ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут міжнародної освіти та гуманітарних наук

Кафедра іноземної філології та перекладу (повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до кваліфікаційної роботи бакалавра

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Проблеми адекватності перекладу культурно маркованої лексики в англомовних туристичних матеріалах».

Виконав: студент 4 курсу групи Філол 2022-2

Спеціальність В11.041 Філологія

(Германські мови та літератури

(переклад включно), перша – англійська)

Григорян Д. А.

Керівник: д. пед. наук, проф. Ільєнко О. Л.

Рецензент: к. філол. наук, доц. Нікіфорова С.М.

Харків – 2026

Керівник роботи Ільєнко О. Л.

(підпис)

«19» «червня» 2026 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота розглянута.

Студент Григорян Д. А.

допускається до захисту даної роботи в

Державній екзаменаційній комісії

Зав. кафедри іноземної філології

та перекладу д. пед. наук, проф. Ільєнко О.Л.

(підпис) (прізвище, ініціали)

« 19 » « червня » 2026 р.

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА

Навчально-науковий інститут міжнародної освіти та гуманітарних наук

Кафедра іноземної філології та перекладу

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність В11.041 Філологія (Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Зав. кафедри іноземної філології

та перекладу д. пед. наук, проф. Ільєнко О.Л.

_____

« 30 » «березня» 2026 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Григоряну Давиду Арменовичу

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема роботи «Проблеми адекватності перекладу культурно маркованої лексики в англомовних туристичних матеріалах», керівник роботи Ільєнко Олена Львівна, проф., затверджені наказом вищого навчального закладу від «07» травня 2026 р. № 392-03.

2. Строк подання студентом роботи 25 травня 2026 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі документи, науково-технічна, періодична література, ресурси мережі Інтернет, матеріали виробничої та переддипломної практик.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1. Культурно маркована лексика. 2. Переклад туристичного дискурсу. 3. Особливості перекладу культурно маркованої лексики у туристичному дискурсі.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультантів	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Основна частина	Ільєнко О. Л.		
Нормоконтроль	Ільєнко О. Л.		

6. Дата видачі завдання 30.03.2026 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	*Збір і обробка первинної інформації*	*01.04-19.04*	Виконано
2.	*Робота над теоретичною частиною*	*20.04-10.05*	Виконано
3.	*Переклад оригінального тексту*	*11.05-13.05*	Виконано
4.	*Робота над дослідницько-аналітичною частиною*	*14.05-19.05*	Виконано
5.	*Передзахист.*	*20.05*	Виконано

6.	*Доопрацювання кваліфікаційної роботи, внесення правок.*	*20.05-24.05*	Виконано
7.	*Підготовка презентації та доповіді до захисту*	*25.05-15.06*	Виконано

Студент _____Григорян Д. А.

Керівник роботи _____ д. пед. наук, проф. Ільєнко О. Л.

Зміст

Вступ 6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ 8
1.1 Туристичний дискурс як об’єкт лінгвістичного та лінгвокультурологічного дослідження. 8
1.2 Культурно маркована лексика та її роль у туристичних матеріалах. 10
1.3 Типологія культурно маркованих одиниць у туристичному дискурсі. 13
1.4 Основні способи перекладу культурно маркованої лексики. 16
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КУЛЬТУРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНИХ ТУРИСТИЧНИХ МАТЕРІАЛАХ 23
2.1 Переклад текстів туристичного дискурсу. 23
2.2 Проблеми перекладу культурно маркованої лексики. 36
2.3 Аналіз перекладацьких трансформацій у туристичних текстах. . . . 43
Висновки. 55
Список використаної літератури. 56
Додаток 58

Вступ

Сучасний розвиток міжнародного туризму, активізація міжкультурної комунікації та глобалізація інформаційного простору зумовлюють зростання ролі туристичного дискурсу у світовій комунікативній системі. Туристичні тексти сьогодні виконують не лише інформаційну, а й культурно-репрезентативну, рекламну та прагматичну функції. Вони формують уявлення про країну, її культурну спадщину, традиції, національні особливості та спосіб життя. Зарубіжні дослідники туристичного дискурсу, зокрема B. K. Sharma, S. Gao, S. Malamatidou, J. Ferraz, S. Serpa, наголошують, що туристичний текст є важливим засобом міжкультурної взаємодії та репрезентації національної культури у глобальному інформаційному просторі. Українські науковці Ф. С. Бацевич, О. О. Селіванова, І. В. Корунець, Р. П. Зорівчак також підкреслюють тісний взаємозв’язок мови, культури та міжкультурної комунікації у процесі перекладу культурно маркованих одиниць.

У туристичних матеріалах культурно маркована лексика представлена назвами історичних пам’яток, національних страв, традицій, свят, етнокультурних реалій, географічних об’єктів, елементів побуту та культурних символів. Такі мовні одиниці часто не мають повних відповідників у мові перекладу, що ускладнює процес їх адекватного відтворення. Перекладач повинен не лише передати предметно-логічний зміст слова, а й зберегти його культурний компонент, емоційно-оцінне значення та прагматичний вплив на адресата.

Проблема адекватності перекладу культурно маркованої лексики є однією з актуальних у сучасному перекладознавстві та лінгвокультурології. У межах лінгвокультурологічного підходу мова розглядається як засіб збереження та

передачі культурного досвіду народу, а переклад — як форма міжкультурної комунікації. Саме тому переклад туристичних текстів потребує не буквального відтворення мовних одиниць, а адаптації культурних смислів відповідно до особливостей цільової аудиторії.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю вивчення способів перекладу культурно маркованої лексики в англомовних туристичних матеріалах, а також потребою визначення перекладацьких стратегій, які забезпечують адекватне відтворення національно-культурного компонента тексту. Зростання ролі міжнародного туризму та поширення англомовного туристичного контенту сприяють активному розвитку міжкультурної комунікації, що робить проблему перекладу туристичного дискурсу особливо важливою для сучасної лінгвістики та перекладознавства.

Метою дипломної роботи є дослідження проблем адекватності перекладу культурно маркованої лексики в англомовних туристичних матеріалах та визначення основних способів її відтворення українською мовою з урахуванням лінгвокультурологічного аспекту.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- визначити особливості туристичного дискурсу як об’єкта лінгвістичного дослідження;
- охарактеризувати поняття культурно маркованої лексики та її роль у туристичних текстах;
- розглянути основні способи перекладу культурно маркованих одиниць;
- проаналізувати особливості перекладу англомовних туристичних матеріалів українською мовою;
- дослідити перекладацькі трансформації, які використовуються у процесі відтворення культурно маркованої лексики;
- визначити основні труднощі забезпечення адекватності перекладу

туристичного дискурсу.

Об’єктом дослідження є англомовний туристичний дискурс.

Предметом дослідження є особливості перекладу культурно маркованої лексики в англомовних туристичних матеріалах українською мовою.

Матеріалом дослідження слугували англомовні туристичні тексти, рекламні матеріали, туристичні вебсайти, путівники та інформаційні ресурси туристичної тематики.

У роботі використано такі **методи дослідження**: описовий метод, метод лінгвістичного аналізу, метод перекладацького аналізу, порівняльний метод, метод контекстуального аналізу та елементи лінгвокультурологічного аналізу.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні досліджень туристичного дискурсу, культурно маркованої лексики та проблем адекватності перекладу в умовах міжкультурної комунікації.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів у практиці перекладу туристичних текстів, у викладанні курсів перекладознавства, лінгвокультурології та теорії міжкультурної комунікації.

Апробація роботи: виступ на конференції Research and Education in a Globalized World: European Integration Processes. Contemporary Challenges and Transformations та опублікування тез за темою «Problems of Translation Adequacy of Culture-Specific Vocabulary in English-Language Tourist Materials».

Структура дипломної роботи зумовлена метою та завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел та додатку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ

1.1 Туристичний дискурс як об’єкт лінгвістичного та лінгвокультурологічного дослідження.

У сучасному перекладознавстві туристичний дискурс розглядається як окремий різновид інституційного дискурсу, що поєднує інформаційні, рекламні та культурно-комунікативні характеристики *(Ferraz J., Serpa).* Українські дослідники також визначають туристичний дискурс як складне комунікативне явище, у межах якого реалізується взаємодія мови, культури та соціальних практик *(Бацевич)*. Туристичний дискурс охоплює сукупність текстів туристичної тематики, спрямованих на формування позитивного образу туристичного місця та спонукання адресата до подорожі *(Козак А., Близнюк).*

Однією з головних ознак туристичного дискурсу є поєднання інформативності та експресивності. Туристичні тексти не лише повідомляють фактичну інформацію, а й здійснюють емоційний вплив на адресата через використання оцінної лексики, стилістичних засобів та культурно маркованих одиниць *(Malamatidou).* На думку О. О. Селіванової, сучасний дискурс характеризується антропоцентричністю та прагматичною спрямованістю, що особливо помітно у сфері туристичної комунікації *(Селіванова)*. У сучасному туристичному дискурсі особливого значення набуває прагматичний аспект комунікації, оскільки туристичний текст орієнтований на переконання потенційного туриста та формування позитивного іміджу певної країни або

регіону.

Серед основних функцій туристичних текстів дослідники виділяють інформативну, рекламну, прагматичну, культурно-репрезентативну та комунікативну функції. Інформативна функція забезпечує передачу практичної інформації про туристичні об’єкти, маршрути, транспорт, культурні події та інфраструктуру. Рекламна функція спрямована на створення позитивного образу туристичного напряму та стимулювання інтересу до подорожі. Український мовознавець Ф. С. Бацевич наголошує, що комунікативна мета туристичного тексту полягає не лише у передачі інформації, а й у здійсненні впливу на адресата через мовні засоби переконання та емоційного впливу *(Бацевич)*.

Культурно-репрезентативна функція туристичного дискурсу полягає у відображенні національної специфіки через реалії, етнокультурні символи, назви свят, традицій та історичних пам’яток. Туристичні тексти виступають засобом репрезентації культури та формування міжкультурного діалогу між представниками різних народів *(Sharma B. K., Gao)*. За визначенням І. В. Корунця, туристичний текст є важливим засобом передачі культурної інформації та формування міжкультурної компетенції адресата, оскільки він поєднує мовний та культурний компоненти *(Корунець)*.

Важливе місце у туристичному дискурсі посідає міжкультурна комунікація. Туризм є однією з найактивніших сфер міжкультурної взаємодії, у межах якої відбувається обмін культурними цінностями, моделями поведінки та світоглядними уявленнями. Туристичний текст у цьому процесі виступає посередником між культурами та сприяє адаптації культурної інформації для іншомовного адресата *(Majhut)*. Українські дослідники підкреслюють, що міжкультурна комунікація у сфері туризму є важливим чинником формування позитивного міжнародного іміджу країни та популяризації її культурної спадщини *(Козак, Близнюк)*.

Особливу роль у міжкультурній комунікації відіграє переклад туристичних текстів. Перекладач у сфері туризму виступає не лише мовним посередником, а й медіатором між культурами, оскільки повинен передати не тільки фактичний зміст повідомлення, а й його культурний компонент. Однією з ключових труднощів перекладу туристичного дискурсу виступає передача культурно маркованої лексики, яка нерідко не має прямих еквівалентів у мові перекладу. Р. П. Зорівчак підкреслює, що відтворення таких одиниць вимагає обов'язкового врахування етнокультурного контексту та збереження національно-культурної специфіки оригінального тексту *(Зорівчак)*.

1.2. Культурно маркована лексика та її роль у туристичних матеріалах.

Однією з ключових рис туристичного дискурсу є активне використання культурно маркованої лексики, яка забезпечує передачу національної специфіки, історичних особливостей та культурних традицій певного народу. Саме завдяки таким мовним одиницям туристичні тексти формують уявлення про країну, її культуру, побут, систему цінностей та національну ідентичність. У сучасній лінгвістиці проблема культурно маркованої лексики розглядається в межах лінгвокультурології, етнолінгвістики, теорії міжкультурної комунікації та перекладознавства *(Корунець, Sharma, Gao)*.

Поняття культурно маркованої лексики пов'язане з наявністю в семантиці слова або словосполучення національно-культурного компонента, який відображає особливості матеріальної та духовної культури певного народу. Такі мовні одиниці містять інформацію про історію, традиції, звичаї, релігію, національну кухню, побут, мистецтво та соціальні реалії конкретної

лінгвокультурної спільноти. На думку українських дослідників, культурно маркована лексика є важливим носієм національної картини світу та етнокультурної пам'яті народу *(Селіванова)*.

У туристичних матеріалах культурно маркована лексика виконує не лише інформативну, а й культурно-репрезентативну функцію. Вона сприяє створенню автентичного образу країни та передає її культурну своєрідність. Туристичні тексти знайомлять адресата з національними святами, традиційними стравами, історичними пам'ятками, релігійними обрядами та етнографічними особливостями. Таким чином, туристичний дискурс виступає важливим засобом міжкультурної комунікації та популяризації культурної спадщини *(Бацевич, Ferraz J., Serpa).*

Особливе місце серед культурно маркованої лексики займають реалії. У перекладознавстві реалії визначаються як слова та словосполучення, що позначають предмети, явища або поняття, характерні для життя, побуту, історії та культури певного народу і відсутні в інших культурах. Вони є носіями національно-культурної інформації та відображають специфіку соціокультурного середовища. Український перекладознавець І. В. Корунець підкреслює, що саме реалії найвиразніше демонструють зв'язок мови та культури, а їх переклад потребує врахування культурного контексту й прагматичної функції тексту *(Корунець)*.

У туристичних текстах реалії часто представлені назвами національних страв, свят, традицій, ритуалів, історичних подій, архітектурних споруд та елементів побуту. Наприклад, у текстах про японську культуру використовуються такі реалії, як *kimono, hanami, sushi*; у британському туристичному дискурсі — *afternoon tea, pub culture, Highland Games*; в українських туристичних матеріалах — *борщ*, *вишиванка*, *Маланка*, *гопак*. Такі одиниці не лише називають культурні об'єкти, а й формують стійкі асоціативні образи відповідних країн.

Тісно пов’язаним із поняттям реалій є безеквівалентна лексика. Це лексичні одиниці, які не мають повного відповідника в мові перекладу через відсутність відповідного предмета чи явища в іншій культурі. Вони відображають специфіку національного світосприйняття та становлять значну складність у процесі міжкультурної комунікації й перекладу. Українські дослідники наголошують, що безеквівалентна лексика є важливим засобом збереження культурної ідентичності у перекладі *(Зорівчак)*.

