

CSAPÓNÉ HORVÁTH ANDREA

A német nyelvű turisztikai sajtó nyelvi jellemzőiről

1. Bevezetés

A turizmus világszerte a szolgáltatás húzóágazata lett, napjaink gazdaságának egyik legdinamikusabban fejlődő területe. Szakemberek és laikusok körében egyaránt élénk érdeklődésre tarthat számot. Az egyes utazási szolgáltatások igénybevétele egészen a szervezett utakig a legtöbb ember számára fontos státusszimbólummá vált. Manapság a fejlett országokban gyakorlatilag már mindenki potenciális turistának számít.

A turizmus ugrásszerű fejlődése maga után vonja az ágazatra jellemző nyelvhasználat gyors változását, fejlődését, ezért a turisztikai szaknyelv kiváló példa a napjainkban zajló fogalmi-terminológiai változásokra, valamint a szakmai és köznyelvi kommunikációt elválasztó határok átjárhatóságára.

Ahhoz azonban, hogy eljussunk a turisztikai szaknyelvhez, tisztáznunk kell, mit is értünk turizmuson

1.1. A turizmus meghatározása

Manfred Schmidt német zurnalizta és író szerint: „Man verweist ja nur, um es daheim wieder schön zu finden. Das ist der Sinn des Tourismus.”¹ (Schmidt 2008; www.zitate.de Zitat-Nr. 8515). Ez a megfogalmazás – bár kétségekívül nagyon határos – természetesen nem fedi a valóságot.

A turizmus definícióinak tartalma az idők során nem változott jelentősen (Freyer 1998).

Lengyel két emberöltőnyi időszakot vizsgálva ad erről áttekintést (Lengyel 1994: 30–37). A berlini iskola 1929-es állásfoglalása szerint a turizmus „személyek utazása egy olyan helyre, ahol nem rendelkeznek állandó lakással.” Svájcban 1942-ben úgy vélekedtek, hogy „a turizmus az emberek lakhelyükön kívüli utazásából és tartózkodásából eredő kapcsolatok és jelenségek összessége, amennyiben az utazást és a tartózkodást nem letelepedési szándék, illetve jövedelmező tevékenység motiválja.”

A WTO Hágai Nyilatkozata 1989-ből származik; eszerint a turizmus általánosan elfogadott definíciója, amelyet a kutatásomban mérvadónak tekintek: „A turizmus magában foglalja a személyek lakó- és munkahelyen kívüli minden szabad helyváltoztatását, valamint az azokból eredő szükségletek kielégítésére létrehozott szolgáltatásokat” (Gyuricza 2008: 18).

¹ Csak azért utazunk el valahová, hogy aztán otthon újból mindent szépnek lássunk. Ez a turizmus lényege. (Ford.: a szerző.)

1.2. A modern turizmus kialakulása

A modern turizmus máig megőrzött sok mindent több ezer éves gyökereiből.

1.2.1. Ókor

A turizmus története gyakorlatilag megegyezik az utazás történetével. Már az ókori Egyiptomban, a régi Rómában, Görögországban vagy akár a kínai, perzsa, asszír birodalmakban ismertek voltak a turizmus bizonyos fajtái, melyek összehasonlíthatók a mai turizmussal s annak céljaival: kikapcsolódás, pihenés, más kultúrák megismerése. Ezek az utazások inkább kirándulások voltak. Kirándulások különböző konkrét eseményekre, mint például az Olimpiai Játékokra (ezek a mai értelemben is megfelelnek a sportturizmus fogalmának), vagy a „kenyeret és cirkuszt a népnek” mottó jegyében különféle harci játékokra, vagy a wellness korai formájaként fürdőzésekre. Itt megemlíthetjük Hippokratészt, aki az orvostudomány klasszikus betegeit gyógyfürdőkúrára ösztönözte, elhintve ezzel a gyógy-turizmus csíráját (Gyuricza 2008).

1.2.2. Középkor

A Római Birodalom bukása után csökkentek az utazások is, a középkorban a tisztviselők, diákok és a céhes legények mellett csak a zarándokok vállalták a helyváltoztatás fizikai és anyagi áldozatát. A középkor feudális társadalmát a helyhez kötöttség jellemezte, azaz a társadalom meglehetősen immobil volt.

