

**К ВОПРОСУ О ЛЕКСИКАЛИЗАЦИИ И ДЕРИВАЦИОННОМ
ПОТЕНЦИАЛЕ ГРАФИЧЕСКИХ СОКРАЩЕНИЙ
(НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА)**

Т.С. Маркова

*Кандидат экономических наук,
и.о. зав. каф. германских и романских языков
e-mail: kafnem2012@mail.ru*

Государственный университет управления

В статье рассматриваются вопросы лексикализации немецких графических сокращений и реализация их деривационного потенциала в словообразовании и словосложении. Делаются выводы касательно наиболее регулярного типа деривации графических сокращений в немецком языке.

***Ключевые слова:** графическое сокращение, словообразование, лексикализация, модель, текст, неологизм.*

В данной статье мы предпринимаем попытку рассмотреть графические сокращения с точки зрения их лексикализации и участия в создании отаббревиатурных производных. Материалом исследования послужили тексты из немецкой периодической литературы и Интернет-ресурсов, содержащие графические сокращения в самостоятельном употреблении и в составе отаббревиатурных производных. Эти графические сокращения и являются объектом нашего исследования, предметом же исследования являются аспекты их лексикализации и возможности реализации их деривационного потенциала.

Актуальность исследования обусловлена постоянным ростом отаббревиатурных производных и графических сокращений в немецком языке, а также тем, что в литературе, посвященной изучению графических сокращений, существует ряд спорных вопросов, к числу которых относится их участие в словообразовании и словосложении, а также наличие у них статуса слова. Особый взгляд на эти вопросы и обосновывает научную новизну нашего исследования.

Прежде всего, хотелось бы уточнить место графических сокращений в аббревиации. В работе Н.Ф. Долгополовой и Ю.В. Сухачевой «Деловая корреспонденция. Методические указания» указывается, что аббревиатуры функционируют как самостоятельные слова. Графические же сокращения, т.е. применяемые в письменной речи сокращенные обозначения слов, как например: *г-н, тчк., ж.-д., кв. м., л., экз.* и др. словами не являются [Долгополова, Сухачева]. На наш взгляд, противопоставление графических сокращений аббревиатурам не является правомерным, поскольку

графические сокращения представляют собой частный вид аббревиатуры. Подтверждение этому мы находим, к примеру, в диссертационном исследовании Е.А. Дюжиковой, где указывается, что в лингвистической литературе существует большое число различных типологий сокращений, причём общепринятым является разделение всех аббревиатур на графические и лексические [Дюжикова 2007: 45].

С поправкой на противопоставление графических сокращений не аббревиатурам вообще, а лексическим аббревиатурам, но практически ту же характеристику графических сокращений мы находим в статье С.С. Барбашевой и А.А. Авраменко «Особенности перевода аббревиатур в англоязычном медицинском тексте (на материале терминологии кардиологии)», в которой говорится, что «если лексические аббревиатуры функционируют как самостоятельные слова, то графические сокращения словами не являются, применяются только на письме и при чтении, расшифровываются и читаются полностью» [Барбашева, Авраменко 2011: 914].

Если эти два высказывания можно посчитать верными для тех узких сфер использования, к которым они относятся, а именно: деловая документация и медицинские тексты, а также для русского языка, – то следующая цитата взята из диссертационного исследования Л.В. Ивановой, которое посвящено отаббревиатурной лексике в целом, независимо от сферы применения: «В качестве словообразующих основ способны выступать только лексические типы аббревиатур различных структурных типов (усечения, частично сокращенные и сложносокращенные слова) и, взаимодействуя с аффиксальными и другими способами словообразования, порождать неологизмы отаббревиатурного характера, которые, в свою очередь, способствуют изменению языковой картины мира. Графические и лексикографические типы сокращений не участвуют в словообразовании из-за отсутствия у них признаков слова» [Иванова 2010: 194].

