



УДК 811.161.2'373.21

DOI <https://doi.org/10.15407/nz2024.04.793>

## МІКРОТОПОНІМИ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ КАРПАТ

Наталія СОКІЛ-КЛЕПАР

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4156-5978>

доцентка,

Львівський національний університет імені Івана Франка,  
кафедра української мови імені професора Івана Ковалика,  
вул. Університетська, 1, 79001, Львів, Україна,  
e-mail: nsokil@ukr.net

Проаналізовано ергоніми, утворені від мікротопонімів із різною мотивацією (орографічною, гідрографічною, фітографічною тощо). Такі назви використовують туристичні заклади регіону Карпат. *Актуальність* дослідження — зацікавлення етнотуризмом, зростання кількості туристичних закладів, необхідність збереження культурної спадщини. *Об'єкт* дослідження — туристичні заклади Карпат відмікротопонімної етимології. *Мета* — проаналізувати ергооб'єкти відмікротопонімного творення, з'ясувати причини вибору, нормативність уживання, специфіку творення таких одиниць в етнотуристичному просторі Карпат. *Новизна* — погляд на мікротопоніми в контексті комерційної номінації, виявлення тенденцій у сучасній ергонімії. *Хронологічні межі дослідження* — початок ХХІ ст.; *географічні* — територія заходу України. *Методологія дослідження* — використано елементи дескриптивного та структурного методів. Виявлено, що найчастіше трапляються назви, пов'язані з рельєфом місцевості, гідрографічними та фітографічними об'єктами, землегосподарською діяльністю. Особливу увагу зосереджено на питаннях нормативності вживання відмікротопонімних ергонімів, а також впливу мовних та культурних чинників на процес назвотворення. Загалом мікротопоніми відіграють важливу роль у формуванні бренду туристичного закладу, оскільки надають йому унікальності й автентичності. Водночас, використання мікротопонімів у комерційних цілях потребує відповідального підходу з метою збереження культурно-національної цінності та дотримання норм української мови.

**Ключові слова:** мікротопонім, ергонім, етнотуризм, Карпати, комерційна номінація, ономастика.

Nataliia SOKIL-KLEPAR

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4156-5978>

Ph.D., Associate Professor,

The Ukrainian Language Department named after professor  
Ivan Kovalyk,

Lviv Ivan Franko National University,

1, Universitytska Str., 79001, Lviv, Ukraine,

e-mail: nsokil@ukr.net

## MICROTOPYNYMS IN THE TOURISM SPHERE OF THE CARPATHIANS

This article analyzes ergonyms derived from microtoponyms with various motivations (orographic, hydrographic, phyto-graphic, etc.) used by tourist establishments in the Carpathian region.

The study's relevance is rooted in the growing interest in ethnotourism, the increasing number of tourist facilities, and the need to preserve cultural heritage.

The object of study is Carpathian tourist establishments with microtoponymic etymology.

The aim is to analyze ergonyms derived from microtoponyms, identify the reasons for their choice, the normative use, and the specifics of forming such units in the ethnotouristic space of the Carpathians.

The novelty lies in viewing microtoponyms in the context of commercial nomination and identifying trends in modern ergonymy.

The chronological boundaries of the study are the beginning of the 21st century; the geographical boundaries are the territory of western Ukraine. The research methodology employs elements of descriptive and structural methods.

The study revealed that names associated with the terrain («Hora», «Osonnia», «Obich», «Rovin»), hydrographic objects («Burkut», «Hurkalo», «Shypit») and phyto-geographic objects («Bukovets», «Yavirnyk»), as well as agricultural activities («Pohar», «Pustoshak», «Tsarynka»), are the most common. Most of the microtoponyms preserved in the names of recreation facilities actually function on the territory under study (for example, the cottage «Dil», located in Krivopillya, is named on the basis of the real mount *Dil* in this area). Particular attention is paid to issues of the normative use of microtoponymic ergonyms as well as the influence of linguistic and cultural factors on the naming process.

**Conclusion:** Overall, microtoponyms play a significant role in shaping the brand of a tourist establishment, providing it with uniqueness and authenticity. At the same time, the use of microtoponyms for commercial purposes requires a responsible approach to preserve cultural and national values and adhere to the norms of the Ukrainian language.