1.2.3. Újkor

A turizmusban az igazi változást a XVIII. század vége felé kibontakozó ipari forradalom, azon belül is a vasút és a gőzhajó feltalálása jelentette, ami egyben megeremtetten a modern turizmus alapját (Gyuricza 2008: 22).

Az ipari forradalom mindenképpen mérföldkő volt: míg korábban a pihenés kedvéért utaztak, illetve az utazásnak célja is volt, addig most maga az utazás lett a cél.

A modern turizmus csírája Angliában jött létre, s innen terjedt el Franciaországon keresztül a fejlettebb európai országok felé.

1.2.4. XX. század

A XX. század a gépkocsi, a repülőgép és a tömegturizmus kora; a tömegturizmus kialakulása a század második felére tehető. Az 50-es évektől napjainkig a nemzetközi turizmusban rendkívül gyors fejlődés ment végbe, amelyet a célpontok körének bővülése, a turizmus egyre újabb fajtáinak és formáinak létrejötte jelez.

A XXI. században ez a tendencia folytatódik. 2001-ben Dennis Titót már mint az első űrturistát ismerhettük meg. Hol a határ...?

2. Szaknyelv – turisztikai szaknyelv

A szaknyelvek eredetét kétségkívül a munkamegosztáson alapuló gazdaságban találhatjuk. A szaknyelvkutatás kezdeti szakaszára a kézművesség és a technika szakszavainak gyűjtése volt jellemző, ezeket glosszáriumokba, majd szakszótárakba rendezték. A terminusoknak a szakmai kommunikációban a kezdetek óta meghatározó szerepük volt (Muráth 2006).

A turisztikai szaknyelv bizonyos elemei már az ókorban fellelhetők (lásd a történeti áttekintés példáit). A szaknyelvi kutatások a XIX. század végén kezdődtek el, „amikor az emberi alkotás egyes területein az innováció és ennek következtében a szaknyelvek kvantitatív fejlődése az egyes országokban annyira felgyorsult, hogy szinte már sajátos nyelvi káosszal fenyegethetett, ha nem történik meg – a főként az emberi tevékenység avantgárd területeire vonatkozó – szókészlet rendszerezése (Bańczewski 2003: 278).

Kezdetben a kutatók a szaknyelvek meghatározásával foglalkoztak. Schmidt (1969) klasszikusnak számító definíciója szerint a szaknyelv: „das Mittel einer optimalen Verständigung über ein Fachgebiet unter Fachleuten...”² Hoffmann definíciója így hangzik: „A szaknyelv azon nyelvi eszközök összessége, amelyeket szakmailag behatárolható kommunikációs területen használnak, hogy megértés jöjjön létre az ezen a téren tevékenykedők között” (Pusztai 1988: 123).

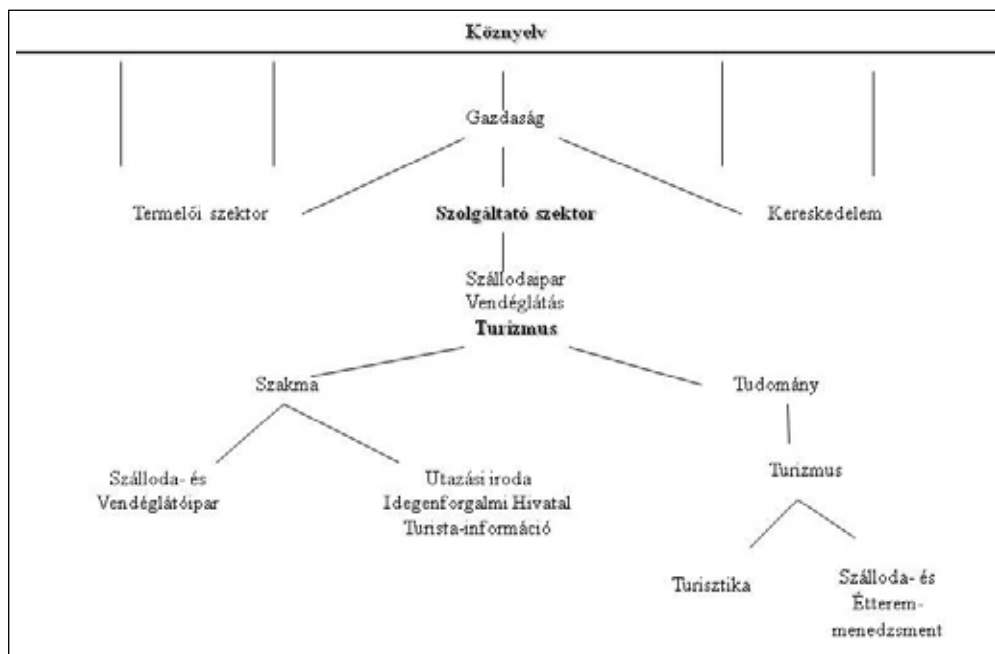
Mindezekből következik, hogy a szaknyelvek csoportosítása szorosan kapcsolódik a tudományok és a szakmák osztályozásához. A különböző szaknyelv-felfogások jellemzője, hogy a szaknyelvet a köznyelvtől elkülönítve vizsgálják, ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy nem létezik merev határvonal a köznyelv és a különböző szaknyelvek között (Mihalovics 2000: 35).

