные в данных УМК. Таким образом, многие онимы становятся частью ключевых концептов УМК в образовательном дискурсе ФРГ в сфере изучения немецкого языка как иностранного и как второго.

Концепты рассматриваются нами в образовательном дискурсе как динамические явления, которые обеспечивают взаимодейст-

вие языка, сознания и культуры, как единицы, характеризующиеся потенциальностью смыслов. Они представляют собой «мысленное образование, которое замещает в процессе мысли неопределенное множество предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода» [Аскольдов (Алексеев) 1997: 269]. Ключевые концепты, представленные в УМК немецкого языка как иностранного и как второго, невозможно представить без онимов, играющих также репрезентативную роль для иностранцев.

Отметим общепринятое определение онима: «Собственное имя (оним) – слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект» [Лингвистический энциклопедический словарь 1990: 341]. Существует большое видовое разнообразие онимов, а их наиболее полная классификация представлена в «Словаре русской ономастической терминологии» Н.В. Подольской [Подольская 1978].

Цель исследования – выявление и описание онимов как своеобразных репрезентантов ключевых концептов в УМК немецкого языка как иностранного и как второго в “Berliner Platz 1 NEU” и “Netzwerk A1.1”, “Netzwerk A1.2”, определение их роли в образовательном дискурсе ФРГ, который интерферирует со многими другими типами дискурсов [Миры дискурса 2015: 4].

Самым интересным в УМК в аспекте ономастики является ключевой концепт **DEUTSCHLAND** [Шукман 2020: 144-153], в нем представлено наибольшее количество онимов, репрезентирующих иностранцам немецкие реалии в современном образовательном дискурсе ФРГ. В “Berliner Platz 1 NEU” концепт DEUTSCHLAND более всего отмечен топонимами (203 репрезентанта). Рассмотрим их важнейшие виды.¹

Значимой является группа административных хоронимов (20 репрезентантов), представляющих имена отдельных администра-

¹ Ономастические лексемы даны в алфавитном порядке с родовым показателем.

тивно-территориальных единиц: название самой ФРГ (2 репрезентанта) (*die BRD, das Deutschland*), одно из которых является официальной аббревиатурой, и названия федеральных земель и некоторых территорий/местностей (18 репрезентантов) (*das Allgäu, das Baden-Württemberg, das Bayern, das Berlin, das Brandenburg, das Bremen, das Hamburg, das Hessen, das Mecklenburg-Vorpommern, das Niedersachsen, das Nordrhein-Westfalen, die Oberpfalz, das Rheinland-Pfalz, das Saarland, das Sachsen, das Sachsen-Anhalt, das Schleswig-Holstein, das Thüringen*). УМК дает иностранцам названия всех федеральных земель ФРГ, они визуально представлены и на карте. Редко встречаются другие местности (*das Allgäu, die Oberpfalz*).

Значительная часть топонимов представлена ойконимами (54 репрезентанта) – названиями поселений. Отметим среди них актионимы (53 репрезентанта) – имена поселений городского типа (*das Berlin, das Bielefeld, das Bochum, das Bonn, das Braunschweig, das Bremen, das Celle, das Darmstadt, das Dortmund, das Dresden, das Düsseldorf, das Erfurt, das Frankfurt, das Freiburg, das Grünstadt, das Halle, das Hamburg, das Hamm, das Hannover, das Heidelberg, das Iphofen, das Jena, das Kaiserslautern, das Karlsruhe, das Kassel, das Kiel, das Köln, das Leipzig, das Lohmar, das Ludwigshafen, das Lüneburg, das Magdeburg, das Mainz, das Mannheim, das Minden, das München, das Nürnberg, das Oldenburg, das Passau, das Potsdam, das Regensburg, das Rostock, das Saarbrücken, das Schwerin, das Sinsheim, das Speyer, das Stuttgart, das Trier, das Waiblingen, das Weimar, das Westerland, das Wiesbaden, das Würzburg*) и один комоним – поселение сельского типа (*das Hindelang*). В УМК отмечены как большие, значимые города – столицы федеральных земель, так и небольшие городки и поселения. Названия многих городов встречаются на картах, в текстах и диалогах, связанных с путешествиями, что имеет целью побудить интерес иностранцев к информированию, посещению разных городов ФРГ.