**Keywords:** microtoponym, ergonym, ethnotourism, Carpathians, commercial nomination, onomastics.

**Вступ.** Мікротопоніми — просторові знаки людського існування, що є сьогодні об'єктом аналізу багатьох наукових досліджень. Так, географічні назви українських теренів студіюють В. Баньої, Л. Білінська, Н. Вебер, О. Заїнчовська, Н. Лісняк, О. Михальчук, О. Мосур, І. Ординська, О. Проць, Л. Сегін, Н. Сокіл-Клепар Я. Янчишина. У цій ономастичній царині представлені певні здобутки, здебільшого, однак, на синхронному матеріалі, менше — на діахронному. Автори реалізують наукові напрацювання з різних поглядів: семантичного, етимологічного, структурного, словотвірного, когнітивного, лінгвокультурологічного, лінгвофольклористичного. Теперішність диктує розуміння мікротопоніма не винятково як лінгвістичного, історичного чи географічного маркера, а й ініціює з'ясування його ролі та функцій в інших, часто не дотичних до гуманітарної царини, науках. Тому мікротопоніми доцільно вивчати в річищі актуальних життєвих сфер.

В Україні доволі активна й розвинена туристична інфраструктура. З'являється чимало фірм, ресторанів, готелів, садиб, гостинних дворів; зазнає швидких темпів і активний відпочинок, особливе місце в якому посідають гірські походи. Для здійснення таких мандрівок необхідний детальний маршрут, головними вузлами в якому є часто (мікро)топоніми. Тому в сучасності набирає обертів етнічний туризм, тобто здійснення подорожей із метою пізнання духовно-матеріальних цінностей певного регіону, етнографічної чи етнічної групи [1, с. 19]. Особливо цікавим у збереженні таких артефактів є територія Карпат, на якій органічно поєднуються різні етнографічні спільноти.

Об'єктом пропонованої статті є туристичні заклади Карпат відмікротопонімної етимології. Основне джерело зафіксованих онімів — сайт [karpaty.info/ua/](http://karpaty.info/ua/) [2]. Територіально ергонімічні об'єкти охоплюють населені пункти Львівської, Івано-Франківської, Закарпатської та частини Чернівецької областей. *Мета статті* — проаналізувати ергооб'єкти відмікротопонімного творення, з'ясувати причини вибору, нормативність уживання, специфіку творення таких одиниць у етнотуристичному просторі Карпат. *Методологія дослідження* — використано елементи дескриптивного та структурного методів.

**Основна частина.** Природні та культурні реалії переплітаються та об'єднуються в «етнокультурні ландшафти». Мікротопоніми апіорі містять у собі етнокультурне начало, бо вони є пізнавальними елементами сприйняття географічного обширу, який реалізує форми буття етносу. Дослідники виокремлюють такі типи етнокультурних ландшафтів, що формуються на основі поєднання: 1) господарської діяльності і природних умов; 2) природних умов, розселення, традицій і побуту; 3) матеріальної і духовної культури; 4) елементів туристичної інфраструктури (готелі, туристичні комплекси, садиби) [3, с. 263].

Відомо, що складовою туристичного бізнесу є влучна, всеохопна, цікава назва. Це важливий елемент брендингу та функціонування на ринку. У лінгвістиці процес створення назви позначають термінами апеллятивна або ж онімна номінація. Що ж до формування імен комерційних об'єктів, то сьогодні панівним є термін неймінг — це присвоєння комерційно релевантного імені. Комерційна номінація — це мовна номінація, орієнтована на отримання комерційного ефекту [4, с. 192]. Звісно, назва повинна бути оригінальною, легкою для запам'ятовування, з позитивною асоціацією та цікавою для реципієнтів. Тож для того, щоб бути помітним на ринку, вирізнитися серед типових туристичних об'єктів, необхідно вдало дібрати назву, оскільки саме вона стане засобом залучення уваги для потенційних клієнтів.