A szaknyelveket a mögöttük meghúzódó szakterületek szerint csoportosítva a szaknyelvek *horizontális* tagozódásáról beszélhetünk. Mivel a tudomány és technika fejlődése egyre újabb és újabb szakmai tevékenységekhez kötődő nyelvhasználati rendszereket teremt, ezért a horizontális kategóriák folyamatos bővülése várható.

A szaknyelvek *vertikális* tagozódása egy adott szaknyelvnek több absztrakciós szintjét eredményezi. Ischreyt a 60-as évek közepén három szintet különböztet meg: tudományos nyelvhasználati szint, szakmai köznyelvi szint és műhelyszargon. Hoffmann-nál öt absztrakciós szint jelenik meg: az elméleti alaptudományok, a kísérleti tudományok, az alkalmazott tudományok, az anyagi termelés, valamint a fogyasztás nyelve (Roelcke 1999: 38–40). A legfelső (első) szintet a nagyon erős absztrakció, a mesterséges jelek, valamint a tudós és tudós közötti kommunikáció, míg a legalsó (ötödik) szintet a gyenge absztrakció, a kevés szakszót használó természetes nyelv és a kötetlen szintakszis, valamint a fogyasztók, kereskedők és termelők közötti kommunikáció jellemzi. Kalverkämper (1990) már nem is különbözteti meg a szaknyelvet a köznyelvtől, hanem mindent szaknyelvnek tekint. Szerinte a *szaknyelviség foka* változik egy skálán („Skala der Fachsprachlichkeiten von Texten”) a jellemzőkben nagyon gazdag („extrem reich an fachsprachlichen Merkmalen”) és a jellemzőkben nagyon szegény („extrem arm an fachsprachlichen Merkmalen”) fokozatok között. Az előző felfogásokkal összevetve a skála egyik végén van a tudományos nyelv mint jellemzőkben gazdag, a másik végén pedig a köznyelv mint jellemzőkben szegény változat.

A turizmus szaknyelve a szaknyelvek rendszerén belül Christiane Braun (1993) alapján a szolgáltató szektorban helyezhető el (1. ábra).

² ... (olyan) eszköz, amely egy szakterület szakemberei között optimális megértést hivatott elősegíteni... (Ford.: a szerző.)



1. ábra. A turisztikai szaknyelv besorolása és belső differenciálása (Braun 1993)

Jóllehet itt a szóbeli szakmai kommunikáció áll az előtérben, az ábrán látható besorolás mind a nyomtatásban, mind az online megjelenő különböző turisztikai szakszövegfajtákhoz hozzárendelhető. Mindebből az is következik, hogy a köznyelv a különböző szakterületek szaknyelvével elhatárolódik, még akkor is, ha nehéz megállapítani, hol a határ a szaknyelv és a köznyelv között. A turizmus a szolgáltató szektor egyik ága, amely a tágan értelmezett gazdasági szférába tartozik. A turisztikai szaknyelv tulajdonképpen a gazdasági szaknyelv egyik alkódjaként értelmezendő. Segítségével definiálható és tipologizálható a turisztikai szolgáltatások sora, valamint a szakképzés is. (Jellemző az ágazat gyors, időnként kaotikus fejlődése.)