У туристичних текстах безеквівалентна лексика виконує функцію культурної ідентифікації, допомагаючи зберегти національний колорит та автентичність повідомлення. Водночас такі одиниці часто потребують додаткового пояснення для іншомовного адресата, оскільки буквальний переклад не завжди забезпечує адекватне розуміння культурного змісту. Саме тому у перекладі туристичних текстів широко застосовуються описовий переклад, транскрипція, транслітерація, калькування та культурна адаптація *(Корунець, Malamatidou).*

Важливим аспектом дослідження культурно маркованої лексики є національно-культурний компонент значення. У сучасній лінгвокультурології він трактується як сукупність культурних асоціацій, історичних конотацій та етнокультурної інформації, закріплених у семантиці мовної одиниці. Такий компонент утворює додатковий смисловий шар слова, який може бути незрозумілим представникам іншої культури. За визначенням О. О. Селіванової, національно-культурний компонент значення відображає специфіку мовної картини світу певного народу *(Селіванова)*.

У туристичних текстах цей компонент проявляється особливо виразно, оскільки їх головною метою є презентація культурної унікальності країни або регіону. Наприклад, слово *pub* у британському туристичному дискурсі позначає не лише заклад громадського харчування, а й важливий елемент соціальної

культури. Аналогічно *hanami* у японській культурі означає не просто «милування квітами», а традиційний ритуал, пов'язаний із філософією гармонії природи та людини. Такі одиниці мають складну культурну семантику, що потребує врахування при перекладі туристичних текстів.

У процесі міжкультурної комунікації культурно маркована лексика виступає засобом передачі культурної інформації та формування позитивного образу країни. Туристичний текст не лише інформує про туристичні об'єкти, а й занурює адресата в інший культурний простір. Саме тому такі одиниці є важливим елементом прагматичного впливу туристичного дискурсу та засобом створення емоційної привабливості туристичного напряму *(Бацевич, Козак А., Близнюк)*.

Отже, культурно маркована лексика є невід'ємною складовою туристичного дискурсу та відіграє важливу роль у репрезентації національної культури. Реалії та безеквівалентна лексика забезпечують передачу етнокультурної специфіки, формують автентичність туристичних текстів і сприяють міжкультурній комунікації. Національно-культурний компонент значення відображає особливості світосприйняття народу та потребує особливої уваги в процесі перекладу туристичних матеріалів.

1.3. Типологія культурно маркованих одиниць у туристичному дискурсі

Туристичний дискурс характеризується широким використанням культурно маркованих мовних одиниць, які забезпечують передачу національної специфіки, формують культурний образ країни та сприяють міжкультурній комунікації. Такі одиниці у туристичних текстах виконують не лише інформативну, а й

прагматичну функцію, оскільки створюють ефект автентичності та підвищують привабливість туристичного місця або напряму. У сучасному перекладознавстві та лінгвокультурології виокремлюють різні типи культурно маркованої лексики, серед яких важливе місце посідають географічні назви та топоніми, гастрономічна лексика, назви свят, традицій і культурних подій, а також культурні символи *(Корунець, Sharma B. K., Gao)*.

Одним із найпоширеніших типів культурно маркованих одиниць у туристичному дискурсі є географічні назви та топоніми. Вони виконують ідентифікаційну та культурно-репрезентативну функції, оскільки пов'язані з історією, культурою та національною пам'яттю певного народу. У туристичних текстах топоніми не лише позначають географічні об'єкти, а й формують асоціативний образ країни або регіону. Наприклад, такі назви, як *Stonehenge*, *Loch Ness*, *Kyoto*, *Santorini*, викликають у читача стійкі культурні асоціації та мають значний туристичний потенціал *(Ferraz J., Serpa).*

У туристичному дискурсі топоніми часто супроводжуються культурними конотаціями, що відображають історичну та етнокультурну специфіку місця. Наприклад, назва *Highlands* у британському туристичному дискурсі асоціюється не лише з географічним регіоном Шотландії, а й із традиційною культурою, клановою системою, народною музикою та історичними традиціями. Українські дослідники підкреслюють, що переклад топонімів у туристичних текстах потребує врахування міжнародних норм транслітерації та культурного контексту *(Зорівчак).*

Важливе місце в типології культурно маркованих одиниць займає гастрономічна лексика. Назви національних страв і напоїв є важливими елементами культурної репрезентації та активно використовуються в туристичних матеріалах для створення автентичного образу країни. Вони відображають особливості національної кухні, традицій харчування та побутової

культури. У туристичних текстах часто вживаються такі одиниці, як *sushi, paella, croissant, fish and chips, borshch, haggis* тощо *(Calvi, Silva, Rafael).*

Гастрономічна лексика виконує не лише інформативну, а й емоційно-експресивну функцію. Опис національних страв у туристичних текстах сприяє формуванню позитивного іміджу країни та створює ефект культурного занурення. Наприклад, в описах Італії часто використовуються назви традиційних страв (*pizza, pasta, risotto*), які вже стали міжнародними гастрономічними символами. Аналогічно в українських туристичних матеріалах активно репрезентуються такі страви, як борщ, вареники, банош, узвар. На думку І. В. Корунця, гастрономічні реалії належать до найскладніших для перекладу, оскільки поєднують предметне значення з культурним компонентом *(Корунець).*

Окрему групу культурно маркованих одиниць становлять назви свят, традицій і культурних подій. У туристичному дискурсі вони виконують важливу культурно-репрезентативну функцію, знайомлячи туриста з духовною культурою народу, його звичаями та ритуалами. Такі одиниці часто є безеквівалентними та потребують пояснення під час перекладу *(Sharma B. K., Gao)*. Серед поширених прикладів можна виокремити *Oktoberfest, Hanami, Day of the Dead, Burning Man, Chinese New Year, Midsummer Festival*, а також *Маланка* та *Івана Купала*.

Назви свят і традицій є носіями значного культурного змісту, оскільки пов’язані з історичними подіями, релігійними віруваннями та національною ідентичністю. Туристичні тексти використовують їх для формування образу культурної унікальності країни та підвищення її туристичної привабливості. Наприклад, японське *Hanami* символізує традицію милування цвітінням сакури та відображає філософію гармонії людини і природи, тоді як мексиканське *Day of the Dead* репрезентує особливе ставлення до пам’яті предків та національних ритуалів.

Особливе місце у туристичному дискурсі займають культурні символи, які

слугують засобом репрезентації національної культури та формування культурного іміджу країни. Вони можуть бути представлені предметами матеріальної культури, елементами національного одягу, музичними інструментами, архітектурними об’єктами, історичними пам’ятками або видами традиційного мистецтва. Такі одиниці мають виразний національно-культурний компонент значення та викликають стійкі асоціації з певною країною або етносом *(Селіванова)*.

Наприклад, символами української культури у туристичному дискурсі є *вишиванка, писанка, кобза, гопак*; японської — *kimono, samurai, origami*; шотландської — *kilt, bagpipes*; французької — *Eiffel Tower, beret, cabaret*. Такі культурні символи виконують важливу прагматичну функцію, формуючи емоційно привабливий і впізнаваний образ країни.

У туристичному дискурсі культурні символи також використовуються як інструмент брендингу туристичної дестинації. Вони забезпечують її впізнаваність на міжнародному рівні та сприяють популяризації культурної спадщини. Дослідники наголошують, що такі символи є важливими елементами міжкультурної комунікації, оскільки акумулюють національні цінності, історичну пам’ять та культурні стереотипи *(Бацевич)*.

Отже, типологія культурно маркованих одиниць у туристичному дискурсі охоплює широкий спектр мовних засобів, що відображають національно-культурну специфіку певного народу. Географічні назви та топоніми, гастрономічна лексика, назви свят і традицій, культурні символи формують культурний образ країни та забезпечують реалізацію культурно-репрезентативної функції туристичних текстів. Вони відіграють важливу роль у міжкультурній комунікації та становлять значний інтерес для перекладознавчих досліджень.

1.4. Основні способи перекладу культурно маркованої лексики.

Переклад культурно маркованої лексики є одним із найскладніших аспектів міжкультурної комунікації, оскільки такі мовні одиниці відображають специфіку національної культури, історії, традицій та світогляду певного народу. У туристичному дискурсі культурно маркована лексика виконує важливу культурно-репрезентативну функцію, тому її адекватний переклад має забезпечувати не лише передачу предметного значення, а й збереження національного колориту та прагматичного впливу тексту.

Одним із ключових понять сучасного перекладознавства є адекватність перекладу. У науковій літературі цей термін трактується як відповідність перекладу комунікативній меті оригінального тексту, його функціям, змісту та прагматичному впливу на адресата *(Корунець).* На відміну від буквального відтворення мовних одиниць, адекватний переклад орієнтується насамперед на збереження смислу, емоційного ефекту та функціонального призначення тексту.

У перекладознавстві поняття адекватності тісно пов’язане з поняттям еквівалентності, однак ці терміни не є тотожними. Еквівалентність передбачає функціональну відповідність між текстом оригіналу та перекладом на різних мовних рівнях, тоді як адекватність є ширшим поняттям і враховує комунікативну ситуацію, прагматичний ефект і культурні особливості цільової аудиторії. Адекватний переклад не завжди є дослівним, оскільки перекладач може використовувати трансформації, адаптацію або описовий переклад задля досягнення необхідного комунікативного результату.

Особливо важливою проблема адекватності є у сфері туристичного дискурсу. Туристичні тексти поєднують інформативну, рекламну та культурно-презентаційну функції. Їхнім головним завданням є не лише передача інформації

про туристичний об’єкт, а й формування позитивного образу країни, регіону чи послуги. Саме тому переклад туристичних текстів повинен бути зрозумілим, емоційно виразним і культурно прийнятним для іншомовного читача.

На думку дослідників, адекватність перекладу туристичних текстів досягається шляхом поєднання мовної точності та прагматичної адаптації. Перекладач має враховувати національно-культурні особливості аудиторії, її асоціації та фонові знання. Наприклад, реалії, історичні назви, культурні символи чи локальні традиції часто потребують адаптації або пояснення для іноземного читача. У таких випадках буквальний переклад може бути незрозумілим або втратити свій рекламний ефект.

Важливим аспектом адекватності є також збереження стилістики тексту. Туристичний дискурс характеризується використанням емоційно-оцінної лексики, закликів до дії, епітетів, метафор і слоганів. Перекладач повинен передати не лише фактичний зміст повідомлення, а й його експресивність та переконливість. Наприклад, англомовні туристичні слогани часто містять гру слів або культурні асоціації, які неможливо відтворити дослівно українською мовою. У такому разі застосовується адаптивний переклад, спрямований на збереження прагматичного впливу тексту.

Крім того, адекватність перекладу безпосередньо пов’язана з міжкультурною комунікацією. Перекладач виступає посередником між двома культурами, тому його завдання полягає у відтворенні не лише мовних, а й культурних смислів. Дослідники підкреслюють, що якісний переклад має враховувати соціокультурний контекст, особливості сприйняття тексту іншомовною аудиторією та комунікативні очікування адресата.

Для відтворення культурно специфічних одиниць перекладачі використовують різні перекладацькі трансформації, серед яких найпоширенішими є транслітерація, калькування, описовий переклад,

конкретизація та генералізація *(Корунець, Malamatidou)*.

Одним із найбільш поширених способів перекладу культурно маркованої лексики є транслітерація. Транслітерація полягає у передачі графічної форми слова засобами іншої мови відповідно до певних орфографічних норм. Цей спосіб перекладу найчастіше використовується для передачі власних назв, топонімів, етнографічних реалій, назв національних страв, свят та культурних явищ, які не мають точного відповідника у мові перекладу *(Зорівчак)*.

У туристичному дискурсі транслітерація дозволяє зберегти автентичність культурно маркованої одиниці та підкреслити її національну специфіку. Наприклад, англійські слова *borshch, vyshyvanka, hopak, hanami, kimono* часто передаються шляхом транслітерації, оскільки вони позначають унікальні культурні явища, відсутні в інших культурах. Завдяки транслітерації туристичний текст зберігає етнокультурний колорит та створює ефект культурного занурення. Водночас цей спосіб перекладу може ускладнювати розуміння тексту іншомовним адресатом, якщо культурне значення слова залишається незрозумілим без додаткового пояснення *(Селіванова)*.

Іншим важливим способом перекладу культурно маркованої лексики є калькування. Калькування полягає у буквальному перекладі окремих компонентів слова або словосполучення зі збереженням його структури. Цей спосіб використовується тоді, коли структура культурно маркованої одиниці є зрозумілою для носіїв мови перекладу та не суперечить її мовним нормам *(Корунець)*.

У туристичних текстах калькування часто застосовується для перекладу назв історичних пам’яток, культурних об’єктів, свят та офіційних назв. Наприклад, англійські словосполучення *National Gallery* перекладаються як «Національна галерея», *Tower Bridge* – «Тауерський міст», *Winter Palace* – «Зимовий палац». Калькування дозволяє зберегти структурну та семантичну

близькість до оригіналу, однак не завжди забезпечує передачу культурних конотацій. У деяких випадках буквальний переклад може призводити до втрати національного колориту або створення неприродних мовних конструкцій *(Бацевич)*.

Одним із найбільш ефективних способів передачі культурно специфічної інформації є описовий переклад. Описовий переклад полягає у поясненні значення культурно маркованої одиниці за допомогою розгорнутого опису або тлумачення. Цей спосіб використовується тоді, коли у мові перекладу відсутній прямий відповідник, а транслітерація або калькування не забезпечують зрозумілості тексту для адресата. У туристичному дискурсі описовий переклад особливо важливий для передачі назв свят, традицій, ритуалів та етнографічних реалій. Наприклад, японське *hanami* може перекладатися як «традиція милування цвітінням сакури», а українське *Malanka* – як «традиційне українське зимове народне свято». Такий спосіб перекладу допомагає іншомовному адресатові зрозуміти культурний зміст поняття та його роль у національній культурі. Водночас описовий переклад часто призводить до збільшення обсягу тексту та часткової втрати його стилістичної компактності *(Зорівчак)*.

Важливу роль у перекладі культурно маркованої лексики відіграють конкретизація та генералізація. Конкретизація – це перекладацька трансформація, за якої слово або поняття з ширшим значенням у мові оригіналу замінюється одиницею з вужчим значенням у мові перекладу. Генералізація, навпаки, полягає у заміні вузького поняття ширшим за значенням словом *(Корунець)*.

Конкретизація часто використовується у туристичних текстах для точнішої передачі культурної специфіки певного об’єкта. Наприклад, англійське слово *festival* у контексті української культури може перекладатися як «фольклорний фестиваль», «музичний фестиваль» або «релігійне свято» залежно від конкретної ситуації. Такий підхід дозволяє уточнити значення культурно маркованої одиниці

та забезпечити її адекватне сприйняття іншомовним адресатом.