Дослідники виокремлюють такі критерії формування комерційної назви: «*маркетологічний* (назва бренду має відповідати його сутності, змістовим характеристикам вироблюваної продукції чи наданої послуги), *фоностилістичний* (повинна легко запам'ятовуватись та просто вимовлятися), *лінгвокультурний* (має викликати необхідні асоціації, позитивні емоції тощо), *правовий* (повинна узгоджуватись з нормативно-законодавчою базою)» [5, с. 622].

В ономастиці основи творення, функціонування власних назв на позначення певного об'єднання людей (організації, партії, установи, заклади та інше) вивчає ергоніміка [6, с. 85]. Ергоніми ділять на декілька типів: 1) уже наявні в мові слова (апеллятиви та пропріативи), 2) нові слова (неологізми), 3) словосполучення, 4) речення. На думку україн-

ської дослідниці М. Зимовець, найчастіше «ергоніми виникають шляхом трансонімізації основних ономастичних розрядів: а) топонімів; б) антропонімів; в) міфонімів; г) космонімів тощо. Топоніми різних підвидів (гідроніми, ороніми, хороніми, ойконіми, урбаноніми) виступають як активне джерело поповнення ергономікону з огляду на те, що вони містять істотну інформацію про місце діяльності компанії» [7, с. 35]. Для номінації туристичних ергооб'єктів пріоритетним є саме перший тип. Тому не дарма номінатори вдаються до використання локальних географічних найменувань.

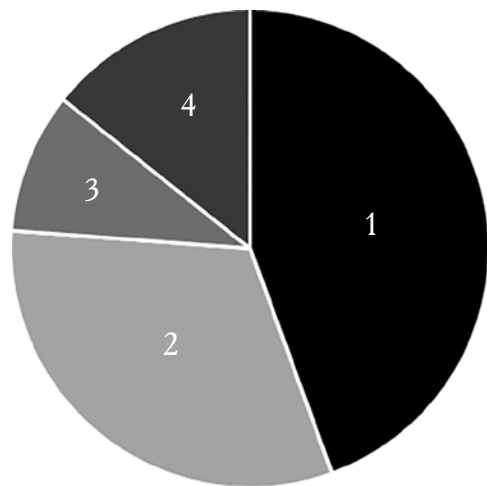
Зважаючи на те, що основну увагу сфокусовано на туристичних об'єктах рекреаційної зони Карпат, то й серед виявлених відмікротопонімних ергонімів домінують такі, що мотивовані власне **орографічною лексикою**: «Берда» (Зелене), «Близнеці» (Волосянка), «Вершина» (Яремче), «Гімба» (готель — Пилипець), «Глифа» (Верховина), «Гора» (Поляниця), «Горгани» (Яблуниця), «Груник» (Яремче), «Дзвін Синьогори» (Гута), «Діл» (Кривопілля), «Дорога на Петрос» (Лазещина), «Звенів» (Орявчик), «Зелеміль» (Тухля), «Кичера» (Воловець; Красник; Мигове), «Магурка 5, 7» (Верховина), «Магурка 2, 3, 6, 8» (Верховина), «Обічка» (Пилипець), «Осоння» (Східниця), «Піги» (Татарів), «Плай» (Верховина), «Резорт Тростяні» (Славськo), «Ровінь» (Славськo), «Синьогірська» (Гута), «Скарби Чорногори» (Зелене), «Смотрич» (Дзембрoня), «Шпіль» (Ворохта).

Другою за частотністю є **гідрографічна** мотивація: «Бринівчанка» (Плав'я), «Буркут» (Верховина; Ільці), «Волоський Потік» (Ізки), «Гірський Прутець» (Поляниця), «Глибокий потік» (Орявчик), «Гуркало» (Корчин), «За Рікою» (Келечин), «Зарінок» (Волосянка; Пилипець; Сколе), «Квасовець» (Колочава), «На зарінку» (Славськo), «На Заріччі» (Криворівня), «На лузі» (Верхній Студений), «Прутєць» (Яблуниця), «Студений потік» (Нижній Потік), «Теплиця» (Виноградів), «У Квасу» (Келечин), «Шале на зарінку» (Ізки), «Шипит» (Пилипець).

