

УДК 811.161.3'373.611

Алеся Уладзіміраўна Андрэева*канд. філал. навук, дац. каф. сацыяльна-гуманітарных дысцыплін у турызме і гасціннасці**Інстытута менеджменту спорту і турызму**Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта фізічнай культуры***Alesia Andreeva***Candidate of Philological Sciences, Associate Professor**of the Department of Social and Humanitarian Disciplines in Tourism and Hospitality**of the Institute of Sports and Tourism Management**of the Belarusian State University of Physical Culture**e-mail: andreeva_alesya@inbox.ru*

ГІПЕРА-ГІПАНІМІЧНЫЯ АДНОСІНЫ Ў ТУРЫСТЫЧНАЙ ТЭРМІНАСІСТЭМЕ СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ МОВЫ

Выяўлены гіпера-гіпанімічныя парадыгмы, якія ўтвараюць турыстычныя тэрміналексемы, і значаны іх канфігурацыі, глыбіня і шырыня, разгледжаны тыпы семантычных апазіцый паміж родавымі і відавымі найменнямі, выяўлены спосабы рэпрэзентацыі гіпера-гіпанімічных сувязей у тэрміналагічнай лексіцы. Зроблена выснова аб сістэмаўтваральнай ролі гіпера-гіпанімічных адносін у турыстычнай тэрміналогіі, якія забяспечаюць іерархічнасць арганізацыі спецыяльных найменняў. Для тэрмінасістэмы індустрыі турызму і гасціннасці ўласціва дамінаванне складаных гіпера-гіпанімічных сувязей, якія дэманструюць дынаміку развіцця дадзенай галіны. Найбольш складаныя гіпера-гіпанімічныя адносіны фарміруюцца вакол ядзерных тэрмінаў, што намініруюць ключавыя паняцці турыстычнай сферы.

Ключавыя словы: тэрмін, турыстычная тэрміналогія, гіпанімія, гіпера-гіпанімічныя адносіны, гіпера-гіпанімічная група, гіпера-гіпанімічная структура, ланцужковая канфігурацыя, радыяльная канфігурацыя, радыяльна-ланцужковая канфігурацыя.

Hypero-Hyponymic Relations in the Tourist Terminosystem of the Modern Belarusian Language

Hypero-hyponymic paradigms that form tourist terminological units are identified, their configurations, depth and breadth are determined, types of semantic oppositions of generic and specific names are considered, ways of representing hypero-hyponymic connections in terminological vocabulary are identified. The conclusion is made about the system-forming role of hypero-hyponymic relations in tourist terminology, providing a strict hierarchy of the organization of special names. The terminology of the tourism and hospitality industry is characterized by a predominance of complex hypero-hyponymic connections, demonstrating the dynamics of the tourism and hospitality industry. The most complex hypero-hyponymic relationships are formed around nuclear terms denoting key concepts of tourism.

Ключавыя словы: term, tourist terminology, hyponymy, hyper-hyponymic relations, hyper-hyponymic group, hyper-hyponymic structure, chain configuration, radial configuration, radial-chain configuration.

Уводзіны

У сучасным тэрміназнаўстве вывучэнне і апісанне ўнутрысістэмнай арганізацыі тэрміналагічнай лексікі з'яўляецца адной з асноўных і актуальных задач у працэсе даследавання нацыянальных галіновых тэрміналогій. Сістэмны характар спецыяльных найменняў сферы навукі і тэхнікі не падлягае сумненню. Тэрміны не існуюць ізалявана адзін ад аднаго, а толькі як элементы тэрмінасістэмы, пры гэты пад тэрмінасістэмай разумеецца ўпарадкаваная, строга арганізаваная сукупнасць тэрмінаадзінак, паміж якімі існуе абавязковая і неад'емная сувязь. Сукупнасць сувязей унутры такой сістэмы прадвызначае яе структуру [1, с. 7].

Такім чынам, тэрмінасістэма не зводзіцца да набору асобных, разрозненых тэрміналексем. Для яе характарыстыкі вырашальнае значэнне маюць сувязі і адносіны паміж тэрмінаадзінкамі, дзякуючы якім фарміруецца тэрмінасістэма як адзінае, цэласнае ўтварэнне з пэўнай структурай.

Важнейшым фактарам сістэмнасці галіновай тэрміналагічнай лексікі выступаюць разнастайныя тыпы семантычных адносін: сінанімічныя, антанімічныя, гіпера-гіпанімічныя (рода-відавыя), партатыўныя. Аднак самым фундаментальным, глабальным тыпам парадыгматычных сэнсавых сувязей прызнаецца гіпанімія [2, с. 478], якая ахоплівае асноўны масіў тэрміналагічнай

лексікі і забяспечвае іерархічную арганізацыю спецыяльных найменняў, адлюстроўвае ўзаемадзеянне і падпарадкаванне паняццяў канкрэтнай галіны ведаў. Пашыранасць гіпера-гіпанімічных адносін у галіновых тэрміналагічных сістэмах абумоўлена дакладнай і дэтальнай класіфікацыяй паняццяў у спецыяльных сферах [3, с. 1]. Паводле сцвярджэння С. Грынёва-Грыневіча, родавідавья сувязі даволі стабільныя і практычна не залежаць ад кантэксту [4, с. 82].