Генералізація використовується у випадках, коли вузькоспеціалізоване або культурно специфічне поняття може бути незрозумілим читачеві. Наприклад, назва української страви *банош* може перекладатися як «традиційна кукурудзяна страва», а слово *vyshyvanka* — як «традиційний український одяг». Генералізація дозволяє спростити сприйняття тексту, однак при цьому може призводити до втрати частини культурної інформації та етнокультурного колориту *(Селіванова).*

Сучасні дослідники наголошують, що вибір способу перекладу культурно маркованої лексики залежить від типу тексту, комунікативної мети, цільової аудиторії та ступеня культурної специфічності мовної одиниці. У туристичному дискурсі перекладач повинен поєднувати точність передачі змісту із збереженням національного колориту та прагматичного впливу тексту. Саме тому у практиці перекладу туристичних матеріалів часто використовується комбінування різних перекладацьких трансформацій *(Sharma B. K., Gao).*

Отже, переклад культурно маркованої лексики потребує врахування не лише мовних, а й культурних особливостей тексту. Транслітерація, калькування, описовий переклад, конкретизація та генералізація є основними способами передачі культурно специфічних одиниць у туристичному дискурсі. Кожен із цих способів має свої переваги та обмеження, а їх вибір залежить від прагматичної мети перекладу та необхідності збереження культурної інформації.

Отже, у результаті проведеного дослідження встановлено, що туристичний дискурс є складним комунікативним явищем, яке поєднує інформативні, рекламні, прагматичні та культурно-репрезентативні характеристики. Його основною метою є не лише передача інформації про туристичні об’єкти та послуги, а й формування позитивного образу країни або регіону та стимулювання інтересу до подорожей.

Важливу роль у туристичному дискурсі відіграє міжкультурна комунікація,

оскільки туристичні тексти виступають засобом представлення національної культури та забезпечують взаємодію представників різних лінгвокультурних спільнот. У цьому процесі переклад туристичних текстів виконує функцію культурного посередництва, а перекладач виступає медіатором між культурами.

Культурно маркована лексика є важливим носієм національно-культурної інформації. Культурно марковані одиниці відображають особливості історії, традицій, побуту, релігії, мистецтва та світогляду певного народу. Вона яскраво репрезентує етнокультурну специфіку та створює труднощі у процесі перекладу. Найпоширенішими серед маркованих одиниць є географічні назви та топоніми, гастрономічна лексика, назви свят, традицій і культурних подій, а також етнокультурні символи. Такі мовні одиниці формують культурний образ країни, забезпечують автентичність туристичного тексту та виконують важливу прагматичну функцію впливу на адресата.

У процесі дослідження встановлено, що для передачі культурно специфічних одиниць у туристичних текстах найчастіше застосовувалися транслітерація, калькування, описовий переклад, конкретизація та генералізація. Кожен із цих способів має власні переваги та обмеження, а їх використання залежить від типу культурно маркованої одиниці, комунікативної мети тексту та рівня обізнаності цільової аудиторії.

Отже, адекватний переклад потребує врахування не лише мовних, а й культурних особливостей тексту, що забезпечує ефективність міжкультурної комунікації та збереження національного колориту туристичних матеріалів.

Для практичного аналізу особливостей перекладу туристичних текстів було обрано матеріал із англомовної статті *“60+ World Rituals, Festivals & Ceremonies Worth Travelling For”*, розміщеної на туристичному ресурсі Wander-Lush. Текст є показовим прикладом сучасного туристичного дискурсу, оскільки поєднує інформаційну, культурно-презентаційну та рекламну функції. У ньому широко

представлена культурно маркована лексика, назви ритуалів, культурні реалії, емоційно-оцінні конструкції та елементи прагматичного впливу на читача. Аналіз перекладу цього матеріалу дає змогу простежити способи відтворення культурної специфіки, визначити основні перекладацькі трансформації та дослідити, яким чином забезпечується адекватність перекладу в туристичному дискурсі. Особливу увагу приділено перекладу назв ритуалів, описових фрагментів, культурних символів і рекомендацій для туристів, оскільки саме ці елементи становлять найбільшу складність у міжкультурній комунікації.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КУЛЬТУРНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ В АНГЛОМОВНИХ ТУРИСТИЧНИХ МАТЕРІАЛАХ

2.1 Переклад текстів туристичного дискурсу.

Понад 60 світових ритуалів, фестивалів та церемоній, заради яких варто подорожувати

Кожне місто, країна та культурна група мають свої власні традиції: способи відзначення плину часу, визнання важливих подій та ритуалізації важливих аспектів культури та духовності.

Деякі світові ритуали відбуваються як тихий момент споглядання; інші — це час, щоб зібратися разом для колективного святкування.

Незалежно від того, чи це давній обряд, який відзначають з незапам'ятних часів, чи нова подія в календарі, що з'явилася лише останніми роками, участь у ній як стороннього спостерігача — це чудовий спосіб розширити свій світогляд.

Для цієї нової серії постів я об’єднався з понад 60 авторами-мандрівниками, які діляться своїми улюбленими фестивалями, ритуалами та церемоніальними враженнями у своїх рідних країнах або під час подорожей за кордон.

Дивовижні світові ритуали

У четвертій частині серії розглядаються різні світові ритуали та їхнє культурне значення. Від Японії до Перу, від Італії до Філіппін – ось 15 неймовірних церемоній та святкувань, заради яких варто подорожувати.

Якщо ви шукаєте унікальний досвід на Балі, то ритуал очищення в храмі Тірта Емпул може бути саме для вас.

Балійські індуїсти з усього острова приїжджають до храму Тірта Емпул,

щоб пройти ритуал очищення, який передбачає використання святої джерельної води для очищення розуму, тіла та духу. Храм присвячений Вішну, індуїстському богу води, і існує вже понад тисячу років.

Сам ритуал очищення складається з кількох кроків, включаючи медитацію, невелике підношення та очищення себе під різними струменями або фонтанами святої води. Кожен з струменів має різне значення, різне призначення – і тому важливо, щоб ритуал проводився правильно.

Зацікавлені ритуалом очищення? Сьогодні туристи можуть самі взяти участь у ритуалі очищення, але важливо якомога ретельніше дотримуватися кроків та ставитися до самого ритуалу з повагою. Участь у ритуалі очищення в храмі Тірта Емпул була однією з найяскравіших подій мого візиту на Балі.

Це унікальний досвід, який трапляється не щодня, і я рекомендую його всім, хто хотів би дізнатися більше про балійську індуїстську культуру.

Боун Лай Хеуа Фай у Лаосі

Боун Лай Хеуа Фай, що перекладається як «плавучі човни світла», — це буддійське свято, яке відзначається в Лаосі щороку наприкінці жовтня у повний місяць. Фестиваль проводиться в сутінках, щоб викликати *пханга-нага* (водяних духів) та принести удачу.

Лаоси проводять день, готуючи маленькі круглі «човни», зроблені з бананового листя та прикрашені різнокольоровими квітами, ароматичними паличками та свічками. З настанням сутінків саморобні човни спускають на воду річкою Меконг, запалюючи свічки, щоб відвернути будь-яку невдачу.

Фестиваль Лай Хеуа Фай святкується як у Луангпхабанзі , так і у столиці В'єнтьяна. Я щороку беру участь у В'єнтьяні, відправляючи барвистий банановий човен далеко у воду.

Відвідувачі Лаосу також можуть долучитися. Просто вирушайте на набережну річки Меконг (дорога Куай Фа Нгум) у сутінках і, щоб трохи

перепочити, придбайте власний декоративний човен у одного з численних продавців, що вишикувалися вулицею вздовж річки.

Пройдіть до берега (краще прямо навпроти пам’ятника Чао Анувонгу), де ви зможете спустити свій човен з бамбукової платформи. Оскільки це буддійська церемонія, учасники повинні одягатися шанобливо, закривши плечі та коліна.

Традиційна чайна церемонія в Японії

Японська чайна церемонія є одним із трьох основних класичних мистецтв Японії. Вона передбачає майстерне приготування та подання порошкоподібного зеленого чаю, також відомого як матча. Ця прекрасна церемонія має довгу історію, яка сягає IX століття. Її основний вплив походить від дзен-буддизму.

У чайній церемонії є багато складних елементів, від чайної кімнати з татамі, ретельно прикрашеної сезонними квітковими композиціями та каліграфічним сувоєм, до чайного майстра, який часто одягнений у традиційне кімоно, — вся естетика просто приголомшлива. Протягом двох років мого життя в Японії мені вдалося відвідати кілька чайних церемоній.

Мені завжди подобалася спокійна атмосфера в кімнаті, коли гості спостерігали, як чайний майстер готує чай. Витончені та точні рухи рук завжди заворожували мене.

Для іноземців, які бажають відвідати японську чайну церемонію в Японії, існує багато варіантів у таких містах, як Токіо та Кіото. Вартість коливається від 500 до 5000 єн залежно від тривалості та екстравагантності церемонії.

Два популярні будинки в Токіо для мандрівників з Японії з обмеженим бюджетом – це Кіото-кан (20-хвилинна скорочена чайна церемонія за 500 єн) та Надесіко (повна чайна церемонія за 4000-5000 єн).

Під час церемонії чайні майстри навчать вас процедурам та етикету. Тож розслабтеся і не хвилюйтеся про помилки. Найбільше мене здивувало те, що чай потрібно голосно сьорбати, щоб показати, що він смачний.

Танака в М'янмі (Бірмі)

Танака, кремоподібна біла паста, виготовлена шляхом подрібнення кори та коренів дерева танака, широко використовується як чоловіками, так і жінками в М'янмі. Пасту наносять на обличчя, щоб запобігти сонячним опікам шкіри, уникнути акне та зробити шкіру м'якою. Також вважається, що вона створює охолоджувальний ефект у тропічній спеці Бірми.

Ось чому застосування танаки залишається віковим ритуалом краси для жінок у цій країні.

Сьогодні можна побачити жінок та молодих дівчат, які покривають свої обличчя та руки пастою танака. Подрібнення пасти та її нанесення є частиною їхнього повсякденного життя. Навіть бірманські чоловіки прикрашають себе танакою щодня перед тим, як вийти з дому.

Танака наноситься колами, смужками або декоративними візерунками з листя на щоки та лоб. Ви можете придбати бруски танаки на місцевих ринках та в сувенірних магазинах по всій країні. Перемеліть їх на шліфувальній пластині — і ваша власна паста танака готова.

Застосування танаки стало важливою частиною життя та культури бірманців. Цей обряд є суто особистим і щоранку відбувається в затишку домашнього вогнища.

Коли все готово, люди виходять на вулицю у вишуканому вбранні, з обличчями, прикрашеними пастою. Це вражаюче видовище, іноді навіть привабливіше, ніж прекрасні пагоди М'янми.

Ритуали храму Пачамама в Перу та Болівії

У болівійській та перуанській культурах місцеві жителі безмежно вірять у природні божества. Місцеві жителі вважають, що земля, вода, вогонь, вітер, рослини – всі важливі частини екосистеми – є богами. Оскільки ці могутні природні сили можуть створити або зруйнувати життя в будь-яку мить, для

корінних громад природно вважати їх своїми захисниками.

Коли я була на острові Амантані на озері Тітікака в Перу, наша господиня попросила нас піти за нею, коли вона вийшла зі свого глинобитного будинку. Одягнена в барвисту *джобону* (коротка шерстяна куртка) та *польєру* (широка багатошарова спідниця), вона продовжувала в'язати, піднімаючись крутим пагорбом. Слідуючи за нею, ми дісталися вершини найвищого пагорба на острові, де острівна громада збудувала храм для Пачамами (богиня-земля в андській культурі).

Хоча я не дуже вірю в храми, іноді мені подобається вбирати віру інших. І саме це я й зробила. Я склала руки та обійшла храм, бажаючи, щоб острів залишався безпечним.

З тієї вершини я бачила усе село Амантані, що розкинулося на блакитному озері. Слухаючи, як озеро розбивається об берег, я почав цінувати повагу перуанців до природи. Зрештою, хто захоче змагатися з матінкою-землею?

Альмабтріб в Австрії

Якщо ви коли-небудь будете в Австрії восени, обов'язково знайдіть альпійське село, де місцеві жителі досі святкують безпечне повернення своїх корів з гірських пасовищ після літа. Це називається Альмабтріб, і це одне з найяскравіших традиційних свят в Австрії.

Так само, як більшість із нас любить відпочивати влітку, австрійські корови також йдуть у «відпустку». Їх виганяють на високогірні пасовища, щоб вони вільно паслися після зимового утримання в приміщенні. У минулому це була досить небезпечна експедиція. Саме тому селяни почали відзначати безпечне повернення тварин до своїх домівок у долині святом Альмабтріб.

Частиною ритуалу подяки є «одягання» корів у красиві наголовні убори та нашийники, з яких звисають величезні дзвіночки. Ось чому ви чуєте їх прибуття до села задовго до того, як побачите їх. У багатьох селах Альмабтріб збігається зі

щорічним Фестивалем подяки за врожай.

Це також можливість для містян продемонструвати інші місцеві традиції та навички. Ви побачите багато людей, одягнених у *ледерхозени* (традиційні шкіряні шорти або брюки) та *дірндль* (жіночій традиційний костюм*)* – і це не просто для краси!

Через зростаючий інтерес до Альмабтріб деякі села почали організовувати власні заходи, щоб туристам було зручніше їх відвідати. Один з найпопулярніших знаходиться в Райт-ім- Альпбахталь у Тіролі, але майже кожні вихідні у вересні та жовтні десь в Австрії відбувається фестиваль.

День мертвих у Мексиці

День мертвих (Día de Muertos) — це свято, присвячене пам’яті близьких, які пішли з життя. Ця традиція бере свій початок у Мезоамериці, де люди вважали смерть подорожжю до Царства мертвих, яке вони називали *Міктлан*.

Після прибуття іспанців до Мексики ця традиція перетворилася на те, що ми бачимо сьогодні.

1 та 2 листопада померлі приходять відвідати своїх родичів з потойбіччя. Щоб допомогти їм повернутися додому, живі родичі створюють ритуальні вівтарі (так звані *офренди*), прикрашені фотографіями своїх близьких та речами, якими вони насолоджувалися під час свого перебування на землі.

Іноді офренди створюють навіть для домашніх тварин! Офренди зазвичай прикрашають традиційними *папей пікадо* (традиційний мережевий папір), цукровими черепами та жовтими квітами, які називаються *Cenpasúshil* (або чорнобривцями українською), і залишають напоготові із запаленими свічками протягом усіх днів святкування.

Традиційно 1 листопада присвячується вшануванню померлих дітей, тоді як дорослих вшановують наступного дня. Зазвичай офренди готують, починаючи з 28 жовтня, хоча публічні офренди, створені університетами чи урядовими

установами, зазвичай створюються за тижні до свята.

У деяких містах люди виходять на вулиці вдень першого дня, щоб відвідати пантеон, де поховані їхні близькі. Для багатьох тема смерті може здаватися похмурою і сумною, але в Мексиці ті, хто відвідує ці свята, вважають їх нагодою згадати хороші часи.

Останнім часом День мертвих здобув велику популярність, безсумнівно, частково завдяки фільму *«Коко»*. Як наслідок, багато туристів тепер їдуть до Мексики, щоб взяти участь у святі. Деякі міста починають використовувати інтерес до цієї події, щоб створювати заходи та події до Дня мертвих, орієнтовані на *іноземців*. Найбільш відомим є парад до Дня мертвих у Мехіко.