Среди топонимов обнаружена также группа гидронимов (15 репрезентантов), обозначающих водные объекты, в том числе ре-

ки – потамонимы (9 репрезентантов) (*die Donau, die Elbe, die Havel, der Main, der Neckar, der Rhein, die Saale, die Spree, die Weser*), лимнонимы (4 репрезентанта) (*der Bodensee, der Buggelsee, der Chiemsee, der Müggelsee*), океанонимы – пелагонимы (2 репрезентанта) (*die Nordsee, die Ostsee*). Эти репрезентанты отмечены на картах в УМК и в ситуациях путешествия и знакомства с ФРГ, её землями, городами. Водные объекты – неотъемлемая часть физической географии ФРГ и значимы для лингвокультуры страны.

Среди топонимов представлены и немногие оронимы (5 репрезентантов), обозначающие горы/горные хребты (*die Alpen, der Harz, der Schwarzwald; der Bayerische Wald, der Thüringer Wald*). Среди них обозначены популярные туристические цели активного отдыха, кемпинга. Отметим и единичные инсулонимы (2 репрезентанта) – названия островов *das Rügen, das Sylt*, значимых для туризма, что продвигает сценарии активного знакомства иностранцев с ФРГ через ее уникальную географию.

В группе топонимов обнаружено большое количество урбанонимов (107 репрезентантов) – имен внутригородских топографических объектов. Это, например, агоронимы (15 репрезентантов), названия площадей (*der Alexanderplatz, der Barbarossaplatz, der Jahnplatz, der Kirchplatz, der Marienplatz, der Marktplatz, das Mozartplätzle, der Nollendorfplatz/ Nollendorfpl., der Rathausplatz, der Rosenplatz, der Schillerplatz, der Winterfeldtplatz; der Berliner Platz, der Potsdamer Platz*). Среди них отметим онимы, образованные от известных имен, названий городов, зданий. Площади являются исторически сложившейся особенностью городского ландшафта ФРГ: здесь происходят многие значимые события, ярмарки, фестивали, находятся востребованные рынки, органы управления.

Но значительно многочисленнее гидронимы (61 репрезентант), названия линейных объектов в городах – улицы (*die Baaderstr., die Bahnhofstraße, die Barbarossastr., die Bergmannstraße, die Blumenstraße, die Borstellstraße, die Bühlerstr., die Bülowstraße/Bülowstr., die Elßholzstraße/ Elßholzstr., die Friedrichstraße, die Frobenstraße,*

die Fuggerstr., die Gartenstraße, die Gleditschstr., die Goethestraße/Goethestr., die Goltzstraße/ Goltzstr., die Gossowstr., die Grafenstraße, die Hegelstraße, der Heimweg, die Helene-Weber-Allee, die Hohenstaufenstr., die Kaiserstraße, die Kochstraße, der Ku'damm, die Kurfürstenstr., die Leopoldallee, die Ligsalzstr., die Lessingsstraße, der Ludwig-Erhard-Ring, die Maaßenstraße/Maaßenstr., die Martin-Luther-Str., die Martinstraße, die Monbijoustr., die Motzstr., die Mozartstraße, die Nollendorfstr., die Pallasstraße, die Parkstr., die Rathausstraße, die Röntgenstraße, die Rosenstraße, die Rotebühlstraße, die Schwarzwaldstraße, die Steinmetzstraße, die Tietjenstraße, die Weststraße, die Winterfeldtstraße/Winterfeldstr.; die Aachener Straße, die Bernauer Straße, die Eisenacher Str., die Frankfurter Straße, die Potsdamer Str., die Warschauer Straße; „Unter den Linden“). Названия улиц разнообразны, являясь важнейшим ориентиром, объектом топографии и адресации в городах ФРГ. Некоторые названия образованы от имен известных людей, ученых, исторических лиц, культурных деятелей, они нередко известны во всем мире, являясь топовыми достопримечательностями для иностранцев.

Отметим городские хоронимы (19 репрезентантов), среди которых преобладают названия частей городов, районов (12 репрезентантов) (*das Berlin-Kreuzberg, das Berlin-Mitte, das Berlin-Tiergarten, das Friedrichshain, das Hamburg-Altona, das Köln-Neustadt, das Köln-Nippes, das Köln-Poll, das Kreuzberg, das Nikolaiviertel, das Schöneberg; das St. Pauli*) и парков (7 репрезентантов) (*der Heinrich-von-Kleist-Park/H.-v.-Kleist-Park/Kleistpark/Kleist-Park, der Koenigspark, der Mauerpark; der Englische Garten*). Названия районов принадлежат крупным городам – Берлин, Гамбург, Кёльн. Парки также относятся к крупным городам (Берлин, Мюнхен).