Гіпанімію можна вызначыць як іерархічныя адносіны, якія ўзнікаюць паміж гіперонімам (родавым тэрмінам), г. зн. словам з больш шырокім аб'ёмам паняцця, і падпарадкаваным яму гіпонімам (відавым тэрмінам), г. зн. словам з больш вузкім аб'ёмам паняцця. Відавочна, іерархічныя сувязі ілюструюць закон ўключэння прыватнага ў агульнае: відавочна паняцце поўнаасцю ўваходзіць у аб'ём родавага паняцця, складаючы яго частку. Гіпонім вузейшы па аб'ёме, аднак больш складаны па змесце выражанага паняцця ў параўнанні з гіперонімам. Гэта тлумачыцца тым, што ў семантычнай структуры відавочнага тэрміна змяшчаюцца, з аднаго боку, усе семантычныя кампаненты гіпероніма, а з другога боку, дадатковыя кампаненты, паводле якіх адбываецца проціпастаўленне больш вузкіх паняццяў на адным узроўні абстракцыі. Такім чынам, змест відавочнага паняцця, абазначанага гіпонімам, уяўляе сабой сукупнасць агульных (з родавым паняццем) і дыферэнцыйных прымет. Характарызуючы спецыфіку гіпаніміі, З. Харытончык указвае на наступную суаднесенасць гіпероніма і падпарадкаваных яму гіпонімаў: «Значэнне гіпероніма як больш абагуленае значэнне спецыялізуецца ў значэннях усіх яго гіпонімаў. Адзін гіперонім мае столькі гіпонімаў, колькі прымет паняцця, выражанага гіперонімам, удакладняецца і замацоўваецца ў лексічных значэннях слова або слоў» [5, с. 86].

Як вядома, у межах гіпера-гіпанімічных груп па вертыкалі выяўляюцца адносіны субардынацыі (падпарадкавання), а па гарызанталі – адносіны каардынацыі (супадпарадкавання). Першы тып адносін мае месца паміж гіпонімам і яго гіперонімамі. Другі тып узнікае паміж гіпонімамі, падпарадкаванымі агульнаму для іх гіпероніму; такія відавочныя тэрміны прынята называць супіпонімамі або эквіноімамі.

Устанаўленне гіпера-гіпанімічных адносін ажыццяўляецца шляхам дзялення аб'ёму найбольш шырокага паняцця на відавочныя паняцці. Пры гэтым у якасці асновы (параметра) дзялення выбіраецца не выпадковая, а спецыфічная, адрознівальная прымета [4, с. 83]. У залежнасці ад колькасці прымет для падзелу родавага паняцця Н. Шарафутдзінава вылучае гіпера-гіпанімічныя адносіны простыя, калі паняцце можна дзяліць толькі паводле адной прыметы, і складаныя, калі паняцце падзяляецца па некалькіх паралельных прыметах [6].

Удакладняючы метамоўнае апісанне гіпера-гіпанімічных сувязей, Т. Міхайлава прапановіць лексіка-семантычную парадигму, якая ўключае родавыя тэрміны разам з падпарадкаванымі яму відавочнымі тэрмінамі, абазначаць найменнямі «гіпера-гіпанімічная група», або «гіпера-гіпанімічнае ўтварэнне», а гіперонімы і гіпонімы з двума і больш узроўнямі членення (падпарадкавання) – «гіпера-гіпанімічная структура», або «гіпера-гіпанімічны блок». Такія тэрміналагічныя намінацыі, па меркаванні лінгвіста, указваюць на сувязі родавых і відавочных найменняў і паўнату ахопу ўсіх членаў гіпера-гіпанімічных адносін [7, с. 61]. У сваім даследаванні мы будзем карыстацца прапанаванымі Т. Міхайлавой намінацыямі.

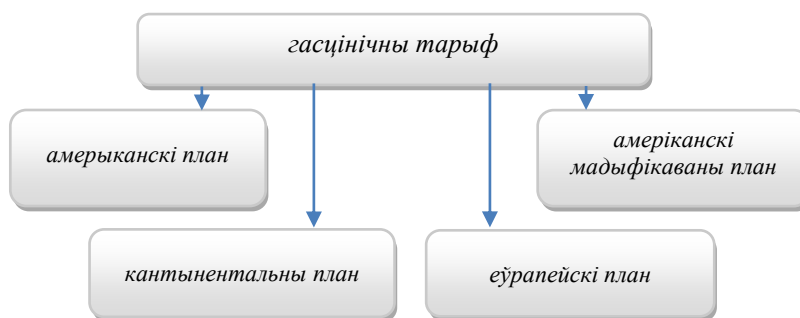
Мэтай публікацыі з'яўляецца даследаванне спецыфікі гіпера-гіпанімічных адносін на матэрыяле турыстычнай тэрміналогіі беларускай мовы. З прычыны таго, што айчынным беларускамоўным спецыялізаваным слоўнікам па турызме да сённяшняга часу адсутнічаюць, у якасці эмпірычнага матэрыялу паслужылі турыстычныя тэрміны, атрыманыя шляхам суцэльнай выбаркі з кантэкстуальных крыніц (вучэбных дапаможнікаў, навуковых артыкулаў, спецыяльных тэкстаў, размешчаных на адпаведных інтэрнэт-рэсурсах, і інш.). Відавочна, вынікі такога роду даследавання маюць важнае практычнае значэнне, яны могуць быць паспяхова выкарыстаны ў далейшым пры ўкладанні спецыялізаваных турыстычных слоўнікаў і энцыклапедычных даведнікаў, пры пабудове дакладных, несупярэчлівых дэфініцый родавых і відавочных тэрмінаў, а таксама ў практыцы прафесійна арыентаванага навучання беларускай мове ў ВНУ турыстычнай накіраванасці, паколькі веды аб іерархічнай арганізацыі турыстычнай тэрмі-

налагічнай лексікі будуць садзейнічаць эфектыўнаму авалоданню студэнтамі спецыяльнай лексікай і фарміраванню ўменняў і навыкаў асэнсаванага карыстання ёю, аперавання спецыяльнымі паняццямі.