Хоча мексиканці, як правило, із задоволенням діляться цією подією з іноземцями, які прагнуть її відчути, важливо робити це з повагою.

Пам’ятайте: хоча це святкова подія, вона також глибоко сентиментальна. Звісно, відвідайте парад, загляньте до вівтарів і насолоджуйтеся святом, але не порушуйте особистий простір людей, які прийшли на кладовище відвідати своїх близьких, якщо вас до цього не запросили.

Серед популярних місць для відвідувачів, які бажають взяти участь у святкуванні Дня мертвих, є Оахака, Меріда, Гуанахуато та Мехіко. Кожне з цих міст наповнене мистецтвом та святковими заходами, присвяченими цій події, і ми закликаємо вас долучитися!

Місячний Новий рік у Китаї

Китайський Новий рік – одне з найцікавіших свят у світі. Звичайно, як китайський канадець, я, безумовно, дещо упереджений. Згідно з місячним календарем, святкування Китайського Нового року може тривати до двох тижнів.

Дні китайського Нового року насичені традиціями та звичаями. А ще — вони сповнені смачної їжі, галасливих сімейних зустрічей та нескінченних прогулянок. Оскільки дати проведення святкових заходів щороку змінюються,

рекомендується заздалегідь дізнатися про них.

Завдяки китайській діаспорі, Китайський Новий рік святкується в багатьох країнах. Але, з мого досвіду, ніщо не зрівняється з атмосферою свята в Китаї. Я бачив драматичні танці драконів і левів на вулицях, ряди і ряди червоних ліхтарів і деякі з найвидовищніших феєрверків.

У китайській культурі червоний колір символізує багатство, позитив, здоров'я та всілякі позитивні вібрації. Від традиційного одягу до китайських куплетів, цей колір є звичним явищем. Для дітей червоний також є синонімом «щасливих грошей». Ці маленькі конвертики передаються молодому поколінню як побажання удачі та везіння.

Для мандрівників Китайський Новий рік — це міський простір, прикрашений вогнями та музикою, безліч публічних виступів і енергійна атмосфера, що наповнює вулиці життям. Наприклад, у моєму рідному місті Сіань ростуть десятки тисяч дерев, прикрашених ліхтарями.

Громадські арени стають майданчиком для музикантів та художників. Вулиці вишикувалися з барабанів та флейт, а повітря наповнювали сміх та балачки. Неймовірно легко захопитися жвавою атмосферою, стати частиною святкування та святкувати разом з натовпом!

Лас Фальяс де Валенсія в Іспанії

Святкування Дня Святого Йосипа та приходу весни, Лас-Фальяс-де-Валенсія є одним з найнеймовірніших фестивалів Іспанії.

У Середньовіччі ремісники спалювали непотрібні та зламані шматки дерева, які вони зберігали протягом зими, щоб позбутися їх та зустріти весну. З роками ця традиція еволюціонувала, і ці дерев'яні фігурки стали виготовляти у вигляді людських фігурок, одягнених у одяг та інші матеріали.

Сьогодні цей ритуал є організованим святом, яке відбувається щороку з 15 по 19 березня. Кожен район іспанського міста Валенсія будує велику вітрину з

пап'є-маше та картонних статуеток, які спалюють в останній день фестивалю. Також передбачені щорічна тематика, призи, такі заходи, як паради та феєрверки, ятки з їжею, освітлені вулиці та багато іншого.

Відвідування фестивалю безкоштовне. Щоб отримати від нього максимум задоволення, вам слід відвідати різні заходи, дослідити всі райони та бути готовим до натовпів і шуму. Вам також слід забронювати авіаквиток і проживання принаймні за кілька місяців.

Під час фестивалю ви побачите, що справа не лише у скульптурах та подіях: головне — це люди, які збираються разом та святкують зі своїми близькими, що є головним елементом усіх іспанських святкувань.

Regatta Storica у Венеції, Італія

Прекрасна та історична Регата Сторіка, що відбувається у першу неділю вересня, є одним із найпопулярніших щорічних святкувань в італійському місті Венеція.

Це історичне свято існує вже тисячі років і є важливою частиною венеціанської культури, оскільки воно демонструє історію міста у видовищному святкуванні.

Щорічне святкування поділяється на дві частини: парад історичних човнів та веслувальні перегони, в яких беруть участь команди веслярів. Під час історичної частини пишно прикрашені човни, розфарбовані у яскраві кольори, пропливають по венеціанських каналах.

Веслярі, які беруть участь у історичному святі, також вражають своїми костюмами та втілюють образи історичних постатей. Човни прикрашені різноманітними елементами та кольорами, і глядачі їх захоплено вітають.

Відвідувачам Венеції під час Регати Сторіка важливо знайти гарне місце для перегляду вздовж головного маршруту на Гранд-каналі.

Цей захід надзвичайно популярний не лише серед венеціанців, а й серед

тисяч туристів, які приїжджають до Венеції ближче до кінця літнього сезону, щоб насолодитися прохолоднішою погодою, яку може запропонувати Італія.

Багато людей починають шукати місця за кілька годин до початку святкування. Але процесія довга, і знайти чудове місце вздовж маршруту не так вже й складно, якщо прийти хоча б за годину раніше.

Щоб отримати ще більше задоволення, враховуючи, що свято зазвичай починається пізно вдень, ви можете провести день, оглядаючи Венецію, а перед вечерею зручно влаштуватися в кафе біля каналу, щоб подивитися на процесію.

Фестиваль Двіджин в Ассамі, Індія

Фестиваль Двідзін (що мовою Бодо означає «берег річки») проводиться вже три роки поспіль у прекрасному місці на березі річки Айє в Бодоленді, штат Ассам.

Назва Айє означає «мати», а річка відома своєю непередбачуваністю: щороку вона змінює русло і затоплює села на своїх берегах. Однак під час фестивалю Двідзін вона дарує тепло та турботу художникам, ремісникам, туристам та гулякам.

Двіджинг — це 12-денний фестиваль, який проводиться на честь початку нового року і сьогодні слугує майданчиком для танцюристів, співаків, художників та людей з усього світу, які приїжджають сюди, щоб виступити та продемонструвати свої таланти. Цей захід використовується як нагода для заохочення та популяризації сталого туризму в Бодоланді.

Туристам не варто пропустити можливість скуштувати місцеві делікатеси: смажених шовкопрядів з цікавим горіховим смаком, смаженого голуба та каррі з джутового листя. Також великою принадою є етнічні ігри, де переможці можуть отримати курку, козу або зернові культури.

Унікальним аспектом фестивалю Двідзін є використання традиційних матеріалів для створення сучасних предметів першої необхідності. Міст через

річку Айє, що перетинає берег, зроблений з бамбука, як і огорожі для автомобілів і навіть сміттєві баки.

Вхідний квиток на цей фестиваль дуже скромний, менше ніж 2 долари. Найкращий спосіб насолодитися фестивалем – це зупинитися на території кемпінгу в наметах, які можна орендувати.

Фестиваль квітів Чіангмая в Таїланді

Фестиваль квітів Чіангмая проводиться щороку в лютому в Чіангмаї, Північний Таїланд. Головною подією є парад вулицями з гігантськими платформами, вкритими вишуканими квітковими прикрасами.

Квіткові королеви махають гостям з платформ, оточені маршируючими оркестрами та групами танцюристів у традиційному одязі. Групи змагаються за найяскравіші та найпишніші декорації.

Процесія звивається вздовж межі милого Старого міста. Рекомендую сісти в одній з кав'ярень, що розташовані вздовж старого рову, та потягуючи крижану каву, спостерігати за парадом. Перегляд безкоштовний, і тут панує весела місцева фестивальна атмосфера.

Хода завершується у прекрасному парку, який просто сяє квітковими клумбами, прикрасами та квітковими скульптурами. У парку можна побачити роботи, представлені на конкурсі квітникарства та садівництва, зокрема дерева бонсай та підвісні орхідеї.

Крім того, тут є кілька чудових вуличних кіосків з їжею. Увечері грає музика та проводиться конкурс краси квітів, на якому обирають королеву заходу.

Дівалі в Індії

Мені розповідали про знамените свято Дівалі з дитинства. Також відоме як «Свято вогнів», воно святкується щороку десь між серединою жовтня та серединою листопада по всій країні, від півночі до півдня Індії.

Мабуть, найвідоміше та найсимволічніше з усіх індуїстських свят, Дівалі

святкує перемогу світла над темрявою, а також добра над злом та знання над невіглаством.

Точний рік першого святкування Дівалі невідомий, але традиції щонайменше 1500 років. Хоча його святкують у всьому світі, якщо ви хочете відчути Дівалі у всій його красі, то я рекомендую вирушити до Індії.

Під час візиту до Індії у 2018 році я відвідав фестиваль у Джайпурі. Це було видовище, яке я ніколи не забуду! Тієї ночі все місто збожеволіло, майже всі вийшли на вулиці та святкували.

Приблизно з 18:00 повітря наповнюється гулом феєрверків і петард, а все місто прикрашають прапорами та квітами, і всі виходять на вулиці, щоб взяти участь у параді.

Церемонія очищення майя в Мексиці

Ми знаходимося в мексиканських джунглях на півострові Юкатан у пошуках мавп. Тропічний ліс сповнений природних чудес. Ми йдемо в сенот – печеру з водою.

Майя вірять, що сенот — це портал до Шібальби (міфологічний підземний світ майя), де перебувають боги мертвих. Перш ніж увійти в сенот, ми повинні пройти церемонію очищення, щоб попросити дозволу потрапити до Шібальби, а потім безпечно повернутися до краю живих.

Ми стоїмо перед хрестом майя, який трохи схожий на стіл. Внизу зображено землю мертвих. Стільниця столу – це світ з безліччю горщиків для підношень. Ніжки столу згинаються до центру, символізуючи гілки дерева життя, і розташовані у напрямках основних сторін світу. Верхівка символізує небесне царство.

Такі майянські обряди, що проводяться з метою збереження рівноваги у Всесвіті, відбуваються в цьому регіоні вже тисячі років. Хрести майя були виявлені іспанцями, коли вони прибули сюди, але, на жаль, багато інформації про

ці церемонії та пов'язані з ними вірування було втрачено.

Цю церемонію й досі проводять сучасні юкатекські майя, щоб зберегти культуру та звичаї своїх предків і продовжувати вести більш традиційний спосіб життя.

Ця церемонія насичена символікою, запозиченою з «Пополь-Вух» («Книги Ради народу майя»), а також із «Цолькіна» та «Хааба» — календарів майя.

Він подрібнює трохи *копали* в глиняний кубок, у якому лежать розжарені вуглинки. З неї виривається приємно ароматний дим, яким він спочатку обмахує хрест майя, а потім нас.

Я брав участь у Церемонії очищення майя в рамках дня пригод у Пунта-Лагуна. Якщо ви добре володієте іспанською або юкутекською мовою майя, можете пройти туди одразу. Вхід коштує близько 900 песо (50 доларів). Якщо вам потрібен чудовий перекладач, викладач і гід, запитайте Лію про її екскурсії з зануренням у культуру майя.

Фестиваль Bunglasan в Думагете, Філіппіни

Фестиваль Бугласан — перший на Філіппінах фестиваль, на якому в рамках одного заходу відзначаються всі свята провінції. Цей захід, який у народі називають «Фестивалем фестивалів», — це нагода, коли різні міста об’єднуються, щоб разом продемонструвати свою унікальну культуру та творчість.

Бунгласан – це свято миру між містами та свято товариства. На щастя, мені випадала нагода бути свідком цього фестивалю майже щороку. Найбільше мені подобається танцювальне шоу, тому що там представлені ритуали та культура кожного міста. Хоча це довга презентація, я раджу й іншим мандрівникам ознайомитися з нею.

Кожне місто встановлює прикрашений стенд, велично зображуючи свою головну туристичну пам'ятку або щось, що найкраще представляє місцевість, наприклад, водоспади, печери, вулкани та тварини. Іноді люди продають власні

врожаї та овочі з кіосків.

Фестиваль на Філіппінах був би неповним без змагань з вуличних танців, а на фестивалі Бугласан демонструються деякі з найекстравагантніших танців країни.

Все це відбувається перед будівлею Капітолію міста Думагете в районі Негрос Оріентал кожного другого тижня жовтня. Щоб повною мірою насолодитися фестивалем, я раджу відвідати його в п'ятницю та подивитися танцювальне шоу та вуличні танці, перш ніж відвідувати палатки ввечері.

Вхід на шоу-танець коштує 40,00 філіппінських песо, а в деякі кабінки стягується додаткова плата за вхід.

2.2 Проблеми перекладу культурно маркованої лексики.

В опрацьованому матеріалі можна виділити низку типових проблем перекладу, пов’язаних із передачею культурно маркованої лексики, реалій та прагматичних особливостей туристичного дискурсу. Вони добре помітні на прикладі перекладу описів ритуалів, фестивалів і церемоній різних країн.

По-перше, виникає проблема перекладу культурно специфічної лексики (реалій). Це слова й поняття, які не мають прямого відповідника в українській мові або потребують пояснення. Наприклад, терміни *ofrendas, papel picado, Cenpasúshil, matcha, dirndl, lederhosen, Cenote, Xibalba* у тексті часто або транскрибуємо, або перекладаємо описово. Проблема полягає в тому, що без додаткових пояснень такі одиниці можуть бути незрозумілими читачеві, тому змушені балансувати між точністю та зрозумілістю. Наприклад, речення “*To help guide them home, living relatives create altars (called ofrendas) decorated with photos*

of their loved ones and items they enjoyed during their time on earth.” переклали як «*Щоб допомогти їм повернутися додому, живі родичі створюють ритуальні вівтарі (так звані офренди), прикрашені фотографіями своїх близьких та речами, якими вони насолоджувалися під час свого перебування на землі*». Насправді йдеться про традиційні мексиканські меморіальні вівтарі, тому коректніше було залишити «*офренди*» або додати пояснення. У результаті втрачається точність культурного значення. Подібна проблема виникає і з іншими реаліями, наприклад у фрагменті про чайну церемонію: *“powdered green tea, also known as matcha”* переклали без належного пояснення як «*порошкоподібний зелений чай матча*» (пояснення цього терміна надається в самому тексті). Хоч переклад загалом правильний, але відсутність уточнення культурної специфіки може зменшувати інформативність для читача.

Окремо варто відзначити лексичні неточності, які призводять до часткової втрати образності та емоційної виразності тексту. Туристичний дискурс зазвичай орієнтований не лише на передачу інформації, а й на створення яскравого враження, формування атмосфери та емоційного впливу на читача. Саме тому навіть незначні лексичні зміни можуть послаблювати прагматичний ефект оригіналу. Наприклад, фразу “*a pleasantly aromatic smoke billows out*” переклали як «*приємно ароматний дим вирuвається*». Проте дієслово *billows out* в англійській мові має додатковий образний компонент значення: воно асоціюється з густим, плавним, хвилястим поширенням диму в просторі. Український варіант «*вирuвається*» передає лише сам факт руху, але втрачає уявлення про м’якість і об’ємність диму. Більш образним перекладом могли б бути варіанти «*густий ароматний дим клубочиться*» або «*ароматний дим плавно розтікається*», що не відповідає жанру тексту, який досліджувався. Таким чином, проблема полягає у необхідності зберегти не лише денотативне значення, а й художньо-емоційний компонент висловлювання.