Менше зафіксовано ергонімів, що походять від мікротопонімів із **фітографічними** мотиваторами: «Буковець» (Яремче), «Під Явором» (Ворохта), «Під Ясенем» (Верховина), «Сітний» (Ква-

си), «Явірник» (Плав'я), «Ялівець» (Орявчик); із **землеробською** (господарською) лексикою в основі: «Дикий зруб» (Ворохта), «Еко Центр Зруб» (Майдан), «Монте Погар» (Славськo), «Погар» (Славськo), «Пустошак» (Біласовиця), «Теребля» (Колочава), «Хатки під Погаром» (Славськo), «Хатки під Погаром — 4» (Славськo), «Царинка» (Нижня Рожанка).

Частотність уживання відмікротопонімних ергонімів із проаналізованими мотиваторами представимо графічно:



1 — орографічні; 2 — гідрографічні; 3 — фітографічні; 4 — землеробські

Загалом серед аналізованих ергонімів трапляються ті, у яких домінують гідротерміни. У такому разі онімні ознаки нівелюються та переважають радше апелятивні («Біля ріки», «Садиба над потоком», «Хатина біля потоку»). Тому можна стверджувати, що подібні власні назви творилися радше від географічних номенів, аніж безпосередньо від мікрогідронімів. До прикладу, варто сюди віднести й рельєфні одиниці на кшталт «На горі», «Коло гір», «Біля дороги».

Необхідно зауважити, що більшість одиниць туристичної інфраструктури мотивована реальними мікротопонімами, що перебувають у лексичному активі жителів досліджуваних населених пунктів. Скажімо, така закономірність простежена в низці населених пунктів Івано-Франківської області (Верховина: присілок, гора Глифа / Глифка → апелятив глифа «гора з стрімчастими схилами; вершина гори» [8, с. 111—112], джерело Буркут → апелятив буркут «джерело мінеральної води» [9, с. 68]; Кривопілля:

гора *Діл* → апелятив *діл* «гірський хребет, вершина гори; гора, яка розділює два села, дві долини; горб, пригірок; вододіл» [8, с. 124]; Яремче: хребет *Буковець* → апелятив *бук овець* «місце, вкрите буковим лісом» [8, с. 42] та інші.

Як було простежено, для розмежування кількох однотипних об'єктів номінатори застосовують числові диференціатори («*Магурка 5, 7*», «*Магурка 2, 3, 6, 8*»), «*Хатки під Погаром — 4*». Гадаю, це не зовсім вдалий тип комерційного іменування, адже він не містить креативу і не зовсім зрозумілий. Узагалі сама назва «*Магурка*» відходить на задній план, адже реципієнт оперуватиме здебільшого нумеративним елементом ергоніма.

За структурою досліджувані назви об'єктів найчастіше однокомпонентні, що повністю відповідає нормам онімоторення. Та інколи для розширення характеристики ергоніма номінатори використовують двокомпонентні одиниці, що є поєднанням іменників: «*Відлуння Тростяну*» (Славсько), «*Квітка Горган*» (Синевирська Поляна) «*Княжна Чорногори*» (Верховина), «*Маєток Горгани*» (Красний), «*Будинок Бескид*» (Сколе), «*Підгір'я Тростяну*» (Славсько), «*Садиба Кукулька*» (Славсько), «*Садиба Чорногора*» (Яремче), «*Шале Горган*» (Микуличин). У таких моделях лексемами-ідентифікаторами переважно виступають апелятиви *садиба*, *будинок*, *шале*, *маєток*.

З-поміж двокомпонентних ергонімів домінує модель прикметник + іменник, що здебільшого рівнозначна єдиній назві мікролокусу: «*Сива гора*» (Гута), «*Синевирський Перевал*» (Синевир), «*Панська Ровінь*» (Мохнате), «*Тустанське підгороддя*» (Підгородці), «*Чорна скеля*» (Виноградів).

