

## ДА ПИТАННЯ АБ АБРЭВІЯТУРАХ У ТУРЫСТЫЧНАЙ СФЕРЫ (на матэрыяле беларускай мовы)

**Андрэва Алеся Уладзіміраўна**

дацэнт кафедры сацыяльна-гуманітарных дысцыплін  
у турызме і гасціннасці Інстытута менеджменту ўніверсітэту  
і турызму ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт  
фізічнай культуры»; кандыдат філалагічных навук

*Публікацыя прасвечана даследаванню асаблівасцей абрэвіятур, што функцыянуюць у турыстычнай сферы. Адзначана, што турыстычныя абрэвіятуры, якія ўтвараюцца на базе полілексемных лексем (номенаў або тэрмінаў), не абразіваюцца разнастайнасцю структурных тыпаў і прадстаўлены ініцыяльнымі і няпоўнымі абрэвіятурамі. Адметнасць спецыяльнай лексікі даследаванай сферы заключаецца ў наяўнасці ў ёй значнай колькасці іншамоўных скарачэнняў, запазычаных з англійскай мовы, якая даміруе ў галіне міжнароднага турызму*

Адной з галоўных тэндэнцый развіцця беларускай спецыяльнай лексікі індустрыі турызму і гасціннасці з'яўляецца тэндэнцыя кампрэсіі складаных і састаўных намінацый, што выклікана імкненнем да лаканічнасці формы. Сярод спосабаў кампрэсіі спецыяльных лексем асобна вылучаецца абрэвіяцыя, пад якой традыцыйна разумеюць утварэнне больш кароткіх (у параўнанні з зыходнымі) сінанімічных найменняў шляхам скарачэння (усячэння) асноў [2]. На думку вучоных, у аснове параджэння абрэвіятур ляжыць прынцып эканоміі моўных сродкаў, накіраваны на атрыманне эканамічнай выгады, г. зн. стварэнне больш кампактнай замены слова. З пункту погляду выкарыстання дадзены прынцып ставіць на мэце эканомію часу і намаганняў [1, с. 15].

Мэтай публікацыі з'яўляецца даследаванне структурна-семантычных асаблівасцей абрэвіятур турыстычнай сферы.

У сувязі з адсутнасцю турыстычных тэрміналагічных слоўнікаў і энцыклапедычных даведнікаў асноўнымі крыніцамі для лінгвістычнага аналізу паслужылі вучэбныя дапаможнікі па спецыяльнасці «Турызм і гасціннасць», навуковыя публікацыі адпаведнай тэматыкі, спецыялізаваныя інтэрнэт-сайты.

Праведзенае даследаванне эмпірычнага матэрыялу паказвае, што ў турыстычнай сферы прадстаўлены абрэвіятуры, створаныя на аснове полілексемных спецыяльных найменняў (наменклатурных назваў і больш рэдка тэрмінаў). У залежнасці ад словаўтваральных (фармальных) сродкаў, што ўдзельнічаюць у працэсе словаўтварэння, можна выдзеліць два структурныя тыпы абрэвіятур: 1) абрэвіятуры ініцыяльнага тыпу; 2) абрэвіятуры, якія складаюцца з пачатковай часткі слова і цэлага слова.

Асноўную масу скарачэнняў індустрыі турызму і гасціннасці складаюць ініцыяльныя абрэвіятуры. У першую чаргу яны ўтвараюцца на базе пачатковых літар усіх лексічных паўназначных кампанентаў словазлучэння, а ў некаторых выпадках і пачатковых літар частак складаных слоў. Напрыклад: *СТА* ← *Сусветная турыстычная арганізацыя*, *ТКГ* ← *турыстычны краязнаўчы гурток*, *БММТ* ← *Бюро міжнароднага маладзёжнага турызму РСТ* ← *Расійскі саюз турыстычнай індустрыі*, *МТСС* ← *Міжнародны турыстычна-спартыўны саюз* і інш.

Больш рэдка фіксуюцца гукавыя абрэвіятуры, у склад якіх уваходзяць першыя гукі кампанентаў зыходнага словазлучэння, напрыклад: *МСАПТ* ← *Міжнародны саюз арганізацый прапаганды турызму*, *МСАТА* ← *Міжнародны саюз афіцыйных турыстычных арганізацый*. Адзінаковым прыкладам прадстаўлены літарна-гукавы тып абрэвіятур: *ДзэЮТ* ← *дзіцяча-юнацкі ту-*

рызм. У працэсе даследавання ўстаноўлена, што ініцыяльныя абрэвіятуры могуць уключаць ад 2 да 5 ініцыяльных элементаў.

Неабходна адзначыць, што ўжыванне ў спецыялізаваных тэкстах ініцыяльных абрэвіятур, за выключэннем найбольш вядомых і распаўсюджаных (напрыклад, *СТА*), звычайна суправаджаецца расшыфроўкай (поўнай назвай) у дужках.

