ИЗДАТЕЛЬСТВО грамота

Филологические науки. Вопросы теории и практики
Philology. Theory & Practice

ISSN 2782-4543 (online)
ISSN 1997-2911 (print)

2026. Том 19. Выпуск 5 | 2026. Volume 19. Issue 5
Материалы журнала доступны на сайте (articles and issues available at): philology-journal.ru

RU

# Аббревиатуры в языке делового туризма: структурно-семантический аспект (на материале английского языка)

Глухов Г. В.

***Аннотация.*** Цель исследования заключается в выявлении структурно-семантических особенностей английских аббревиатур в языке делового туризма. В статье раскрывается содержание понятия «аббревиатура», на основе структурного критерия выделяются и описываются основные группы сокращений анализируемой предметной области, рассматриваемые в качестве ведущего способа оптимизации речевого сообщения. Научная новизна исследования заключается в том, что в работе впервые выявлено своеобразие структуры и семантики английских аббревиатур сферы делового туризма с применением комплексного подхода к рассматриваемому материалу, т. е. охарактеризованы основные виды сокращений, осуществлена их тематическая классификация по семантическому признаку, определены ведущие структурные модели их образования. В результате проведенного исследования в изученном эмпирическом материале сферы делового туризма установлено преобладание трехкомпонентных инициальных аббревиатур, образованных на основе асинтаксической субстантивной модели N + N + N; выявлена распространенность слоговых аббревиатур, представленных односложовыми апокопическими сокращениями и стяжениями; выяснена незначительная представленность сложнослоговых сокращений, преимущественно в виде сращений и сложносокращенных слов. Заключительное внимание уделяется семантическому анализу аббревиатур языка сферы делового туризма с выделением семи групп с преобладанием сокращений, характеризующих деловые поездки и проживание в гостинице, описывающих виды организаций и должности сотрудников, раскрывающих аспекты деловой коммуникации.

EN

# Abbreviations in the language of business tourism: structural and semantic aspects (based on the English language)

G. V. Glukhov

***Abstract.*** The research aims to identify the structural and semantic features of English abbreviations within the language of business tourism. The article clarifies the definition of “abbreviation” and, based on structural criteria, identifies and describes the main groups of abbreviations in the analyzed subject area, which are viewed as a primary method for the optimization of the communicative message. The scientific novelty of the study lies in the fact that it is the first one to identify the unique structural and semantic characteristics of English abbreviations in the sphere of business tourism through a comprehensive approach. Specifically, the study characterizes the main types of abbreviations, provides a thematic classification based on semantic features, and identifies the leading structural models of their formation. As a result of the study, the analyzed empirical material from the business tourism sector revealed a prevalence of three-component initialisms formed according to an asyntactic substantive model (N + N + N). The study also identified the commonness of syllabic abbreviations, represented by monosyllabic apocopic clippings and contractions. Furthermore, a minor presence of compound-syllabic abbreviations was found, primarily in the form of blends and fusions. Finally, the semantic analysis of abbreviations in the language of business tourism identified seven distinct groups, with a predominance of abbreviations related to business travel and hotel accommodation, types of organizations and job titles, and aspects of business communication.

Научная статья (original research article) | **https://doi.org/10.30853/phil20260230**

© 2026 Авторы. © 2026 ООО Издательство «Грамота» (© 2026 The Authors. © 2026 Gramota Publishing, LLC). Открытый доступ предоставляется на условиях лицензии CC BY 4.0 (open access article under the CC BY 4.0 license): https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

**Введение**

В центре внимания данного исследования – структурное и семантическое своеобразие аббревиатур в языке англоязычного делового туризма.

Актуальность проведенного исследования обусловлена повышенным интересом к изучению аббревиации, передающей емкое содержание в предельно сжатой форме, глубокое комплексное изучение средств выражения которой необходимо для осуществления адекватного информационного обмена между взаимодействующими сторонами в сфере делового туризма.

Поясним это следующим образом. Туризм является динамично развивающейся отраслью, что ознаменовано в языке появлением нового дискурса. Туристический дискурс, представляющий собой речь, воплощенную в институциональных ситуациях общения в сфере туризма (Погодаева, 2008), постоянно пополняется новыми лексическими единицами в связи с возникновением новых направлений, среди которых следует назвать деловой туризм.