Прааналізаваны фактычны матэрыял сведчыць, што гіпера-гіпанімія ў тэрмінасістэме індустрыі турызму і гасціннасці з'яўляецца адным з найбольш важных і распаўсюджаных тыпаў парадыматычных адносін, які пранізвае практычна ўсе групы тэрміналагічнай лексікі. Паводле нашых падлікаў, 739 з зафіксаваных 956 найменняў звязаны гіпера-гіпанімічнымі адносінамі, што складае 77,3 % ад агульнай колькасці тэрмінаадзінак выбаркі. І толькі 217 спецыяльных найменняў (22,7 %) знаходзяцца па-за межамі гіпера-гіпанімічных адносін і не маюць гіпонімаў або гіперонімаў: перавага багажу, аглядная пляцоўка, рэк-рэйт і інш.

З пункту погляду іерархічнага членення (падпарадкавання) родавых і відавых найменняў у тэрміналогіі індустрыі турызму і гасціннасці вылучаюцца тры віды канфігурацыі: ланцужковая (паслядоўная), радыяльная (паралельная) і радыяльна-ланцужковая (камбінаваная) [5, с. 87].

Праведзенае даследаванне паказвае, што ў турыстычнай тэрміналогіі даволі шырока прадстаўлены радыяльныя гіпера-гіпанімічныя групы, у межах якіх аднаму гіпероніму падпарадкоўваюцца некалькі гіпонімаў (звычайна ад 2 да 5) паводле адной семантычнай прыметы і з рознай ступенню канкрэтызацыі. У якасці прыкладу можна прывесці гіпера-гіпанімічную групу найменняў гасцінічнага тарыфу, якая складаецца з пяці тэрмінаадзінак (малюнак 1).



Малюнак 1. – Гіпера-гіпанімічная група найменняў гасцінічнага тарыфу

Гіперонімам з'яўляецца найбольш агульны тэрмін *гасцінічны тарыф*, які ўжываецца ў значэнні 'кошт паслуг, што прапаноўваюцца ў гасцініцы'. Астатнія тэрміналагічныя адзінкі (*амерыканскі план*, *мадыфікаваны амерыканскі план*, *кантынентальны план*, *еўрапейскі план*) выступаюць як падпарадкаваныя ў адносінах да родавага тэрміна і абазначаюць прыватнае (больш вузкае) паняцце. Пры гэтым у змесце тэрмінаў-гіпонімаў выяўляюцца як агульны, інтэграцыйны семантычны кампанент, што адлюстроўвае родавую прымету ('кошт гасцінічных паслуг'), так і дадатковы дыферэнцыйны кампанент, які перадае відавую прымету паняцця. Тэрмін *амерыканскі план* мае дадатковы кампанент 'кошт размяшчэння з трохразовым харчаваннем' ('гасцінічны тарыф, які ўключае кошт размяшчэння і трохразовага харчавання, гэта значыць поўны пансіён'), тэрмін *мадыфікаваны амерыканскі план* – кампанент 'кошт

размяшчэння з двухразовым харчаваннем' ('гасцінічны тарыф, які ўключае кошт размяшчэння і двухразовага харчавання, гэта значыць паўпансіён'), тэрмін *кантынентальны план* – кампанент 'кошт размяшчэння з кантынентальным снеданнем' ('гасцінічны тарыф, які ўключае кошт размяшчэння і кантынентальнага снедання'), тэрмін *еўрапейскі план* – кампанент 'кошт размяшчэння без уліку харчавання' ('гасцінічны тарыф, які ўключае толькі кошт размяшчэння без уліку харчавання'). Такім чынам, змест гіпонімаў шырэйшы за змест іх гіпероніма і ўключае большую колькасць семантычных кампанентаў пры больш вузкім аб'ёме паняцця.

Радыяльную канфігурацыю таксама маюць і іншыя гіпера-гіпанімічныя групы. Напрыклад, тэрмін-гіперонім *турыстычная дэстынацыя* ('тэрыторыя, якая з'яўляецца мэтай падарожжа турыста і прапаноўвае пэўны набор паслуг, што адпавядаюць па-

трэбам падарожніка, задавальняючы яго запыт на перавозку, начлег, харчаванне, забавы, рэкрэацыю і г. д.) ахоплівае два тэрміны-гіпонімы: *першасная дэстынацыя* і *другасная дэстынацыя*. Родавы тэрмін *турыстычныя фармальнасці* ('працэдуры, звязаныя з выкананнем турыстамі, якія перасякаюць дзяржаўную мяжу, пэўных умоў, правілаў і патрабаванняў, устаноўленых дзяржаўнымі органамі краіны ўезду і часовага знаходжання') утварае гіпанімічныя сувязі з пяццю відавымі тэрмінаадзінкамі: *паішпартныя фармальнасці*, *візавыя фармальнасці*, *мытныя фармальнасці*, *валютныя фармальнасці*, *санітарныя фармальнасці*.

У сувязі з тым, што ў тэрміналогіі індустрыі турызму і гасціннасці многія родавыя тэрміны намініруюць складаныя

шматаспектныя паняцці, якія вывучаюцца і апісваюцца з розных бакоў, шырокае распаўсюджанне атрымалі радыяльныя і асабліва радыяльна-ланцужковыя канфігурацыі. Гіпера-гіпанімічныя іерархіі радыяльнага тыпу ўключаюць адзін тэрмін-гіперонім і падпарадкаваныя яму спецыяльныя найменні з відавым значэннем (ад некалькіх адзінак да некалькіх дзясяткаў), якія фарміруюць паралельныя рады на падставе двух і болей дыферэнцыйных семантычных прымет (як правіла, 2–5), што дазваляе прадставіць разгорнутую семантычную структуру родавага паняцця і не зафіксаваць у дэфініцыі відавыя значэнні. Напрыклад, дадзены тып гіпера-гіпанімічнай канфігурацыі рэпрэзентуюць найменні наведвальнікаў (малюнак 2).