По-друге, значну складність становить передача власних назв, реалій і топонімів, оскільки вони безпосередньо пов’язані з культурною специфікою туристичного тексту. В аналізованому матеріалі трапляються назви типу *Chiang Mai Flower Festival, Buglasan Festival, Tirta Empul Temple, Día de Muertos, Regatta Storica*, які мають національно-культурне навантаження та водночас виконують функцію маркерів автентичності. Нам необхідно було обирати між кількома стратегіями: транскрипцією, транслітерацією, калькуванням або частковим перекладом із поясненням. Наприклад, назва *Día de Muertos* традиційно перекладається як «*День мертвих*», оскільки це свято вже має усталений український відповідник і є відомим у міжкультурному просторі. Водночас *Chiang Mai Flower Festival* частіше передається комбінованим способом — «*Фестиваль квітів у Чіангмаї*», де власна назва міста транслітерується, а родове поняття перекладається. Такий підхід дозволяє одночасно зберегти автентичність і зробити назву зрозумілою для українського читача.

Проблема ускладнюється тим, що неправильний вибір перекладацької стратегії може призвести або до втрати культурного колориту, або до зниження впізнаваності об’єкта. Наприклад, повний переклад назви *Regatta Storica* як «*Історична регата*» передає загальний зміст, але нівелює асоціацію з конкретною венеційською подією. Натомість, якщо залишити назву виключно в оригіналі без пояснення, це може ускладнити сприйняття для читача, який не знайомий з італійською культурою. Тому необхідно враховувати не лише мовні, а й культурні та прагматичні аспекти перекладу, забезпечуючи баланс між точністю, зрозумілістю та збереженням національного колориту.

По-третє, спостерігається проблема термінологічної варіативності та нестабільності перекладу, яка є характерною для туристичного дискурсу через його поєднання інформаційної, культурної та рекламної функцій. У текстах туристичної тематики багато понять мають близькі, але не тотожні значення, тому

вибирали відповідник залежно від контексту, стилістики та культурного навантаження. Наприклад, один і той самий елемент може передаватися по-різному: *festival* — як «*фестиваль*», «*свято*», «*святкування*», а *ritual* — як «*ритуал*», «*обряд*» або «*церемонія*». З одного боку, така варіативність допомагає уникати лексичних повторів і робить текст стилістично гнучкішим, однак з іншого — може створювати відчуття термінологічної непослідовності.

Особливо помітною ця проблема стає у великих текстах або серіях матеріалів, де однакові поняття повинні зберігати єдину систему перекладу. Наприклад, якщо на початку тексту *festival* перекладаємо як «*фестиваль*», а далі — як «*свято*» чи «*урочистість*», читач може сприймати це як різні за змістом поняття. Подібна ситуація виникає і з лексемою *ritual*, яка в різних контекстах може позначати як релігійний обряд, так і культурну церемонію або традиційну дію. Відсутність чіткої термінологічної єдності може призводити до стилістичної неоднорідності тексту та послаблює його цілісність.

Крім того, проблема термінологічної варіативності пов’язана з культурними особливостями окремих понять. Наприклад, слово *ceremony* в англомовному туристичному дискурсі часто використовується для позначення офіційних або символічних дійств, тоді як українські відповідники «*церемонія*», «*обряд*» і «*ритуал*» мають різні стилістичні відтінки та різний ступінь урочистості. Нам довелося враховувати не лише словникове значення слова, а й його функцію в конкретному контексті, прагматичний ефект і культурні асоціації. По-четверте, складною є передача описових та емоційно забарвлених конструкцій, характерних для туристичного стилю. Туристичний дискурс виконує не лише інформативну, а й рекламно-переконувальну функцію, тому автори активно використовують експресивну лексику, епітети та образні описи для створення привабливого образу місця або події. В оригінальному тексті часто трапляються оцінні формулювання типу *absolutely ablaze with flowers, spectacular firework*

displays, beautiful and historical, chaotic family get-togethers. Такі конструкції спрямовані на формування емоційної реакції читача та створення атмосфери яскравого культурного досвіду.

Основна перекладацька проблема полягає у необхідності зберегти експресивність висловлювання, не допускаючи при цьому надмірної штучності або неприродності українського тексту. Наприклад, словосполучення *absolutely ablaze with flowers* дослівно можна перекласти як «*абсолютно палає квітами*», однак такий варіант звучить неприродно для українського мовного середовища. Більш вдалими на наш погляд можуть бути адаптовані варіанти на кшталт «*потопає у квітах*» або «*майорить різнобарвними квітами*», які передають образність і водночас відповідають нормам української стилістики. Аналогічно, *spectacular firework displays* доцільніше перекладати як «*вражаючі феєрверки*» або «*ефектні феєрверкові шоу*», а не буквально «*спектакулярні демонстрації феєрверків*».

Певні труднощі виникають і під час перекладу емоційно забарвлених прикметників. Наприклад, поєднання *beautiful* and *historical* у туристичному тексті не лише описує об’єкт, а й виконує рекламну функцію, створюючи позитивний образ локації. Дослівний переклад «*красивий та історичний*» може звучати дещо шаблонно, тому довелося вдаватися до стилістичної адаптації, наприклад: «*мальовничий історичний*» або «*сповнений історичної краси*». Водночас надмірне використання художніх засобів може зробити переклад неприродно пафосним і порушити баланс між інформативністю та емоційністю.

Окрему складність становлять розмовно-емоційні конструкції на кшталт *chaotic family get-togethers*. У буквальному перекладі «*хаотичні сімейні зустрічі*» частково втрачається позитивний, теплий підтекст, який закладений в англійському оригіналі. У контексті туристичного дискурсу йдеться радше про жваві, галасливі родинні зібрання, що створюють атмосферу щирості та

традиційності. Тому враховували прагматичний ефект висловлювання та добирали відповідники, які передають не лише зміст, а й емоційне забарвлення тексту.

По-п’яте, важливою проблемою перекладу є необхідність граматичних трансформацій, оскільки граматичні системи англійської та української мов суттєво відрізняються. Англомовний туристичний дискурс активно використовує пасивні конструкції, герундіальні форми, складні інфінітивні структури та компактні синтаксичні моделі, які при буквальному перекладі можуть звучати неприродно або надто громіздко українською мовою. Тому перекладачеві часто доводиться перебудовувати речення, змінювати граматичні категорії або трансформувати синтаксичну структуру для досягнення природності й стилістичної відповідності перекладу.

Одним із найтиповіших прикладів є переклад пасивних конструкцій. Наприклад, речення “*is celebrated every year*” природніше передається українською як «*відзначається щороку*», а не шляхом буквального перекладу «*є святкованим щороку*». Українська мова значно рідше використовує складні пасивні форми, тому перекладачі часто замінюють їх активними або безособовими конструкціями. Така трансформація допомагає зробити текст більш плавним і природним для українського читача. Складність також становить переклад герундія, який не має прямого граматичного відповідника в українській мові. Наприклад, конструкція “*travelling through remote villages allows tourists to experience authentic culture*” не може бути перекладена дослівно через збереження форми *travelling*. Для адекватної передачі змісту перекладач змушений перебудовувати речення: «*Подорожі віддаленими селами дають туристам змогу відчути автентичну культуру*». У цьому випадку герундій трансформується в іменникову конструкцію, що відповідає нормам українського синтаксису.

Подібні труднощі виникають і при перекладі інфінітивних конструкцій. Англійська мова часто використовує компактні моделі на зразок “*to experience local traditions”, “to discover hidden places”, “to be admired by visitors*”, які в українській мові нерідко потребують розгортання або зміни структури речення. Наприклад, “*places to visit during the festival*” природніше перекладається як «*місця, які варто відвідати під час фестивалю*», а не «*місця для відвідування*». Такі трансформації дозволяють уникнути калькування та забезпечують природне звучання перекладу.

Крім того, англійські туристичні тексти часто характеризуються довгими складнопідрядними реченнями з великою кількістю означень і уточнень. Під час перекладу їх нерідко доводиться членувати на кілька простіших речень або змінювати порядок слів відповідно до норм української мови. Це пов’язано з тим, що український синтаксис є більш гнучким, але водночас потребує чіткішого логічного структурування висловлювання.

По-шосте, важливим аспектом перекладу туристичних текстів є передача інструктивно-пояснювальних фрагментів, у яких поєднуються елементи опису, рекомендації та прихованого рекламного впливу. Такі частини тексту виконують прагматичну функцію: вони не лише інформують читача про певну локацію, подію чи культурне явище, а й спонукають його до дії — відвідати місце, взяти участь у фестивалі або долучитися до певного культурного досвіду. Саме тому переклад подібних конструкцій потребує особливої уваги до збереження комунікативного наміру автора.

В англомовному туристичному дискурсі часто використовуються конструкції типу *I recommend, you should, make your way, don’t miss*, які створюють ефект безпосереднього звернення до читача та формують дружній, неформальний стиль спілкування. Наприклад, фраза “*Don’t miss the spectacular evening parade*” буквально перекладається як «*Не пропустіть видовищний вечірній парад*». Такий

варіант є граматично правильним, однак перекладач повинен враховувати ступінь категоричності висловлювання та відповідність українським мовним нормам. У деяких випадках більш природним може бути варіант «*Обов'язково варто відвідати вечірній парад*» або «*Неодмінно завітайте на вечірній парад*», оскільки вони краще передають рекламно-мотиваційний характер туристичного тексту.

Складність полягає у тому, що українська мова загалом менш схильна до прямого імперативного впливу в інформаційних текстах, ніж англійська. Надмірне використання наказових форм може зробити переклад занадто нав'язливим або штучно рекламним. Наприклад, конструкція "*Make your way to the old town square*" дослівно як «*Прямуйте до старої міської площі*» звучить дещо механічно. Натомість адаптований варіант «*Завітайте на старовинну міську площу*» або «*Варто прогулятися до старої площі міста*» краще відповідає нормам українського туристичного дискурсу та створює м'якший прагматичний ефект.

Проблема також стосується передачі модальних конструкцій із *should, can, must*. В англійській мові вони часто мають рекомендаційний характер, тоді як в українському перекладі можуть звучати надто категорично. Наприклад, "*You should try traditional local dishes*" природніше перекласти як «*Варто скуштувати традиційні місцеві страви*», а не «*Ви повинні скуштувати*». Така трансформація дозволяє зберегти доброзичливий тон і уникнути надмірного тиску на читача.

Крім того, інструктивно-пояснювальні фрагменти часто містять елементи культурного коментаря або практичних порад для туристів. У таких випадках перекладачеві важливо забезпечити зрозумілість і доступність інформації для української аудиторії, іноді вдаючись до адаптації чи уточнення. Наприклад, рекомендації щодо поведінки під час релігійних церемоній або локальних свят можуть вимагати додаткового пояснення культурних реалій, які не є очевидними

для читача.

Отже, основні проблеми перекладу розглянутого матеріалу пов’язані з передачею культурних реалій, власних назв, експресивної лексики, граматичних конструкцій та прагматичного (туристично-рекламного) ефекту тексту. У результаті текст зберігає загальний зміст, але частково втрачає природність української мови та культурну точність оригіналу.

2.3. Аналіз перекладу культурно маркованої лексики

У нашому дослідженні здійснено аналіз перекладу культурно маркованої лексики, представленої в англомовному туристично-етнографічному дискурсі, присвяченому світовим ритуалам, фестивалям і церемоніям. Матеріал, який досліджувався дозволив виділити кілька основних тематичних груп лексики, кожна з яких має специфічні перекладацькі особливості та різний рівень культурної навантаженості.

До першої групи належать географічні назви та топоніми. Вони відіграють важливу роль у створенні національного та культурного колориту туристичного тексту, оскільки формують у читача уявлення про конкретний простір, культурне середовище та атмосферу подорожі. Саме топоніми часто виступають своєрідними маркерами автентичності, адже назви міст, країн, регіонів або туристичних локацій викликають певні асоціації та емоційні образи. У проаналізованому матеріалі ця група становить близько 45% від загальної кількості лексичних одиниць, що свідчить про її домінантну роль у туристичному дискурсі.

Під час аналізу встановили, що найчастіше передача власних назв

здійснювалася за допомогою транскрипції та транслітерації. Це пояснюється міжнародною усталеністю більшості географічних назв, а також відсутністю необхідності у їхньому семантичному перекладі. Основним завданням у таких випадках була не адаптація змісту, а збереження впізнаваності назви та її наближеного звучання мовою перекладу. Такий підхід дозволив уникнути спотворення культурних реалій і водночас забезпечував зрозумілість тексту для українського читача.

Серед проаналізованих прикладів більшу частину назв переклали саме за допомогою транскрипції або транслітерації, що забезпечує точність і впізнаваність географічних назв у перекладі. Наприклад: *Bali* передано як «Балі», *Japan* – «Японія», *Laos* – «Лаос», *Venice* – «Венеція», *Mexico City* – «Мехіко», *Chiang Mai* – «Чіангмай». У більшості випадків орієнтувалися на офіційно закріплені українські відповідники, що відповідає нормам сучасного правопису та сприяє уніфікації географічних назв у туристичних текстах.

Такий спосіб перекладу дозволив максимально зберегти національну специфіку та автентичне звучання назв, що є особливо важливим для туристичного дискурсу, орієнтованого на створення ефекту присутності та зацікавлення потенційного туриста. Крім того, використання транскрипції й транслітерації підтримує прагматичну функцію туристичного тексту, адже читач може легко співвіднести перекладену назву з міжнародними картами, туристичними сайтами або офіційними путівниками. У такий спосіб переклад не лише передає інформацію, а й сприяє ефективній міжкультурній комунікації.

Близько 12% проаналізованих прикладів становить калькування. У таких випадках перекладаємо загальну географічну частину назви, тоді як власну назву зберігаємо без змін або передаємо за допомогою усталеної транслітерації. Найчастіше перекладали слова на позначення типу географічного об’єкта: *river* – «річка», *lake* – «озеро», *mountain* – «гора», *island* – «острів» тощо. Наприклад:

Mekong River переклали як «річка Меконг», *Lake Titicaca* – «озеро Тітікака». Такий спосіб перекладу є ефективним, оскільки поєднує зрозумілість для читача із збереженням автентичності географічної назви. Крім того, калькування дозволяє точніше передати структуру оригінальної назви та допомагає читачеві швидше ідентифікувати тип географічного об'єкта.