Деловой туризм включает совершение деловых поездок, проведение совещаний и мероприятий и непосредственно отдых (Липириди, 2019). На фоне стремительного развития сферы делового туризма в связи с расширением международного сотрудничества требуется быстрый и содержательный обмен информацией как между представителями компаний в ходе проведения совещаний и переговоров, так и в сфере гостиничного обслуживания, организации перевозок и обеспечения питанием. Таким образом, возникает потребность в «экономии языковых средств при информационной избыточности в процессе интенсивной коммуникации с целью обмена информацией» (Филясова, Ильин, 2025, с. 1295).

Использование аббревиатур в качестве средства оптимизации речевого сообщения в рамках данного подвида туристического дискурса позволяет передать большой объем информации в сжатой форме, увеличивая скорость воспроизведения и восприятия слов. Как результат, это, выступая экономичным способом выражения мысли, ускоряет процесс речепорождения и служит гарантией эффективного и адекватного восприятия реципиентом.

Более того, аббревиация также является средством активного пополнения словарного состава языка, поскольку аббревиатуры после их полной лексикализации существуют самостоятельно, составляя значительный пласт современного английского языка (Миньяр-Белоручева, Сергиенко, 2022), проникая практически во все слои лексики и применяясь и в устной, и в письменной речи. Соответственно, вследствие динамичного развития сферы делового туризма лексический состав терминологии этой сферы постоянно пополняется, что повышает эффективность межкультурной коммуникации.

Таким образом, умение осуществить построение и декодирование аббревиатур является необходимым условием создания ситуации коммуникативного успеха (Кожанова, 2022).

Следует отметить, что возникновение и развитие аббревиации имеет долгую историю, но тем не менее лингвистическая сущность аббревиатур до сих пор изучена не полностью. В частности, существуют проблемы, связанные с терминологией, с определением типа сокращений (Алексеев, 2017). В то же время особенности аббревиатур в различных тематических областях достаточно хорошо изучены. Н. С. Соловьева и В. В. Катермина (2022) выявляют функциональные и тематические характеристики аббревиатур в новостных интернет-СМИ; Е. А. Шагланова, Е. С. Бадмаева, О. А. Чепак (2022) определяют особенности образования сокращений в научно-техническом тексте; С. А. Кострубина, А. Е. Прокопьева (2023) устанавливают структурные модели аббревиатур компьютерных терминов; Г. В. Глухов (2024) исследует сокращения как средства компрессивного словообразования в экономическом дискурсе.

Кроме того, несмотря на наличие работ, посвященных структурно-семантическому наполнению аббревиатур в терминологии сферы туризма (Схаляхо, Сасина, Бричева, 2025), сокращения сферы англоязычного делового туризма остаются малоизученными. Все вышесказанное свидетельствует о необходимости проведения комплексного исследования английских аббревиатур в языке делового туризма.

Исследование предполагает решение ряда задач: охарактеризовать понятие «аббревиатура»; выявить, систематизировать и классифицировать английские аббревиатуры в языке делового туризма на основании способов их образования, частеречной принадлежности их компонентов и семантического наполнения языковых единиц; проанализировать средства выражения аббревиатур изучаемой предметной области с позиции структуры и семантики.

Выбор методов исследования обусловлен целью и совокупностью поставленных задач. Подбор языкового материала осуществлялся с помощью метода сплошной выборки. Для систематизации и обобщения материала в работе применялся метод лингвистического описания. Метод контекстуального анализа использовался для выявления семантических связей между лексическими единицами. Метод количественного анализа позволил определить соотношение структурных и семантических видов аббревиатур.