Szaknyelvi sajátosságok

Seregi Lajos nyelvemlék szerint a szaknyelv legfőbb karaktere a szókincsben ragadható meg, és a szókincsen belül különbséget tesz *terminológia* (általánosan ismert szakszavak) és *nomenklatura* (a szaktudományok speciális szavai) között (Jónás 2004).

A kutatók többsége azonban azt a nézetet vallja, hogy a szaknyelvnek a szókincsbeli jellemzőkön túl vannak a köznyelvitől eltérő grammatikai jegyei is. A szakszókincs, a szakterminológia nem egyenlő a szaknyelvvvel. Hoffmann szerint a szaknyelv nemcsak a szakmai nyelvhasználat szinonimája, hanem tágan értelmezett nyelvrendszer is, mert ahogyan a folytatásban kifejti: „A nyelvi eszközök összességén nemcsak a fonetikai, morfológiai és lexikai elemek leltárát, illetőleg a szintaktikai szabályokat kell érteni, hanem ezek funkcionális együttműködését az ezen

a területen lehetséges kommunikációk során (még a szupraszegmentális jelenségeket, a stilisztikai elveket és a szövegszervező mechanizmusokat is)” (Hoffmann alapján Pusztaí 1988: 123).

Már bizonyított tény, hogy a szaknyelveket általában a nominalizáció, a személytelen formák, a szenvedő igealakok, az igenevek, az egyszerűsödő szintaxis, az indulatszavak hiánya, a kicsinyítő képzők előfordulásának ritkasága jellemzik. A kötőszavakat, előjárószókat, partikulákat a szaknyelv a köznyelvből veszi át. A jelentések összekötésére a kapcsolatok különféle változatai szolgálnak, de a kötőszavak, kötőelemek között is vannak a szakszövegekre különösen jellemzőek, tipikusak. Ilyenek a kapcsolatos, ellentétes, választó, következtető, magyarázó, időhatározó, célhatározói, feltételes, valamint vonatkozó kötőszavak (Kurtán 2003).

A turisztikai szaknyelvet – különösen laikusok – gyakran nem is tartják „igazi” szaknyelvnek, mivel sok köznyelvi vagy köznyelvivé lett elemet tartalmaz (Braun 1993). A köznyelven kívül a turisztikai szaknyelvre számos más szakterület nyelve közvetlenül is hat: a marketing, számítástechnika, internet, szabadidő, sport és még számos egyéb szakterület. A turisztikai szaknyelvben más-más kultúrák és nyelvek kultúra-specifikus különbségei jutnak kifejezésre.

3. A turisztikai szaknyelv szövegelemzési szintjei

A gazdasági és a társadalmi életben bekövetkező változások miatt a szaknyelvek, illetve azok fejlődési üteme is jelentősen megváltozott. Az új eszközök, folyamatok, kapcsolattrendszerek létrejöttével mindenekelőtt a lexikai készlet változik. A múlt század utolsó évtizedei óta a nyelvészek már nemcsak a „leglátványosabb” elemek, azaz a terminológia irányában végeznek kutatásokat. A kutatók figyelme egyre inkább a szövegnyelvészet, a funkcionális szöveggrammatika, a szövegsemantika, a szociolingvisztika, valamint a szövegpragmatika felé fordult (Ablonczyné 2002).

Dolgozatomban a turisztikai szaknyelv szövegelemzési szintjeit a turisztikai sajtón keresztül mutatom be. Vizsgálódásom fókuszában a következő szakfolyóiratok, szaklapok (Fachzeitschriften) állnak: *Touristik aktuell*, *fvw Das Magazin für Touristik und Business Travel*³ és *TAI Tourismuswirtschaft Austria & International*.

