

УДК 811'276.6'373.46-028.13:338.48

ВЛАСТИВОСТІ СКОРОЧЕНИХ СЛІВ ЯК ТЕРМІНІВ ТА ЇХНЄ ВЖИВАННЯ У ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Мар'яна Солтис

*Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська 1, Львів 79000, Україна
soltys_08@i.ua*

У статті розглядається роль скорочених слів у фахових мовах, зокрема, у мові туристичної індустрії. Порівнюються властивості скороченого слова та терміна, схарактеризовано їхні спільні та відмінні ознаки.

Ключові слова: скорочення, слова терміни, фахові мови, туристична індустрія.

У науковій літературі можна часто знайти твердження, що фахові мови і, відповідно, фахові слова помітні відразу, через типові для них ознаки. Вони мають також характерні відмінності на синтаксичному та текстотвірному рівнях. За твердженням Г. Гіппера (Girper, 1979, р. 133), суть фахових мов полягає у точній та близькій до дійсності характеристиці певних галузевих об'єктів. Для цього потрібний обмін інформацією та, однозначно, комунікація.

Для того, щоб задовольнити цю вимогу мовці намагаються надати певним словам відповідного значення. Відтак виникають слова-терміни або фахові слова.

Метою цього дослідження є з'ясування ролі скорочених слів як термінів та виявлення їхнього місця у фахових мовах, зокрема, у мові туристичної індустрії. Порівняння цих двох сфер проведемо на лексичному рівні української та німецької мов. Спершу проаналізуємо фахові слова, визначимо притаманні їм типові ознаки й порівняємо їх з ознаками скорочених слів. Завданням цієї наукової розвідки є також з'ясування переваг вживання скорочень як фахових слів. З'ясуємо насамперед, які ознаки притаманні фаховим мовам і, відповідно, фаховим словам. Формування фахових слів повинно відповідати певним умовам. За допомогою цих слів повинні вести спілкування фахівці певної галузі, і за фаховими словами можна ідентифікувати власне фахову мову. Слід однак зазначити, що всі характеристики фахового слова не можуть одночасно підходити для однієї лексеми, таке можливе лише в ідеальному випадку. Проаналізувавши твердження Гофмана та Рельке стосовно ознак, які притаманні словам-термінам, можна сформулювати наступні положення (Hoffmann, 1987; Roelcke, 1999).

Одна з таких ознак – зрозумілість. Тут ідеться передусім про реципієнта, чи йому зрозуміле те чи інше фахове слово. Словам-термінам притаманна прив'язаність до фаху, тобто фахове слово належить до певної термінологічної системи, і лише у таких рамкових умовах є зрозумілим.

Ознака, яка відмежовує слова-терміни від інших предметів, понять, чи процесів – це точність (Hoffmann, 1987, р. 163). Її не можливо певним чином виміряти, але вона забезпечує визначен-

ня фахового слова і його фіксацію у системі фахової мови. Візьмемо для прикладу слово “кислота”, яке у хімічній статті буде мати одне значення, а у журналі автолюбителів – інше. Отже, контекст посідає чільне місце у розумінні того чи іншого терміна.

З іншого боку, Рельке називає іншу ознаку фахових слів, а саме – сміливість, маючи на увазі сміливість уживання (Roelcke, 1999, р. 61; Hoffmann, 1987, р. 163) певного терміна в різних галузях. Традиційне вживання терміна може витіснятися іншими контекстами, і він набуватиме нового значення. Цю ознаку можна вважати антонімічною точністю, і через це важче сформулювати дефініцію терміна, оскільки виникає полісемія, наприклад: *Mutter = Verwandte, Schraube*.

Найчастіше термінам притаманна однозначність (Roelcke, 1999, р. 62). Якщо поняття позначається лише одним терміном, то йдеться про моносемію – двобічний зв'язок між поняттям і терміном.

Серед ознак фахових слів виділити автономність. Під нею розуміємо незалежність терміна від контексту, тобто він зрозумілий поза будь-яким контекстом. Ця ознака втрачає значення з розвитком мови і відповідає застарілому трактуванню фахових слів як незмінних одиниць.

Мовна економія проявляється у феномені переходу від терміна, що складається з декількох слів, до однослівного терміна, а також в утворенні аббревіатур та скорочених слів чи усічень.