Теоретическую базу исследования составили труды С. О. Бариновой (2008), Л. В. Дудниковой, М. С. Медведевой (2023), М. А. Ярмашевич (2004), посвященные подходам к интерпретации понятия «аббревиатура», что помогло выработать позицию автора по отношению к изучаемому явлению аббревиации; А. Н. Елдышева (1984), Е. А. Дюжиковой (1997), в которых рассматриваются классификации аббревиатур, положенные в основу данного исследования. Кроме того, важным аспектом исследования стало выявление структурно-семантических характеристик аббревиатур в языке делового туризма, что стало возможным благодаря трудам

С. А. Кострубиной, А. Е. Прокопьевой (2023) и Е. Н. Схаляхо, С. А. Сасиной, М. М. Бричевой (2025), в которых детально анализируются структурные и семантические типы английских сокращений и дается подробное описание наиболее продуктивных моделей.

Материалом для исследования послужили аббревиатуры, которые были выбраны из аутентичных учебных пособий (English for International Tourism (Strutt, 2007); English for Business Studies Course book (Mackenzie, 2012)), специализированных словарей (Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality (Medlik, 2003); Dictionary of Travel and Tourism Terminology (Beaver, 2005)) и англоязычных текстовых источников, посвященных сфере делового туризма (Business Travel and Tourism (Swarbrooke, 2001); Tourism Theory: Concepts, Models and Systems (Lohmann, Panosso, 2017)).

Практическая значимость исследования определяется возможностью использовать полученные результаты в преподавании курсов лексикологии и словообразования английского языка, в лексикографической практике при создании толковых словарей аббревиатур, при разработке учебных пособий в сфере туризма и деловых коммуникаций.

**Обсуждение и результаты**

Аббревиатуры входят в состав специальной лексики любой предметной области и экономят время передачи и получения информации между участниками коммуникации (Схаляхо, Сасина, Бричева, 2025).

Существуют различные подходы к определению аббревиатур. В наиболее общем виде аббревиатура представляет собой «слово, образованное на базе словосочетания путем значительного сокращения его единиц» (Матвеева, 2010, с. 9). Более точное определение дает С. О. Баринова, по мнению которой аббревиатура представляет собой «новую лексему, возникшую в результате лексической аббревиации и имеющую статус слова (лексическая аббревиатура), или сокращенную письменную запись полного слова/словосочетания, расшифровываемую при чтении (графическая аббревиатура)» (2008, с. 13). Вышеуказанное определение демонстрирует традиционное деление аббревиатур на лексические и графические (Дудникова, Медведева, 2023).

Существуют и другие классификации аббревиатур, отличающиеся многочисленностью и неоднородностью принципов (Ярмашевич, 2004), причем наиболее распространенной является структурная классификация, в рамках которой инициальные, слоговые и сложнослоговые аббревиатуры выделяются в качестве основных типов (Дюжикова, 1997; Баринова, 2008). Данная классификация положена в основу проводимого исследования.

Вслед за А. Н. Елдышевым (1984), Е. П. Ефремовой, Е. В. Лазуткиной, О. Н. Ратуевой (2022) мы считаем, что термины «аббревиатура» и «сокращение» являются синонимичными. Следовательно, аббревиатура представляет собой сокращение слов или словосочетаний, концентрирующее в новых лексических единицах план выражения и обобщающее план содержания (Молчанова, Зубова, 2019). Иными словами, аббревиация сопровождается обобщением исходной информации и ее сжатием, минимизируя произносительные усилия и вызывая быстрое увеличение информационных потоков.

Для проведения данного исследования из аутентичных источников материала методом сплошной выборки были отобраны 890 аббревиатур, относящихся к сфере делового туризма, которые далее были подвергнуты систематизации и классифицированию. Было установлено, что в изучаемой предметной области представлены инициальные аббревиатуры (буквенные и звуковые), слоговые апокопические сокращения и стяжения, а также сложнослоговые в виде сращений и сложносокращенных слов.

Инициальные буквенные аббревиатуры, образованные из первых букв словосочетаний, преобладают в языке делового туризма, причем в качестве стержневого слова исходного словосочетания выступает существительное, что позволяет охарактеризовать номинируемый объект. Их доля в общем корпусе аббревиатур данной сферы составляет 72%.