Даволі пашыраны ў турыстычнай сферы няпоўныя абрэвіятуры, у якасці словаўтваральнай базы для якіх служыць двухкампанентныя субстантыўныя словазлучэнні з прыметнікам-азначэннем *турыстычны*. Напрыклад: *турыстычны прадукт* – *турпрадукт*, *турыстычная паслуга* – *турпаслуга*, *турыстычны маршрут* – *турмаршрут*, *турыстычны паход* – *турпаход*, *турыстычная фірма* – *турфірма* і інш. У працэсе дэрывацыі скарачэнню падвяргаецца толькі адна частка словазлучэння – атрыбутыўная. Галоўны кампанент полілексемнай адзінкі, які ўяўляе сабой фармальна-семантычны цэнтр, захоўвае сваю слоўную форму без якіх-небудзь змяненняў. Назіранні паказваюць, што ў многіх жанрах турыстычнага дыскурсу (турыстычным праспекце, каталогу, артыкуле і інш.) абрэвіятуры з усечанай часткай *тур-* пераважаюць у колькасным плане над поўнымі найменнямі. Аднак у навуковых тэкстах абрэвіятуры дадзенага тыпу прадстаўлены ў меншай ступені. Тут у якасці кароткіх найменняў актыўна выкарыстоўваюцца эліптычныя адзінкі (*маршрут* замест *турыстычны маршрут*, *паслуга* замест *турыстычная паслуга* і інш.), якія звычайна ўводзяцца ў тэкст пасля таго, як была ўжыта полілексемная тэрмінаадзінка.

Да ліку няпоўных абрэвіятур у нашай выбарцы таксама належыць лексема *экскурсыя*, утвораная ў выніку спалучэння ўсечанай часткі азначальнага кампанента і цэлага галоўнага кампанента зыходнага словазлучэння: *экскурсыя* ← *экскурсійнае бюро*.

Сярод даследаваных спецыяльных найменняў асобна вылучаецца група іншамоўных ініцыяльных абрэвіятур (запазычаных пераважна з англійскай мовы), якія сёння набываюць значнае пашырэнне ў беларускай турыстычнай сферы. Назіранні паказваюць, што ў спецыялізаваных тэкстах запазычаныя абрэвіятуры найчасцей функцыянуюць у іншамоўным графічным вобліку. Таксама сустракаюцца выпадкі дваінога напісання абрэвіятур – лацінскімі і кірылічнымі літарамі (напрыклад, *WTO* і *СТА*). Як правіла, да кожнай з іншамоўных абрэвіятур прыводзіцца поўнае апісанне на беларускай мове і нярэдка на мове арыгінала. Паводле семантыкі запазычаныя абрэвіятуры размяркоўваюцца па наступных групам:

1) найменні міжнародных, нацыянальных і рэгіянальных турыстычных арганізацый: *WATA* (World Association of Travel Agencies, Сусветная асацыяцыя турыстычных агенцтваў), *ISTA* (International Sightseeing and Tours Association, Міжнародная асацыяцыя па экскурсійным абслугоўванні і турах), *PATA* (Pacific Area Travel Association, Азіяцка-Ціхаакіянская турыстычная асацыяцыя) і інш.;

2) найменні тыпаў размяшчэння ў гатэлях: *HV* (holiday village, клубны гатэль), *MB* (main building, галоўны будынак гатэля);

3) найменні відаў гасцінічных нумароў паводле віду з вокнаў: *MV* (Mountain View, нумар з відам на горы), *SSV* (Sea Side View, нумар з відам на мора), *OV* (Ocean View, нумар з відам на акіян), *BV* (Beach View, нумар з відам на пляж), *CV* (City View, нумар з відам на горад), *PV* (Pool View, нумар з відам на басейн), *ROH* (Run of House, від з акна не ўдакладняецца) і інш.;

4) найменні тыпаў харчавання: *OB* (Only Bed, без харчавання), *BB* (Bed and Breakfast, толькі сьнеданне), *HB* (Half Board, паўпансіён – сьнеданне і вячэра), *FB* (Full Board, пансіён – сьнеданне, абед і вячэра), *AI* (all inclusive, усё ўключана) і інш.;

5) найменне віду турызму: *MICE* (Meetings, Incentive, Conferences, Exhibitions дзелавы турызм – дзелавыя сустрэчы, заахвочвальныя паездкі, канферэнцыі, выстаўкі).

Як сведчыць прааналізаваны фактычны матэрыял, семантыка абрэвіатурных, скарачаных намінацый і іх зыходных полілексемных адзінак поўнасьцю супадае. У працэсе дэрывацыі не наглядаецца якіх-небудзь зрухаў у значэнні даследаваных найменняў (звужэння, пашырэння семантыкі і інш.).

Такім чынам, абрэвіяцыя ў турыстычнай сферы з'яўляецца даволі прадуктыўным спосабам утварэння лаканічных намінацый. Пераважна падвяргаюцца скарачэнню найменні турыстычных арганізацый і ўстаноў, у выніку чаго ўтвараюцца ініцыяльныя абрэвіатуры розных тыпаў. Акрамя таго, шырока прадстаўлены няпоўныя абрэвіатуры, якія ўзнікаюць на базе двухкампанентных тэрміналагічных словазлучэнняў з атрыбутыўным кампанентам – прыметнікам *турыстычны*. Спецыфічная асаблівасць турыстычнай спецыяльнай лексікі заключаецца ў тым, што значнае месца ў ёй належыць іншамоўным абрэвіатурам, запазычаным з англійскай мовы, якая сёння дамінуе ў сферы міжнароднага турызму.

### **Спіс выкарыстанай літаратуры**

1. Горшунов, Ю. В. Прагматика аббревиатуры / Ю. В. Горшунов. – М. : Прометей, 1999. – 219 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Большая рос. энцикл., 2002. – 709 с.