

**ВИНО І БОГРАЧ,  
АБО ПРИСУТНІСТЬ МОВ У ЛІНГВІСТИЧНОМУ ЛАНДШАФТІ  
ЗАКАРПАТСЬКИХ ГАСТРОФЕСТИВАЛІВ**

*Кормочі Золтан, доктор філософії у галузі мовознавства, доцент кафедри  
філології Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II; дослідник  
Науково-дослідного центру імені Антала Годинки  
(Берегове, Україна)*

e-mail: karmacsi.zoltan@kmf.org.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1483-9750>

*Шаши Еники, доктор філософії у галузі науки про Землю, доцент кафедри  
географії та туризму Закарпатського угорського інституту  
імені Ференца Ракоці II (Берегове, Україна)*

e-mail: sass.eniko@kmf.org.ua  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8166-4535>

*На Закарпатті поряд із природними, історичними та культурними пам'ятками все більша кількість місць пропонує туристам організовані програми. Серед фестивалів краю перше місце посідають фестивалі народних промислів та фольклорні фестивалі, а друге – гастрономічні або кулінарні. Гастрономічні фестивалі (особливо фестивалі вина) завойовують позиції у фестивальному туризмі Закарпаття та приваблюють до нашого краю велику кількість туристів.*

*Мета статті – окреслити мовний ландшафт закарпатських гастрофестивалів, які наразі перебувають на другому місці за популярністю, зокрема, докладніше проаналізувати в цьому контексті два фестивалі, які проходять у населених пунктах із компактним проживанням угорського населення: Міжнародний фестиваль різників у с. Геча та Міжнародний фестиваль вина у м. Берегове. Огляд зроблено на підставі спостережень учасників, новинного контенту та реклами, які з'явилися в онлайн- та офлайн-просторі, переважно про фестивалі, які проходили у 2018–2019-му роках, адже через епідемію коронавірусу аж до весни 2022 року більшість таких заходів були скасовані.*

*У лінгвістичному ландшафті закарпатських фестивалів та фестивальних заходів спостережено домінування державної української мови. Поруч із нею тільки епізодично з'являються мови нацменшин, що проживають на Закарпатті, і зовсім рідко (або взагалі відсутні) інші іноземні мови (наприклад англійська), що представлені хіба що на рівні окремих лексем чи синтагм. Для символічного мовного простору фестивалів у населених пунктах із компактним проживанням угорського населення характерне незначне домінування двомовних написів та української мови. Частка наявності певної мови залежить і від того, яка цільова аудиторія фестивалю та які потреби він має на меті задовольнити. Також важливим аспектом є і те, у якій частині Закарпаття (із погляду проживання конкретної нацменшини) проводять цей захід. З'ясовано, що на фестивалях місцевого значення в населених пунктах, де компактно проживають угорці, або домінує угорська мова, або переважає двомовність. Натомість фестивалі, що мають більший успіх серед туристів, як, наприклад, Міжнародний фестиваль різників у с. Геча або Міжнародний фестиваль вина в м. Берегове, демонструють двомовність тільки на «головних фасадах», а в символічному просторі території фестивалів домінує мова більшості.*

**Ключові слова:** Закарпаття, гастрофестиваль, мовний ландшафт, білінгвізм.

**Актуальність, аналіз останніх досліджень та публікацій.** У формуванні лінгвістичного ландшафту значну роль відіграє мовна політика конкретної держави [2, с. 216; 13, с. 206; 37, с. 112; 38, с. 168], проте, на думку мовознавця Б. Спольські [39], необхідно врахувати й те, що засобами мовної політики можуть скористатися школи, міські установи, громади, лікарні, військові формування, засоби масової комунікації, більші-менші групи й навіть родини, тобто формування лінгвістичного ландшафту

відбувається не тільки за участі держави, але й інших активних учасників. Тож у цьому контексті цілком природно, що зафіксовані в лінгвістичному ландшафті знаки диференційовані на організовані згори (top-down) та такі, що створені за ініціативи знизу (bottom-up) [5; 15].

На територіях Закарпатської області, де компактно проживають угорці, на сьогодні цілком природно, що однією з визначальних мов лінгвістичного ландшафту є угорська [6; 9; 10; 11; 18; 21; 22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 44; 45]. Водночас в останні п'ять років, попри те, що ухвалений у 2012 році Закон «Про засади державної мовної політики» (у 2018 році був визнаний неконституційним) забезпечував ширші можливості для використання угорської, з'являється більше написів (оголошення, реклама тощо) не угорською мовою (переважно українською і російською) у символічному просторі. Одним із визначальних чинників цього є розвиток туризму в регіоні.

К. Турлов та А. Яворські стверджують, що «туризм де факто є квінтесенцією семіотичної індустрії – місцем жорсткого культурного та символічного виробництва» [43, с. 130]. Якщо розглядати явище саме з такого підходу, тоді добре видно, що туризм дає змогу поглянути, як мова стає товаром, а мовний капітал перетворюється на економічний капітал [8, с. 606].

М. Геллер, Й. Пуйолар і А. Душен вважають, що «туризм постає як засіб, який, з одного боку, уможливує аналіз нової економіки як товарообігу культури, ідентичності й мови, а з іншого – дає змогу виявляти навички багатомовної комунікації <...> Спільним в обох підходах є те, що ця нова практика створює нові конфігурації між символічною та практичною користю» [16, с. 563]. На думку Б. Пахне Гелтаї, у цьому контексті економічні перетворення мають безпосередній вплив і на мови, і на мовну практику в полілінгвальному середовищі, і на мововживання, а багатомовність та її поява в щоденній практиці є водночас засобом і продуктом економічних перетворень [31, с. 36].

Аналіз мовних ідеологій і лінгвістичних ландшафтів з погляду економіки та туризму може пролити світло на те, чому в публічному просторі з'являються певні мови і як вони стають товаром [3; 4; 16; 17], а також чому інші мови зникають із лінгвістичного ландшафту [32].

Закарпаття не має розвинутої промисловості, а оскільки більшу частину території краю займають гори, незначною є і кількість сільськогосподарських земель. Слабке економічне та інфраструктурне становище зумовлює незначну кількість робочих місць [1, с. 303]. Однак усе більше людей убачають потенціал розвитку саме в туризмі [7; 33]. Туристичні потоки в Закарпаття можуть прямувати з двох сторін: з інших регіонів України та із сусідніх країн [35].