Что касается сокращений немецкого языка, то они рассматриваются, в частности, в диссертационном исследовании К.В. Манеровой, в котором автор отмечает, что лексические сокращения вплотную приближаются к статусу полнозначных слов аббревиатур. Далее говорится, что графические сокращения в отличие от лексических инициальных аббревиатур, которые так же, как и графические сокращения, могут состоять из согласных, не предусматривают их произнесения как слова, что препятствует их лексикализации и не позволяет назвать процесс графического сокращения словообразовательной моделью [Манерова 2005: 12]. Ещё одно отличие лексических сокращений от графических автор исследования видит в том, что первые активно употребляются в текстах СМИ и при включении в текст выполняют функции различных членов предложения.

Теперь изложим нашу точку зрения на эти вопросы, т.е. рассмотрим реально существующие особенности графических сокращений немецкого языка. Во-первых, по сравнению с русским языком арсенал видов сокращений немецкого языка отличается бóльшим разнообразием. В русском языке выделяются шесть типов графических сокращений: точечные: г. – год; дефисные: р-н – район; косолинейные сокращения, употребляемые при сокращении словосочетаний или сложных слов: п/о – почтовое отделение; курсивные сокращения выделяются курсивом: г – грамм; нулевые сокращения графически не выделены: с – секунда; комбинированные сокращения как результат применения нескольких приемов: ж.-д. – железнодорожный [Жеребило <http>]. В немецком языке достаточно широко используется знак +, в частности, в наименованиях фирм: R + S Rohrbau und Sanierung GmbH Schleswig (*“Рорбау унд Занирунг ГмбХ Шлезвиг” – ООО, занимающееся прокладкой труб и санированием, Шлезвиг*).

Система графических символов в сокращениях немецкого языка во многом пополнилась за счёт влияния со стороны английского языка. Так, весьма распространённым символом, заимствованным из английского языка в немецкий, является амперсанд, также используемый в сокращённых наименованиях фирм, например: P&C Peek und Cloppenburg (*«Пик и Клоппенбург» – дом одежды*), O&K Orenstein und Koppel (Deutscher Maschinenbauer, Motoren, Baumaschinen, Rolltreppen) *«Оренштейн и Коппель»* (германское машиностроительное предприятие по выпуску моторов, эскалаторов, строительных установок), V&B die Villeroy & Boch AG (ein deutscher Hersteller von Keramikwaren (*«Виллерой унд Бох» – производитель изделий из керамики*). Наиболее часто амперсанд мы встречаем в сокращениях наименования фирм, поскольку в этом случае он выполняет наряду с традиционно присущей сокращениям функцией экономии места дополнительную функцию создания более современного имиджа номинируемого объекта, которая свойственна английским заимствованиям вообще и графическим заимствованиям в частности.

Распространены и заимствованные аббревиатуры с числительным 2, заменяющим предлог to, например, B2A Business to Administrator (*связь между предприятием и отраслевым ведомством*) [Голубева 2013]. Активная реализация деривационного потенциала английских аббревиатур с компонентом-числительным вместо предлога в немецком словосложении (B2B-Bereich, B2C-Umfeld, B2A-Sektor, C2C-Geschäfte, C2C- Ansatz, B2C-Märkte, B2C-Marketing) свидетельствует об их свершившейся ассимиляции в языке-реципиенте. Английские буквенно-цифровые аббревиатуры стали стимулом для применения их аналогов в языке немецких пользователей сети Интернет: n8 (*Nacht*), gn8 (*gute Nacht – доброй ночи*). Причём понятными эти сокращения становятся именно при озвучивании графического символа.

Кроме того, в немецком языке при сокращении наименований фирм далеко не всегда предусмотрены в речи расшифровка и чтение графического сокращения полностью. Так, C&A (торговый концерн по продаже модной одежды, владеет сетью универмагов в различных европейских странах) произносится как „C und A“. Аналогичный вариант произношения мы находим и для P&C – Peek und Cloppenburg в рекламных текстах: «Auf Ihrer Wunschliste können Sie die gewählten Lieblingsteile natürlich weiterhin bearbeiten, die Farben oder Größen verändern, die Verfügbarkeit im nächstgelegenen P und C* Haus»; «Aktuelle Mode im P und C* Online Shop kaufen» (<https://www.peek-cloppenburg.de/>).