Наступною ознакою термінів є мовна економія (Roelcke, 1999, р. 61; Hoffmann, 1987, р. 164). Така властивість притаманна, зокрема, термінам, що складаються з декількох слів. Існує можливість ви-лучити зі словосполучення ті елементи, що не є абсолютно обов'язковими для розуміння його термінологічного значення. Зі зростанням ролі мовної економії терміни все частіше набувають скороченої форми, тобто переходять у розряд скорочених слів.

На основі аналізу наукових праць авторів, що займалися скороченнями, можна також виокремити сутнісні ознаки скорочень. Найпершою функцією, які виконують скорочення, є мовна економія. Скорочення використовуються, щоб замінити довгі слова або словосполучення. Однак це може спрощувати спілкування лише у тому випадку, коли спілкуються фахівці, що розуміють ці скорочення. При утворенні скорочення слід в першу чергу слідкувати за тим, щоб за його формою чітко проглядалась базова лексема. Отже, слід знайти правильний компроміс між економією та змістом скорочення. З огляду на це, в сучасній німецькій мові все частіше утворюються часткові скорочення, наприклад, *DVU-Fraktion*.

З іншого боку, скорочення є дублікатами базових лексем, що не сприяє мовній економії. Щодо використання скорочень, то велике значення вони мають у засобах масової комунікації, особливо у газетах (Soltys, 2010, р. 160). Завдяки ним можна зекономити місце і пробудити уважність та зацікавленість читача. Також, легше вимовити *US-Finanzbranche*, а ніж сказати *amerikanische Finanzbranche*.

Утворення скорочення відкриває нові можливості словотворення, зокрема можливості утворення композитів. Найчастіше утворюються композити, де перша складова – ініціальне скорочення: *FHD-Filiale – Frauenhilfsdienstfiliale*.

Часто скорочення набувають значення ширшого, ніж їхня базова лексема. Тому не завжди їх можна вживати як синоніми. Таке явище не типове для інших словотвірних конструкцій. Появу значенневих відмінностей між повною та скороченою формами унаочнює наступний приклад, де скорочення *BMW* не вживається у первинному позначенні заводу, а означає продукт, що випускається на цьому заводі:

Sein Wagen prallte gegen einen Audi und stieß anschließend noch gegen einen Fiat. Dessen Fahrer hatte die Gefahr zwar in letzter Sekunde erkannt, Gas gegeben und war auf den Mittelstreifen ausgewichen, um nicht von dem BMW erfasst zu werden (FAZ 33, p. C5).

Оскільки скорочення є короткими формами їхніх базових лексем, то вони не завжди є настільки зрозумілими непідготовленому читачеві як повнозначні слова. Для їхнього чіткого розуміння потрібно мати відповідні фонові знання. Саме цей аргумент найчастіше наводять противники вживання скорочень, оскільки зрозуміти деякі скорочені слова можна, лише скориставшись словником, що ускладнює доступність розуміння тексту, отже і фахо-ву комунікацію загалом. При вивченні іноземної мови існування скорочень також складає труднощі, оскільки їх слід вивчати як додаткові іноземні слова. Ще у 1959 році Ф. Джобст писав: “Прочитання газети створює сьогодні читачеві труднощі з розумінням, оскільки не можливо втримати у голові стільки скорочень. А ще гірше почуваються безпорадні читачі закордонних газет, журналів та друкованих матеріалів” (Franz, 1959, p. 261).

Виходячи зі сказаного вище, можна стверджувати, що скорочення мають низку спільних з термінами ознак. Зокрема, скороченням притаманна сміливість, оскільки вони можуть використовуватись у різних галузях і можуть мати ширше значення, ніж їхні базові лексеми. Скорочення можуть змінювати значення, зокрема німецьке скорочення *DIN* утворилось від базової лексеми *Deutsche Industrienorm*. Сьогодні цей термін використовується як скорочення від *das Deutsche Institut für Normung*. З іншого боку, їм притаманна однозначність. Якщо скорочення не до кінця зрозуміле, тому що воно коротке і не передає інформацію повністю, його можна сплутати з іншим скороченим словом. Чим коротше скорочення, тим більше існує можливостей утворити більше повнозначних слів чи словосполучень. Нерідко скорочення стає повністю зрозумілим лише в контексті (наприклад, *A* – *Abstand*, *Aggregat*, *Altstimme*, *Amt*, *Aulus*).