Az adott szaklapok a szaknyelvi rétegek közül a szakmai-köznyelvi, azaz a népszerűsítő síkhoz tartoznak. Látványosak, színesek, igényes kialakításúak. Terminologizált (gyakran erősen terminologizált) természetes nyelvet használnak, kevésbé kötött mondatszerkesztéssel. A szövegek címzettje nem egy szűk szakmai réteg, mégis nagy segítséget nyújthatnak utazási irodáknak, utazásszervezőknek vagy más turisztikai szolgáltatóknak. A cél mindenképpen a turisztikai szakemberek és a potenciális turisták figyelmének, érdeklődésének a felkeltése hatásos nyelvi és nem-nyelvi eszközök segítségével. Mindegyik szaklap esetében a fókuszban az aktuális turisztikai gazdasági helyzet bemutatása áll. Ezenkívül részletes információkat közvetítenek az egyes turisztikai vállalkozásokról, az újszerű értékesítési csatornákról, valamint az utazásszervezés területén kialakuló esélyekről és veszélyekről. A szaklapokban az érvelő szövegek (szerkesztőségi cikkek) és a leíró jellegű írások (turisztikai desztinációk bemutatása) egyaránt megtalálhatók.

³ fvw = Fremdenverkehrswirtschaft. – *A szerk.*

3.1. Lexiko-szemantikai szint

A legszembetűnőbb változások először a szókincsben, illetve a lexiko-szemantikai szinten észlelhetők. Tény, hogy a nyelv szókészletének legnagyobb részét a szakszavak alkotják. Grétsy szerint „bár a köznyelvi szókincs is rohamléptekkel fejlődik, gyarapodik, a tudományok, a szaknyelvek szókincsének fejlődésével képtelen lépést tartani” (Grétsy 2002: 276). A szaklexikából jelentős mennyiségű szó kerül át a köznyelvbe. Ez számos esetben a szó egyszerű, közvetlen átvételével történik. Történhet azonban úgy is, hogy ugyanarra a denotációra hasonló alak jön létre. Sok esetben a szó a köznyelvbe kerülésével elveszti terminus jellegét, vagy más szakterület lexikáját gazdagítja. A szakterminológia egyes fogalmai nagyon gyakran olyan szavak, amelyek a köznyelvben is jelen vannak, azonban sokkal szűkebb jelentéstartalommal. Egy szó jelentése a különböző szaknyelvekben különbözőképpen definiálható. A *Leistung* szó jelentése attól függően, hogy mely terület szaknyelvéhez tartozik: ’teljesítmény, teljesítés, juttatás, alkotás’. A turisztikai szaknyelvben ezt a lexémát ’szolgáltatás’-ként definiálhatjuk.

A köznyelvi elemek mellett a turisztikai szaknyelv jellemzői közé tartozik az idegen szavak, szóösszetételek, rövidítések, betűszók használata éppúgy, mint az idegen affixumok előfordulása a szóképzés terén. Az angol nyelv térhódítása a turisztikai szaknyelvben is érezteti hatását. Az angolnak napjainkban nincs konkurenciája. Magyarázható ez az amerikai életszemlélet és életmód elterjedésével éppúgy, mint azzal, hogy az angol nyelv roppant flexibilis és alkalmazkodó.

Az újságnyelv az idegen szavak, neologizmusok legnagyobb terjesztője. A tömegkommunikáció hatására új szavak (helyes vagy helytelen idegen szavak, szakmai zsargon vagy új szóalkotások), nyelvi divatok, különleges nyelvtani szerkezetek jelennek meg (Ablonczyné 2002). A vizsgált szövegekben ennek megfelelően keverednek a zsurnalizmusból és a turizmusból eredő jellegzetességek.

A szaknyelvi lexika kialakulásakor a köznyelvben is végbemenő folyamatok tükröződnek:

- szavak jelentésváltozása és/vagy jelentésmódosulása,
- szóképzés,
- szóösszetétel,
- idegen szavak használata,
- betűszavak alkotása.

A szóképzési modellek, legalábbis a német nyelvet illetően, a szakszókincs esetében differenciáltabban jelennek meg (Schippan 1992).

Egy nyelvben a jelentésváltozás két alapvető eleme az új szavak megjelenése és a régiek eltűnése. Az új szavak leggyakrabban kölcsönzés útján kerülnek a nyelvbe. Az átvétel másik fajtája a tükörfordítás, mikor nem egy szót vesz át a nyelv, hanem annak elemeit fordítják le. Az esetek többségében az idegenből átvett szavak németesítése szuffixumok vagy prefixumok hozzáadásával történik.

Az alábbiakban a turisztikai szaknyelv fontosabb jellemzőit példákkal szemléltetve mutatom be.