Невелику частину реалій переклали за допомогою лексичного уточнення. Цей спосіб використовується тоді, коли сама назва може бути недостатньо інформативною для українського читача або потребує додаткового пояснення в контексті туристичного тексту. У таких випадках необхідно додати уточнювальний компонент, який конкретизує тип об'єкта, його функцію або географічне розташування. Наприклад: *Mexico City* передано як «місто Мехіко», де уточнюється тип географічного об'єкта; *Mekong River* – «річка Меконг у Південно-Східній Азії», де додано контекстуальне пояснення місця розташування; *Chiang Mai* – «місто Чіангмай на півночі Таїланду».

Використання лексичного уточнення є особливо важливим у туристичному дискурсі, адже тексти орієнтовані на широку аудиторію, яка може не володіти достатніми фоновими знаннями про певний регіон або культурний простір. Додавання коротких пояснень полегшує сприйняття інформації, робить текст більш інформативним і водночас зберігає його рекламно-пізнавальний характер. Друга група охоплює назви свят, ритуалів і культурних подій і становить 19% культурно маркованої лексики. Ця група є найбільш варіативною з погляду перекладацьких рішень, оскільки охоплює культурно специфічні явища, які часто не мають прямих відповідників у мові перекладу. У перекладі використовуємо як транскрипція, так і описовий переклад, а також калькування та лексичні заміни. Це дозволяє поєднати збереження автентичної форми з поясненням змісту.

Найбільш продуктивним способом перекладу цієї групи реалій є транскрипція, яка становить приблизно 45% від усіх проаналізованих прикладів.

Вона використовується переважно для передачі назв свят, фестивалів, ритуалів і культурних подій, які не мають усталених відповідників в українській мові або зберігають виразне національно-культурне забарвлення. Завдяки транскрипції змогли максимально відтворити звучання оригінальної назви та зберігти її автентичність. Наприклад: *Diwali* передали як «Дівалі», *Las Fallas* – «Лас Фальяс», *Boun Lai Heua Fai* – «Боун Лай Хеуа Фай», *Almabtrieb* – «Альмабтріб». Такий спосіб перекладу є особливо важливим для туристичного дискурсу, оскільки дозволяє читачеві відчути національний колорит і підкреслює унікальність культурного явища. Крім того, транскрибовані назви часто функціонують як своєрідні культурні символи, що формують екзотичність та привабливість туристичного тексту.

Другим за частотністю способом перекладу є калькування, яке становить приблизно 35% прикладів. Воно застосовується у тих випадках, коли назва має зрозумілу семантичну структуру і може бути буквально відтворена українською мовою без втрати змісту. Завдяки калькуванню читач отримує не лише назву події, а й уявлення про її сутність. Наприклад: *Tea Ceremony* перекладено як «чайна церемонія», *Flower Festival* – «Фестиваль квітів». Такий підхід сприяє зрозумілості тексту та полегшує сприйняття іншомовних культурних реалій. У туристичних текстах калькування часто виконує інформативну функцію, оскільки дозволяє швидко пояснити характер заходу або традиції без додаткових коментарів.

Описовий переклад, який становить приблизно 10% прикладів, застосовуємо рідше і переважно використовуємо для пояснення складних культурних явищ або реалій, незнайомих українському читачеві. У таких випадках ми не лише передаємо назву, а й розкриваємо її зміст та культурне значення. Наприклад: *Almabtrieb* переклали як «свято повернення корів з гірських пасовищ», а *ofrendas* – як «вівтарі для поминання померлих». Подібний спосіб

перекладу виконує пояснювальну функцію та допомагає глибше зрозуміти культурний контекст іншої країни. Водночас описовий переклад робить текст більш доступним для широкої аудиторії, яка може не володіти знаннями про традиції та обряди інших народів.

Лексичні заміни, які також становлять приблизно 10% прикладів, виконують переважно адаптаційну функцію. Вони використовуємо тоді, коли буквальний переклад може звучати неприродно або бути недостатньо зрозумілим для цільової аудиторії. У таких випадках добираємо близький за змістом український відповідник, який передає загальне значення культурної реалії. Наприклад: *ritual cleansing* переклали як «очисний обряд», а *cultural experience* – як «культурна практика» або «культурна подія». Такий підхід дозволяє адаптувати текст до мовних і культурних норм української аудиторії, зберігаючи при цьому основний зміст та прагматичний вплив туристичного повідомлення.

Третю групу становить гастрономічна лексика, яка відображає особливості харчової культури різних народів і складає 7% культурно маркованої лексики. У поданому тексті гастрономічна лексика представлена як важливий елемент культурних традицій, ритуалів і святкувань різних народів світу. Вона виконує не лише номінативну функцію, а й передає національний колорит, особливості побуту, релігійних обрядів та культурних цінностей. Аналіз показує, що гастрономічні реалії часто потребують використання перекладацьких трансформацій через відсутність повних відповідників в українській мові.

Найбільшу групу становлять назви традиційних страв, напоїв та продуктів. Наприклад, у тексті про японську чайну церемонію використано назву *“matcha”*, яку переклали як *«матча»*. Тут застосовано транслітерацію, оскільки поняття є специфічним для японської культури і вже частково закріпилося в українському мовному просторі. Аналогічний прийом використовуємо у випадку *“iced coffee”* – *«крижана кава»*, де застосовано калькування. У тексті про мексиканське свято

Día de Muertos зустрічаються гастрономічні елементи *“sugar skulls”* та *“marigolds”*. Вираз *“sugar skulls”* переклали як *«цукрові черепи»* за допомогою буквального перекладу, що дозволяє зберегти культурну символіку свята.

Особливо насиченим гастрономічною лексикою є опис фестивалю *Dwijing* в Індії, де їжа виступає важливим елементом культурної ідентичності та способом презентації місцевих традицій. У тексті згадуються такі страви, як *fried silkworms, fried pigeon* та *jute leaf curry,* які переклали як «смажені шовкопряди», «смажений голуб» і «каррі з джутового листя». У всіх випадках застосовано калькування, оскільки прагнули максимально точно передати склад і специфіку страви без втрати її національного колориту. Такі одиниці є культурно маркованими, адже відображають особливості місцевої кухні та гастрономічних традицій регіону. Для українського читача подібні назви можуть звучати незвично або навіть екзотично, однак саме це створює ефект автентичності та підсилює туристичну привабливість тексту. Крім того, гастрономічна лексика в туристичних матеріалах виконує не лише інформативну, а й емоційно-експресивну функцію, формуючи у читача уявлення про унікальний культурний досвід.

У фрагменті про китайський Новий рік гастрономічна лексика представлена узагальненою назвою *amazing food,* яку переклали як «смачна їжа». У цьому випадку використали лексичну заміну, оскільки буквальний переклад «дивовижна їжа» звучав би неприродно в українській мові та не відповідав би нормам туристичного дискурсу. Намагалися адаптувати вислів до мовних особливостей цільової аудиторії, зберігаючи його позитивне емоційне забарвлення. Також у тексті згадуються традиційні символічні елементи святкового частування, пов’язані з культурою гостинності, сімейних зустрічей та спільного святкування. У таких випадках гастрономічна лексика виконує важливу культурну функцію, оскільки через опис їжі передаються національні цінності, традиції та атмосфера свята.

Гастрономічна лексика також зустрічається у вигляді назв предметів для приготування чи подачі їжі, а також елементів ритуального споживання. Наприклад, у тексті про чайну церемонію згадуються *tea room, tea master* та ритуальне споживання чаю. Такі одиниці перекладаємо переважно за допомогою калькування: «чайна кімната», «чайний майстер». Цей спосіб перекладу дозволяє зберегти структуру оригінального вислову та водночас зробити його зрозумілим для українського читача. У подібних контекстах гастрономічна лексика виходить за межі простого опису їжі чи напоїв і набуває символічного значення, адже чайна церемонія є не лише побутовою практикою, а й частиною культурного ритуалу, що відображає філософію, етикет і традиції певного народу.

Кількісний аналіз показує, що серед перекладацьких трансформацій у передачі гастрономічної лексики переважає описовий переклад – приблизно 60%, особливо у випадках екзотичних страв або культурних реалій. Калькування становить близько 25% і забезпечує структурну відповідність. Транскипція становить 10% і застосовується для національно специфічних назв, таких як *матча*. Генералізація займає 5% і використовується для узагальнення значень.

Окремо слід відзначити, що гастрономічна лексика в тексті тісно пов’язана з ритуальними практиками, тому часто виконує не лише номінативну, а й символічну функцію. Наприклад, *rice offerings, banana leaf boats, copal incense* виступають не просто як їжа або інгредієнти, а як елементи ритуального очищення, жертвопринесення або святкування.

Четверта група включає історичні реалії та етнокультурні символи, тобто предмети, образи, рослини, кольори та ритуальні атрибути, що мають глибоке символічне значення в межах певної культури. Ця група характеризується найбільшою культурною насиченістю та складністю перекладу, оскільки містить сакральні, історичні та символічні елементи і складають 29%. Їх переклад потребує застосування транскрипції, описового перекладу, калькування та

лексичної адаптації.

Найбільш поширеним способом перекладу етнокультурних символів є транскрипція, яка становить приблизно 45% від усіх проаналізованих прикладів. ЇЇ застосовуємо переважно до унікальних культурних, релігійних і міфологічних назв, які не мають прямих відповідників в українській мові. Основною метою такого способу перекладу є збереження автентичності та культурної своєрідності оригінального поняття. Наприклад: *Pachamama* перекладено як «Пачамама», *Xibalba* – «Шібальба», *Mictlan* – «Міктлан», *Popol Vuh* – «Пополь-Вух», *Tzolkin* – «Цолькін», *Haab* – «Хааб». Завдяки транскрипції читач отримує можливість ознайомитися з оригінальними назвами культурних явищ, що сприяє передачі національного колориту та історико-культурної специфіки тексту.

Такий спосіб перекладу особливо важливий у туристичному дискурсі, де етнокультурні символи виконують не лише інформативну, а й емоційно-естетичну функцію. Незвичне звучання назв створює атмосферу екзотичності та підсилює зацікавленість читача іншою культурою. Наприклад, у тексті про майянську церемонію очищення використано назву *copal* — ароматичної смоли, що застосовується у ритуалах. В українському перекладі зберегли форму «копал», тобто використали транслітерацію. Такий підхід дозволив передати автентичність культурного явища та зберегти його зв’язок із традиційною культурою майя. Водночас подібні реалії можуть бути малозрозумілими для українського читача, тому інколи потребують додаткового контекстуального пояснення.

Другим за частотністю способом є описовий переклад, який становить приблизно 35% прикладів. Він застосовується у випадках, коли етнокультурний символ або поняття є незрозумілим без додаткового тлумачення. Це особливо характерно для складних міфологічних, релігійних та побутових реалій, які не мають аналогів у культурі цільової аудиторії. У таких випадках поєднуємо

передачу оригінальної назви з коротким поясненням її значення або функції. Наприклад: *Pachamama* переклали як «Пачамама (богиня-земля в андській культурі)», *Xibalba* – «Шібальба (міфологічний підземний світ майя)», *jobona* – «джобона (коротка шерстяна куртка)», *pollera* – «польєра (широка багатошарова спідниця)».

Такий підхід виконує інтерпретаційну функцію та значно полегшує сприйняття культурно віддалених понять. Описовий переклад допомагає не лише зрозуміти значення реалії, а й сформувати уявлення про її роль у культурі певного народу. У туристичних текстах це особливо важливо, оскільки читач часто знайомиться з новими культурними явищами вперше. Завдяки поєднанню автентичної назви та короткого пояснення переклад, на наш погляд, зберігає національний колорит оригіналу й водночас залишається доступним та зрозумілим для української аудиторії.

У фрагменті про мексиканський День мертвих описовий переклад використали для передачі слова *ofrendas*. Замість простого транслітерування подали пояснення: *ритуальні вівтарі*. Таким чином читач отримує не лише назву елемента культури, а й розуміння його ритуальної функції. Аналогічно переклали *papel picado* – традиційний декоративний папір для прикрашання вівтарів. Хоча термін частково збережений, його значення розкривається через опис контексту використання. Так само у тексті про ритуали майя описовий переклад використали щодо поняття *«Xibalba» – Шібальба* і додали пояснення *міфологічний підземний світ майя*, що розкриває сакральне значення цього образу.

Калькування, яке становить приблизно 15% проаналізованих прикладів, використовується переважно для перекладу прозорих символічних конструкцій, зміст яких можна буквально відтворити українською мовою без втрати семантики. У таких випадках складники вислову мають зрозумілі відповідники в

мові перекладу, що дозволяє зберегти як значення, так і образність оригіналу. Наприклад: *holy water* переклали як «свята вода», *sacred spring water* – «свята джерельна вода», *banana leaf boats* – «човни з бананового листя», *water spirits* – «водяні духи», *tree of life* – «дерево життя», *land of the dead* – «земля мертвих», *celestial realm* – «небесне царство», *mother earth* – «матінка-земля».

У подібних випадках калькування виконує не лише номінативну, а й символічну функцію, оскільки дозволяє відтворити культурні образи та міфологічні уявлення, закладені в оригінальному тексті. Такі символи часто мають універсальний характер і зустрічаються в різних культурах, тому їх буквальний переклад залишається зрозумілим для українського читача. Водночас калькування допомагає зберегти поетичність і емоційно-образний компонент туристичного тексту, що є важливим для створення атмосфери загадковості, духовності або сакральності. Завдяки цьому читач не лише отримує інформацію про іншу культуру, а й сприймає її символічний світ через знайомі мовні образи. Ще приблизно 5% прикладів припадає на лексико-семантичну адаптацію.

Цей спосіб перекладу застосовуємо тоді, коли буквальне відтворення культурної реалії може бути незрозумілим або надто чужим для української аудиторії. У таких випадках намагалися добирати більш звичний чи асоціативно близький відповідник, який передає загальне значення образу. Наприклад, *marigolds* переклали як «чорнобривці», хоча в мексиканській культурі йдеться про особливий вид квітів *cempasúchil*, що має важливе символічне значення у святкуванні Дня мертвих. Для українського читача назва «чорнобривці» є більш зрозумілою та викликає подібні асоціації з традиційною культурою й символікою квітів.

Подібна адаптація робить текст ближчим і доступнішим для цільової аудиторії, полегшуючи емоційне сприйняття іншомовної культури. Однак такий підхід може частково послаблювати локальний культурний відтінок оригіналу,

оскільки специфічні національні особливості замінюються більш універсальними або знайомими образами. Саме тому лексико-семантична адаптація в туристичному дискурсі потребує балансу між зрозумілістю для читача та збереженням культурної автентичності тексту.

Проведений аналіз перекладу культурно маркованої лексики на матеріалі розглянутих різножанрових туристичних текстів дозволив виявити спільні закономірності у виборі перекладацьких трансформацій та визначити домінуючі стратегії відтворення культурно специфічних одиниць українською мовою.