Скороченим словам також притаманна семантична непрозорість. На відміну від базових лексем, не завжди можна правильно трактувати значення скорочення. Проте це можна сприймати і позитивно, якщо в такий спосіб можна закодувати “неприємну” інформацію. Прикладами можуть слугувати вживання скорочення для позначення медичного діагнозу, який міг би шокувати пацієнта, або для кодування неприємних подій в історичній літературі. Так, замість повного терміна *Konzentrationslager* часто зустрічаємо скорочення *KZ*. Якщо скорочення не несе такого стилістичного навантаження, то ця ознака скорочених слів може вважатись негативною (Soltys, 2010, pp. 132–140).

Зокрема, скорочені одиниці *Bitkom*, *DSL*, *WLAN*, *UMTS*, зрозумілі фахівцям інформаційної чи технологічної галузі, не завжди доступні пересічному, непідготовленому читачу. Тому термінологічні скорочення часто вживають після розгорнутих еквівалентів, що ілюструє наступний уривок з газетної статті:

Bitkom (← *Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien* аном.) *sieht bei einigen ITK-Technologien aber Nachholbedarf / PC-Katastrophe an Schulen [...]. Eine gute Figur macht Deutschland nach der vom Bitkom erstellten neuen Studie bei der elektronischen Geschäftsabwicklung (E-Commerce), bei den Breitbandanschlüssen über das Telefon (DSL-Technik) sowie bei der Mobilkommunikation. Die nächste Mobilfunkgeneration UMTS steckt laut Berchtold in den Startlöchern, ebenso wie der drahtlose Internet-Zugang mit Hilfe der WLAN-Technologie an Plätzen wie Flughäfen, Bahnhöfen oder Hotels (so genannte Hotspots). Nachholbedarf gebe es beim interaktiven digitalen Fernsehen sowie bei Breitband-*

*Internetanschlüssen über die TV-Kabelnetze. [...] Deutschland verliert zunehmend als Standort für die Computerproduktion an Bedeutung. Zu der Einschätzung kommt **Bitkom** (SZ 34, p. 18).*

Враховуючи стилістичні властивості скорочень, можна зробити такі висновки. Якщо мовець вживає певні скорочення, то це дозволяє встановити, до якого соціального прошарку він належить. Вживання апокопи часто свідчить про те, що мовець послуговується розмовною мовою, а не літературною.

Скороченням притаманна креативність, тому їх можна часто зустріти у рекламних салоганах і рекламних текстах (Soltys, M. & O. Halema, 2013, pp. 203–207). Перевагою вживання скорочених слів є їхня нейтральність стосовно називання роду, оскільки через коротку форму скорочені слова можуть багато в себе включити, а саме, звертання може бути нейтральним для двох родів, наприклад: *OB = Oberbürgermeister, Oberbürgermeisterin; Hiwi = Hilfswissenschaftler, Hilfswissenschaftlerin*; скорочення до морфеми *Vize und Ober – Frau Ober = Frau Oberkellnerin*; усічення на *-i – Studi = Student, Studentin*. Іншими словами, у випадках, коли мовці не хочуть вживати звертань, що вказують на рід, вони послуговуються скороченнями.

На прикладі скорочень можна прослідкувати певні мовні тенденції у суспільстві: прирізом, якщо базова лексема занадто довга для вживання, то вживання скорочень переходить у стандартну мову: *Automobil – Auto*.

На відміну від базових лексем скорочення запам'ятати легше, особливо, якщо йдеться про скорочення іншомовних слів. Проте не можна однозначно стверджувати, що скорочення будуть вживатись замість повнозначних лексем. Прикладом може бути англійське скорочення *HIV*, яке є вживанішим порівняно з його повнозначним еквівалентом, хоча повнозначна базова лексема звучить у німецькій мові інакше: *Das Virus der menschlichen Immunschwache*. Причиною цього може бути фонетична форма скорочення, яку простіше вимовити. Для використання термінів важлива легкість запам'ятовування, тому така ознака є типовою для них.