1. Anglo-amerikanizmusok használata:

Für Offroad-Fans und Abenteurer sind die Touren über Stock und Stein längst ein echter Hit. (touristik aktuell, 14. März 2008)

Die Airline-Allianz Oneworld schaltet eine Booking Engine für Round-the-World-Flüge frei. (fvw Das Magazin für Touristik und Business Travel 1/09, 9. Januar 2009)

Paradebeispiele in der Touristik sind Holidaycheck und Tripadvisor. (fvw 9/09, 30. April 2009)

Die Preise an Bord, etwa Getränke an den Bars, können von Schiff zu Schiff sehr unterschiedlich sein. (touristik aktuell, 18. Februar 2008)

2. Jelentésváltozás (a köznyelvi szavak jelentése módosul a szaknyelvben):

Kunst erradeln (fvw 9/09, 30. April 2009)

Viel rentabler ist der eigene Einkauf von Hotel- sowie Flugleistungen, in denen die Margen selbst kalkuliert werden. (fvw 9/09, 30. April 2009)

Um Doppelfahrten zu vermeiden, richtet der Travel Manager im Intranet gerade eine Mitfahrbörse ein. (fvw 9/09, 30. April 2009)

Shop als Trendlabor (fvw Das Magazin für Touristik und Business Travel 4/09, 20. Februar 2009)

3. Rövidítések, betűszavak (a turisztikai szaknyelvre különösen jellemző használatuk):

Meet the Scheich bei der ITB (Internationale Touristikbörse). (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

DTV (Deutscher Tourismusverband) erwartet stabile Nachfrage für das neue Jahr. (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

OFT (Office fédéral des transports) bietet mehr Luxus auf dem Nil. (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

2008 wurden von der ERV (Europäische Reiseversicherung) 1,95 Mio. Reisende versichert. (TAI Tourismuswirtschaft Austria & International, 13. März 2009)

4. Prefixumok használata (a vizsgált szaklapokban a következő prefixumok gyakoribb előfordulása figyelhető meg: *e-, mega-, ultra-*):

E-Learning für Reiseverkäufer (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

Dass es für Südafrika noch viel zu tun gibt bis zu dem Mega-Event, steht außer Frage. (touristik aktuell, 14. März 2008)

..., so dass vom ultraluxuriösen Aufenthalt bis zum einfachen Gästehaus alles angeboten wird. (touristik aktuell, 14. März 2008)

Az „e” prefixum hatalmas karriert futott be 2000 óta, amikor a *American Dialect Association* a 2000. év szavának választotta (Ablonczyné 2006: 45).

A sajtó nyelve az, amivel a gazdaság, illetve turizmus iránt érdeklődők leginkább találkoznak. A neologizmusok is először a sajtóban jelennek meg:

Die „Obamania” hat dem Amerika Geschäft einen Schub gebracht. (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

Lehet, hogy az egyik legújabb neologizmussal állunk szemben?

3.2. Morfo-szintaktikai szint

A turisztikai szaknyelvre is érvényes az a megállapítás, miszerint gyakori a nominalizáció, a személytelen formák, a szenvedő szerkezetű mondatok használata. A melléknévi igenevek közül a befejezett melléknévi igenév (Partizip Perfekt) dominál. Az általam vizsgált turisztikai szaklapokban azonban meglepően sok kötőmódban lévő igealakot is találtam.

5. Szaknyelvekkel, szaknyelvkutatással foglalkozó cikkekben számtalanszor olvashatjuk, hogy a szintakszis a szaknyelvekben egyszerűsödik. Némiképp ellentmond ez a kijelentés annak, hogy a vizsgált turisztikai szaklapokban nagyon gyakoriak az összetett alárendelő mondatok, amelyek közül elsősorban a vonatkozói és a feltételes mellékmondatokat emelném ki:

Tanz auf dem Vulkan mit TUI (TAI, 6. März 2009)

Fulminant gestartet, hart gelandet. (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

Mit Tourismus mitatmen. So wird Risiko minimiert. (TAI, 13. März 2009)

Allerdings gestalte sich die Suche schwierig, denn Kongresshotels an guten Standorten könne man selten bezahlen. (touristik aktuell, 14. März 2008)

Dafür unterziehen sich Incoming-Agenturen einem einjährigen Verfahren, in dem Professionalität, administrativer Standard, Auswahl, Ausbildung und Qualitätskontrolle der deutsch sprechenden Reiseleiter geprüft wird. (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

3.3. Pragmatikai-stilisztikai szint

A pragmatika a nyelvi leírás újabb lehetősége, amely a nyelvi formának és használójának kapcsolatát vizsgálja (Ablonczyné 2006).