Размер инициальных аббревиатур в изучаемой сфере варьируется от однобуквенных до пятибуквенных. Чаще всего такие сокращения являются трехкомпонентными инициальными буквенными (*TMC / Travel Management Company / агентство по организации корпоративных поездок*; *WTO / World Trade Organisation / Всемирная туристская организация*) (Mackenzie, 2012). Подобные аббревиатуры, обладая краткой формой выражения, служат удачным средством компрессии информации. Далее будут рассмотрены структурные модели трехкомпонентных инициальных аббревиатур в языке делового туризма.

Наиболее представленной в рассматриваемом материале является асинтаксическая субстантивная модель N + N + N (*Key Account Manager / специалист по работе с ключевыми клиентами в сфере делового туризма*; *CBA/ Cost-Benefit Analysis / анализ затрат и выгод*) (Medlik, 2003), передающая полную информацию о номинируемом объекте или должностном лице в изучаемой сфере. Указанная выше модель основана на беспредложной конструкции N + N с использованием выраженного существительным адъективного компонента, который в ряде случаев может быть также передан с помощью прилагательного или причастия (*LAN / Local Area Network / доступ в интернет через локальную сеть*; *BTA / British Tourism Authority / Британское управление по туризму*; *LLC / Limited Liability Company / общество с ограниченной ответственностью*) (Beaver, 2005). В этом случае используется структурная модель Adj (Part.) + N + N, которая менее популярна в анализируемой сфере и описывает типы организаций в сфере делового туризма и особенности применения информационных технологий.

Некоторые аббревиатуры, состоящие из трех инициальных букв, образованы по структурной адъективно-субстантивной модели Adj + Adj + N (*BAR / Best Available Rate / лучшая цена на момент бронирования номера*;

*EGM / Extraordinary General Meeting / внеочередное общее собрание*; *Chief Financial Officer / финансовый директор*) и обозначают должности сотрудников, виды собраний и совещаний, а также термины, связанные с процедурой бронирования номера и размещения в гостинице (OALD, 2016). Соответственно, в качестве ядерных слов в рамках рассматриваемой структурной модели часто выступают слова officer, meeting, rate, которые дополнены адъективными компонентами, передающими качества и признаки. Отметим высокую распространенность инициальных сокращений, обозначающих высшие управленческие должности, образуемых в соответствии со структурной моделью Chief + Adj.+ Officer. Активное применение данной модели в языке делового туризма способствует эффективному взаимодействию представителей компаний различных стран.

В ряде случаев трехсловные наименования имеют в своем составе предлог, причем стержневой элемент может находиться как в начальной позиции (*SOF / Signature on File / соглашение, дающее право агентству делового туризма списывать средства со счета клиента*; *MoM / minutes of the meeting / протокол собрания*), так и в середине конструкции, употребляясь с препозитивным определением (*ETA / Estimated Time of Arrival / предполагаемое время прибытия*) (Strutt, 2007). Такие аббревиатуры носят субстантивный характер и используются для описания документов, договоров и соглашений в сфере делового туризма, документации, заполняемой в ходе деловых совещаний, а также для расписания прибытия и выбытия клиента, причем наиболее употребительными являются предлоги on, of. В целом, аббревиатуры с предлогами удобны для воспроизведения и восприятия информации.

Среди трехкомпонентных аббревиатур в языке делового туризма представлены акронимы, относящиеся к инициально-буквенным аббревиатурам, т. е. тем лексическим сокращениям, которые можно произносить как слово (Бабенкова, Арюшкина, 2024) (*PIN / Personal identification number / личный идентификационный номер*; *ASAP / as soon as possible/как можно скорее*) (Lohmann, Panosso, 2017). Подобные сокращения отличаются удобопроизносимостью и простотой употребления по причине того, что их воспринимают как полные слова, и часто используются в деловой корреспонденции в сфере делового туризма.

Особенностью анализируемой сферы является достаточная степень распространенности трехэлементных аббревиатур, образованных по знако-буквенной модели N + Conj + N (*B&B / Bed and breakfast / оплата только номера и завтрака*; *Q&A / Question and Answer / время для вопросов и ответов после презентации*; *M&A / Mergers and Acquisitions / слияния и поглощения*) (Swarbrooke, Horner, 2001). Они обозначают стадии деловых встреч и презентаций, варианты объединения компаний, виды оплаты номера. В таких сокращениях два понятия объединены соединительным союзом and, который отражается в аббревиатуре в виде знака лигатуры &.