З-поміж п'яти туристичних центрів України (місць, де найбільше сконцентровані туристичні об'єкти) Закарпатська область посідає четверте місце [34; 7]. Головні туристичні напрями краю – це лікувально-оздоровчий туризм, гірський туризм та культурна спадщина. Високий показник відвідування мають об'єкти з термальними водами, адже на території України такі є лише в артезіанському басейні Закарпаття та Причорноморському артезіанському басейні [30, с. 145]. Активніше використання термальних вод характерне саме для Закарпатської області, але в Причорноморському артезіанському басейні (Херсон і Крим) також є корисні джерела [40; 41]. На Закарпатті навіть створили окремий тематичний туристичний маршрут під назвою «*Геотермальні води Закарпаття*», до якого включені 7 місцевих термальних комплексів [42].

Після анексії Росією у 2014 році Автономної Республіки Крим внутрішній туризм змінив напрям, оскільки Україна втратила провідний з-поміж п'яти туристичних центрів [34; 35]. Унаслідок цього внутрішній туризм більшою мірою перемістився на територію Закарпаття, яке в такий спосіб компенсувало втрату туристичного потоку (спричинену подіями 2014 року) з інших країн, передусім – з Угорщини [35]. У 2020 році через протиепідеміологічні заходи, спрямовані на боротьбу з поширенням COVID-19

(наприклад, карантинні заходи, закриття кордонів тощо) закордонний туризм практично зник, а внутрішній туризм засвідчив значний спад.

На Закарпатті поряд із природними, історичними та культурними пам'ятками все більша кількість місць пропонує туристам організовані програми. Як у великих містах, так і в менших населених пунктах, починаючи з другої половини січня й аж до середини грудня, відбуваються різні тематичні фестивалі, святкові заходи, зібрання тощо. Серед фестивалів краю перше місце посідають фестивалі народних промыслів та фольклорні, а друге – гастрономічні або ж кулінарні [35, с. 371]. На територіях, де компактно проживають угорці, протягом року також відбувається значна кількість фестивалів. Багато з них відомі як в Україні, так і за кордоном.

Гастрономічні фестивалі (особливо фестивалі вина) завойовують усе більшу популярність у фестивальному туризмі Закарпаття та приваблюють до нашого краю велику кількість туристів [35, с. 375]. Завдяки цьому на фестивалях у селах із компактним проживанням угорців українська мова постає першочерговим засобом маркетингової діяльності з популяризації фестивалю (фото 1).



Фото 1. Двомовне оголошення про Сливовий фестиваль у с. Геча

**Мета статті.** У статті зроблено спробу окреслити мовний ландшафт закарпатських гастрофестивалів, які наразі перебувають на другому місці за популярністю, зокрема докладніше проаналізувати в цьому контексті два фестивалі, які проходять у населених пунктах з компактним проживанням угорського населення (Міжнародний фестиваль різників у с. Геча та Міжнародний фестиваль вина у м. Берегове).

**Матеріали і методи дослідження.** Огляд зроблено на підставі спостережень учасників, новин та реклами, які з'являлися в онлайн- та офлайн-просторі, переважно про фестивалі, які проходили у 2018–2019-му роках, адже через епідемію коронавірусу та повномасштабне вторгнення у 2022 році більшість таких заходів були скасовані. Із мовним ландшафтом фестивалів ми мали змогу ознайомитися особисто та зафіксувати фотодокументацію. Власну добірку доповнила колекція фотографій Науково-дослідного центру ім. Антала Годинки, а також світлини з Інтернету, які містять мовний контент.

**Результати дослідження та їх обговорення.** На багатомовному Закарпатті мовним брендом більшості фестивалів є українська мова [наприклад, «Варишське пиво» (Мукачеве), «Червене вино» (Мукачеве), «Угочанська лоза» (Виноградово), «Закарпатська божоле» (Ужгород) тощо]. На фестивалях, що проходять у населених пунктах із

компактним проживанням угорців (наприклад, Міжнародний фестиваль вина у Берегові), двомовним є тільки головний «фасад» (наприклад сцена, написи на входах до території фестивалю тощо), натомість на більшій частині локацій розміщені стенди лише з інформацією українською мовою. На інших фестивалях навіть головний «фасад» одномовний. У мовному ландшафті фестивалів не бачимо ні мов міжнародного спілкування (англійської, німецької, французької), які можуть інформувати іноземних туристів, ні державних мов сусідніх держав (словацької, румунської, польської), ні інших іноземних мов (див. фото 2). Поряд з українською, у мовному ландшафті фестивалів засвідчено тільки угорську мову, що можливе завдяки закарпатській угорській нацменшині, а також значному (до 2019 року) потоку туристів з Угорщини.



Фото 2. Святкова рамка на фестивалі «Варишське пиво» (Мукачеве)

На більшості фестивалів ні господарські організації з угорською часткою власності, ні винороби угорської національності зазвичай подають відомості про себе лише українською мовою. Відсутня інформація угорською чи англійською мовами, як це зафіксовано на фото 3, де представлено вивіску винороба із села Бене.



Фото 3. Вивіска винороба з Бене на ужгородському фестивалі «Закарпатське божолє»

На менших фестивалях та заходах місцевого значення, особливо тих, які проводять у населених пунктах із компактним проживанням угорського населення, учасники та підприємці зазвичай розміщують інформацію як державною мовою, так і мовою меншини (див. фото 4). Розміщення інформації іншими іноземними мовами не характерне для цих фестивалів.



Фото 4. Вивіска учасника на фестивалі «Лечо» в селі Чома

«Зовнішній вигляд» кулінарних фестивалів, організовуваних на Берегівщині й орієнтованих насамперед на туристів з Угорщини та місцеве угорське населення, спочатку був представлений угорською мовою або двома мовами: угорською та українською. Після 2010 року на цих фестивалях все більше проступало двомовне угорсько-українське «обличчя», а внаслідок зростання потоку внутрішніх туристів почала домінувати українська мова або ж двомовні українсько-угорські написи й вивіски. Інформація іншими мовами (хоча б англійською) для закордонних туристів, як і раніше, відсутня й нині.

Уважаємо за доцільне докладніше проаналізувати два найбільші гастрофестивалі Берегівщини – Міжнародний фестиваль різників у с. Геча та Міжнародний фестиваль вина в м. Берегове.

**Міжнародний фестиваль різників у с. Геча.** У 2019 році Міжнародний фестиваль різників у с. Геча проводили вже втринадцяте, на цей час він став уже добре відомим по всій Україні. Підтвердженням цього слугує те, що в оголошеному 2010 року інформаційним агентством «УНІАН» (<http://www.unian.net>) та популяризованому туристичним порталом «Тут і там» (<https://tutitam.ua>) рейтингу «*Іли-пили-2010*» Міжнародний фестиваль різників у с. Геча посів шосте місце.