6. A turisztikai szaklapokban gyakran találkozhatunk frazeológiával, eufemizmussal. A szinonimák, antonimák éppúgy a stílusértéket emelik, mint az emocionális színezetű szavak. Időnként köznyelvi, szleng stílusú hivatkozásokat is olvashatunk. A kérdő mondatok pedig, melyek viszonylag nagy számban fordulnak elő, már előre determinálják a választ. „A pragmatikai tényezők mindig befolyással vannak arra, hogy a nyelv rendelkezésre álló lehetőségei közül mely hangokat, nyelvtani szerkezeteket és szavakat választjuk” (Crystal 1998: 159). Példák a pragmatika és stilisztika tárházából:

Doch das ist Schnee von gestern. (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

Ein neuer Tourismusminister, aber das alte Lied. (touristik aktuell, 14. März 2008)

Kühle Flüsse und heiße Sommer (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

Kulturwandern in Nah und Fern (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

Land mit Höhen und Tiefen (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

Nix wie Baden-Baden (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

G'sunde Portion Hausverstand als Antwort auf Krise (TAI, 6. März 2009)

Wird der Urlaub seinen hohen Stellenwert, den der bei Deutschen hat, verlieren? (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

7. A gyakorta használt árnyalt kifejezések segítségével a mondandó világosabbá tehető. Sokszor egy-egy ilyen árnyalt kifejezés akár egész mondatokat is kiválthat. Nagy

az újságíró felelőssége, hisz az események, hírek kommentálása nagymértékben befolyásolhatja döntéseiben az átlagpolgárt, azaz esetünkben a turistát.

Die Urlaubspropheten blicken nicht mehr durch. (fvw 1/09, 9. Januar 2009)

Die Web-Reisebüros lassen gegenüber der TUI ihre Muskeln spielen. (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

Familien schauen sehr gerne auf den Euro. (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

Auf die Piste, fertig, los – auch mit Baby (fvw 4/09, 20. Februar 2009)

4. Összegzés

A nyelvi rétegeket igényszint szerint is megkülönböztető felosztás alapján a szaknyelvek írott és beszélt változatai közül az igényesebb változat a szakirodalomban, szakajtóban jelenik meg (Kurtán 2003). Dolgozatomban német nyelvű turisztikai szaklapok példáinak segítségével mutattam be a turizmus szaknyelvének jellegzetességeit. Jóllehet a szaknyelv nem azonosítható a terminológiával, annál sokkal szélesebb fogalom, mégis a legszembetűnőbb változások először a szókincset érintik. Az idegen szavak, terminusok, rövidítések dekódolása, illetve internalizációja a szakemberek számára sem egyszerű feladat. Tanulmányomban bemutattam, hogy a turisztikai szaknyelv mennyire sokszínű, a nyelv különböző szintjein milyen főbb jellegzetességekkel bír, s milyen területeken célszerű elemzéseket végezni.