Малюнак 2. – Гіпера-гіпанімічная структура найменняў наведвальнікаў

Родавы тэрмін *наведвальнік* ('любая асоба, якая падарожнічае па-за межамі свайго пастаяннага месца знаходжання на працягу тэрміну, што не перавышае 12 месяцаў, а галоўнай мэтай паездкі не з'яўляецца дзейнасць, якая аплатаецца з крыніцы краіны знаходжання') атрымлівае канкрэтызацыю з дапамогай чатырох тэрмінаў-гіпонімаў па дзвюх семантычных прыметах: 'рэгіён падарожжа' (*міжнародны наведвальнік*, *унутраны наведвальнік*) і 'наяўнасць/адсутнасць начлегу' (*начлежнік*, *аднадзённы наведвальнік*).

Базавы, ключавы тэрмін *турыст* ('грамадзянін, які падарожнічае па-за межамі пастаяннага месца жыхарства не менш за 24 гадзіны (але не больш за 6 месяцаў) з пэўнымі мэтамі, акрамя заняткаў дзейнасцю, што аплатаецца, і ажыццяўляе як мінімум адзін начлег у гэтай краіне') выступае гіперонімам, значэнне якога звужаюць 16 відавых тэрмінаў, аб'яднаных у пара-

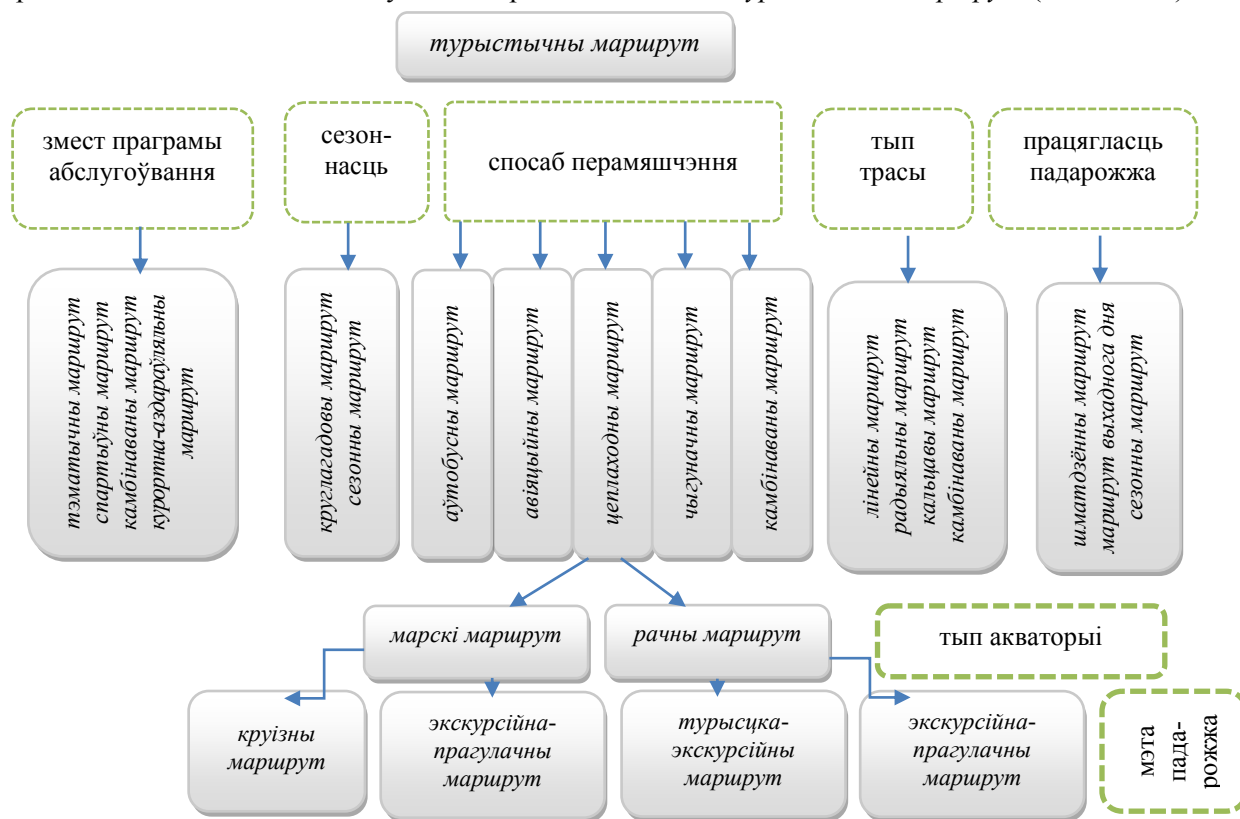
лельныя рады на падставе некалькіх дыферэнцыйных прымет. Аднаводна вылучаюцца найменні турыстаў у залежнасці ад рэгіёну падарожжа (*міжнародны турыст*, *унутраны турыст*), спосабу арганізацыі (*арганізаваны турыст*, *неарганізаваны турыст*, *самадзейны турыст*), мэты падарожжа (*агратурыст*, *экатурыст*, *дзелавы турыст*, *транзітны турыст*), сродку перамяшчэння (*аўтатурыст*, *велатурыст*, *мотатурыст*, *турыст-воднік*), колькасці ўдзельнікаў падарожжа (*індывідуальны турыст*, *групавы турыст*, *сямейны турыст*). Пабудова складанай разгалінаванай канфігурацыі магчыма дзякуючы шматпланавасці паняцця, выражанага родавым тэрмінам *турыст*. Гіпонімы ўдакладняюць, канкрэтызуюць семантычныя кампаненты тэрміна-гіпоніма ('падарожнічаць', 'месца падарожжа', 'мэта падарожжа'), даюць магчымасць акрэсліць розныя катэгорыі турыстаў, якія неабходна ўлічваць спецыялістам сферы

турызму і гасціннасці для ажыццяўлення эфектыўнай работы пры арганізацыі турыстычных паездак кліентаў.