Цільове дослідження мовного ландшафту цього заходу вперше зrealізовано лише у 2018 та 2019 роках, а з попередніх років ми знайшли на сайті населеного пункту (<http://users.atw.hu/mezogecse/>) світлини, на яких містилися й мовні дані. Із цих фотографій добре видно, що у 2014 році команди, які брали участь у фестивалі, були переважно з навколишніх населених пунктів, а свої «вивіски» з назвами команди чи населеного пункту оформляли угорською мовою. Ще в попередні роки траплялося, що продукцію, пропоновану на святі, супроводжували двомовні (угорсько-українські) написи або тільки українські. Іноді українськомовні написи містили не офіційну літературну назву (див. фото 6), а індивідуальний переклад (див. фото 5).

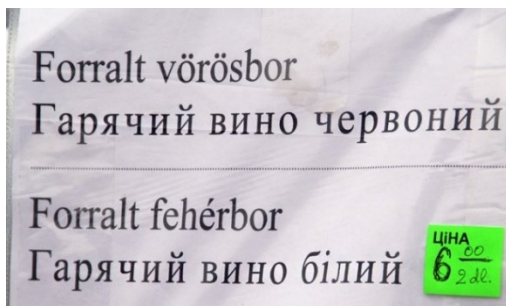


Фото 5 і 6. Двомовна реклама глінтвейну у 2012 році та українською мовою у 2018 році

На фестивалях, що відбулися у 2018 та 2019 роках, з-поміж команд, які готували страви та брали участь у змаганнях, двомовні написи використовували тільки учасники з Угорщини та Сербії, а решта інформувала гостей заходу лише українською мовою. Зокрема, в написах натрапляємо на такі назви: *шовдарь*, *гурка*, *пikниця*, *балик*, *бограч*, *шашлик*, *стейк* (див. фото 7). Натомість не зафіксовано вивісок ні угорською, ні українською, ні іншою іноземною мовою, де б рекламували такі традиційні під час різання свині угорські страви, як свинячі реберця з квашеною капустою по-угорськи (угор. *toroskaposzta*) та бульйон зі свинини (угор. *húsleves*) [25, с. 138].



Фото 7. Це теж гурка...

Галицька команда «Гарбуз»<sup>1</sup> навіть «містифікує» бограч (гуляш). На українськомовній вивісці, яка рекламує бограч, читаємо, що цю страву протягом століть готували виключно для угорських королів; страва, приготовлена в Карпатах, сподобалася гуцулам, після чого стала їхньою національною стравою. Згідно з описом, для приготування бограча використовують сім різновидів м'яса та дванадцять видів овочів (див. фото 8). Насправді історія бограча (гуляша) пов'язана з селянами Середньодунайської низовини (Альфельд), які самі готували страви, зокрема й гуляш, який спочатку їли без картоплі, а з хлібом. Спершу для приготування бограча використовували яловичину, а з кінця XVIII століття – уже й баранину. Своє місце в щоденному меню як міщан, так і дворянства ця страва здобула у XIX столітті (докладніше див.: <http://www.mnhsz.com/magyar-gulyasleves>).



Фото 8. Реклама бограча у представленні команди «Гарбуз»

<sup>1</sup> Команда «Гарбуз» брала участь в обох аналізованих нами фестивалях, крім цього, приїжджає і на інші численні заходи в Закарпатській області.

На стендах, де пропонують напої (переважно вина та домашні наливки), тільки Спілка угорських виноробів Закарпаття у своїх павільйонах подавала інформацію переважно двома мовами (див. фото 9). Натомість в інших місцях представлено написи тільки державною мовою (див. фото 10). Проте й серед павільйонів учасників Спілки були стенди, де табличка з іменем винороба двомовна, але назви вин подані лише українською. Написи іншими іноземними мовами тут теж були відсутні.



Фото 9 і 10. Товари з двомовними написами одного винороба поміж стендів із одномовними назвами вин та інших страв

Вівіски домашньої випічки, повидла, джемів та інших товарів одномовні, угорські написи зафіксовано тільки серед продукції двох сусідніх угорських населених пунктів (див. фото 11). Сільськогосподарські виробники та підприємці, які прибули з населених пунктів, де не проживають угорці, назви своєї продукції (мед, сири, м'ясні вироби, солодощі тощо) та інформацію про неї розміщували лише державною мовою.



Фото 11. Продукція з села Бене

На Міжнародному фестивалі різників у с. Геча написи й назви продукції угорською мовою чи двома мовами (угорською та українською) демонструють стенди лише іноземних (переважно команд з Угорщини) учасників (див. фото 12), а також створені угорськими виноробами (див. фото 13).



Фото 12 і 13. Вівіска команди з Угорщини та вівіска закарпатського винороба на Міжнародному фестивалі різників у с. Геча

*Міжнародний фестиваль вина у Берегові.* Як і на фестивалі в Гечі, на Міжнародному фестивалі вина в Берегові головний «фасад» та реклама «заманювали» гостей двома мовами (українською та угорською) (фото 14 та 15).



Фото 14 і 15. Сцена Міжнародного фестивалю вина з двомовним написом та рекламний щит у с. Яноші

Територія фестивалю вина поділена на дві чітко окреслені частини: поруч із центральною сценою, на якій розмістилися члени Лицарського винного ордену святого Венцела, та розташована трохи далі територія, де встановлені кулінарні та сувенірні палатки і стенди. З погляду лінгвістичного ландшафту ці дві території відрізняються, адже якщо на локаціях членів ордену святого Венцела всі написи зроблені двома мовами (угорською та українською), то на інших представлено написи лише державною мовою. Проте на всіх локаціях фестивалю відсутня інформація, перекладена іншими іноземними мовами.



Як і в селі Геча, на Міжнародному фестивалі вина в Берегові лише угорські винороби на своїх стендах використовують двомовні написи. Хоч там теж не завжди використовують угорську мову, наприклад, на стенді одного винороба представлено етикетки на пляшках вина угорською мовою, а на прилавку під корчагами з вином розташований виготовлений вручну напис українською мовою (див. фото 16 і 17). Вивіска ж біля стенду містить інформацію про винороба двома мовами.



Фото 16 і 17. Етикетка угорською мовою та напис українською під корчагами з вином

Винороб із Дерцена представляє вивіску державною мовою, а назви продукції та її головні характеристики – двома мовами (див. фото 18 і 19).