Среди урбанонимов представлены 2 экклезионима – названия известных церквей: *die Frauenkirche, die St. Matthias-Kirche*. Церкви с этими названиями расположены в крупных городах – Берлине, Мюнхене, Нюрнберге и Дрездене, что представляет их для иностранцев как достопримечательность и как религиозные локации, репрезентируя основные конфессии ФРГ – лютеранскую и католическую.

К урabanонимам относятся разнообразные названия памятников культуры и некоторые ойкодомонимы – названия зданий (10 репрезентантов) (*die Kulturbrauerei, das Olympia-Dach, der Reichstag, das Reichstagsgebäude; der Hackesche Hof, die Berliner Mauer, das Schloss Neuschwanstein, das Schloss Sanssouci, das Brandenburger Tor, das Schlesische Tor*). УМК знакомят иностранцев с историческими зданиями Берлина, Мюнхена, Потсдама – объектами культурного наследия страны, что дает иностранцам представление о значимых событиях и реалиях в истории Германии и современной ФРГ.

Вторая крупная группа онимов – эргонимы (100 репрезентантов), имена деловых объединений (также как аббревиатуры), в том числе союзов, организаций, учреждений, корпораций, предприятий, обществ, заведений, кружков. Среди них выделяются следующие подгруппы:

Фирмы, предприятия, организации (26 репрезентантов): *das Altendorf-Aktivitätszentrum, die Anna-Luise-Altendorf-Stiftung/Altendorf-Stiftung, die AOK, die BVG, die DB, der Lüdenscheid-Verlag; die Deutsche Bahn DB Regio, die Barmer Ersatzkasse, die Firma Höhne, die Firma ISKA, die Firma Marktinform, die Firma MIELE, das Deutsche Rote Kreuz, die Deutsche Post, die Spedition Höhne, der Verein BAJ e.V., die Havelbus Verkehrsgesellschaft mbH Potsdam (HVG); „Bergmann-Immobilien GmbH“, „Berlin on Bike“, „City-Express“, „Höhne GmbH“, „Klafkis Presse & Buch GmbH“, „Möbel-Blitz“, „Siemens“, „Stegmüller Immobilien“*. Некоторые крупные фирмы – вероятное место работы для иностранцев, а многие представляют организации/службы, с которыми иностранцы часто взаимодействуют в ФРГ, или которые важны для них в определенных жизненных ситуациях или как производители товаров/услуг.

Музеи, театры, известные здания/сооружения как места культурных мероприятий и достопримечательности (26 репрезентантов): *das Alarm-Theater, das BMW-Museum, der Fernsehturm, das Grips-Theater, das Kammergericht, das KUZ (das Kulturzentrum), das*

Mauermuseum, das Nationaltheater, das Pergamonmuseum, das Rathaus, die Semper-Oper, die Stadtgalerie; das Deutsche Currywurst Museum/Currywurst-Museum, das Berliner Ensemble, das Haus am Checkpoint Charlie, das Haus der Jugend, die Kindl-Bühne Wuhlheide, das Maritime Museum, das Deutsche Technikmuseum/Technik-Museum, der Tierpark Hagenbeck, der HighLight Tower, die BMW Welt, die BMW Zentrale, der Berliner Zoo. Прослеживается цель авторов УМК сориентировать, приобщить иностранцев к истории, к доминантам культуры ФРГ, дав им представление о значимых местах культурного обогащения, способствуя адаптации в ФРГ.

Локации, места для развлечения, проведения досуга / корпоративов (12 репрезентантов): *die Strandbar Mitte; "Alsterpalast", "Atlantik", "Cinema Quadrat", "Cinemaxx", "Filmwelt", "Kinopolis", "Kino Zentral", "Leopold-Kino", "Metronom", "Oly-Disko", "Palast-Kino".* Локации для развлечений часто носят «сдержанный характер», например, поход в кино, что кодируют названия популярных/известных в ФРГ кинотеатров.

Спортивные сооружения, стадионы, студии, организации, спортклубы (9 репрезентантов): *das Olympiastadion, das Waldstadion; der DSC Arminia Bielefeld, der 1. FC Saarbrücken, das Fitnessstudio Neuhausen, der Sportverein Heppenheim, die Darmstädter Turn- und Sportgemeinde von 1846 e.V.; „Bayern München“, „Hoffenheim“.* В УМК спорт (футбол, фитнес, гимнастика) рассматривается более с позиции увлечения: иностранцам предложены названия известных спортклубов, объединений. В этом аспекте через сферу спорта продвигается культурное наследие, доминанты образа жизни ФРГ.