Камбінаваныя гіпера-гіпанімічныя структуры маюць два і болей вертыкальныя ўзроўні іерархіі (ярусы) і характарызуюцца спалучэннем радыяльных і ланцужковых груп. У такіх структурах родавы тэрмін атрымлівае канкрэтызацыю не толькі ў сваіх непасрэдных відавых намінацыях, але і на наступных узроўнях члянэння, дзе яго відавочны найменні змяняюць свой статус, выступаючы ў ролі тэрмінаў-гіперонімаў.

Прааналізаваны тэрміналагічны матэрыял дае падставы сцвярджаць, што шматярусныя камбінаваныя структуры ўяўляюць сабой групы найменняў, што аб'ядноўваюць ад аднаго–двух дзясяткаў да сотні тэрмінаадзінак на падставе агульнасці ро-

давых семантычных прымет. Чым больш тэрміналагічных адзінак змяшчаюць гіпера-гіпанімічныя структуры, тым больш складанымі і разгалінаванымі яны (структуры) з'яўляюцца. У турыстычнай тэрміналогіі самыя складаныя і вялікія па колькасці элементаў структуры ўтвараюць асноўныя, ключавыя тэрміны (напрыклад, *турызм*, *тур*, *турыстычны маршрут*, *турыстычнае прадпрыемства*, *сродак размяшчэння*, *турыстычная паслуга* і інш.). Пры гэтым родавыя найменні абазначаюць найбольш важныя і актуальныя паняцці індустрыі турызму і гасціннасці, якія маюць шматаспектны, шматпланавы характар. Напрыклад, даволі разгалінаваную гіпера-гіпанімічную канфігурацыю дэманструе ядзернае для турыстычнай тэрміналогіі спецыяльнае найменне *турыстычны маршрут* (малюнак 3).



Малюнак 3. – Гіпера-гіпанімічная структура найменняў турыстычных маршрутаў

Усяго тэрмінаадзінак – 24. У даследаванай структуры выкарыстоўваецца многастайны прынцып гіпера-гіпанімічнай класіфікацыі па розных семантычных прыметах. На першым ярусе ад родавага тэрміна *турыстычны маршрут* можна ўстанавіць некалькі паралельных радоў падпарадкаваных яму гіпонімаў, што характарызуюць марш-

рут з пункту погляду зместу праграмы абслугоўвання, сезоннасці, працягласці падарожжа, тыпу трасы і спосабу перамяшчэння. У сваю чаргу гіпонім *цеплаходны маршрут* выступае гіперонімам другога ўзроўню, дзе падзел адбываецца паводле прыметы 'тып акваторыі': *марскі маршрут* і *рачны маршрут*. Таму кожны з гэтых тэрмінаў-

гіпонімаў ужо на трэцім ярусе з'яўляецца гіперонімам і фарміруе ўласны бінарны рад падпарадкаваных тэрмінаадзінак, што вылучаюцца на падставе адзінай семантычнай прыметы 'мэта падарожжа': *марскі маршрут – круізны маршрут і экскурсійна-прагулачны маршрут; рачны маршрут – турысцка-экскурсійны маршрут і экскурсійна-прагулачны маршрут*. Варта зазначыць, што ў гіпера-гіпанімічнай структуры сустракаюцца тэрмінаадзінкі (*камбінаваны маршрут, экскурсійна-прагулачны маршрут*), якія па розных прыметах адносяцца да розных гіпанімічных радоў. Такім чынам, спецыяльныя найменні турыстычных маршрутаў уяўляюць сабой групу іерархічна арганізаваных тэрмінаадзінак, якія фарміруюць складаную шматчленную радыяльна-ланцужковую канфігурацыю з трыма ўзроўнямі абстракцыі.

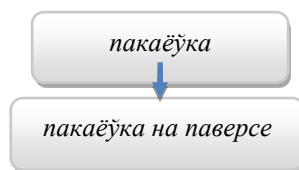
Аўтары кнігі «Лінгвістычныя асновы вучэння аб тэрмінах» прыйшлі да меркавання, што «разгортванне кожнага гіпера-гіпанімічнага блока паказвае ступень складанасці і распрацаванасці ўчасткаў рэчаіснасці, якія апісваюцца: чым больш складаная і вывучаная якая-небудзь вобласць, тым больш узроўняў абагульнення і, адпаведна, ярусаў у блоку» [8, с. 52]. Слушнасць дадзенага тэзіса пацвярджаецца і ў ходзе правядзення нашага даследавання. У сувязі з інтэнсіўным развіццём турыстычнай галіны ў апошнія два дзесяцігоддзі наглядаецца дынаміка гіпера-гіпанімічных адносін: адбываецца паступовае ўскладненне гіпера-гіпанімічных структур па меры ўзнікнення лексічных інавацый для абазначэння новых спецыяльных паняццяў. На сучасным этапе ў турыстычнай тэрміналогіі радыяльна-ланцужковыя структуры з'яўляюцца шмат-узроўневымі, разгортваюцца ў сярэднім да 3–4 ярусаў. Напрыклад: найменні экскурсій (*экскурсія → тэматычная экскурсія → гістарычная экскурсія* → гісторыка-краязнаў-

чая экскурсія), найменні прадпрыемстваў харчавання (*прадпрыемства харчавання → рэстаран → спецыялізаваны рэстаран → рыбны рэстаран*).