Фото 18 і 19. Українська вивіска і двомовні етикетки

Винороби, які дбають про маркетинг, зустрічають гостей вивісками та етикетками вина, оформленими двома мовами (фото 20 і 21), надаючи повну інформацію як туристам з України, так і тим, хто приїхав з-за кордону (зокрема з Угорщини).





Фото 20 і 21. Вивіска підвалу О. Якоба та винна вітрина родини Варгів

На території, розташованій далі від головної сцени, домінує українська мова. Зважаючи на те, що тут свої товари й вироби пропонують, наприклад, продавці риби з Поділля та Хмельницької області, кулінари та продавці сувенірів зі Львова та Івано-Франківська, це зовсім не дивно (див. фото 22). Частина місцевих продавців, які прибули із закарпатських сіл, де компактно проживають угорці, незначна на цій території фестивалю, та навіть їхні вивіски зрідка оформлені угорською мовою. Інформації іншими іноземними мовами на цій частині фестивалю не представлено.



Фото 22. Стенд ресторану галицької кухні

**Висновки і перспективи.** Аналіз та тлумачення мовного ландшафту не можуть бути відірваними від контексту, адже зміни, що настали в мовному ландшафті – так само, як і мовні зміни – залежать від суспільства, що послуговується мовою, стану спільноти, а також від змін в ідентичності та стану престижності [29, с. 12].

Національна меншина, реагуючи на зміни економічної ситуації і частково переписавши власний мовний націоналізм, може «добровільно і наспівуючи» змінити мовний ландшафт свого місця проживання, розмістивши написи іншими мовами, і це стосується не тільки Закарпаття [14; 19]. Унаслідок цього зменшується частка написів мовою меншини (угорською) і зростає іншими (російською, українською) мовами; економічні інтереси перемагають мовний націоналізм. У згаданому процесі «мова стає капіталом, натомість гегемонія ідеології мова – ідентичність – культура, на якій ґрунтовані уявлення про національну державу та чітко окреслені одномовні простори, поступово ставиться під сумнів» [19, с. 81]. Тому туризм, туристи, а також глобальна економіка й економічні відносини опосередковано впливають на формування лінгвістичного ландшафту, зокрема й на Закарпатті [20; 19].

У лінгвістичному ландшафті закарпатських фестивалів та фестивальних заходів спостерігаємо домінування державної української мови. Поряд із нею тільки епізодично залучено мови нацменшин, що проживають на Закарпатті, і зовсім рідко (або взагалі відсутні) інші іноземні мови (наприклад, англійська), що наявні хіба що на рівні окремих

лексем чи синтагм. Для символічного мовного простору фестивалів у населених пунктах із компактним проживанням угорського населення характерне незначне домінування двомовних написів та одномовних українською мовою. Частка наявності певної мови залежить і від того, яка цільова аудиторія фестивалю та які потреби він має задовольнити. Важливим аспектом є також територія проведення заходу (територіальна частина Закарпаття з погляду проживання певної нацменшини). На практиці це означає, що мовний простір фестивалів місцевого значення в населених пунктах, де компактно проживають угорці, засвідчує поряд із домінуванням угорської мови наявність двомовності. Натомість на фестивалях, які мають більший успіх серед туристів, як, наприклад, Міжнародний фестиваль різників у с. Геча або Міжнародний фестиваль вина в м. Берегове, збережено двомовність тільки на «головних фасадах», а в символічному просторі території фестивалів домінує державна мова. Це зумовлене кількома чинниками. По-перше, місцеві продавці та команди-учасники з різних причин були витіснені з фестивалів. По-друге, з комерційного погляду, поряд із місцевими покупцями, які є представниками нацменшини (а в деяких випадках замість них), з'явилася значна кількість покупців з інших регіонів України, які розмовляють мовою більшості. По-третє, на сьогодні сформувався прошарок підприємців, які з'являються на всіх фестивалях, пропонуючи свої послуги та продукцію: страви, вина, сири, продукцію з риби, мед, сувеніри тощо. Значна частина цих підприємців прибувають із населених пунктів Закарпаття, де не проживають угорці (наприклад, продавці меду та сирів із гірських районів), або ж взагалі з-поза меж Закарпатської області (наприклад, кулінари чи продавці сувенірів із Львівщини, Івано-Франківщини, Херсонщини). І, по-четверте, угорські підприємці та винороби, відповідаючи мові попиту, також не завжди виписують (іноді вже за звичкою, іноді через лінощі) назви товарів та свої вивіски угорською мовою.

Як вважає Е. Да Сільва та М. Геллер [12], для збереження мови нацменшини визначальною є економічна життєздатність спільноти, що послуговується цією мовою. У проєкції на Закарпаття це означає, що в символічному просторі фестивалів угорська мова збережеться тоді, якщо на рівні пропозиції (місцеві продавці) і на рівні попиту (місцеві покупці, гості) буде залучена значна кількість представників закарпатської угорської меншини.

Доцільно зауважити, що для реалізації оголошених областю туристичних цілей, які мають на меті привабити закордонних туристів, важко залучити гастрофестивалі, адже майже неможливо інформувати іноземців, які прибули до нашого краю, через відсутність інформаційних послуг іноземною (принаймні англійською) мовою. Тільки туристи з Угорщини можуть певною мірою орієнтуватися на фестивалях, але лише на тих, які проводять у місцях компактного проживання угорської меншини.

#### Список використаної літератури

1. Baranyi Béla (szerk.). *Kárpátalja*. Pécs–Budapest: MTA Regionális Kutatások Központja–Dialog Campus Kiadó, 2009. 541 c.
2. Bartha, Csilla, Laihonen, Petteri & Szabó Tamás Péter. Nyelvi tájkép kisebbségben és többségben. Egy új kutatási területről. In: Kozmács I. (szerk.). *Kétnyelvűségi szöveggyűjtemény*. Nyitra, Nyitra Konstantin Filozófus Egyetem Közép-európai Tanulmányok Kara, 2015. C. 213–227.
3. Bátyi Szilvia. Hévíz: nyelvi tájkép orosz ecsettel. *Alkalmazott Nyelvtudomány*. 2014, XIV(1–2). C. 21–34.
4. Bátyi Szilvia. The place-making activity of Russian in Hungary. In: Kristina Cergol Kovačević – Sanda Lucija Udier (Eds.). *Multidisciplinary Approaches to Multilingualism: Proceedigs from the CALS conference 2014*. Frankfurt am Main, Peter Lang Verlag, 2015. C. 127–143.
5. Ben-Rafael E., Shohamy E., Amara M. H. & Trumper-Hecht N. Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel. In: D. Gorter (Ed.). *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters, 2006. C. 7–30.
6. Beregszászi A. „Csata” a szimbolikus térért, avagy a látható/láthatatlan anyanyelv. In: Beregszászi A. és Papp R. (szerk.). *Kárpátalja. Társadalomtudományi tanulmányok*. Budapest–Beregszász, MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet–II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, 2005. C. 158–163.
7. Berghauer Sándor. *A turizmus mint kitörési pont Kárpátalján (?)*. Doktori értekezés. Pécs, Pécsi Tudományegyetem, 2012., 214 c.