IRODALOM

- Ablonczyné Mihályka Livia (2002): A gazdasági szaknyelv sajátosságai. In: Földes Csaba (szerk.): *MMI Annum tempus Linguarum Europae. Scripta Philologica Pannonienses*. Veszprém, pp. 3–10.
- Ablonczyné Mihályka Livia (2006): *Gazdaság és nyelv*. Pécs: Lexikográfia Kiadó, 90 p.
- Bañcerowski Janus (2003): A szaknyelvek szerepe a civilizációs fejlődésben. *Magyar Nyelvőr* 127/3. pp. 277–282.
- Braun, Christiane (1993): Die Fach- und Berufssprache in der Tourismusbranche. In: *Materialien Deutsch als Fremdsprache. Themenheft: Deutsch als Fremdsprache im europäischen Binnenmarkt*. pp. 52–62.
- Crystal, David (1998): *A nyelv enciklopédiája*. Budapest: Osiris, 606 p.
- Freyer, Walter (1998): *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. 6. Auflage. München; Wien: Oldenburg, 470 p.
- Grétsy László (2002): A szaknyelvek megújításáért. *Magyar Nyelvőr* 126/3. pp. 275–283.
- Gyuricza László (2008): A turizmus nemzetközi földrajza. Budapest; Pécs: Dialóg Campus, 319 p.
- Jónás Edit (2004): Még egyszer a „szaknyelvről és a szakmai nyelvhasználatról”. *Porta Lingua* pp. 51–56.
- Kalverkämper, Hartwig (1990): Gemeinsprache und Fachsprachen – Plädoyer für eine integrierende Sichtweise. In: Stickel, Gerhard (szerk.): *Deutsche Gegenwartssprache. Tendenzen und Perspektiven. Jahrbuch zum 25-jährigen Bestehen des Instituts für deutsche Sprache*. Berlin; New York: de Gruyter. pp. 88–133.
- Kurtán Zsuzsa (2003): *Szakmai nyelvhasználat*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, 290 p.
- Lengyel Márton (1994): *A turizmus általános elmélete*. Budapest: KIT, 297 p.
- Mihalovics Árpád (2000): A politikai szaknyelv néhány sajátossága. In: Uő. (szerk.): *Tanulmányok a politikai szaknyelvről. Studia Europaea Nyiregyháziensa*. Nyiregyháza: Bessenyei György Könyvkiadó, pp. 29–61.

- Muráth Judit (2006): *Szakfordítás és segédeszközök.* (= *Folia Linguae et communicationis* 1) Pécs: PTE Közgazdaságtudományi Kar, 173 p.
- Pusztai István (1988): A szaknyelvi kutatások kérdései (Kitekintés). In: Kiss Jenő – Szüts László (szerk.): *A magyar nyelv rétegződése I.* Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 120–130.
- Roelcke, Thorsten (1999): *Fachsprachen.* Berlin: Erich Schmidt, 250 p.
- Schippan, Thea (1992): *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache.* Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 306 p.
- Schmidt, Manfred (2008): Der Neue Sächsische Bergsteiger. *Mitteilungsblatt des SBB* 19/2, p. 1.
- Schmidt, Wilhelm (1969): Charakter und gesellschaftliche Bedeutung der Fachsprachen. *Sprachpflege* 18/1. p. 17.

FORRÁSOK

Touristik aktuell, 18. Februar 2008

Touristik aktuell, 14. März 2008

fww Das Magazin für Touristik und Business Travel 1/09, 9. Januar 2009

fww Das Magazin für Touristik und Business Travel 4/09, 20. Februar 2009

fww Das Magazin für Touristik und Business Travel 9/09, 30. April 2009

TAI Tourismuswirtschaft Austria & International, 6. März 2009

TAI Tourismuswirtschaft Austria & International, 13. März 2009

TINTA KÖNYVKIADÓ

AZ ÉKESSZÓLÁS KISKÖNYVTÁRA 1–10.

1. BÁRDOSI VILMOS – KISS GÁBOR: KÖZMONDÁSOK, 990 Ft
2. BÁRDOSI VILMOS – KISS GÁBOR: SZÓLÁSOK, 990 Ft
3. MINYA KÁROLY: ÚJ SZAVAK I., 1490 Ft
4. BENCÉDY JÓZSEF: RETORIKA, 990 Ft
5. HAJDU ENDRE: SZÓMÚZEUM, 990 Ft
6. PARAPATICS ANDREA: SZLENGSZÓTÁR, 1490 Ft
7. KISS GÁBOR – BÁRDOSI VILMOS: SZINONIMÁK, 990 Ft
8. FORGÁCS RÓBERT: ANYA – NYELV – CSAVAR, 1490 Ft
9. MOLNÁR CSIKÓS LÁSZLÓ: DIVATSZAVAK, 1490 Ft
10. FALK NÓRA: ETIMOLÓGIÁK, 1490 Ft

Megvásárolható a kiadóban:

TINTA KÖNYVKIADÓ, 1116 Budapest, Kondorosi út 17.

Tel.: (1) 371-0501; Fax: (1) 371-0502

E-mail: info@tintakiado.hu

Honlap: www.tintakiado.hu