Вокзалы, аэропорты, порты, отели (8 репрезентантов): *das Gasthaus „Zum Löwen“, der Hamburger Hafen, der DB Berlin Hauptbahnhof, das Hotel „Die Fabrik“, das Hotel „Transit“, das Hotel „Vier Jahreszeiten“, die Pension „Windjammer“; „Weeze“.* Эти названия необходимы (условны) для ориентирования иностранцев, особенно на начальном этапе во время поездки или пребывания их в стране.

Телеканалы, радио, пресса, социальные сети (8 репрезентантов): *die ARD, das ZDF; das Radio FFH, der Norddeutsche Rundfunk, das ZDF SPORTextra Live; "RTL", "tip", "zitty"*. Представлены значимые немецкие СМИ, из которых иностранцы могут получать нужные для них сведения, информацию о текущих событиях.

Кафе, рестораны (6 репрезентантов): *das Hofbräuhaus; das Brauhaus Tegernsee, das Cafe Caro, die Pizzeria Augusta, das Restaurant des Deutschen Bundestages; „Altes Wirthaus“*. Это и названия известных мест, где иностранец может познакомиться с традиционной немецкой кухней, попробовав национальные блюда/напитки, что способствует гастрономической адаптации.

Образовательные учреждения (4 репрезентанта): *die DAA (die Deutsche Angestellten-Akademie), die Pestalozzischule; die VHS Nord, die VHS Tempelhof-Schöneberg*. Поскольку УМК предназначен для подростков и взрослых, представлены названия соответствующих их возрасту образовательных учреждений. Отметим аббревиатуры и название школы, образованное от имени известного педагога: *die Pestalozzischule*.

Единично (как аббревиатура) представлено название известного с начала XX века крупного универмага в Берлине: *das KaDeWe (das Kaufhaus des Westens)*.

В «Berliner Platz 1 NEU» обнаружены и более малочисленные группы онимов, например, прагматонимы (11 репрезентантов), обозначающие продвигаемые в ФРГ марки/бренды и товарные знаки: *der Kaffee Dallmayr Prodomo, die Miele Electronic Maschine, die Frische Bergbauern Milch, das Adelholzener Mineralwasser; "Bionade", "Bluna", "Kinder", "Landliebe", "Lindt", "Reber", "Tchibo"*.

Для обозначения жителей ФРГ представлены этноним *der/die Deutsche* и катойконим *der Kölner*.

Обнаружены также антропонимы (6 репрезентантов) – имена известных людей (*Bertolt Brecht, Fatih Akin, Nina Hoss, Swingin' Swanee, Teddy Parker*) и групповой антропоним – название музыкальной группы ("*Wir sind Helden*"). Это исторические личности, внёсшие большой вклад в культуру ФРГ, современные киноре-

жиссеры, актёры, музыканты, радиоведущие, также, например, турецкого происхождения (*Fatih Akin*).

Отметим небольшую группу фильмонимов (6 репрезентантов): “*Das Sams*”, “*Der Vorleser*”, “*Good bye, Lenin!*”, “*M – Eine Stadt sucht einen Mörder*”, “*Mördergrube*”, “*Sonnenallee*”. Среди названий фильмов есть культовые, связанные с историей ФРГ, с послевоенным периодом.

В УМК “*Netzwerk A1.1*”, “*Netzwerk A1.2*” среди онимов тоже преобладают топонимы (174 репрезентанта). В данном УМК присутствуют административные хоронимы (18 репрезентантов). Все они совпадают с представленными в УМК “*Berliner Platz 1 NEU*”, что демонстрирует необходимость единого отображения в УМК немецкого языка крупных административно-географических единиц. Отметим, что в “*Netzwerk A1.1*”, “*Netzwerk A1.2*” название ФРГ представлено полностью: *die Bundesrepublik Deutschland*.

Обнаружена и группа ойконимов (52 репрезентанта), среди которых астионимы (51 репрезентант) и комоним. Среди них 15 новых по сравнению с представленными выше астионимов (*das Aachen, das Augsburg, das Bamberg, das Bobingen, das Bremerhaven, das Cottbus, das Dorfien, das Essen, das Konstanz, das Lübeck, das Münster, das Puchheim, das Stralsund, das Wittenberg, das Wolfsburg*) и один комоним (*das St. Katharinen*). Вариативность названий городов велика, поэтому в этом УМК присутствуют другие названия разных по площади и локации городов.