8. Cabal-Guarro M. Is Russian decommodifying in Catalonia? In: *Russian Journal of Linguistics*. 2017, 21(3). C. 605–619.
9. Csernicskó Istvá. Мовна політика і мовний ландшафт сучасного Закарпаття в історичному плані (1900–1944 pp.). In: Bárány E., Csernicskó I. (ред.). *Українсько-угорські міжмовні контакти: минуле і сучасність. Матеріали міжнародної наукової конференції*. Ужгород : Вид-во В. Падяка, 2014. C. 48–66.
10. Csernicskó István. A kárpátaljai magyar kisebbség nyelvmegtartásáról és gazdasági életképességéről a nyelvi tájkép tükrében. In: *Metszetek*. 2018/1. Vol. 7. C. 119–141.
11. Csernicskó István. Fények és árnyak. Kárpátalja nyelvi tájképéből. Ungvár, Authdor-Shark, 2019. 240 c.
12. Da Silva E. & Heller M. From protector to producer: The role of the State in the discursive shift from minority rights to economic development. In: *Language Policy*. 2009, 8. C. 95–116.
13. Dal Negro S. Local policy modeling the linguistic landscape. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.). In: *Linguistic landscape. Expanding the scenery*. New York & London, Routledge, 2009. C. 206–218.
14. Dégi Zs. The Linguistic Landscape of Miercurea Ciuc (Csíkszereda). *Acta Universitatis Sapientiae: Philologica*. 2012, 4 (2). C. 341–356.
15. Gorter D. A nyelvi tájkép tanulmányozása: bevezetés a tudományterületbe. In: *Regio*. 2017, 25/3. C. 31–49.
16. Heller M., Pujolar J. & Duchêne A. Linguistic commodification in tourism. In: *Journal of Sociolinguistics*. 2014, 18(4). C. 539–566.
17. Heltai B. É. Többnyelvűség, turizmus, új migráció és gazdaság: Átalakuló interetnikus kapcsolatok és a többnyelvűség új formái egy németek, finnek, magyarok és cigányok lakta településen. In: *Így kutattunk mi! Tanulmánykötet II*. Budapest, Közigazgatási és Igazságügyi Hivatal, 2014. C. 9–20.
18. Hires-László Kornélia. Nyelvi tájkép és etnicitás Beregszászon. In: Márku A., Hires-László K. (szerk.). *Nyelvoktatás, kétnyelvűség, nyelvi tájkép: Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból*. Ungvár, Atdor-Shark, 2015. C. 160–185.
19. Holecz M., Bartha Cs. & Varjasi Sz. Új paradigma vagy térfoglalás? Nyelvhasználók a periférián és a többnyelvűség kritikai (nyelvi) tájképe. In: *Általános Nyelvészeti Tanulmányok XXVIII*. 2016. C. 73–89.
20. Kallen J. Tourism and representation in the Irish linguistic landscape. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. London, Routledge, 2009. C. 270–283.
21. Karmacsi Zoltán. Település-és utcanevék Kárpátalja magyarlakta településein. In: Beregszászi A., Hires-László K. (szerk.). *Mesztel falakon túl: Születésnap kiadvány a Kótyuk István tiszteletére*. Beregszász, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, 2014a. C. 87–98.
22. Karmacsi Zoltán. Vizuális kétnyelvűség: az új nyelvtörvény adta lehetőségek. In: Bárány E., Csernicskó I. (szerk.). *Az ukrán-magyar nyelvi kapcsolatok múltja és jelene. Nemzetközi tudományos konferencia előadásai*. Ungvár, V Pagyaka Kiadó, 2014b. C. 120–131.
23. Karmacsi Zoltán. A nyelvi tájkép változásának egy aspektusa. In: Márku Anita és Tóth Enikő (szerk.). *Többnyelvűség, regionalitás, nyelvoktatás. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból III.*, RIK-U, Ungvár. 2017. C. 54–61.
24. Karmacsi Zoltán. Kárpátalja turisztikai vonzerőinek nyelvi tájképe. In: *Metszetek*. 2018/1. Vol. 7. 2018a. C. 91–118.
25. Karmacsi Zoltán. Egy kárpátaljai gasztrofesztivál nyelvi tájképe. In: Nagy-Kolozsvári Enikő & Kovács Szilvia (szerk.). *Multikulturalizmus és diverzitás a 21. században*. Absztraktkötet. Ungvár: RIK-U Kft., 2018b. C. 136–139.
26. Karmacsi Zoltán. Turizmus és nyelvi tájkép, Tódor Erika-Mária; Tankó Enikő; Dégi Zsuzsanna (szerk.). *Nyelvi tájkép, nyelvi sokszínűség. Nyelvhasználat, nyelvi tájkép és gazdasági élet (I.)*. Kolozsvár: Scientia, 2018c. C. 211–221.
27. Karmacsi Zoltán. Linguistic Landscape of Transcarpathia's Tourism. In: Csernicskó István, Márku Anita (szerk.). *A nyelvészet műhelyeiből. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból V*. Ungvár: Atdor-Shark, 2019a. C. 101–124.
29. Karmacsi Zoltán. Kárpátaljai gasztrofesztiválok nyelvi tájképe. In: Lajos Katalin, Tapodi Zsuzsa (szerk.). *Köztes terek*. Scientia, Kolozsvár, 2019b. C. 299–317.
30. Laitinen M. & Zabrodszkaja A. Dimensions and dynamics of sociolinguistic landscapes in Europe. In: M. Laitinen & A. Zabrodszkaja (Eds.). *Dimensions of Sociolinguistics Landscapes in Europe. Materials and Methodological Solutions*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 2015. C. 11–25.
31. *Національний атлас України*. Київ : Державне науково-виробниче підприємство «Картографія», 2009., 440 c.
32. Pachné Heltai B. *Nyelvcseré és szezonális migráció egy többnyelvű magyarországi közösségben. Nyelvi gyakorlatok, ideológiák és kommodifikáció társadalmi folyamatok nexusában*. Budapest, ELTE. PhD-értekezés. 2017., 241 c.
33. Pavlenko A. Multilingualism in Post-Soviet Countries: Language Revival, Language Removal, and Sociolinguistic Theory. In: *The International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*. 2008, 11 (3–4). C. 275–314.