Немецкие графические сокращения, используемые для наименования фирм, рубрик журналов (B+E – Beruf und Erfolg, G+K – Geld und Kapital, T+I – Technik und Innovation (рубрики журнала «*Виртушафтсвохе*»), торговых оговорок (cf & c – cost, freight and commission (стоимость, фрахт и комиссия посредника), r.c.c. & s. – Riots, Civil Commotion, Strike (Aufruhr, Bürgerkrieg und Streik) (застраховано на случай бунтов, гражданских беспорядков и забастовок) и многие другие употребляются в текстах СМИ, а также в документации весьма активно. При использовании в тексте эти графические сокращения могут выступать в функции различных членов предложения: в функции подлежащего: «Frei übersetzt heißt das: G+J hat sich sträflich streng auf Bewährtes verlassen statt beherzt neue Wege zu gehen» (www.absatzwirtschaft.de/gruner-jahr-unternehmen-in-schwe...), «Seit knapp sieben Jahren arbeitet V&B mit zwei unterschiedlichen Kommissionierungssystemen» (<https://www.interroll.com/de/unternehmen/.../villeroy-boch/>), в функции предложного дополнения: «Rabe mag tendenziell richtig liegen mit der Feststellung, dass auch bei anderen Verlagsgruppen der Anteil des Digitalumsatzes am Zeitschriftengeschäft nicht höher liege als bei G+J und alle noch nach dem passenden Schlüssel suchen, der Print die Tür in die Welt des digitalen Geldverdienens öffnet» (www.absatzwirtschaft.de/gruner-jahr-unternehmen-in-schwe...), «Der TÜV Rheinland hat den Test im Auftrag von Villeroy & Boch in Mettlach mit durchgeführt. Die Kriterien Flächenbespülung und Spritzverhalten wurden nach der Norm EN 997 und zusätzlich nach von V&B vorgegebenen strengeren Vorgaben geprüft» (<https://www.interroll.com/de/unternehmen/.../villeroy-boch/>), в роли несогласованного определения: «Der Kernmarkt von C&A ist Deutschland mit 500 Häusern» (<https://de.wikipedia.org/wiki/C%26A>) и т.д. Следовательно, с учётом этих особенностей немецких графических сокращений, вряд ли справедливо отказывать им в статусе слова и в возможности лексикализации.

Подтверждение нашей точке зрения мы находим также в статье Т.В. Максимовой, которая посвящена современным тенденциям развития сокращения как способа словообразования (на материале английского языка). Автор статьи относит к сокращениям единицы вторичной

номинации со статусом слова, отмечая, что они образуются благодаря усечению любых линейных частей прототипа. Результатом этого процесса является новое слово, отражающее по форме какую-либо часть или части компонентов исходной лексической единицы. Это означает, что такой способ словообразования как сокращение приобретает право на автономность [Максимова 2003]. Правда, Т.В. Максимова относит графические сокращения к условно графическим словам на том основании, что они не имеют своей собственной звуковой формы и произносятся как полные формы, являющиеся их прототипом. Однако на примере сокращений С&А, Р&С мы уже отметили, что это не всегда соответствует действительности, по крайней мере, в отношении сокращения наименований предприятий. В дополнение можем привести ещё один пример озвучивания графического сокращения для фирмы O&K – Orenstein und Koppel: «Zu O-und-K in Dortmund finden Sie aus 2 Treffer sicher den richtigen Ansprechpartner ... Rund um O-und-K sind in Dortmund die folgenden Unternehmen eingetragen» (www.gelbeseiten.de › O-und-K -).