Максімальная колькасць ярусаў – 7. Напрыклад: *сродак размяшчэння → калектыўны сродак размяшчэння → сродак гасцінічнага тыпу → гасцініца → мэтавая гасцініца → гасцініца для адпачынку → курортная гасцініца → бальнеалагічная гасцініца*. Наяўнасць шматярусных гіпера-гіпанімічных структур, такім чынам, можна лічыць паказчыкам значнай ступені вывучанасці тых ці іншых з'яў турыстычнай галіны, развіцця і ўдасканалення яе паняццінага апарату.

У прааналізаваных радыяльна-ланцужковых структурах асноўная частка тэрміналагічных адзінак размяшчаецца на першым ярусе, дзе ўдакладненне родавага паняцця адбываецца паводле шэрагу семантычных прымет (ад 2 да 15). Пры гэтым колькасць элементаў у межах гіпанімічнага раду можа складаць 2–20. Пры далейшай канкрэтызацыі родавага паняцця, пачынаючы з другога яруса, тэрміны-гіпонімы пераважна групуюцца на базе толькі адной-двух прымет і размяркоўваюцца па тыпу «каскада».

Для турыстычнай тэрміналогіі амаль не ўласцівы гіпера-гіпанімічныя групы з «чыстай» ланцужковай канфігурацыяй (гіперонім і адзін гіпонім). Напрыклад, у адносінах да тэрміна-гіпероніма *пакаёўка* ('работніца гасцініцы, у абавязкі якой уваходзіць прыбіранне нумароў і аказанне некаторых паслуг па просьбе кліентаў') выдзяляецца гіпонім *пакаёўка на паверсе* (малюнак 4), які ўдакладняе родавае паняцце з дапамогай відавoga канкрэтызатара *на паверсе*, указваючы на месца выканання прафесійных абавязкаў.



Малюнак 4. – Гіпера-гіпанімічная група з родавым тэрмінам *пакаёўка*

Іерархічная арганізацыя турыстычнай тэрміналагічнай лексікі забяспечваецца

двума тыпамі гіпера-гіпанімічных сувязей: фармальна-семантычнымі і ўласна семан-

тычнымі. Пераважаюць фармальна-семантычныя адносіны, заснаваныя на выкарыстанні гіпонімамі агульнага структурнага элемента – гіпероніма. У якасці фармальнага элемента могуць служыць:

1) родавы тэрмін, які ўваходзіць у склад відавых найменняў у выглядзе кампанента словазлучэння або складанага слова: *экскурсія – тэматычная экскурсія, рэкламная экскурсія, экскурсія-лекцыя; браніраванне – гарантаванае браніраванне, звышбраніраванне; тур – камбінаваны тур, гаспэтур; бар – вінны бар, катэйль-бар;*

2) галоўны (субстантыўны) кампанент полілексемнага словазлучэння: *турыстычны сезон – высокі сезон, нізкі сезон; турыстычны паход – аздараўленчы паход, мнагадзённы паход; турыстычная паслуга – асноўная паслуга, дадатковая паслуга;*

3) двухкампанентнае словазлучэнне ў функцыі родавай назвы: *сродак размяшчэння – калектыўны сродак размяшчэння;*

4) галоўны (субстантыўны) кампанент і частка атрыбутыўнага кампанента полілексемнага словазлучэння: *гістарычная экскурсія – гісторыка-краязнаўчая экскурсія, гісторыка-археалагічная экскурсія; літаратурная экскурсія – літаратурна-біяграфічная экскурсія, гісторыка-літаратурная экскурсія.*

Як сведчыць даследаваны матэрыял, найбольш частотнымі з’яўляюцца два першыя з відаў фармальных элементаў.

Уласна семантычныя адносіны знаходзяць адлюстраванне ў семантычнай структуры тэрмінаадзінак, аднак не маюць спецыяльнага знешняга моўнага выражэння. Напрыклад, група найменняў *гатэль, ратэль, батэль, флатэль, матэль*, якія выступаюць відавымі ў адносінах да родавага тэрміна *гасцініца*, звязаны імпліцытна – агульным, інтэграцыйным кампанентам ‘прадпрыемства для часовага пражывання’.

Дадзены тып адносін можа складацца паміж модалексемнымі тэрмінаадзінакамі: *рэстаран – таверна; нумар – сьют, апартамент*; модалексемнымі і полілексемнымі тэрмінамі: *прадпрыемства харчавання – рэстаран, кафэ, бар*; полілексемнымі тэрмінамі: *турыстычнае прадпрыемства – экскурсійнае бюро*. Абсалютная большасць модалексемных тэрмінаў адносіцца да ліку невытворных лексем іншамоўнага паходжання.

У турыстычнай тэрміналогіі сустракаюцца шматярусныя гіпера-гіпанімічныя структуры, у межах якіх назіраецца камбінаванне фармальна-семантычных і ўласна семантычных адносін. Напрыклад, гіперонім *сродак размяшчэння* звязаны з падпарадкаванымі яму гіпонімамі першага яруса *калектыўны сродак размяшчэння, індывідуальны сродак размяшчэння* фармальна-семантычнымі адносінамі, а на другім ярусе паміж гіперонімамі і гіпонімамі можна ўстанавіць як фармальна-семантычныя, так і ўласна семантычныя сувязі: *індывідуальны сродак размяшчэння – віла, лецішча, катэдэж; калектыўны сродак размяшчэння – гасцініца, спецыялізаваны сродак размяшчэння.*

Пры аналізе гіпера-гіпанімічных адносін у тэрміналагічнай лексіцы важнай, на наш погляд, з’яўляецца класіфікацыя гіперонімаў з пункту погляду іх фармальнай структуры. Даследаванне фактычнага матэрыялу паказвае, што значная колькасць родавых тэрмінаў індустрыі турызму і гасціннасці прадстаўлена модалексемнымі найменнямі, выражанымі назоўнікамі.