34. *Zakarpattia Region*. Ukraine Today: Catalog of leading enterprises of Ukraine. 2015. Available at: [www.rada.com.ua/eng/RegionsPotential/Zakarpattia](http://www.rada.com.ua/eng/RegionsPotential/Zakarpattia).
35. Sass Enikő. Kárpátalja Ukrajna turizmusában betöltött pizíciójának vizsgálata. In: Szónoky Ancsin G. (szerk.). *Magyarok a Kárpát-medencében: Tudományos nemzetközi konferencia* CD-ROM, Szeged, (kiadó nélkül), 2008. C. 465–476.
36. Sass Enikő. A kárpátaljai falusi turizmus múltja, jelene és jövőképe. In: Aubert A., Gyuricza L., Huszti Zs. (szerk.). *A kultúra turizmusa a turizmus kultúrája*. Pécs, IDRResearch Kft.; Publikon, 2012. C. 529–549.
37. Sass Enikő. Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján. In: Jászberényi M., Zátori A. & Ásványi K. (szerk.): *Fesztiválturizmus*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2016. C. 368–382.
38. Shohamy E. *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. London, Routledge, 2006. 185 c.
39. Shohamy E. LL research as expanding language and language policy. In: *Linguistic Landscape*. 2015. 1(1/2). C. 152–171.
40. Spolsky B. *Language management*. Cambridge, 2009. CUP. DOI: 10.1017/CBO9780511626470.
41. Термальні води. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення : 28.11.2017).
42. Термальні джерела в Україні. Available at: <https://tsikaviy-svit.com/> (дата звернення : 29.11.2017).
43. *Туристические маршруты Закарпатья*. Закарпатская обласная государственная администрация.
44. Thurlow C. & Jaworski A. *Tourism Discourse: Language and Global Mobility*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 2010. 291 c.
45. Tóth Enikő. A magyar nyelv megjelenése Badaló és Halábor nyelvi tájképében. *Limes – 2014. A II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola tudományos évkönyve, I. évfolyam*. Ungvár, V. Pagyak Kiadója, 2014a. C. 57–64.
46. Tóth Enikő. Mezőgecse község nyelvi tájképe: szociolingvisztikai elemzés. In: *Студії з філології та журналістики*. Ужгород, Видавництво ФОП Бреза, 2014b. Вип. 2. C. 410–412.

#### References

1. Baranyi, Béla (Ed.). (2009). *Kárpátalja* [Transcarpathia]. Pécs–Budapest: MTA Regionális Kutatások Központja – Dialóg Campus Kiadó 541 (in Hung.).
2. Bartha, Csilla, Laihonen, Petteri & Szabó Tamás Péter (2015). Nyelvi tájkép kisebbségben és többségben. Egy új kutatási területről [Linguistic landscape in minority and majority. A new field of research]. In: Kozmács I. (ed.): *Kétnyelvűségi szöveggyűjtemény [Bilingualism textbook]*. Nyitra: Nyitra Konstantin Filozófus Egyetem Közép-európai Tanulmányok Kara, 213–227 (in Hung.).
3. Bátyi, Szilvia (2014). Hévíz: nyelvi tájkép orosz ecsettel [Hévíz: linguistic landscape with Russian brush]. In: *Alkalmazott Nyelvtudomány*, XIV(1–2), 21–34 (in Hung.).
4. Bátyi, Szilvia (2015). The place-making activity of Russian in Hungary. In: Kristina Cergol Kovačević & Sanda Lucija Udier (Eds.). *Multidisciplinary Approaches to Multilingualism: Proceedigs from the CALS conference 2014*. Frankfurt am Main: Peter Lang Verlag, 127–143 (in Eng.).
5. Ben-Rafael, E., Shohamy, E., Amara, M. H. & Trumper-Hecht, N. (2006). Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel. In: D. Gorter (Ed.). *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. Clevedon: Multilingual Matters, 7–30 (in Eng.).
6. Beregszászi, A. (2005). „Csata” a szimbolikus térért, avagy a látható / láthatatlan anyanyelv [„Battle” for symbolic space or the visible / invisible mother tongue]. In: Beregszászi A. és Papp R. (Eds.). *Kárpátalja. Társadalomtudományi tanulmányok* [Transcarpathia. Social science studies]. Budapest–Beregszász: MTA Etnikai-nemzeti Kisebbségkutató Intézet–II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, 158–163 (in Hung.).
7. Berghauer, Sándor (2012). *A turizmus mint kitörési pont Kárpátalján (?)*. Doktori értekezés [Tourism as a breakout point in Transcarpathia (?). PhD thesis]. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, 214 (in Hung.).
8. Cabal-Guarro, M. (2017). Is Russian decommodifying in Catalonia? In: *Russian Journal of Linguistics*, 21 (3), 605–619 (in Eng.).
9. Csernicskó, István (2014). Movna polityka i movnyj landshaft suchasnoho Zakarpattia v istorychnomu plani (1900–1944 rr.) [Language policy and language landscape of modern Transcarpathia in historical terms (1900–1944)]. In: Bárányi E. & Csernicskó I. (Eds.). *Ukrains'ko-uhors'ki mizhmovni kontakty: mynule i suchasnist'* [Ukrainian-Hungarian interlanguage contacts: past and present]: Materialy mizhnarodnoi naukovoii konferentsii. Uzhhorod, Vyd-vo V. Padiaka, 48–66 (in Ukr.).
10. Csernicskó, István (2018). A kárpátaljai magyar kisebbség nyelvmegtartásáról és gazdasági életképességéről a nyelvi tájkép tükrében [On language maintenance and economic viability of the Hungarian minority in Transcarpathia in the light of the linguistic landscape]. In: *Metszetek*, 7, 2018/1, 119–141 (in Hung.).
11. Csernicskó, István (2019). Fények és árnyak. Kárpátalja nyelvi tájképéből. [Lights and shadows. From the linguistic landscape of Transcarpathia]. Ungvár: Authdor-Shark (in Hung.).
12. Da Silva, E. & Heller, M. (2009). From protector to producer: The role of the State in the discursive shift from minority rights to economic development. In: *Language Policy*, 8, 95–116 (in Eng.).
13. Dal Negro, S. (2009). Local policy modeling the linguistic landscape. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.). *Linguistic landscape. Expanding the scenery*. New York & London, Routledge, 206–218 (in Eng.).
14. Dégi, Zs. (2012). The Linguistic Landscape of Miercurea Ciuc (Csíkszereda). In: *Acta Universitatis Sapientiae: Philologica*, 4(2), 341–356 (in Eng.).