Хотя и сама автор статьи при дальнейшем рассмотрении графических сокращений останавливается на возможном процессе их лексикализации, приведя в качестве убедительного примера графическую аббревиатуру P.R., которая, будучи заимствована в русский язык, стала весьма продуктивной лексической единицей, превратилась из жаргонизма в нейтральное слово и явилась базой для создания целого ряда производных слов. Примерно то же можно сказать о графической аббревиатуре V.I.P., которая, при заимствовании в немецкий язык утратила графические символы и активно участвует в словосложении: VIP-Plätze, VIP-Angebot, VIP-Karten, VIP-Sitzplatz. Будучи заимствованной в русский язык, она превратилась в акроним и также участвует в словосложении (VIP-автомобиль, VIP-гость, VIP-звезда, VIP-клиент, VIP-ложа, VIP-мероприятие) и в словообразовании: виповский (в Большом современном толковом словаре русского языка: прил. разг. = соотн. с сущ. ВИП I. связанный с ним; 2. предназначенный для особо важных гостей).

К числу особенностей графических сокращений автор относит тот факт, что одно и то же слово может иметь несколько вариантов графического сокращения: company – со, comp., соу., су. Мы могли бы добавить к этому, что наименование одной и той же фирмы может сворачиваться в инициальную аббревиатуру или в графическое сокращение, например: «Die Villeroy & Boch AG, kurz V&B (auch „VB“), ist ein deutscher Hersteller von Keramikwaren» (<https://www.interroll.com/de/unternehmen/.../villeroy-boch/>). Однако, как мы имели возможность видеть из приведенных выше примеров, в функции самостоятельного слова используется преимущественно графическое сокращение V&B, поскольку оно не имеет омонимов в отличие от инициальной аббревиатуры VB, для которой существует не менее 24

омонимов, в частности: *Versorgungsbereich* (жилой) район обслуживания и снабжения; *Versuchsbericht* отчет о проведенном эксперименте; *Versuchsbetrieb* экспериментальное предприятие; *Verwaltungsbereich* административная сфера; *Verwertungsbetrieb* предприятие по утилизации (например, отходов производства); *Volksbibliothek* публичная (народная) библиотека; *Volksbücherei* публичная (народная) библиотека; *Vollstreckungsbescheid* исполнительное решение; *Vollziehungsbeamter* исполнитель; *Vollzugsbeamter* исполнитель, и другие. Таким образом, мы могли бы поспорить с утверждением Т.В. Максимовой о том, что «наличие большого количества омонимов у аббревиаций, акронимов и графических сокращений затрудняет их расшифровку, что приводит к ограничению их свободного употребления» [Максимова 2003: 90] в том плане, что из перечисленных здесь сокращений наибольшим числом омонимов обладают именно инициальные аббревиатуры, а не графические сокращения, во всяком случае, в немецком языке. Специально проблеме лексикализации графических сокращений как способу словообразования, правда, в русском языке, посвящена статья Б.Д. Хамраева. Автор статьи рассматривает графическую и лексическую аббревиацию в качестве явлений разноплановых по сути своей. Графическая аббревиация является, по его мнению, явлением графическим (или орфографическим), но не языковым, в то время как аббревиация принадлежит к языковым фактам, т.е. автор этой работы опять-таки склонен противопоставлять графические сокращения аббревиации, считая, что в письменной речи имеют место два типа оппозиционных отношений: графическое сокращение и его полный прототип (и. о. – исполняющий обязанности) с одной стороны, а также аббревиатурное и полное написание слова (вуз – высшее учебное заведение) с другой стороны. Оппозиция второго типа реализуется в языке, т.е. и в устной и в письменной речи. Оппозиция же первого типа, как утверждает автор, ограничена рамками графики, и, следовательно, не является языковым явлением. Лексикализацию графических сокращений автор статьи рассматривает как возникновение оппозиции третьего типа, т.е. оппозиции графического сокращения (*к.п.д.*, *зав.*, *зам.*) и аббревиатуры выраженного ею понятия (*К. П. Д.* [капэдэ], *заведующий*, *заместитель*).