Тэрміны-гіпонімы да іх ўтвараюцца пераважна сінтаксічным спосабам – шляхам далучэння да назоўніка атрыбутыўнага кампанента, якім могуць быць: прыметнік (*нумар – аднамесны нумар, стандартны нумар*), назоўнік ва ўскосным склоне (*сезон – сезон пік; пакаёўка – пакаёўка на паверсе*), словазлучэнне (*браніраванне – браніраванне ў апошні момант, даплата – даплата за адзіночнае размяшчэнне*). Аднакампанентных тэрмінаў-гіперонімаў, выражаных іншымі часціцамі мовамі, у нашым корпусе не зафіксавана.

Гіперонімы ў сваёй большасці ўяўляюць сабой тэрміналагічныя словазлучэнні (як правіла, двухкампанентныя), а іх гіпонімы часта ўтвараюцца з дапамогай відавых канкрэтызатараў – прыметнікаў, назоўнікаў ва ўскосным склоне або словазлучэнняў. Многія з даследаваных гіперонімаў з’яўляюцца ад’ектыўна-субстантыўнымі словазлучэннямі, якія ўзніклі ў выніку аб’яднання агульнаўжывальнага слова, агульнанавуковага тэрміна або тэрміна сумежных навук у якасці апорнага кампанента і прыметніка *турыстычны*, што выконвае функцыю своеасаблівага маркера прыналежнасці словазлучэння да гэтай сферы. Пры даданні да родавага тэрміна відавых канкрэтызатараў прыметнік *турыстычны* звычайна апуска-

ещца: *турыстычная група – закрытая група, спецыялізаваная група, група з адкрытым складам; турыстычная паслуга – паслуга размяшчэння, паслуга харчавання, транспартная паслуга.*

На асобных участках турыстычнай тэрмінасістэмы гіпера-гіпанімічныя адносіны перасякаюцца з іншымі тыпамі адносін – антанімічнымі і сінанімічнымі. Антанімічныя сувязі ўзнікаюць паміж сугіпонімамі, выражанымі тэрміналагічнымі словазлучэннямі: *блізкі турызм – далёкі турызм, платная паслуга – бясплатная паслуга, арганізаваны турызм – неарганізаваны турызм, інклюзіўны тур – эксклюзіўны тур, высокі сезон – нізкі сезон, транспартная экскурсія – пешаходная экскурсія.* Тэрміны з супрацьлеглым значэннем належаць да камплементарных або кантрарных антонімаў і змяшчаюцца ў гіпера-гіпанімічных структурах найменняў разнавіднасцей турызму, турыстаў, відаў турыстычных прадпрыемстваў (арганізацый), сродкаў размяшчэння турыстаў, тыпаў паслуг і інш. Антанімія прадстаўлена ў двухчленных радах гіпонімаў і можа фіксавацца на розных ярусах разгалінаваных гіпера-гіпанімічных структур.

Сугіпонімы даволі часта могуць уступаць і ў сінанімічныя адносіны: *экалагічная экскурсія – экаэкскурсія, энатур – вінны тур, бізнес-гатэль – дзелавы гатэль, кросінг-тур – кальцавы тур, інкамінг-турызм – уязны турызм, трансфер – суправаджэнне.* Тэрміны-сінонімы разнастайныя паводле фармальнай будовы і генезесу.

Згодна з нашым даследаваннем, перасячэнне трох тыпаў парадigmatyчных адносін можа наглядаецца як у межах шматярусных разгалінаваных гіпера-гіпанімічных структур, так і ў межах адносна невялікіх па колькасці элементаў гіпера-гіпанімічных утварэнняў. Напрыклад, вакол гіпероніма *турыстычны сезон* ('пара года, прызначанае для ажыццяўлення турызму ў пэўнай мясцовасці') групуюцца некалькі гіпонімаў: *высокі сезон, сезон пік, пікавы сезон, нізкі сезон, мёртвы сезон, несезон* (малюнак 5). Тэрміны *высокі сезон, сезон пік, пікавы сезон* з'яўляюцца абсалютнымі сінанімамі і змяшчаюць агульную дыферэнцыйную сему 'спрыяльны тэрмін' і проціпастаўляюцца па сваім значэнні групе гіперонімаў *нізкі сезон, мёртвы сезон, несезон*, у семантычнай структуры якіх змяшчаецца агульная дыферэнцыйная сема 'неспрыяльны тэрмін'.



Малюнак 5. – Гіпера-гіпанімічная група найменняў турыстычнага сезону

Заклучэнне

Такім чынам, праведзенае даследаванне тэрміналагічнага матэрыялу дазваляе зрабіць выснову аб тым, што важную ролю сістэматызатара турыстычнай тэрміналагічнай лексікі адыгрываюць гіпера-гіпанімічныя адносіны, якія належаць да найбольш пашыранага, глабальнага тыпу парадigmatyчных сэнсавых сувязей, поколькі ахопліваюць асноўны корпус тэрмінаадзінак (амаль 80 % усёй выбаркі). Дзякуючы гіпаніміі турыстычная тэрмінасістэма арганізуюцца як строгая іерархія тэрмінаў, якія выяўляюць цесныя і ўстойлівыя ўзаемасувязі як на вертыкальным (паміж родавым і відавым паняццямі), так і гарызантальным (паміж відавымі паняццямі) узроўні.