15. Gorter, D. (2017). A nyelvi tájkép tanulmányozása: bevezetés a tudományterületbe [The study of the linguistic landscape: an introduction to the discipline]. In: *Regio*, 25/3, 31–49 (in Hung.).
16. Heller, M., Pujolar, J. & Duchêne, A. (2014). Linguistic commodification in tourism. In: *Journal of Sociolinguistics*, 18(4), 539–566 (in Eng.).
17. Heltai, B. É. (2014). Többsnyelvűség, turizmus, új migráció és gazdaság: Átalakuló interetnikus kapcsolatok és a többsnyelvűség új formái egy németek, finnek, magyarok és cigányok lakta településen [Multilingualism, tourism, new migration and economy: transforming inter-ethnic relations and new forms of multilingualism in a settlement of Germans, Finns, Hungarians and Gypsies]. In: *Így kutattunk mi! Tanulmánykötet II* [That's how we searched! Textbook II]. Budapest: Közigazgatási és Igazságügyi Hivatal, 9–20 (in Hung.).
18. Hires-László, Kornélia (2015). Nyelvi tájkép és etnicitás Beregszászon [Linguistic landscape and ethnicity in Berehovo]. In: Márku, A. & Hires-László, K. (Eds.). *Nyelvoktatás, kétnyelvűség, nyelvi tájkép: Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból* [Language teaching, bilingualism, linguistic landscape: studies from the research of the Antal Hodinka Centre for Linguistic Research]. Ungvár: Autdor-Shark, 160–185 (in Hung.).
19. Holecz, M., Bartha, Cs. & Varjasi, Sz. (2016). Új paradigma vagy térfoglalás? Nyelvhasználók a periférián és a többsnyelvűség kritikai (nyelvi) tájképe [New paradigm or occupation of space? Language users on the periphery and the critical (linguistic) landscape of multilingualism]. In: *Általános Nyelvészeti Tanulmányok XXVIII*, 73–89 (in Hung.).
20. Kallen, J. (2009). Tourism and representation in the Irish linguistic landscape. In: E. Shohamy & D. Gorter (Eds.). *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. London: Routledge, 270–283 (in Eng.).
21. Karmacsi, Zoltán (2014a). Település- és utcanevek Kárpátalja magyarlakta településein [Settlement and street names in Hungarian settlements of Transcarpathia]. In: Beregszászi, A., Hires-László, K. (szerk.). *Meszelt falakon túl: Születésnapi köszöntő kötet Kótyuk István tiszteletére* [Beyond whitewashed walls: a birthday book in honour of István Kótyuk]. Beregszász: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, 87–98 (in Hung.).
22. Karmacsi, Zoltán (2014b). Vizuális kétnyelvűség: az új nyelvtörvény adta lehetőségek [Visual bilingualism: the opportunities offered by the new language law]. In: Bárány E., Csernicskó I. (Eds.). *Az ukrán–magyar nyelvi kapcsolatok múltja és jelene. Nemzetközi tudományos konferencia előadásai* [The past and present of Ukrainian-Hungarian language relations. Papers presented at an international scientific conference]. Ungvár: V Pagyaka Kiadó, 120–131 (in Hung.).
23. Karmacsi, Zoltán (2017). A nyelvi tájkép változásának egy aspektusa. [One aspect of the changing linguistic landscape]. In: Márku, Anita és Tóth, Enikő (Eds.). *Többsnyelvűség, regionalitás, nyelvoktatás. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból III* [Multilingualism, regionalism, language teaching. Studies from the research of the Antal Hodinka Centre for Linguistic Research III]. Ungvár: RIK-U Kft., 54–61 (in Hung.).
24. Karmacsi, Zoltán (2018a). Kárpátalja turisztikai vonzerőinek nyelvi tájképe [Linguistic landscape of tourist attractions in Transcarpathia]. In: *Metszetek*, 2018/1, 7, 91–118 (in Hung.).
25. Karmacsi, Zoltán (2018b). Egy kárpátaljai gasztrofesztivál nyelvi tájképe [The linguistic landscape of a gastronomic festival in Transcarpathia]. In: Nagy-Kolozsvári, Enikő & Kovács, Szilvia (Eds.). *Multikulturalizmus és diverzitás a 21. században. Absztraktokötet* [Multiculturalism and diversity in the 21st century. Abstracts]. Ungvár: RIK-U Kft., 136–139 (in Hung.).
26. Karmacsi, Zoltán (2018c). Turizmus és nyelvi tájkép [Tourism and linguistic landscape]. In: Tótor Erika-Mária, Tankó Enikő & Dégi Zsuzsanna (Eds.). *Nyelvi tájkép, nyelvi sokszínűség. Nyelvhasználat, nyelvi tájkép és gazdasági élet (I.)*. [Linguistic landscape, linguistic diversity. Language use, linguistic landscape and economic life (I.)]. Kolozsvár: Scientia, 211–221 (in Hung.).
27. Karmacsi, Zoltán (2019a). Linguistic Landscape of Transcarpathia's Tourism. In: Csernicskó, István & Márku, Anita (Eds.). *A nyelvészet műhelyeiből. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból V*. [From the linguistics workshops. Studies from the research of the Antal Hodinka Centre for Linguistic Research V]. Ungvár: Autdor-Shark, 101–124 (in Eng.).
28. Karmacsi, Zoltán (2019b). Kárpátaljai gasztrofesztiválok nyelvi tájképe [Linguistic landscape of gastronomic festivals in Transcarpathia]. In: Lajos Katalin, Tapodi Zsuzsa (Eds.). *Köztes terek* [Spaces in between]. Kolozsvár: Scientia, 299–317 (in Hung.).
29. Laitinen, M. & Zabrodszkaja, A. (2015). Dimensions and dynamics of sociolinguistic landscapes in Europe. In: M. Laitinen & A. Zabrodszkaja (Eds.). *Dimensions of Sociolinguistics Landscapes in Europe. Materials and Methodological Solutions*. Frankfurt am Main: Peter Lang, 11–25 (in Eng.).
30. Natsional'nyj atlas Ukrainy (2009). Kyiv: Derzhavne naukovy-vyrobnyche pidpryemstvo «Kartohrafiia», 440 (in Ukr.).
31. Pachné, Heltai B. (2017). *Nyelvcseré és szezonális migráció egy többsnyelvű magyarországi közösségben. Nyelvi gyakorlatok, ideológiák és kommodifikáció társadalmi folyamatok nexusában* [Language exchange and seasonal migration in a multilingual Hungarian community. Language practices, ideologies and commodification in the nexus of social processes]. Budapest: ELTE. PhD-értekezés, 241 (in Hung.).
32. Pavlenko, A. (2008). Multilingualism in Post-Soviet Countries: Language Revival, Language Removal, and Sociolinguistic Theory. In: *The International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 11 (3–4), 275–314 (in Eng.).