Среди топонимов есть гидронимы (17 репрезентантов), а именно несколько потамонимов (10 репрезентантов), из них 1 новый (*die Alster*), лимнонимы (4 репрезентанта), из них 2 новых (*der Titisee, der Wannsee*), океанонимы – точнее пелагонимы (3 репрезентанта), из них 1 новый (*das Wattenmeer*). Отметим единичные оронимы (2 репрезентанта), которые обнаружены и в “*Berliner Platz 1 NEU*” и инсулонимы (2 репрезентанта), из которых 1 новый (*das Usedom*). Среди природных географических объектов в УМК много совпадений, в обоих изданиях присутствуют самые крупные, значимые из них для ориентирования и туризма.

Среди топонимов в “Netzwerk A1.1”, “Netzwerk A1.2” представлено большое количество урбанонимов (83 репрезентанта). Среди них агоронимы (14 репрезентантов), 9 новых (*der Adolphspl.*, *der Axel-Springer-Platz*, *der Karlsplatz/Stachus*, *der Sendlinger-Tor-Platz*, *der Tuchollaplatz*; *der Kölner Platz*; *der Fischmarkt*, *der Viktualienmarkt*), годонимы (51 репрезентант), особенно много новых единиц – 47 (*die Admiralitätstr.*, *die Adolphsbr.*, *der Alstertor*, *die Bergstr.*, *die Berlinerstraße*, *die Börsenstr.*, *die Brandstwierte*, *die Bürgerstr.*, *die Clemensstraße*, *die Domstr.*, *die Erhard-Str.*, *die Eschenstraße*, *die Hafenstr.*, *die Hansastr.*, *die Hauptstr.*, *der Herrengraben*, *die Karl-Liebknecht-Str.*, *der Kurfürsterdamm*, *die Lauterbachstraße*, *die Leopoldstraße*, *die Lindenstr.*, *die Ludwigstr.*, *die Luther-Str.*, *die Mainstr.*, *die Maistr.*, *die Marktstr.*, *die Müllerstr.*, *der Nikolausweg*, *die Offenbachstr.*, *die Oranienstr.*, *die Parkstr.*, *die Poststr.*, *der Rademachergang*, *die Rathausstr.*, *die Severinstr.*, *die Stadthausbr.*, *die Steintwierte*, *die Tannenstr.*, *die Wexstr.*, *die Willy-Brandt-Straße/Willy-Brandt-Str.*; *der Alte Steinweg*, *die Bonner Str.*, *die Keferloher Straße*, *die Winckler Straße*, *der Alte Wall*, *der Neue Wall*). Обнаружено и несколько городских хоронимов (5 репрезентантов), из них 3 новых (*das Kösnitz*, *das Rotenberg*; *der Stadtpark Köln*). Отметим большое количество новых названий улиц и площадей, некоторые образованы от имен, зданий и растений. Некоторые из них также являются известными достопримечательностями для иностранцев.

Отметим среди урбанонимов экклезионимы (8 репрезентантов), 7 новых (*die Gedächtniskirche*, *die Michaelskirche*, *der Michel*, *die Nikolaikirche*, *die Theatinerkirche*, *die Thomaskirche*; *der Dom St. Petri*) и памятники культуры и некоторые ойкодомонимы (5 репрезентантов), 2 новых (*die Alster-Arkade*, *der Schloss-Park*). Это известные в Берлине, Мюнхене, Лейпциге, Бремене, Гамбурге религиозные здания и архитектурные памятники, являющиеся для иностранцев достопримечательностями и трансляторами культуры.

Второй большой группой онимов в “Netzwerk A1.1”, “Netzwerk A1.2” тоже являются эргонимы (106 репрезентантов), делящиеся на подгруппы:

Музеи, театры, знаменитые здания для культурных мероприятий, достопримечательности (24 репрезентанта, 21 новый): *das Gewandhaus, die Kunsthalle, die Laeishalle, die Muffathalle, die Museumsinsel, die Pinakothek, das Stadttheater, das Thalia-Theater/Thalia, die Tonhalle; der Hamburger Bahnhof, die Berliner Bühne, das Haus der Kunst, das Bucerius Kunst-Forum, die Miniatur Wunderland, das Museum für Moderne Kunst, das Römisch-Germanische Museum, die Alte Pinakothek, das Hamburger Schauspielhaus, das Deutsche Theater, das Maxim Gorki Theater*. Представлено большое количество новых объектов, связанных с искусством, театров для культурного времяпровождения.

Фирмы, предприятия, организации (18 репрезентантов, из них 16 новых): *die Audi-Werkstatt, die Charite, die Quellen-Apotheke, der VW; die Agentur „Rekl@me“, die Firma Gruber, die Firma Kleindienst, die Firma Köhne & Mann, die Firma Müller & Co., die Firma „Roba“, die Firma Scholz, die Hausverwaltung Ohms, der Stuttgarter Verkehrsbetrieb; „BMW“, „Musik-Hansa“, „Taxi-Zentral“*. В данном УМК представлено больше названий фирм, а не организаций в отличие от рассмотренного УМК.