Для даследаванай тэрмінасістэмы ўласцівы складаныя гіпера-гіпанімічныя адносіны, якія адлюстроўваюць дынаміку развіцця індустрыі турызму і гасціннасці. Гіпера-гіпанімічныя адносіны фарміруюцца вакол тэрмінаў, што абазначаюць ключавыя, асноўныя паняцці турыстычнай сферы, утвараючы разгалінаваныя гіпера-гіпанімічныя групы або структуры. Многія з абазначаных тэрмінамі паняццяў характарызуюцца шматаспектным характарам. Шырока прадстаўлены гіпера-гіпанімічныя структуры радыяльна-ланцужковага тыпу, якія маюць шматярусную арганізацыю і разгортваюцца ў сярэднім да 3–4 узроўняў абстракцыі.

Найчасцей паміж гіперонімамі і падпарадкаванымі яму гіпонімамі адзначаюцца

экспліцытныя, вербальна выражаныя сувязі (з дапамогай пэўных фармальных элементаў, носьбітаў інтэграцыйнай семы). Пры гэтым арсенал фармальных сродкаў выражэння адносін гіпаніміі даволі разнастайны. Уласна семантычны спосаб мала распаўсю-

джаны, фіксуецца ў асноўным паміж тэрмінаадзінкамі іншамоўнага паходжання. У шматчленных разгалінаваных структурах мае месца камбінаванне экспліцытных і імпліцытных спосабаў выражэння гіпера-гіпанімічных сувязей.

СПІС ВЫКАРЫСТАНАЙ ЛІТАРАТУРЫ

1. Кияк, Т. Р. Лингвистические аспекты терминоведения : учеб. пособие / Т. Р. Кияк. – Киев : УМК ВО, 1989. – 104 с.
2. Лайонз, Дж. Введение в теоретическую лингвистику / Дж. Лайонз ; пер. с англ. яз. под ред. и с предисл. В. А. Звегинцева. – М. : Прогресс, 1978. – 543 с.
3. Сергеева, Т. В. Гиперо-гипонимическая структурация в специальной лексике английского языка (на материале лексики машиностроения) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Т. В. Сергеева. – М., 1993. – 25 с.
4. Гринёв-Гриневиц, С. В. Терминоведение : учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений / С. В. Гринёв-Гриневиц. – М. : Академия, 2008. – 302 с.
5. Харитончик, З. А. Лексикология английского языка / З. А. Харитончик. – Минск : Выш. шк., 1992. – 229 с.
6. Шарафутдинова, Н. С. Родо-видовые отношения в отраслевой терминосистеме (на материале авиационных терминов немецкого и русского языков) / Н. С. Шарафутдинова // Науч. вестн. Воронеж. гос. архитектурно-строит. ун-та. Сер.: Соврем. лингвист. и методико-дидакт. исслед. – 2016. – № 2 (30). – С. 173–184.
7. Михайлова, Т. В. Гіпонімія як лексико-семантична катэгорыя / Т. В. Михайлова // Лінгвістычныя даследаванні : зб. наук. пр. Харків. нац. пед. ун-ту ім. Г. С. Сковороды. – 2015. – Вип. 41. – С. 57–66.
8. Головин, Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. – М. : Высш. шк., 1987. – 104 с.

REFERENCES

1. Kijak, T. R. Lingvistichieskije aspiekty tierminoviedienija : uchieb. posobiye / T. R. Kijak. – Kiev : UMK VO, 1989. – 104 s.
2. Lajonz, J. Vviedienije v tieorietichieskuju lingvistiku / J. Lajonz ; pier. s angl. jaz. pod ried. i s priedisl. V. A. Zvieginceva. – M. : Progress, 1978. – 543 s.
3. Siergiejeva, T. V. Gipiero-giponimichieskaja strukturacija v spicial'noj lieksikie anglijskogo jazyka (na materialie lieksiki mashinostrojenija) : avtorief. dis. ... kand. filol. nauk : 10.02.04 / T. V. Siergiejeva. – M., 1993. – 25 s.
4. Griniov-Grnievich, S. V. Tierminoviedienije : uchieb. posobiye dlia studentov vyssh. uchieb. zaviedienij / S. V. Griniov-Grnievich. – M. : Akadiemija, 2008. – 302 s.
5. Kharitonchik, Z. A. Lieksikologija anglijskogo jazyka / Z. A. Kharitonchik. – Minsk : Vysh. shk., 1992. – 229 s.
6. Sharafutdinova, N. S. Rodo-vidovyje otnoshenija v otraslievoj tierminosistiemie (na materiale aviacionnykh tierminov niemieckogo i russkogo jazykov) / N. S. Sharafutdinova // Nauch. viestn. Voroniez. gos. arkhitekturo-stroito. un-ta. Sier.: Sovriem. lingvist. i mietodiko-didakt. isslied. – 2016. – № 2 (30). – S. 173–184.
7. Mikhajlova, T. V. Hiponimija jak leksiko-semantychna katehorija / T. V. Mikhajlova // Linhvistychni doslidzhennia : zb. nauk. pr. Kharkiv. nac. pied. un-tu im. G. S. Skovorody. – 2015. – Vyp. 41. – S. 57–66.
8. Golovin, B. N. Lingvistichieskije osnovy uchienija o tierminakh / B. N. Golovin, R. Yu. Kobrin. – M. : Vyssh. shk., 1987. – 104 s.