При лексикализации, как отмечает автор, графическое сокращение читается по наличному буквенному составу б/у – бэ-у, в/ч – вэ-чэ, ВДНХ – вэ-дэ-эн-ха, КНДР – ка-эн-дэ-эр и т. д. На наш взгляд, в данном случае автор смешивает графические сокращения (б/у и в/ч) и инициальные аббревиатуры (ВДНХ и КНДР), хотя сам же далее, что «по правилам сегодняшней русской аббревиатурной орфографии наличие или отсутствие точек есть безусловный показатель графичности или лексичности сокращения» [Хамраев 2016: 955]. Следовательно, два последних сокращения к графическим не принадлежат. Нам понятна мысль автора о том, что в русском языке в устной речи передается только буквенный

состав сокращения, графические же пометки (точки, косая черта, курсив, дефис) остаются за рамками воспроизведения. Такова особенность русского языка. В немецком же языке, как мы уже демонстрировали, хотя и в единичных случаях, но возможна передача и графических знаков. В сокращении C&A знак амперсанд передаётся союзом „und“.

Не вполне понятно и затруднение автора по поводу отличия «на данном синхроническом срезе языка» графического сокращения от лексического. Существуют достаточно чёткие указания на уже описанные нами ранее типы графических сокращений (шесть в русском языке и дополнительные в немецком языке).

Большинство авторов статей по аббревиации отказывают графическим сокращениям в участии в словообразовании. Рассмотрим несколько примеров, которые опровергают это утверждение: «War natürlich auch – rein taktisch – ein schwerer Fehler. Hätten die **C&Aler** es zunächst nur mit Intext-Anbietern aufgenommen, es hätte vielleicht sogar gefunzt und viel Rückenwind für den nächsten Schritt gegeben». (news.worldsites-schweiz.ch/ca-klagt.../comment-page-1). «Ich als **C&Aler** sage Euch das das richtig ist, das sind Schleuderpreise, weil das nicht eingelagert wird.»

(www.rund-ums-baby.de/.../CA-Kommunionkleider_13160...). «Ich hoffe, ich enttäusche die **Anti-C&A-ler** nicht, aber deren Strang muss ja auch weitergeführt werden...» (www.fanfiktion.de/s/.../272/Last-Man-Standing). «Die "absatzwirtschaft" hat die drei **Ex-P&Gler** besucht und sie nach ihren Motiven und Zielen befragt» (printarchiv.absatzwirtschaft.de/.../_p=1004040,an=0302010). «Der Konsumgüterkonzern Procter & Gamble (P&G) in Schwalbach am Taunus hat schon in den 90er-Jahren entschieden: An erster Stelle stehen die Mitarbeiter - und das Vertrauen in sie. "People first", nennen sie es. Die 13 000 deutschen **P&Gler** haben keine Stechuhr. Sie kommen und gehen, wie sie es für richtig halten. In der Kantine kassieren sich die Angestellten selbst ab» (Die Umdenker. Artikel von Tatjana Heid Wir in der Presse: <https://www.masterhora.de/presse/detail/50/8/>). «Ja, liebe **P&G'ler**, wenn demnächst wieder eine Zeitung der Gülen ...» (<https://plus.google.com/.../posts/awv2rBrUCaL>). «Die **B2Cler** haben es in der Welt der sozialen Medien leicht: Bunte Bilder, Gewinnspiele, ein bisschen Offline-ChiChi und fertig ist die Abverkaufs-Kampagne. Wohingegen der **B2Bler** sich per se als relativ unspannend empfindet» (Mirjam Stahl / Jana Schneider. Nur Buzzwords für B2B? www.esch-brand.com › Blog).

Итак, мы видим, что графические сокращения могут участвовать в словообразовании. Правда, часть приведенных примеров взята из блогов и форумов, что могло бы свидетельствовать, как следует из диссертационного исследования Т.И. Щелок, о включении антропоцентрического, т.е. человеческого фактора [Щелок 2003] в создание неологизмов, однако их количество, а также подкрепление их

примерами из статей уже позволяет говорить о весьма активном участии графических сокращений в словообразовании, причём с созданием не только суффиксальных, но и префиксальных моделей, хотя используемые суффиксы и префиксы и не отличаются разнообразием.