Названия вокзалов, аэропортов, отелей (16 репрезентантов, 15 новых): *der Hamburger Flughafen, der Hamburger Hauptbahnhof, der Köln Hauptbahnhof, der Leipzig Hauptbahnhof, das Hotel Alster, das Hotel „Anna“, das Hotel Excelsior, das Hotel Hafensstraße, das Hotel Hamburg, das Hotel „Heimat“, das Hotel Michel, das Hotel „Schiller“, das Hotel „Wagner“, das Hotel „Weser“, das Hotel „Zentral“*. В этом УМК представлено больше названий отелей, известных и важных вокзалов, аэропортов.

Спортивные сооружения/организации, стадионы, студии, клубы (13 репрезентантов, 12 новых): *das Millerntor, die Olympiahalle, der Olympiapark; die Allianz Arena, der FC Bayern München, das*

Fitness-Studio Bause, das Fitness-Studio Karo, der Düsseldorf ISS-Dome, der Sportclub Tegel; "Borussia Dortmund", "NO LIMIT", "Schalke". Обнаружены новые названия стадионов, которые являются достопримечательностями с точки зрения архитектуры, имея особое значение для ФРГ в области спорта.

Кафе, рестораны (11 репрезентантов, все новые): *das Cafe Centro, das Cafe "Delfino", das Cafe Elisa, das Cafe Jojo, das Cafe Mozart, die Pizzeria "Roma", das Restaurant Esszimmer, das Restaurant Kressbach; "Calypso", "Seiler", "Valentino".* В этом УМК названия известных национальных ресторанов и кафе не представлены особо, в отличие от "Berliner Platz 1 NEU".

Мероприятия и места для развлечения, проведения досуга (9 репрезентантов), (8 новых): *die Berlinale, das Eine-Welt-Haus; das Hamburger Filmfest, das NDR Sinfonieorchester, das Hamburger Theater-Festival; CxX (Cinemaxx), "City-Kino", "global".* Среди них есть важные для ФРГ ежегодные фестивали и популярные кино-театры.

Телеканалы, радио, социальные сети (9 репрезентантов), все из них новые: *das Radio "Fichtelwald", das Radio Frankenland, das Radio Hit; "meinVZ", "Perle", "schülerVZ", "studiVZ", "VZ", "XING".* В данном УМК помимо радиостанций обнаружены названия популярных в ФРГ немецких социальных сетей, предложенных иностранцам для общения в сети.

Образовательные учреждения (3 репрезентанта, все новые): *der Sprachclub International, die Sprachschule Arena, die Sprachschule „Zentral“.* В данном УМК сделан акцент на языковые школы, а не на высшие учебные заведения.

Магазины и универмаги (3 репрезентанта, все новые): *das Kaufhaus "Ausberlin", der Schuhladen Trippen; "Heike Mode".*

Для обозначения жителей ФРГ представлены один гендерно дифференцированный этноним *der/die Deutsche*, обнаруженный и в "Berliner Platz 1 NEU", и один новый катойконим *der Berliner*.

Отметим антропонимы (20 репрезентантов, из них 19 новые), это имена исторических и известных в современной ФРГ лично-

стей из сфер искусства и спорта (*Anke Engelke, Caroline Link, David Garrett, Dominik Graf, Fritzi Haberlandt, Johann Sebastian Bach, Marcus H. Rosenmüller, Mario Barth, Peter Fox, Thomas Hangelbrock, Wagner; Magdalena Neuner, Oliver Kahn, Sebastian Vettel*), групповые антропонимы, названия музыкальных групп и коллективов (*der Hamburger Symphoniker; "Culcha Candela", "Die Toten Hosen", "Silbermond", "Söhne Mannheims"*). Также присутствует один мифоним *der Nikolaus*.

В "Netzwerk A1.1", "Netzwerk A1.2" обнаружено лишь 2 новых фильмонима ("*Nirgendwo in Afrika*", "*Soul Kitchen*"). Это известные фильмы, один из них режиссера турецкого происхождения (*Fatih Akin*).