Кроме того, в языке делового туризма представлены трехкомпонентные сокращения, включающие цифры (*B2B / сотрудничество юридических лиц с другими компаниями*; *B2C / взаимодействие бизнеса с потребителями*) и обозначающие основные виды ведения бизнеса (OALD, 2016). Модель B2Noun отличается простотой образования, что способствует ее распространенности в рассматриваемой сфере.

Инициальные аббревиатуры меньшего или большего объема менее популярны в языке делового туризма. Одно- и двухкомпонентные аббревиатуры не столь эффективно осуществляют номинирование предметов и явлений, поскольку из-за небольшого объема они не могут передать всех оттенков значения. Тем не менее они находят достаточно широкое применение при описании класса обслуживания в гостинице (*A / первый класс со скидкой*) или характеристики отеля (*HV / hotel village / отель, состоящий из коттеджей и вилл*), организации питания и тарифа проживания (*RO / room only / размещение без питания*; *HB / half board / полупансион*) (Medlik, 2003).

Двухкомпонентные аббревиатуры часто образованы на основе адъективно-субстантивной модели Adj + N (*MB / Main building*; *PR / Public relations / отношения с общественностью)* и субстантивной модели N + N (*BD / Business Development / развитие бизнеса*; *MA / Master Card / кредитная карта Мастер кард*), которые характеризуют виды зданий, направления развития, формы оплаты и базовые понятия сферы делового туризма (Mackenzie, 2012).

Четырехкомпонентные аббревиатуры присутствуют в рассматриваемом материале в достаточной степени, обозначая важные понятия сферы делового туризма. Примерами могут служить такие сокращения как MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions (Events) / область делового туризма, связанная с организацией мероприятий*; *ABTA / Association of British Travel Agents / Ассоциация Британских Туристических агентов*), обозначающие принципы организации делового туристического бизнеса и компании, работающие в указанной сфере. Наиболее распространена структурная модель Adj (N) + N + N + N (*IATA / The International Air transport Association / Международная ассоциация воздушного транспорта*; *NYSE / New York Stock Exchange / Нью-Йоркская фондовая биржа*), имеющая высокий номинационный потенциал благодаря субстантивному характеру, что делает ее незаменимой при описании комплексных понятий (Beaver, 2005; Strutt, 2007).

Пятикомпонентные аббревиатуры мало распространены в языке делового туризма (*NABTA / National association of Business Travel Agents / Национальная ассоциация турагентов сферы делового туризма*) по причине того, что их структура отличается громоздкостью и требует дополнительных усилий по формулированию и восприятию (OALD, 2016).

Таким образом, многокомпонентные инициальные аббревиатуры (преимущественно трехкомпонентные) в языке делового туризма являются преобладающими, поскольку для полноценного описания должностей, организаций, базовых понятий анализируемой предметной области целесообразно использовать сокращения, основой которых выступают модели N + N и Adj + N, получающие распространение за счет добавления одного определения или ряда определений (Белякова, 2024).

Помимо инициальных аббревиатур, в исследуемом материале присутствуют слоговые аббревиатуры, в основном представленные апокопическими сокращениями существительных, для которых характерно

сохранение начала слова (*info / information / информация*; *doc / document / документ*; *vol / volume / объем)*, позволяющее достаточно легко распознать всю лексическую единицу и при необходимости восстановить ее полную форму (OALD, 2016). Подобные аббревиатуры, как правило, являются однослоговыми и используются при обмене информацией устно и в виде деловых документов во время проводимых совещаний, презентаций и обучения в данном подвиде туризма.

Еще одним подвидом слоговых аббревиатур, присутствующих в языке делового туризма, являются стяжения, образуемые от однословной субстантивной языковой единицы за счет опущения середины слова и стяжения его начала и конца (*rt / route / маршрут*; *rd / road / дорога*; *yr / year / год*; *mting / собрание*) (OALD, 2016). Как видно из представленных примеров, гласные опускаются по причине того, что согласные являются основными элементами конструкции и несут больший объем информации о предмете. Такие аббревиатуры отличаются повышенной семантической емкостью, хотя информация в них передается меньшим числом знаков, и характеризуют временные и пространственные отношения в языке делового туризма, а также обозначают виды проживания и особенности получения информации.