Деякі скорочення мають сталу форму, яка знайома певним колам фахівців. Для слів-термінів і скорочених слів, які тривалий час вживаються фахівцями, важко знайти першоджерело від якого вони утворились, наприклад, *EURIBOR (Euro Interbank Offered Rate)*, яке утворене як альтернатива для *LIBOR (London Interbank Offered Rate)*, або *MBA – відомий термін на позначення випускників навчання в галузі менеджменту, повна форма якого – Master of Business Administration – майже не вживається. Отож, Euribor вживатиметься як термін і відповідно як скорочення фахівцем, який розуміє його трактування. Ця якість скорочених слів ідеально підходить фаховим словам.*

Ще одна функція скорочень – гра слів, коли скорочене слово тлумачиться креативно: *AEG = Allgemeine Elektrizitätsgesellschaft*, яке можна потрактувати як “*Aus Erfahrung gut*”.

Отож, спільними ознаками скорочень та слів-термінів є мовна економія, сміливість вживання, автономність, неоднозначність, частково притаманна скороченням, і однозначність. Тому перевагами при вживанні скорочень є простіше спілкування через мовну економію, використання скорочень для обидвох родів та для позначення кількох предметів, а також легкість словотворення, особливо, коли скорочення стають першою складовою складних слів. Не слід забувати і їхній “креативний” потенціал.

Враховуючи ці ознаки, проаналізуємо можливість існування скорочень-термінів туристичної галузі. Поняття мова “туристичної галузі” є новим. Її можна визначити так: “Фахова мова туридустрії – одна з галузевих мов, що обслуговує професійне спілкування

в туристичній діяльності; особливий функціональний різновид літературної мови, що складається із сукупності мовних і позамовних засобів, які використовують у туристичній сфері для фіксації, збереження, переробки, передачі та сприйняття спеціальної (туристичної) інформації” (Lynchak, 2014, р. 38). З визначення видно, що мова туристичних видань охоплює багато ознак, притаманних іншим фаховим мовам. Фахова мова туріндустрії підпорядковується ширшому поняттю “фахова мова сфери послуг”, яка має горизонтальну та вертикальну градацію. Горизонтальна градація включає усі існуючі фахові галузі. Загалом фахові мови можна поділити на три великі групи: наукові фахові мови, які служать для отримання знань; технічні фахові мови; фахові мови різних інституцій.

Вертикальна градація включає: внутрішнє спілкування професіоналів між собою; спілкування професіоналів з непрофесіоналами; міжфахове спілкування (спілкування експертів з різних галузей).

Фахова мова туріндустрії в горизонтальному розрізі присутня як наукова фахова мова та мова спілкування різних інституцій, а вертикально представлена на трьох названих вище рівнях. У статті розглядається вживання скорочень як фахових термінів у масмедійних текстах. Подекуди при аналізі важко встановити, чи скорочення можна вважати фаховим терміном, чи воно належить до загальнономовного вживання, оскільки через часте вживання ця межа стерта. Фраас (Fraas, 1998, р. 437) стверджує, що фахові слова при вживанні у мові загального користування позбавляються “термінологічного кодування”, оскільки позбавлені фахового контексту. Спробуємо проаналізувати вживання скорочень у горизонтальному розрізі, щоб побачити, яке значення має фахова мова для пересічного читача, оскільки аналіз проводиться на матеріалі масмедійних текстів. Професійна мова працівників туризму існує в усній та письмовій формах і може мати два різновиди: наукова, зафіксована у туристичних підручниках, журналах, довідниках та енциклопедіях, та розмовна, що існує у спілкуванні між працівниками туристичних підприємств чи фірм. З огляду на стрімкий розвиток туристичної галузі багато термінів ще не зафіксовані у словниках і не мають усталеного відповідника в різних мовах. Проблемним аспектом термінологічного нормування є відсутність фіксації багатьох нових понять сфери туризму, зокрема готельної справи. Але все ж деякі приклади вживання скорочень-термінів туристичної галузі можна навести. У рекламних текстах в інтернеті чи у фахових журналах знаходимо скорочення *FW*, що означає *Ferienwohnung* (квартира, яку можна орендувати подобово на визначений термін). Ще одним терміном-скороченням є *Aparthotel*, амальгама від *Apartmenthotel*. Відповідника цього терміна в українській туристичній фаховій мові немає і перекласти його можна лише описово. У німецькій туристичній фаховій мові знаходимо запозичення *Hotel garni*. Цей термін був запозичений як скорочення з французької мови, і українською його можна перекласти знову ж таки описово, як невеликий європейський готель, у якому немає ресторану, а сніданок подають у невеликому кафе. А термін *SPA Hotel* увійшов до широкого вжитку і перекладається українською мовою як *СПА-готель*, при цьому не потребуючи ширшого пояснення.