Всего в "Berliner Platz 1 NEU" в концепте DEUTSCHLAND отмечено 203 топонима (107 урбанонимов, 54 ойконима, 20 административных хоронимов, 15 гидронимов, 5 оронимов, 2 инсулонима), 100 эргонимов, 11 прагматонимов, по 6 антропонимов и фильмонимов, по одному этнониму и катойкониму. В "Netzwerk A1.1", "Netzwerk A1.2" в концепте DEUTSCHLAND представлено 174 топонима (18 административных хоронимов, 52 ойконима, 17 гидронимов, 2 оронима, 2 инсулонима, 83 урбанонима), 106 эргонимов, 20 антропонимов, 2 фильмонима и по одному этнониму, катойкониму и мифониму.

Некоторые из онимов были обнаружены как репрезентанты и в других концептах [Шукман 2021: 280–294], пересекающихся с концептом DEUTSCHLAND, но данные онимы не являются изначально немецкими, поэтому не попали в данный концепт и мы рассмотрим их отдельно. Так, в "Berliner Platz 1 NEU" в концепте FREIZEITVERTREIB отмечен антропоним в составе лексической единицы *die Picasso-Ausstellung*, оним в названии детектива *der Tatort-Krimi*. Многочисленны и антропонимы: *Charlie Chaplin, Fafa, Fernando Zapata, Roman Polanski, Toto; das Tony Stone Quartett; "TokStok"*, отметим отдельные фильмонимы: "*Babylon*", "*Blow up*", "*Carmen*", "*Casablanca*", "*French Connection*", "*Jurassic Park*", "*Matrix*", "*Rambo*", "*Tarzan*". В основном это широко из-

вестные личности или фильмы, распознаваемые иностранцами как общекультурное наследие.

В концепте SPORT обнаружены интернациональное название Олимпийских игр – *das Olympia*, названия спортивных методик тренировок по снижению веса – “*Kick die Kilos*”, “*Work out*”.

В концепте REISEN отметим название тура для путешествия “*Wien-City-Tour*”, а в концепте MEDIZIN представлен общеизвестный антропоним в обозначении измерительной единицы *der Grad Celsius*.

В “Netzwerk A1.1”, “Netzwerk A1.2” в концепте FREIZEIT-VERTREIB обнаружены топоним *das Hollywood*, исторические и современные, в основном иноязычные, антропонимы из самых разных сфер: *Birgit Minichmayr, Brad Pitt, Christoph Waltz, John Grisham, Klaus-Maria Brandauer, Leos Janacek, Mozart, Natalie Portman, Norman Foster, Rob Zombie, Shakira, Sibelius, Warhol, Zaz*, названия рок-групп: “*Coldplay*”, “*Queen*”, “*Red Hot Chilli Peppers*”, достаточно известные фильмонимы – “*Der Theatermacher*”, “*Evita*”, “*Hollywood meets Bollywood*”, “*The King’s Speech*”. В концепте SPORT представлен антропоним *Roger Federer* (швейцарский теннисист и меценат). В концепте MODE отмечен антропоним *Zaha Hadid* (архитектор и дизайнер арабского происхождения) и три прагматонима “*Benetton*”, “*H&M*”, “*Zara*” – популярные и востребованные бренды в ФРГ. Представлены и названия всемирно известных социальных сетей, также в составе композитов: *das Facebook*¹, *der Facebook-Benutzer, der Facebook-Nutzer, die Facebook-Webseite, der Skype-Name, das Twitter*. Эти соцсети являются не только средством общения, но и трансляции событий, мнений известных людей.

Количество онимов разного типа в ключевых концептах в обоих УМК примерно одинаково. В обоих случаях внимание авторов “Berliner Platz 1 NEU” и “Netzwerk A1.1”, “Netzwerk A1.2” уделено географическим реалиям ФРГ, названы федеральные

¹ Запрещенная в РФ экстремистская организация.

земли, различные города, их части, улицы, парки, достопримечательности. Значительная подборка эргонимов знакомит иностранцев с разными институтами, организациями, предприятиями, заведениями, которые могут быть им полезны и значимы в ФРГ. УМК дают представление об известных людях, спортсменах, музыкантах, музыкальных группах, их творчестве, о фильмах, расширяя культурные горизонты обучающихся-иностранцев, ориентируя их в социальной среде и в культурной жизни ФРГ.