В целом, доля слоговых аббревиатур в изучаемой сфере составляет 21% от общего корпуса сокращений.

Сложнослоговые аббревиатуры в языке делового туризма представлены сращениями, образованными сложением начальной части одного слова с конечной частью другого (*motel / motor + hotel / мотель*) и сложносокращенными словами, представляющими собой слияние однобуквенной аббревиатуры с полносоставным словом (*e-mail / electronic mail / электронная почта*) (OALD, 2016). Данный тип отличается наименьшей представленностью в языке делового туризма, составляя всего 7% от всех аббревиатур изучаемой предметной области.

Теперь охарактеризуем основные группы аббревиатур в языке делового туризма по их семантическому наполнению. Во-первых, значительная часть сокращений представлена названиями организаций и объединений, связанных со сферой туризма (*Global Business Travel Association / Международная ассоциация деловых поездок*), а также географическими названиями, в частности обозначениями стран, регионов и областей (*EMEA / Europe, the Middle East and Africa / Европа, Ближний Восток и Африка*; *the UK / Великобритания*).

В-вторых, аббревиатуры в сфере делового туризма используются для обозначения должностей, типов и направлений деятельности организаций, форм собственности предприятий (*CAO / Chief accounting Officer / главный бухгалтер*; *SL / Sole trader / индивидуальный предприниматель*; *R&D / Research and Development / научные исследования*).

В-третьих, значительное количество аббревиатур характеризуют формы деловой коммуникации, такие как проведение презентаций, собраний, бизнес-встреч, включая письменную деловую коммуникацию в сфере туризма (*AOB / Any Other Business / разное*; *OHP / overhead projector / проектор*; *AGM/ Annual General Meeting / ежегодное общее собрание*; *Enc. / Enclosure / приложение к документу*).

В-четвертых, аббревиатуры исследуемой области используются при описании видов туристических программ, процесса перемещения к месту назначения, видов проживания и питания (*A/C / air-conditioner / кондиционер*; *BO / bed only / размещение без питания*; *OW / one way ticket / билет в одну сторону*; *STD / Standard / стандартный вариант размещения*; *RT / Room Type / ранжирование номеров в гостинице*; *EC / Euro City / скоростной экспресс*; *FTP / frequent traveler programme / программа для регулярно путешествующих граждан*; *IT / inclusive tour / комплексный тур*).

В-пятых, для анализируемой сферы делового туризма характерно использование терминов, связанных с проведением денежных операций, а также с бухгалтерской и финансовой отчетностью (*VAT / Value Added Tax / НДС*; *ROI / Return on Investment / доход от инвестирования*; *GP / Gross Profit / валовая прибыль*).

В-шестых, широко распространены сокращения, обозначающие пространственно-временные отношения, а также аббревиатуры расстояния (*p.m. / post meridiem / после полудня*; *p.a. / per annum / ежегодно*; *mil / mileage / число пройденный миль / locn / location / местоположение*) (OALD, 2016; Strutt, 2007).

Седьмую группу составили сокращения общеупотребительного, а не специального характера (*st / street / улица*; *priv / private / личный, приватный*), встречаемые в разных типах дискурса и выбираемые не по семантическому критерию, а в соответствии со сферой употребления (Схаляхо, Сасина, Бричева, 2025).

Эмпирический материал распределяется по группам следующим образом. Наиболее широко представлены аббревиатуры, характеризующие путешествия, проживание в гостинице и организацию питания (24,5%). Далее по степени убывания следуют сокращения, обозначающие названия организаций и географические названия (22,3%); описывающие формы деловой устной и письменной коммуникации (19,4%); принадлежащие к общеупотребительному пласту лексики (17,1%); обозначающие должностных лиц, виды организаций (11,6%); характеризующие пространство, время и расстояние (3,9%). Аббревиатуры, отражающие денежные операции и финансовую отчетность, наименее представлены в языке делового туризма (1,2%).