Значительно активнее немецкие графические сокращения проявляют себя в словосложении. Образую преимущественно композиты-существительные, они комбинируются как с немецкими компонентами (G+J-Marken, G+J-Tochter, P&G-Mitarbeiter, P&G-Wissenschaftler, C&A-Geschäft, C&A-Stiftung, C&A-Eigentümer, B2B-Bereich), так и с заимствованными компонентами (G+J-Portfolio, P&G-Logo, P&G-Koordinator, C&A-Kidsstores, C&A-Online-Shop), а также с компонентами смешанной этимологии (C&A-Filialnetz). (Quellen: [https://en.wikipedia.org/wiki/Gruner %2B Jahr](https://en.wikipedia.org/wiki/Gruner_%2B_Jahr); de.pg.com/de-de/ueber-pg-und-unsere.../pg-geschichte; [https://de.wikipedia.org/wiki/C%26A; granpasso.de/erfolgsmessung-im-b2b-social-media-likes-vs-s...](https://de.wikipedia.org/wiki/C%26A;granpasso.de/erfolgsmessung-im-b2b-social-media-likes-vs-s...)).

Однако при этом графические сокращения, являющиеся сокращениями наименований фирм, как мы видим, имеют одну особенность: они всегда занимают в композите препозицию, т.е. являются определительным компонентом сложного слова.

Подытоживая вышеизложенное, можно сказать, что графические сокращения в немецком языке имеют ряд особенностей. В данном языке достаточно широкое распространение получили графические сокращения наименований фирм, которые находят активное использование в периодической литературе, а также в текстах Интернет-ресурсов, причём выполняя функции различных членов предложения, что уже свидетельствует в пользу возможности их лексикализации. Кроме того, эти графические сокращения способны участвовать в словообразовании, формируя суффиксальные и суффиксально-префиксальные словообразовательные модели. Отмечено также активное участие немецких графических сокращений в словосложении, в частности, в создании существительных-композитов в комбинации как с автохтонными, так и с заимствованными компонентами. Таким образом, словосложение следует признать более регулярным типом деривации графических сокращений в немецком языке. Необходимо также подчеркнуть, что наибольшим деривационным потенциалом обладают графические сокращения, являющиеся наименованиями фирм, которым свойственно в отдельных случаях и прочтение не в виде расшифровки полностью, а то же прочтение, которое присуще инициальным аббревиатурам в принципе, причём озвучивается и входящий в сокращение графический символ.

Библиографический список

Барбашева С.С., Авраменко А.А. Особенности перевода аббревиатур в англоязычном медицинском тексте (на материале терминологии кардиологии) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. 2011. Выпуск № 2–4 / том 13. Стр. 911–916.

Голубева Т.И. О влиянии английских аббревиатур-заимствований на структуру немецких сокращений в языке профессионального общения // Материалы VI конференции European science and technology, Munich, Germany 2013 Том 2 стр. 97–100.

Долгополова Н.Ф., Сухачева Ю.В. Деловая корреспонденция. Методические указания [Электронный ресурс]. URL: window.edu.ru/catalog/pdf2txt/155/19155/1511?p_page= (дата обращения: 01.05.2018).

Дюжикова Е.А. Аббревиация сравнительно со словосложением: структура и семантика (на материале современного английского языка: Дис. ... д-ра филол. н. М.: РГБ, 2007. 340 с.

Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов [Электронный ресурс]. URL: lingvistics_dictionary.academic.ru/756/ (дата обращения: 01.05.2018).

Иванова Л.В. Структурно-семантические и функционально-прагматические особенности отаббревиатурной лексики. Дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2010. с. 194.

Максимова Т.В. Современные тенденции развития сокращения как способа словообразования в английском языке // Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 2: Языкознание. 2003. Выпуск № 3. С.85–91.

Манерова К.В. Сокращения в языке современной немецкой прессы // Автореф. ... канд. филол. наук. С.-П., 2005, 18 с.

Хамраев Б.Д. Лексикализация графических сокращений и аббревиация как способы словообразования в русском языке // Молодой ученый. 2016. №6. С. 952–955.

Щелок Т.И. Графические сокращения как предел семантической целостности слова: На материале графических сокращений русского и немецкого языков. Дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2003. с. 473.