Загалом у всіх проаналізованих текстах спостерігається тенденція до поєднання стратегій збереження культурної автентичності вихідного тексту та його адаптації до сприйняття українським читачем. Узагальнений розподіл перекладацьких стратегій демонструє, що найбільша частка припадає на три основні способи перекладу: транслітерацію, описовий переклад та калькування. Це свідчить про домінування моделі перекладу, яка поєднує прагнення до збереження культурної специфіки вихідного тексту з необхідністю забезпечення його зрозумілості для цільової аудиторії.

Найбільш частотними способами перекладу є транслітерація, що використовується переважно для відтворення власних назв, топонімів. Її застосування дозволяє зберегти автентичність вихідної культури та підкреслити її унікальність.

Важливе місце займає калькування. Воно забезпечує відносно точне відтворення змісту та структури оригінальних одиниць і сприяє збереженню семантичної прозорості тексту.

Описовий переклад виконує компенсаторну функцію у випадках відсутності прямих відповідників у мові перекладу, забезпечуючи зрозумілість складних або маловідомих культурних явищ.

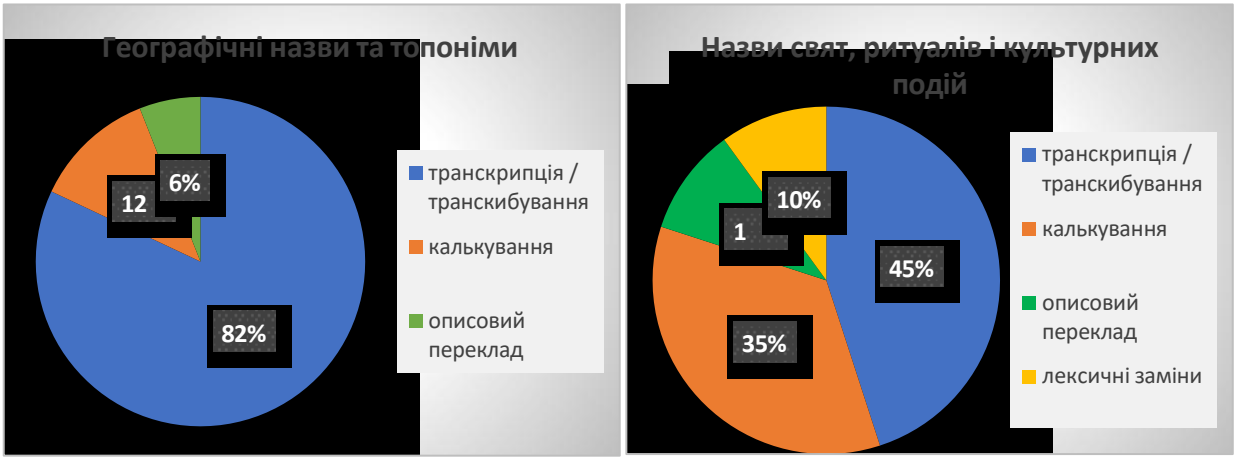
Лексико-семантична адаптація дозволяє передати значення культурно

маркованих одиниць з урахуванням мовних і культурних особливостей української аудиторії.

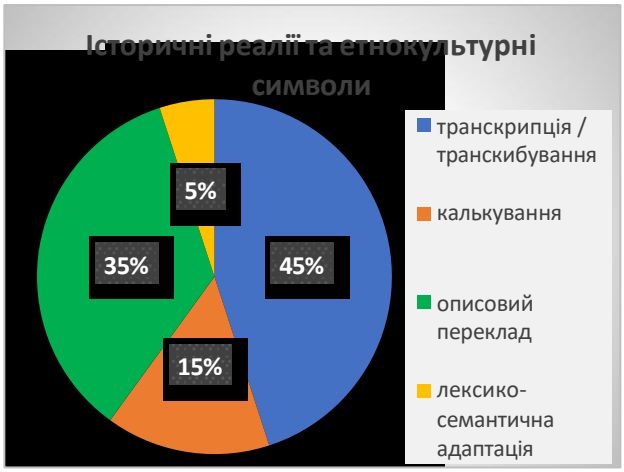
Генералізація застосовуються ситуативно для досягнення стилістичної природності або смислового узагальнення.

Отже, аналіз засвідчує, що переклад культурно маркованої лексики в досліджуваних текстах характеризується прагненням зберегти автентичність вихідної культури та водночас забезпечити зрозумілість для українського читача. Такий підхід, на нашу думку, дозволив ефективно передати як семантичний зміст, так і культурно-символічну інформацію, забезпечуючи адекватність і комунікативну природність перекладених текстів.

Відсоткове співвідношення перекладацьких рішень у туристичних текстах з культурно маркованою лексикою



Гастрономічна лексика
5%
0%
25%
60%
транскрипція / транскибування
калькування
описовий переклад
генералізація


Історичні реалії та етнокультурні символи
5%
35%
45%
15%
транскрипція / транскибування
калькування
описовий переклад
лексико-семантична адаптація

Висновки

У результаті проведеного дослідження було розглянуто особливості туристичного дискурсу та специфіку перекладу культурно маркованої лексики в англомовних туристичних матеріалах українською мовою. Проведений аналіз дозволив дійти висновку, що туристичний дискурс є складним комунікативним явищем, яке поєднує інформаційну, рекламну, прагматичну та культурно-репрезентативну функції. Туристичні тексти не лише інформують адресата про туристичні об’єкти та послуги, а й формують позитивний образ країни, репрезентують її культурну спадщину та сприяють розвитку міжкультурної комунікації.

У ході дослідження визначили, що важливим компонентом туристичного дискурсу є культурно маркована лексика, яка відображає національно-культурну специфіку певного народу та виступає носієм культурної інформації. Встановили, що культурно марковані одиниці репрезентують історичні, етнографічні, соціальні та культурні особливості країни, формують її культурний образ і забезпечують автентичність туристичних текстів. Особливу роль у туристичних матеріалах відіграють реалії та безеквівалентна лексика, оскільки саме вони найповніше передають етнокультурний компонент значення.

У процесі роботи охарактеризували основні типи культурно маркованих одиниць у туристичному дискурсі. До найпоширеніших належать географічні назви та топоніми, гастрономічна лексика, назви свят, традицій і культурних подій, а також етнокультурні символи. Такі мовні одиниці виконують не лише номінативну, а й культурно-репрезентативну та прагматичну функції, оскільки сприяють створенню емоційно привабливого образу туристичного напряму та забезпечують міжкультурну взаємодію.

У дослідженні розглянули основні способи перекладу культурно маркованої лексики та встановили, що найбільш поширеними серед них є транслітерація, калькування, описовий переклад, конкретизація та генералізація.

Аналіз практичного матеріалу показав, що вибір перекладацької трансформації залежить від типу культурно маркованої одиниці, ступеня її зрозумілості для іншомовного адресата та необхідності збереження національно-культурного компонента значення.

Проведений аналіз англомовних туристичних матеріалів засвідчив, що переклад культурно маркованої лексики є одним із найскладніших аспектів туристичного перекладу. Основні труднощі пов’язані з відсутністю повних лексичних відповідників у мові перекладу, необхідністю передачі культурних конотацій та збереженням прагматичного впливу тексту. Установили, що адекватність перекладу туристичного дискурсу досягається за умови поєднання мовної точності із збереженням культурної специфіки оригіналу.

У ході дослідження також довели, що перекладач туристичних текстів виконує роль не лише мовного посередника, а й медіатора між культурами. Саме тому переклад туристичних матеріалів потребує врахування культурного контексту, особливостей цільової аудиторії та прагматичної мети тексту. Ефективне відтворення культурно маркованої лексики сприяє формуванню позитивного образу країни, забезпечує успішну міжкультурну комунікацію та підвищує якість туристичного контенту.

Отже, мету дипломної роботи було досягнуто, а поставлені завдання – виконано. Проведене дослідження підтвердило важливість культурно маркованої лексики у структурі туристичного дискурсу та необхідність комплексного підходу до її перекладу з урахуванням лінгвістичних, культурних і прагматичних аспектів.

Список використаної літератури

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : ВЦ «Академія», 2022. 344 с.
2. Зорівчак Р. П. Реалія і переклад (на матеріалі англомовних перекладів української прози). Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 216 с.
3. Козак А., Близнюк Л. Культурний туризм як інструмент міжкультурної комунікації. International Relations, Public Communications and Regional Studies. 2021. № 3. С. 93–102. DOI: 10.29038/2524-2679-2021-03-93-102.
4. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця : Нова Книга, 2021. 448 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава : Довкілля-К, 2021. 712 с.
6. Agorni M. Tourism Communication: The Translator's Responsibility in the Translation of Cultural Difference. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. 2012. Vol. 10(4). P. 5–11. DOI: 10.25145/j.pasos.2012.10.048.
7. Calvi M. V., Silva M. C. F., Rafael R. M. Gêneros discursivos, diversidade cultural e tradução de textos turísticos. Cadernos de Tradução. 2022. Vol. 42(1). P. 1–30. DOI: 10.5007/2175-7968.2022.e79074.
8. Cappelli G. The Translation of Tourism-Related Websites and Localization: Problems and Perspectives. Voices on Translation. Roma : Bulzoni Editore, 2008. P. 97–115.
9. Ferraz J., Serpa S. Tourism and Cultural Interaction: A Paradoxical Relationship. Journal of Educational and Social Research. 2021. Vol. 11(3). P. 39–47. DOI: 10.36941/JESR-2021-0049.
10. Hryhoryan D., Havrylova O. Problems of Translation Adequacy of Culture-Specific Vocabulary in English-Language Tourist Materials. Research and Education in a

Globalized World: European Integration Processes. Contemporary Challenges and Transformations : Book of Papers of the International Forum for Young Researchers, 24 Apr. 2026. P. 304.

11. Maci S. M., Spinzi C. G. Translating Tourism. New York : Routledge, 2025. 271 p.
12. Malamatidou S. Translating Tourism: Cross-Linguistic Differences of Alternative Worldviews. Cham : Palgrave Macmillan, 2024. 334 p. DOI: 10.1007/978-3-031-49349-2.
13. Manca E. Persuasion in Tourism Discourse: Methodologies and Models. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2016. 230 p.
14. Sharma B. K., Gao S. (eds.). Language and Intercultural Communication in Tourism: Critical Perspectives. London : Routledge, 2021. 256 p. DOI: 10.4324/9781003088028.
15. The Pragmatics of Translated Tourism Advertising. Journal of Pragmatics. 2021. Vol. 173. P. 88–100. DOI: 10.1016/j.pragma.2020.12.001.
16. Veselica Majhut S. Did You Try Our Good Smoked Ham? Assessing the Quality of Translation as Cross-Cultural Mediation on Croatian Tourist Board Websites. ELOPE: English Language Overseas Perspectives and Enquiries. 2021. Vol. 18(1). P. 151–167. DOI: 10.4312/elope.18.1.151-167.
17. Wang B., Munday J. (eds.). Advances in Discourse Analysis of Translation and Interpreting: Linking Linguistic Approaches with Socio-cultural Interpretation. London : Routledge, 2021. 240 p.

Додаток

Для практичного аналізу особливостей перекладу туристичних текстів було обрано матеріал із англомовної статті *“60+ World Rituals, Festivals & Ceremonies Worth Travelling For”*, розміщеної на туристичному ресурсі Wander-Lush. https://wander-lush.org/world-rituals-part-four/?utm_source=chatgpt.com

60+ World Rituals, Festivals & Ceremonies Worth Travelling For

Every city, country and cultural group has its own traditions: Ways of marking the passage of time, acknowledging milestones, and ritualising significant aspects of culture and spirituality. Some world rituals are acted out as a quiet moment of contemplation; others are a time to come together for collective celebration.

Whether it’s a time-honoured rite that has been performed since time immemorial or a new calendar event that has popped up in recent years, participating as an outsider is a wonderful way to expand your world view.

For this new post series, I’ve teamed up with more than 60 travel writers who share their favourite festivals, rituals and ceremonial experiences in their home countries or when travelling abroad.

Amazing World Rituals

Part Four in the series looks at different world rituals and their cultural significance. From Japan to Peru, Italy to the Philippines, here are 15 incredible ceremonies and celebrations worth travelling for.

If you are looking for a unique experience in Bali, then the purification ritual at the Tirta Empul Temple might be for you.

Balinese Hindus from all over the island come to the Tirta Empul Temple to undergo the purification ritual, which involves using holy spring water to cleanse the

mind, body and spirit. The temple is dedicated to Vishnu, the Hindu God of Water, and has been around for over a thousand years.

The purification ritual itself consists of multiple steps, including meditating, making a small offering, and purifying yourself under the different spouts or fountains of holy water. Each of the spouts has a different meaning, a different purpose – and for that reason, it is important that the ritual is done correctly.

Intrigued by the purification ritual? Nowadays tourists can actually participate in the purification ritual themselves, but is important to follow the steps as closely as possible and to be respectful of the ritual itself. Participating in the purification ritual at the Tirta Empul Temple was one of the highlights of my visit to Bali.

It's a unique experience that you don't see every day, and something I recommend to anyone who would love to learn more about the Balinese Hindu culture.

Boun Lai Heua Fai in Laos

Boun Lai Heua Fai, which translates as 'floating boats of light', is a Buddhist festival celebrated in Laos on the full moon in late October each year. The festival is held at dusk to summon the *phanga naga* (water spirits) and to bring good luck.

Lao spend the day preparing small round 'boats' crafted from banana leaves and decorated with colourful flowers, incense sticks and candles. Once dusk falls, the handmade boats are set afloat on the Mekong River, candles glowing, to take away any bad luck.

The Lai Heua Fai Festival is celebrated in both Luang Prabang and Vientiane capital. I participate in Vientiane every year, sending a colourful banana boat far out into the water.

Visitors to Laos are welcome to get involved, too. Simply head down to the Mekong Riverfront (Quai Fa Ngum Road) at dusk and for a few kip, purchase your own decorative boat from on of the numerous vendors that line the street along the river.

Make your way down to the water (try directly in front of the Chao Anouvong

Statue) where you can release your boat from a bamboo platform. Since this is a Buddhist ceremony, participants should dress respectfully, with shoulders and knees covered.

Traditional tea Ceremony in Japan

The Japanese tea ceremony is one of Japan's three main classical arts. The performance entails the skilful preparation and presentation of powdered green tea, also known as matcha. This beautiful ceremony has a long history, dating back all the way to the 9th century. Its main influence comes from Zen Buddhism.

There are many intricate elements in a tea ceremony, from the tatami tea room, carefully decorated with seasonal flower arrangement and a calligraphy scroll, to the tea master, who is often dressed in a traditional kimono, the whole aesthetic is just stunning. During the two years I lived in Japan, I was able to attend several tea ceremonies.

I always loved the calm energy in the room as guests observed the tea master preparing the tea. The graceful and precise motions of the hand movements always mesmerised me.

For foreigners who would like to experience a Japanese tea ceremony in Japan, there are many options in cities such as Tokyo and Kyoto. Costs range from 500 yen to 5000 yen depending on the length and extravagance of the ceremony.

