

УДК 811.111'373

Василенко Г.В., Свириденко К.С.

старш. викл. ЗНТУ

студ. гр. МТУ-111

ЛЕКСИКА КОЛЬОРУ І СВІТЛА АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ БРОШУРИ

Туристична брошура є важливим інформаційним і рекламним засобом, що сприяє поширенню знань про туристичні продукти та їхньому просуванню на ринок. Мові туристичної брошури притаманне розмаїття описових елементів позитивного змісту, що привертає увагу, пробуджує інтерес і стимулює споживача до дії. У колі наших лінгвістичних студій вже перебували окремі мовні явища англомовних туристичних джерел: означення й означальні підрядні речення, екзотизми й варваризми, власні імена, туристичні терміни, інтенсифікатори змісту, ідіоми мандрів і розваг. Колористика є ще одним органічним і суттєвим компонентом лексичного складу туристичної брошури.

Метою даної розвідки є виявлення форм і функцій кольоропозначень, особливостей їх уживання в контексті подорожей і туризму на **матеріалі** лінгвостилістичного аналізу англомовних туристичних брошур. Тривалий час наукове осмислення світу відбувалося через вивчення світла, бо саме світло розкриває перед нами світ у всій кольоровій гаммі. Вживання світлонімів і кольоронімів у текстах туристичних джерел спрямоване на реалістичне й естетично привабливе зображення світу.

Спостерігаються дві тенденції вербалізації світла і кольору в англомовних брошурах. Перша – це асоціативне сприйняття світлових і кольорових ознак природних і рукотворних об'єктів шляхом актуалізації знань і уяви реципієнта про них. Наведемо приклади: 1) *Whether a first-time snorkeler or an experienced diver, you will be **dazzled** by **Aqaba's world-renowned display of underwater life, corals, colourful fish and exotic marine plants**.* 2) *Perhaps the most famous monument here is **the Shore Temple**, silhouetted against **the sea**. It is enchantingly beautiful and achingly so when **lit by moonlight**.*

Друга тенденція включає власне пряме вживання лексики кольору і світла для опису туристичних атракціонів і подій. За формальною ознакою поширеними є ад'єктивні форми, як, приміром, у таких реченнях: 1) ***Its sheer red walls** tower skyward while its entire width is filled with running water, plunging through an awe-inspiring 15 m waterfall.* 2) *The rooms and Suite are designed in a contemporary style with **pastel warm shades and pure contours**, the majority offer a spectacular panorama.*

За семантичною ознакою в англомовних туристичних брошурах переважають синій і зелений кольори та їхні відтінки, що зумовлено самою природою нашої планети і популярними місцями масового відпочинку. Ілюстрацією даної тези є такі приклади: 1) *It pays to visit before the main*

tourist season, when you can watch **the Aegean light** reflecting off the **blue** and **whitewashed architecture**. 2) On the way out to the archipelago from Stockholm, the road winds through the **radiant green landscape of a fairytale** – forests, timber houses, rye fields, fat cows. 3) And if you want to combine **blues** and **greens** come to the Wentworth by the Sea Golf Club. 4) It is sheltered from the north winds and renowned for its **turquoise, clear water**. 5) Located in **a calm verdant jewel case**, at the foot of the three Valleys, the Golf Hotel offers you an exceptional view over the National Park. 6) The church has Corinthian capitals supporting **an impressive deep blue dome painted with stars**. 7) The predominant **whitish limestone rock** is dotted with **clumps of greenery**, consisting of the dwarf fan palms characteristic of these hills.

Наведені вище приклади ілюструють, що разом із позначеннями кольорів синього і зеленого вживаються також інші кольори Землі. До того ж, пряме вживання кольоронімів органічно і гармонійно поєднане з асоціативним полем кольорів зображених об'єктів. Стилiстичними особливостями колокацій кольору є ще й засоби волюнтативної експресії: звертання, спонування, перелік і повтори, так звані «магічні слова» (**fairytale** – казка; **jewel** – коштовність; **awe-inspiring** – благоговійне), що апелюють до свідомості читача і зачаровують ремінісценціями прекрасних дитячих казок, екзотичних кінофільмів, міфів і легенд. Окремо слід відзначити, що в описах архітектурних і музейних об'єктів, часто вживаними є дескриптиви, що включають не тільки семи кольору та світла, а й матеріал, походження і функціональність предметів. Наведемо далі приклади: 1) *Opening of Buckingham Palace, the Ballroom will be set up for a State Banquet with **a dazzling display of silver-gilt, porcelain and flowers***. 2) *Lavish buffet arrangements of **jewelled cups, ivory tankards** and chased dishes, sconces, shields and basins will be arranged along each side of the room*. 3) *Its roof is covered with **terracotta tiles**, and its **cut stone minaret** has a single gallery*.

Отже, колористика туристичних джерел є доволі цікавою і перспективною темою лінгвістичних студій. Здійснений нами аналіз показав, що лексика кольору та світла англомовних туристичних брошур виконує стилістичні, естетичні і прагматичні функції спрямовані на формування знань про туристичні продукти і поліпшення споживацького попиту. Особливо важливою є когнітивна функція – прагнення подорожувати, пізнавати красу світу і в такий спосіб розширювати світогляд.