33. *Zakarpattia Region*. Ukraine Today: Catalog of leading enterprises of Ukraine. Available at: [www.rada.com.ua/eng/RegionsPotential/Zakarpattia](http://www.rada.com.ua/eng/RegionsPotential/Zakarpattia) (in Eng.).
34. Sass, Enikő (2008). Kárpátalja Ukrajna turizmusában betöltött pizíciójának vizsgálata [Investigating the potential of Transcarpathia for tourism in Ukraine]. In: Szónoky, Ancsin G. (szerk.). *Magyarok a Kárpát-medencében: Tudományos nemzetközi konferencia*, CD-ROM [Hungarians in the Carpathian Basin: international scientific conference, CD-ROM]. Szeged: (kiadó nélkül), 465–476 (in Hung.).
35. Sass, Enikő (2012). A kárpátaljai falusi turizmus múltja, jelene és jövőképe [The past, present and future of rural tourism in Transcarpathia]. In: Aubert, A., Gyuricza, L. & Huszti Zs. (Eds.). *A kultúra turizmusa a turizmus kultúrája* [Tourism of culture is the culture of tourism]. Pécs: IDRResearch Kft.; Publikon, 529–549 (in Hung.).
36. Sass, Enikő (2016). Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján [Analysis of the festivals in Transcarpathia based on their web presence]. In: Jászberényi, M., Zátori, A. & Ásványi K. (Eds.). *Fesztiválturizmus. [Festival tourism]*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 368–382 (in Hung.).
37. Shohamy, E. (2006). *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. London: Routledge, 185 (in Eng.).
38. Shohamy, E. (2015). LL research as expanding language and language policy. In: *Linguistic Landscape*, 1 (1/2), 152–171 (in Eng.).
39. Spolsky, B. (2009). *Language management*. Cambridge: CUP. DOI: 10.1017/CBO9780511626470 (in Eng.).
40. Termal’ni vody. Available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (in Ukr.).
41. Termal’ni dzherela v Ukraini. Available at: <https://tsikaviy-svit.com/> (in Ukr.).
42. Tóth, Enikő (2014a). A magyar nyelv megjelenése Badaló és Halábor nyelvi tájképében [The appearance of the Hungarian language in the linguistic landscape of Badaló and Halábor]. In: *Limes – 2014. A II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola tudományos évkönyve, I. évfolyam*. Ungvár, V. Pagyak Kiadója, 57–64 (in Hung.).
43. Tóth, Enikő (2014b). Mezőgecse község nyelvi tájképe: szociolingvisztikai elemzés [Linguistic landscape of the village of Mezőgecse: sociolinguistic analysis]. In: *Studii z filolohii ta zhurnalistyky*. Uzhhorod, Vydavnytstvo FOP Breza, 2, 410–412 (in Hung.).
44. Turystycheskye marshruty Zakarpat’ia. Zakarpatskaia oblasnaia hosudarstvennaia admynstratsyia (in Russ.).
45. Thurlow, C. & Jaworski, A. (2010). *Tourism Discourse: Language and Global Mobility*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan, 291 (in Eng.).

## WINE AND BOGRACH, OR THE APPEARANCE OF LANGUAGES IN THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF TRANSCARPATHIAN GASTRONOMIC FESTIVALS

**Zoltán Karmacsi, PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Philology,  
Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education  
(Berehove, Ukraine)**

e-mail: [karmacsi.zoltan@kmf.org.ua](mailto:karmacsi.zoltan@kmf.org.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1483-9750>

**Enikő Sass, PhD in Earth Science, Associate Professor of the Department of Geography and  
Tourism, Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education  
(Berehove, Ukraine)**

e-mail: [sass.eniko@kmf.org.ua](mailto:sass.eniko@kmf.org.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8166-4535>

**Abstract. Introduction.** *In addition to natural, historical and cultural attractions, more and more places in Transcarpathia offer organised programmes for tourists. The region's festivals are dominated by folk art and folklore festivals, with gastronomy festivals in second place. Gastronomic festivals (especially wine festivals) are gaining ground in the festival tourism of Transcarpathia and attract a significant number of domestic visitors.*

**Purpose.** *The present study attempts to map the linguistic landscape of the emerging gastronomic festivals in Transcarpathia, with a detailed focus on the two best-known festivals organised in the Hungarian settlements (International Butcher Competition of Hecha, International Wine Festival of Berehove). The festivals are presented mainly on the basis of participant observations made in 2018–2019, as well as news and information published on online platforms and news portals, because most festivals have been canceled until the spring of 2022 due to the coronavirus epidemic.*

**Results and conclusion.** *The linguistic landscape of festivals and festival-like events in Transcarpathia are strongly dominated by the state language, Ukrainian. The languages of the Transcarpathian minorities appear only rarely alongside the state language, and even less frequently (or not at all) and only at the lexeme or syntagma level, other foreign languages such as English. In the festivals of the Hungarian settlements, the symbolic linguistic space is characterised by bilingual signs and a slight dominance of Ukrainian language. The proportion of languages appearance also depends on the target audience and the needs of the festival, and on the area of the festival depending on the ethnicity of Transcarpathia. In other words, in practice, this means that festivals of local significance in the Hungarian-speaking areas have a bilingual symbolic space alongside the dominance of the Hungarian language. On the other hand, festivals of greater interest, such as the International Butcher Competition of Hecha or the International Wine Festival of Berehove, remain bilingual only in their main image, but the symbolic space of the festival area is dominated by the majority language.*

**Keywords:** *Transcarpathia, gastronomic festival, linguistic landscape, bilingualism.*

Надійшла до редакції: 17.06.22

Прийнято до друку: 26.08.22