Таким образом, в сфере делового туризма распространены многокомпонентные инициальные буквенные сокращения (преимущественно трехкомпонентные); слоговые и сложнослоговые аббревиатуры оказываются менее представленными, так как требуют дополнительных усилий, направленных на восприятие и последующее воспроизведение.

**Заключение**

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов.

Аббревиатуры представляют собой сокращения единиц, отличающиеся предельно сжатой формой и выражающиеся с помощью ограниченного количества языковых знаков, что дает возможность экономии речевых

усилий и устранения языковой избыточности, делая их наиболее оптимальным способом передачи информации в сфере делового туризма.

Произведенный в языке делового туризма отбор 890 аббревиатур, относящихся к анализируемой тематической области, позволил систематизировать и классифицировать сокращения на основе синтаксических и семантических критериев. Далее были выявлены три основные группы аббревиатур, среди которых инициальные, слоговые и сложнослоговые. В ходе дальнейшей детализации были определены подвиды основных типов сокращений в рассматриваемом материале.

Проведенный структурный анализ выявил преобладание трехкомпонентных инициальных буквенных аббревиатур, образованных на основе асинтаксической субстантивной модели N + N + N, обозначающих должностных лиц и базовые понятия сферы делового туризма, в то время как одно- и двухкомпонентные сокращения, а также четырехкомпонентные аббревиатуры, имеющие структуру Adj (N) + N + N + N, оказываются менее представленными, первые по причине краткости представленной информации, а вторые из-за сложности структуры. Слоговые сокращения в языке делового туризма являются в основном апокопическими однословными, а также представлены стяжениями и характеризуют виды документов и пространственно-временные отношения. Сложнослоговые аббревиатуры, среди которых ведущими оказываются сращения и сложнослоговые сокращения, наименее популярны в данной тематической области. С точки зрения семантического наполнения в анализируемом материале выделено семь лексико-семантических групп, причем преобладают аббревиатуры, описывающие такие аспекты, как организация путешествий, питания и проживания в гостинице; характеризующие названия и виды организаций, должности сотрудников, а также формы письменной и устной деловой коммуникации.

В целом, аббревиация в языке делового туризма позволяет выразить емкое содержание в сочетании с экономией языковых средств, что ускоряет передачу информации.

В качестве перспектив исследования отметим необходимость дальнейшего выявления структурно-семантических характеристик аббревиатур в различных типах дискурса.

**Материалы исследования | Research materials**


1. Beaver A. A Dictionary of Travel and Tourism Terminology. 2nd ed. Wallingford: CABI Publishing, 2005.
2. Lohmann G., Panosso A. Tourism Theory: Concepts, Models and Systems. 2nd ed. Wallingford: CABI Publishing, 2017.
3. Mackenzie I. English for Business Studies Course book. 3rd ed. Cambridge University Press, 2012.
4. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. 3rd ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.
5. OALD – Oxford Advanced Learner's Dictionary. 9th ed. Oxford University Press, 2016.
6. Strutt P. English for International Tourism.Intermediate Students' Book. 2nd ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2007.
7. Swarbrooke J., Horner S. Business Travel and Tourism. Oxford – Boston: Butterworth-Heinemann, 2001.