Отож, словам-термінам у фаховій мові туріндустрії притаманна сміливість вживання, особливо якщо йдеться про новочасні поняття, які запозичують з інших мов. Притаманна їм і автономність вживання, особливо в масмедійних текстах, характерна також однозначність. Особливістю вживання фахових скорочених слів у туристичній індустрії є мовна економія, оскільки для утворення цих термінів використовують незначну кількість літер для позначення окремих видів туристичних підприємств з різною спеціалізацією.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо в порівнянні морфологічних, синтаксичних та текстових властивостей скорочень та фахових слів, зокрема на матеріалі текстів фахової мови туризму.

References

- Fraas, C. (1998). Lexikalisch-semantiche Eigenschaften von Fachsprachen. *Fachsprachen. Ein internationales Handbuch zur Fachsprachenforschung und Terminologiewissenschaft, 1*.
- Franz, J. (1959). Von den Abkürzungen in der Sprache. *Muttersprache*(69), p. 261.
- Gipper, H. (1979). Fachsprachen in Wissenschaft und Werbung. Erkenntnisgewinn und Irreführung. *Fachsprachen und Gemeinsprache. Jahrbuch 1978 des Instituts für deutsche Sprache*, 125–143.
- Hoffmann, L. (1987). *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. Berlin: Akademie-Verlag.
- Lynchak, I. M. (2014). Faxova mova pracivnykiv turindustriyi: nekodyfikovana skladova (Tourist Industry Language). *Derzhava ta Rehiony. Seriya: Humanitarni Nauky*(1–2 (36–37)), pp. 38–42.
- Roelcke, T. (Berlin). *Fachsprachen im Alltag*. Berlin.
- Soltys, M. & O. Halema. (2013). Sposoby perekladu nimec'komovnyx reklamnyx tekstiv, yix leksychni, syntaksychni ta stylistychni osoblyvosti. *Naukovi Zapysky. Seriya: filolohichni nauky (movoznavstvo)*(116), pp. 203–207.
- Soltys, M. O. (2010). *Struktura, semantyka ta funkcionuvannya skorochen' u nimec'komu hazetnomu teksti: dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04 (Structure, semantics and functions of abbreviations in German newspapers)*. Lviv.
- Steinhauer, A. (2000). *Sprachökonomie durch Kurzwörter*. Tübingen Gunter Narr Verlag.

THE PROPERTIES OF SHORTENINGS AS TERMS AND THEIR USE IN THE SPHERE OF TOURISM

Maryana Soltys

*Ivan Franko National University of Lviv,
1, Universytetska St., Lviv, 79000, Ukraine
soltys_08@i.ua*

The article examines the role of shortenings in professional languages, including, the language of the tourism industry. A comparison of the properties of shortenings and terms, characterizing their common and distinctive features, is offered. The purpose of this study is to elucidate the role and terminological essence of shortenings and to identify their place in professional vernaculars, in particular, the travel industry vernacular. The aforementioned cases of use in German are compared with their counterparts in Ukrainian. The article dwells upon the benefits of the use of shortenings as professional words and offers an analysis of the qualities inherent to professional vernaculars and, therefore, professional words, with a further comparison between such characteristics and shortenings. Among the common features of shortenings and word terms are linguistic economy, edgy use, autonomy, ambiguity (in part characteristic of shortenings), and single meaning assignment. Hence, the benefits deriving from the use of shortenings include facilitated

communication due to linguistic economy, use of shortenings for identifying several referents as well as effortless word formation, especially when shortenings become initial components of partial abridgements. Also, shortenings lend themselves particularly well to creative uses. The use of professional abbreviated words in the travel industry vernacular is characterized by the fact that they may encode different kinds of travel companies with distinct profiles in very few letters. A further study may focus on a comparison between morphological, syntactic, and textual features of shortenings with a special reference to the chosen field of their application.

Keywords: shortening, terms, professional language, tourism.