Two popular houses in Tokyo for Japan travellers on a budget are Kyoto-kan (a 20-minute condensed tea ceremony for 500 yen), and Nadeshiko (a full tea ceremony for 4000 yen to 5000 yen).

During the ceremony, the tea masters will teach you the procedures and etiquette. So relax and don't worry about making a faux-pas. One thing that surprised me the most was that you are supposed to slurp the tea loudlyas a signal that it's delicious.

Thanaka in Myanmar (Burma)

Thanaka, a creamy white paste made by grinding the bark and roots of the

thanaka tree, is widely used by both men and women in Myanmar. The paste is applied to the face to prevent the skin from sunburn, avoid acne, and make the skin soft. It is also believed to create a cooling effect in the tropical heat of Burma.

That is why application of thanaka has remained an age-old beauty ritual for women in the country.

Today, you can see women and young girls covering their faces and hands with the ubiquitous thanaka paste. Grinding the paste and applying it is part of their daily lives. Even Burmese men adorn themselves with thanaka every day before leaving their homes.

Thanaka is applied in circles, stripes, or in decorative leaf patterns on the cheeks and forehead. You can buy thanaka logs at local markets and souvenir shops all over the country. Use them on a grinding plate and you are all set with your own thanaka paste.

Application of thanaka has become an important part of Burmese life and culture. The ritual is strictly personal and is conducted in the sanctity of homes every morning.

Once done, people step out in style, their faces decorated with the paste. It's a spectacular sight, sometimes even more appealing than that of Myanmar's beautiful pagodas.

Pachamama Temple rituals in Peru and Bolivia

In Bolivian and Peruvian culture, locals bestow unhindered amounts of faith on the natural deities. The local people believe that earth, water, fire, wind, plants – all essential parts of the ecosystem – are gods. As these powerful nature forces can make or break lives at any second, it is natural for the indigenous communities to think of them as their protectors.

When I was on the Amantani island of Lake Titicaca in Peru, our host asked us to follow her as she walked out of her adobe house. Dressed in a colourful *jobona* and *pollera*, she kept knitting as she strode up a steep uphill. Following her, we reached the

summit of the tallest hill on the island, where the island community has made a temple for Pachamama.

Though I am not a big believer in temples, sometimes I like to soak up the faith of others. And that is what I did. I held my hands together and circled the temple, wishing for the island to stay safe.

From that summit, I saw the entire village of Amantani spread on the azure lake. Listening to the lake crashing against the shore, I started to appreciate the Peruvian respect for nature. After all, who would want to compete with mother earth?

The Almabtrieb in Austria

If you're ever in Austria in autumn, make sure you find an Alpine Village where the locals still celebrate the safe return of their cows from the mountain pastures after the summer. It's called an Almabtrieb, and it's one of the most colourful traditional festivals in Austria.

Just like most of us like to take a break in summer, Austrian cows also go on 'holiday'. They are taken to high Alpine pastures to graze freely after spending the winter indoors. In the past, it was quite a hazardous expedition. That's why the farmers started celebrating the animals' safe return to their valley homes in the form of the Almabtrieb.

Part of the thanksgiving ritual is to 'dress' the cows in beautiful headsets and collars from which huge bells hang. That's why you hear them arrive in the village long before you see them. In many villages, the Almabtrieb coincides with the annual Harvest Thanksgiving Festival.

It's also an opportunity for the townsfolk to showcase other local traditions and skills. You'll see lots of people dressed in *lederhosen* and *dirndl* – and it's not just for show!

Because of the increasing interest in the Almabtrieb, some villages have started to organise their events to make it easier for tourists to attend. One of the more popular

ones is in Reith im Alpbachtal in the Tyrol, but there is a festival happening somewhere in Austria almost every weekend during September and October.

Día de Muertos in Mexico

Día de Muertos (Day of the Dead) celebrates the lives of loved ones who have passed away. This tradition dates back to Mesoamérica, when people recognised death as a journey toward the Kingdom of the Dead, which they called *Mictlan*.

Once the Spaniards arrived in Mexico, the tradition evolved into what it is today. On November 1st and 2nd, the dead come to visit their relatives from the beyond.

To help guide them home, living relatives create altars (called *ofrendas*) decorated with photos of their loved ones and items they enjoyed during their time on earth.

Sometimes ofrendas are even created for pets! The ofrendas are typically adorned with the traditional *papel picado*, sugar skulls and yellow flowers called *Cenpasúshil* (or marigolds in English) and are left ready with candles lit throughout the days of the celebration. Traditionally, November 1st is dedicated to honouring deceased children, while adults are honoured the following day. Usually ofrendas are prepared beginning on October 28th, though public *ofrendas* created by universities or government offices are usually created in the weeks leading up to the holiday.

In some towns, people will take to the streets on the afternoon of the first day to visit the pantheon where their loved ones are buried. For many, the subject of death can be dark and sad, but in Mexico those who attend these celebrations consider it a moment to remember the good times.

Recently, Day of the Dead has gained a lot of popularity, no doubt in part thanks to the movie *Coco*. As a result, many tourists now travel to Mexico to take part in the holiday. Some towns are starting to leverage interest in the event to create Day of the Dead activities and events that cater to *extranjeros*. Most notably is the Day of the Dead parade in Mexico City.

While Mexicans are generally happy to share this event with foreigners who are

keen to experience it, it's important to do so respectfully.

Remember: While it is a festive event, it's also deeply sentimental. By all means attend the parade, visit the ofrendas and enjoy the festivities, but don't invade the personal space of individuals visiting their loved ones in the cemetery unless you are invited to do so.

Popular places for visitors to participate in the Day of the Dead festivities include Oaxaca, Merida, Guanajuato and Mexico City. Each of these cities is filled with art and festivities surrounding the event, and your participation is encouraged!

Lunar New Year in China

Chinese New Year is one of the most exciting holidays in the world. Of course, speaking as a Chinese-Canadian, I'm definitely a bit biased. According to the Lunar Calendar, the festivities for CNY can last up to two weeks.

The days of Chinese New Year are filled with traditions and customs. Better yet, they are full of amazing food, chaotic family get-togethers, and endless outings. Since the dates for festivities change every year, it is recommended to do some research beforehand.

Due to the Chinese diaspora, Chinese New Year is celebrated in a lot of countries. But from my experience, nothing beats the air of festivity in China. I've witnessed dramatic dragon and lion dances on the streets, rows and rows of red lanterns, and some of the most spectacular firework displays.

In Chinese culture, red symbolises wealth, positivity, health, and all sorts of positive vibes. From traditional clothing to Chinese couplets, this color is a common sight. For children, red is also synonymous with 'lucky money'. These little envelopes are handed to younger generation as a wish for good luck and fortune.

For travellers, CNY means an urban space decorated with lights and music, lots of public performances, and an energetic atmosphere that livens the streets. For example, in my hometown of Xi'an, tens of thousands of lantern-accessorised trees

stand tall.

Public arenas become a playground for musicians and artists. Drums and flutes line the streets and laughter and chatter fill the air. It is incredibly easy to get swept away by the lively atmosphere, become part of the festivities, and celebrate with the crowd!

Las Fallas de Valencia in Spain

Celebrating St. Joseph's Day and the coming of spring, Las Fallas de Valencia is one of Spain's most incredible festivals.

Back in the Middle Ages, artisans would burn unnecessary and broken pieces of wood they had saved during the winter to dispose of them and welcome spring. Over the years, the tradition evolved, and these pieces of wood were made to look like human figurines dressed with clothes and other materials.

Today, this ritual is an organised celebration that takes place on March 15th to 19th every year. Each neighbourhood in the Spanish city of Valencia builds a big display of paper-mache and cardboard statuettes that get burned on the last day of the festival. There's also an annual theme, prizes, events like parades and firework shows, food stalls, illuminated streets, and a lot more.

Attending the festival is free of charge. To make the most of it, you should attend the different events, explore all neighbourhoods, and be prepared for the crowds and noise. You should also book your flight and accommodation at least a few months in advance.

During the festival, you'll see that it's not just about the sculptures and events: It's about people coming together and celebrating with their loved ones, which is the main element in all Spanish celebrations.

The Regatta Storica in Venice, Italy

The beautiful and historical Regatta Storica, occurring on the first Sunday in September, is one of the most admired and popular annual celebrations in the Italian

city of Venice.

This historical celebration has been around for thousands of years and is a significant part of Venetian culture as it showcases the history of the city in a spectacular celebration.

The annual celebration is split into two parts: A historical boat parade, and rowing races comprised of row teams. During the historical portion, ornate boats are beautifully decorated, painted, and rowed through Venice's canals.

Rowers taking part in the historical celebration also dazzle in costumes and mirror personas of historical characters. Boats are decorated in a variety of ways and colours, and are enthusiastically welcomed by onlookers.

As a visitor to Venice during the Regatta Storica, it is important to find a good spot to sit alongside the main route on the Canal Grande. This event is hugely popular to not only Venetians but the thousands of tourists who come to Venice near the end of the summer season to enjoy some of the cooler weather Italy has to offer.

Many people start finding spots several hours before the celebration is set to begin. But the procession is long and it is not that difficult to find a great spot along the route if you come at least an hour beforehand.

For an even better experience, since the celebration usually begins in the late afternoon, you can spend the day exploring Venice and comfortably find a cafe along the canal to watch the procession right before dinnertime.

Dwijing Festival in Assam, India

The Dwijing Festival (meaning 'river bank' in Bodo) has been held for the past three years in a beautiful setting by the river Aie in Bodoland, Assam.

The name Aie means 'mother', and the river is infamous for its unpredictable nature, which changes course every year and floods villages on its banks. However, during the Dwijing Festival, she provides warmth and care to artists, artisans, tourists, and revellers alike.

Dwijing is a 12-day festival held to mark the beginning of the new year and is now a platform for dancers, singers, artists, and people from all over the world to come perform and showcase their talents. It is being used as a time to encourage and promote sustainable tourism in Bodoland.

Tourists shouldn't miss trying out the local delicacies: Fried silkworms, which have an interesting nutty taste, fried pigeon and jute leaf curry. The ethnic games where winners can walk away with a chicken, goat or food grains is a major draw for people, too.

A unique aspect of the Dwijing Festival is the use of traditional materials to create modern necessities. The bridge to cross the bank of the river Aie is made using bamboo, as are the barriers for cars and even the dustbins.

The entry fee for this festival is very modest, less than $2. The best way to enjoy the festival is to stay at the camping grounds in tents that are available for rent.

Chiang Mai Flower Festival in Thailand

The Chiang Mai Flower Festival takes place in February each year in Chiang Mai, Northern Thailand. The main event is a parade through the streets, with giant floats covered in elaborate flower decorations.

Flower Queens wave at guests from the floats, surrounded by marching bands and groups of dancers in traditional dress. Groups compete for the most colourful and opulent themes.

The procession winds its way around the border of the city's cute Old Town. I recommend sitting down at one of the coffee shops that line the old moat and sipping on an iced coffee while watching the parade go by. It's free to watch, and there's a fun local festival atmosphere.

The procession ends in a beautiful park that's absolutely ablaze with flowers beds, decorations and flower sculptures. In the park, you can see flower and plant-growing competition entries, including bonsai trees and hanging orchids.

Plus, there are some great street food stalls. In the evening, there's music and a pageant to elect the event's flower queen.

Diwali in India

The famous festival of Diwali is one I've been told about ever since I was a child. Also known also as 'The Festival of Lights', it is celebrated every year somewhere between mid-October and mid-November across the country, from northern to southern India.

Perhaps the most famous and symbolic of all Hindu festivals, Diwali celebrates the victory of light over dark, as well as good over evil and knowledge over ignorance.

The exact first year Diwali was celebrated is not known, but the tradition is at least 1500 years old. Though it is celebrated all around the world, if you wish to experience Diwali in all its glory, then I recommend heading to India.

While visiting India in 2018, I attended the festival in Jaipur. It was a sight I'll never forget! The entire city went crazy that night, without almost everyone filling the streets and celebrating.

From around 6pm onwards, the noise of fireworks and firecrackers fills the air, and the entire city as decorated with banners and flowers as everyone parades through the streets.

Mayan Cleansing Ceremony in Mexico

We are in the Mexican jungle in the Yucatan peninsula in search of monkeys. The rainforest is full of natural wonders. We are going into a Cenote, which is a cave with water in it.

The Maya believe that the Cenote is a portal to Xibalba, where the gods of the dead are. Before we go into the Cenote we must have a cleansing ceremony to ask permission for us to enter Xibalba and then return to the land of the living safely.

We stand in front of a Mayan cross, which looks a bit like a table. Underneath represents the land of the dead. The table top is the world with many pots of offerings.

Above, the table legs curve together, which represents the branches of the tree of life and are placed at the cardinal points. The top represents the celestial realm.

Mayan ceremonies like this performed to respect the balance of the cosmos have been acted out in this region for thousands of years. Mayan crosses were discovered by the Spanish when they arrived, but sadly a lot of the information about the ceremonies and their surrounding beliefs has been lost.

This ceremony is still performed by modern Yucutec Maya as a way of preserving the culture and practices of their ancestors and so they can continue to live a more traditional way of life.

The ceremony is full of symbolism drawn from the *Popol Wuj,*'The Book of the Council of the Maya people', and the *Tzolkin* and *Haab,* the Mayan Callander. During the proceedings, the Shaman explains the meaning of the ritual.

He crumbles some *copal* into a clay chalice with red hot coals in. A pleasantly aromatic smoke billows out, which he waves first over the Mayan cross, then over us.

I participated in the Mayan Cleansing Ceremony as part of an adventure day at Punta Laguna. If you speak good Spanish or Yucutec Maya, you can go direct. Entrance costs about 900 pesos ($50). For a great translator, teacher and guide, ask Lia about her Mayan Immersion Tours.

Bunglasan Festival in Dumaguete, The Philippines

Buglasan Festival is the first in the Philippines celebrating all festivals of a province in the one event. Popularly known as 'Festival of Festivals', it's an occasion where different towns unite to showcase their unique culture and creative arts all together.

Bunglasan is a celebration of peace among towns and a celebration of camaraderie. Fortunately, I've had a chance to witness the festival almost every year. The show dance is the one that I love most because the ritual and cultures of each town are presented. Though it's a long presentation, I recommend other traveller's check it

out too.

Each town puts up a decorated booth, majestically depicting their top tourist spot or something that best represents the area, such as waterfalls, caves, volcanoes and animals. Sometimes people sell their own crops and vegetables from the stalls.

A festival in the Philippines wouldn’t be complete without a street dance competition, and Buglasan Festival shows off some of the country’s most extravagant dances.

All of this takes place in front of the Capitol Hall of Dumaguete City in Negros Oriental every second week of October. To fully enjoy the festival, I suggest visiting on Friday and watching the show dance and the street dancing before visiting the booths in the evening.

The entrance cost is PHP 40.00 for the show dance and some booths have an extra fee entrance fees.