**Источники | References**


1. Алексеев А. В. Аббревиация в современной виртуальной коммуникации: прагматический аспект: на материале английского и немецкого языков: автореф. дисс. … к. филол. н. Ростов н/Д., 2017.
2. Бабенкова Е. А., Арюшкина И. Г. Структурные параметры акронимов в англоязычном экономическом дискурсе // Вестник Марийского государственного университета. 2024. Т. 18. № 1. https://doi.org/10.30914/2072-6783-2024-18-1-79-84
3. Баринова С. О. Слоговые и сложнослоговые английские сокращения, используемые в сети Интернет // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2008. № 67.
4. Белякова О. В. Компрессивное словообразование в англоязычном юридическом дискурсе: структурно-семантические характеристики языковых единиц // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17. Вып. 3. https://doi.org/10.30853/phil20240099
5. Глухов Г. В. Языковая компрессия на уровне словообразования в английском экономическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. Т. 17. Вып. 7. https://doi.org/10.30853/phil20240357
6. Дудникова Л. В., Медведева М. С. Аббревиатуры в современном англо- и франкоязычном масс-медийном дискурсе // Вестник Удмуртского университета. 2023. Т. 33. Вып. 6.
7. Дюжикова Е. А. Аббревиация сравнительно со словосложением (на материале современного английского языка): автореф. дисс. … д. филол. н. М., 1997.
8. Елдышев А. Н. Строение и мотивированность сокращенных слов (к проблеме взаимодействия фирмально-содержательных признаков в слове): дисс. … к. филол. н. М., 1984.
9. Ефремова Е. П., Лазуткина Е. В., Ратуева О. Н. Аббревиация в терминологии юриспруденции // Современные исследования социальных проблем. 2022. Т. 14. № 4. https://doi.org/10.12731/2077-1770-2022-14-4-184-194
10. Кожанова Н. В. Особенности функционирования аббревиатур в лексической группе наименований лиц по профессии в немецкоязычных реалиях // Филология и человек. 2022. № 1. https://doi.org/10.14258/filichel(2022)1-07

**11.** Кострубина С. А., Прокопьева А. Е. Структурные типы сокращений английских и русских компьютерных терминов: сопоставительный аспект // Вестник Череповецкого государственного университета. 2023. № 2. https://doi.org/10.23859/1994-0637-2023-2-113-8

**12.** Липириди С. Х. Неологизмы в туристическом дискурсе (на материале английского языка) // Гуманитарные исследования. 2019. № 3 (24).

**13.** Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов н/Д.: Феникс, 2010.

**14.** Миньяр-Белоручева А. П., Сергиенко П. И. Особенности перевода аббревиатур в PR-дискурсе // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2022. № 1.

**15.** Молчанова Л. В., Зубова Л. Ю. Явление аббревиации в сопоставительном аспекте // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2019. № 2.

**16.** Погодаева С. А. Языковые средства аргументации во французском туристическом дискурсе: дисс. … к. филол. н. Иркутск, 2008.

**17.** Соловьева Н. С., Катермина В. В. Аббревиатуры в интернет-СМИ // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2022. № 3. https://doi.org/10.29025/2079-6021-2022-3-104-116

**18.** Схаляхо Е. Н., Сасина С. А., Бричева М. М. Структурно-семантические особенности аббревиатур в терминологии сферы туризма (на материале английского языка) // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2025. Т. 31. № 1. https://doi.org/10.18287/2542-0445-2025-31-1-128-135

**19.** Филясова Ю. А., Ильин Я. В. Аббревиация в английских и японских газетных заголовках // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2025. Т. 18. Вып. 4. https://doi.org/10.30853/phil20250186

**20.** Шагланова Е. А., Бадмаева Е. С., Чепак О. А. Особенности терминологической аббревиации в английском научно-техническом тексте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2022. № 6. https://doi.org/10.30853/phil20220349

**21.** Ярмашевич М. А. Аббревиация в современных европейских языках: структурный, семантический и функциональный аспекты: автореф. дисс. … к. филол. н. Саратов, 2004.


**Информация об авторах | Author information**


RU

**Глухов Геннадий Васильевич**[1], к. филол. н., д. пед. н., проф.
[1] Самарский государственный экономический университет

EN

**Gennadiy Vasilyevich Glukhov**[1], PhD, Dr
[1] Samara State University of Economics

[1] *kino@sseu.ru*


**Информация о статье | About this article**


Дата поступления рукописи (received): 09.04.2026; опубликовано online (published online): 12.05.2026.

***Ключевые слова (keywords):*** структурно-семантические особенности английских аббревиатур; язык сферы делового туризма; структурные модели; инициальные буквенные, слоговые и сложнослоговые сокращения; оптимизация речевого сообщения; structural and semantic features of English abbreviations; language of business tourism; structural models; initialisms, syllabic and compound-syllabic abbreviations; speech message optimization.