

УДК 811.111'38:338.48 (477)

Братко В.М.¹

¹студ. гр. МТЕ-110 НУ «Запорізька політехніка»

ІДЕЯ ПОДОРОЖІ В КАЗКОВИЙ СВІТ КІНО В АНГЛОМОВНИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЖЕРЕЛАХ

Кінотуризм – це відносно новий напрям туризму, який розвивається завдяки популярним кінофільмам. Фільми стають культовими, а разом з ними стають культовими місця, де кінофільми знімаються, або де відбуваються події фільму. Кінотуризм є спеціалізованою або нішевою формою туризму, що включає тури до продюсерських студій, а також до кінопарків чи телевізійних студій. На місцях зйомок створюють тематичні парки й організовують спеціальні тури. Близько 100 мільйонів людей у світі щороку подорожують місцями зйомок своїх улюблених кіногероїв. На разі немає однозначного терміну для цього виду туризму. В зарубіжних джерелах вживаються поняття *filmtouism*, *filminducedtourism*, *movieinducedtourism*. У вітчизняній літературі частіше використовується поняття *кінотуризм*.

Основними причинами популярності таких видів подорожей є такі: 1) відчуття себе уявно поряд з героями улюбленого фільму або навіть уявити себе на місці персонажів кінофільму, тобто отримати новий цікавий досвід і враження; 2) природа, ландшафт, культура теж ваблять, особливо до мало

відомих туристам місць планети. Яскраві кадри певної місцевості у фільмі чи показ її по телевізору може вплинути на кількість відвідувачів навіть до вже відомого туристичного місця, що сприяє створенню нового виду туризму в цьому регіоні і стимулює місцеву економіку. В середньому фільм може збільшити туризм і дохід майже на 31%. Так, шанувальники серіалу «Володар перстнів» відвідують Нову Зеландію, де було знято більшість сцен фільму. Це збільшило щорічний приплив туристів до Нової Зеландії з 1,7 мільйона доларів США в 2000 році до 2,4 мільйона доларів США в 2004 році, що є на 40 відсотків більше.

Метою цієї наукової розвідки є виявлення особливостей зображення місць, пов'язаних з відомими кінофільмами. Для досягнення мети маємо вирішити такі завдання: 1) визначити ключові слова і структури, що вживаються в текстах про кіно-тури; 2) з'ясувати роль екзотичної лексики та власних імен; 3) встановити основні мовні засоби впливу на свідомість реципієнта, що привертають його увагу та пробуджують бажання вирушити в кіно подорож.

Перейдемо далі до зразків аналізу на матеріалі англomовних туристичних джерел. Опис кіно-екскурсій зазвичай включає спонукальні форми речень, насичені іменами відомих кіно-героїв та словосполученнями і зворотами, що мають доволі привабливе й містичне звучання, як приміром тур по Лондону місцями пригод Гаррі Поттера: *Come and join the Wizards London Bus Tour and take a magical fun packed coach tour of Harry Potter film locations and inspirations inspired by J K Rowlings books in the British capital*. Тексти кіно-екскурсій також містять суперлативні форми прикметників, типові для брошур туристичні слова і словосполучення, велику кількість назв визначних місць: *With Harry Potter film locations scattered across the capital, the Wizards London Bus Tour is **the best way** to see the sites **in comfort and style** plus you'll also get to see many other familiar **landmarks** along the way too including St Pauls Cathedral, Big Ben, London Bridge, The Monument, Bank of England and much more*.

Слід зазначити, що популярні кіно-тури часто споріднені з літературними і спрямовані також на шанувальників цього виду мистецтва. Так, дуже популярними є тури Лондоном місцями Шерлока Холмса, тобто тими реальними місцями, які надихнули Артура Конан Дойла на створення своїх детективних історій, а опис екскурсії включає назви детективних пригод: *A Study in Scarlet; The Illustrious Client; His Last Bow; The Adventure of the Retired Colourman; Reichenbach Falls; The Hound of the Baskervilles; A Scandal in Bohemia and many others*.

Короткі рекламні тексти про подорожі в казковий світ кіно насичені лексикою позитивного змісту і дієсловами, що апелюють до нового пізнавального й емоційного досвіду туриста й обіцяють багатство вражень і

задоволення. Структури речень включають альтернативні форми і паралельні конструкції: ***Whether** you fancy yourself as an extra in 'Game of Thrones', the Star Wars franchise **or** 'Skyfall' (2012), the filming locations are the real stars of the show. From **atmospheric, ancient citadels to windswept landscapes** that steal the limelight, visiting famous film and TV locations is the next best thing to appearing on screen. On these Oscar-worthy **TRIPS** by Culture Trip, **you'll relive the standout moments** from some of the best-known films and shows in the world.*

Описовим текстам про кіно-подорожі властиве вживання великої кількості екзотичної лексики, а саме: імен кіногероїв, назв вулиць, затишних кав'ярень, культурних реалій, що передає колорит місця і дає змогу відвідувачам відчувати його особливу атмосферу, проникнути в кіношний світ улюблених героїв. Наприклад, ***Paris, Amélie: 2001's magical French comedy Amélie** features over 80 locations in Paris. From Café des Deux Moulins on rue Lepic (where Amélie worked as a waitress), to Canal Saint-Martin where she's shown skimming stones, most of the beautiful backdrops from the movie are part and parcel of real-life Paris.*

Отже, тексти про кінематографічні тури відображають гедоністичний характер туризму, акцентуючи на новому пізнавальному збагачувальному досвіді, стимулюють до подорожей і розширення горизонтів.