Это демонстрирует установку авторов УМК немецкого языка как иностранного и как второго на активное содействие при адаптации или натурализации иностранцев в ФРГ, направленность на манипулятивную «помощь» в ориентировании в ФРГ, в урбанистической среде, в различных ситуациях. Преобладание онимов в концепте DEUTSCHLAND в сравнении с другими ключевыми концептами – показатель формирования у иностранцев когнитивной картины мира будущего потенциального жителя / гражданина ФРГ. Очевидна интенция передачи ключевой культурной информации, норм социального поведения с помощью образовательного дискурса. Многообразие названий достопримечательностей, музеев, театров, кинотеатров, имен известных людей, коллективов мотивируют обучающихся ознакомиться с культурой и историческим наследием ФРГ. Иностранцам как в «лингво-путеводителе» предложено посещение многочисленных городов, достопримечательностей, определенных мест проведения досуга и развлечений, немецкая музыка и фильмы, которые продвигают немецкие традиции, представление о мире. Отмеченные в УМК немецкие спортклубы и объединения, некоторые продуктовые марки, бренды одежды, соцсети для общения и получения новостей о ФРГ и о мире формируют соответствующий социально-бытовой контекст/контент в сознании иностранцев. Немногочисленные, чаще иноязычные заимствованные онимы ориентированы на предшествующие языковые знания и жизненный опыт иностранцев, являясь распознаваемыми ими лексическими единицами, что свойственно начальному уровню изучения языка. Но основной пласт

онимов репрезентирует немецкие реалии в современном образовательном дискурсе ФРГ в сфере изучения немецкого языка как иностранного и как второго, способствуя формированию определенного когнитивного фона, моделей поведения иностранцев в ФРГ.

Библиографический список

1. Артюхова И.С. Аксиологические основания концептуального анализа образовательного дискурса // *Universum: психология и образование*. 2016. №9 (27) [Электронный ресурс]. URL: <https://universum.com/ru/psy/archive/item/3551> (дата обращения: 13.11.2022).

2. Аскольдов (Алексеев) С.А. Концепт и слово // *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология* / под общ. ред. В.П. Нерознака. – М.: Academia, 1997. С. 267–279.

3. Вершинина Е.Н. Когнитивно-дискурсивная репрезентация имиджа вуза в специализированном периодическом издании: дис. ... канд. филол. наук. – Томск, 2015. 238 с.

4. Карасик В.И. О категориях дискурса // *Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты*. – Волгоград-Саратов: Перемена, 1998. 234 с.

5. Лингвистический энциклопедический словарь (ЛЭС) / под ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. 682 с.

6. *Миры дискурса* / под общ. ред. Н.К. Даниловой. – Самара, 2015. 240 с.

7. Подольская Н.В. *Словарь русской ономастической терминологии*. – М.: «Наука», 1978. 198 с.

8. Суперанская А.В. *Общая теория имени собственного*. – М.: Наука, 1973. 366 с.

9. Суперанская А.В. *Имя – через века и страны*. Изд. 2-е, испр. – М.: изд-во ЛКИ, 2007. 192 с.

10. Шукман В.Э. Концепт «Германия» в учебниках немецкого языка для начального уровня: лингвокультурные маркеры // *Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология*. – Самара, 2020. Т. 26. № 2. С.144-153.

11. Шукман В.Э., Дубинин С.И. Концепт LERNEN как когнитивная доминанта образовательного дискурса (на материале учебников немец-

кого языка) // Ученые записки Казанского университета. Серия: Гуманитарные науки. – Казань, 2020. Т. 162. № 5. С. 224-238.

12. Шукман В.Э. Базовые концепты в учебниках немецкого языка для иностранцев в образовательном дискурсе ФРГ // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – Владикавказ, 2021. №1. С. 280–294.

Источники

1. Dengler St. Netzwerk A1.1 / St. Dengler, P. Rusch, H. Schmitz, T. Sieber. – Berlin und München: Langenscheidt KG, 2011. 167 S.

2. Dengler St. Netzwerk A1.2 / St. Dengler, P. Rusch, H. Schmitz, T. Sieber. – Berlin und München: Langenscheidt KG, 2012. 160 S.

3. Lemcke Ch. Berliner Platz 1 NEU / Ch. Lemcke, L. Rohrman, Th. Scherling. – Stuttgart: Ernst Klett Sprachen, 2017. 256 S.

V.E. Shukman (Russia, Samara)

ONYMS AS REPRESENTATIVES OF KEY CONCEPTS IN THE GERMAN EDUCATIONAL DISCOURSE (BASED ON THE GERMAN LANGUAGE TEXTBOOKS)

The article is devoted to the discursive research of Onyms representing the main concepts in the German educational discourse in the field of learning German as a foreign and second language. Onyms were identified and investigated in the German language textbooks of the elementary level “Berliner Platz 1 NEU” and “Netzwerk A1.1-A1.2”. The main research methods were lexical, discursive and comparative analysis of representatives.

Keywords: *German educational discourse, discursive analysis, onomastic research, lexical analysis, Onyms, representatives, German language textbooks, elementary level, concepts.*