Локативні ознаки мікротопонімів виражають прийменникові утворення. Поява ергоніма прийменникового формату може бути спричинена: а) абсолютним переходом прийменникового мікротопоніма в ергонім; б) вказівкою на розташування ергооб'єкта поруч із певним географічним об'єктом. Отже, на території Карпат виявлено одиниці з прийменниками:

**під:** «*Під Бердою*» (Хітар), «*Під Великим Верхом*» (Пилипець), «*Під Вухатим Камнем*» (Дземброня), «*Під горою Красна*» (Колочава), «*Під горою Погар*» (Славсько), «*Під горою*» (Во-

ловець), «*Під Магурою*» (Пилипець), «*Під Пікуєм*» (Біласовиця), «*Під Плаєм*» (Воловець), «*Під Соколією*» (Путила), «*Під Хом'яком*» (Татарів), «*Під Явором*» (Ворохта), «*Під Ясенем*» (Верховина);

**на:** «*На Великім*» (Яремче), «*На горбі*» (Славсько), «*На Горбочку*» (Подобовець), «*На горі*» (Славсько), «*На Кузьовому горбку*» (Тухолька), «*На пагорбі*» (Тисовець), «*На зарінку*» (Славсько), «*На Заріччі*» (Криворівня), «*На куті*» (Плав'я), «*На лузі*» (Верхній Студений);

**біля / коло:** «*Біля дороги*» (Келечин), «*Біля Писаного Камня*» (Буковець), «*Біля Погару*» (Славсько), «*Біля потоку*» (Воловець), «*Біля ріки*» (Воловець), «*Біля Річки*» (Сколе), «*Біля річки*» (Яремче), «*Біля Тростяну*» (Славсько), «*Коло гір*» (Колочава);

**у:** «*У Квасу*» (Келечин), «*У Маркіяна біля Тростяну*» (Славсько), «*У підніжжі Синевиру*» (Синевирська Поляна), «*У Славці*» (Волосянка);

**за:** «*За Рікою*» (Келечин);

**між:** «*Між Тростяном та рікою*» (Славсько).

Для чіткішої локалізації ергооб'єкта номінатори використовують багатокомпонентні структури, наприклад: «*У Маркіяна біля Тростяну*», «*У підніжжі Синевиру*», «*Між Тростяном та рікою*», «*Хитар на ґруні*». Такі найменування доволі громіздкі, що не сприяє їхньому запам'ятовуванню та функціонуванню в узусі.

Ергоніми, звісно, помітне явище в онімнотуристичному просторі Карпат. Такі об'єкти відзначаються високою частотою вживання на сторінках української преси, телебачення, інтернет-ресурсів тощо. Схожі ергоніми — це культурне обличчя населеного пункту, регіону, зрештою — країни. На думку українських ономастів, у сфері сучасної ергонімії часто панує «правописний хаос» [10, с. 73]. Тому масове збільшення кількості ергонімів, відсутність усталених українських традицій називання, інколи низький рівень мовної культури підприємців підвищує ймовірність порушення або й свідомого нехтування норм української літературної мови.

У контексті сказаного вище хочеться зауважити про графічне оформлення ергонімів. Часто вони не відповідають онімним традиціям, адже передаються малими літерами: «*Шале на зарінку*», «*Студений*

потік», «На куті», «На лузі», «На зарінку». Це можна виправдати тільки тоді, якщо один із компонентів відапелятивного творення, та якщо це онім — таке явище неприйнятне.

З-поміж аналізованого матеріалу виявлено назви латинською графікою: «*Chalet Trostian*» (Славсько), «*Grofa*» (Поляниця), «*Gotar*» (Ямельниця), «*Zrub*» (Виженка), «*Zatin*» (Яремче), «*Villa Rogar Resort*» (Славсько). Схожі одиниці запроєктовані швидше для міжнародного загалу та є нечастими в карпатському ергоніміконі. Також зафіксовано й транслітеровані найменування від іншомовних апелятивів (французького *chalet*, італійського *monte*, англійського *resort*): «*Шале Горган*» (Микulichин), «*Резорт Тростяня*» (Славсько), «*Монте Погар*» (Славсько). Такі ергонімі елементи, проте, не відбивають українських реалій та традицій назвотворення.

Варто зауважити, що номінатори не завжди правдиво відтворюють географічні назви, у яких повинен функціонувати звук [г]: *Магурка* → *Магурка*, *Глифа* → *Глифа*, *Гимба* → *Гимба*, *Горгани* → *Горгани*. Ненормативність номінації може проявлятися й на граматичному рівні. Скажімо, назва садиби «*У підніжжі Синевиру*» мала би звучати «*Біля підніжжя Синевиру*».

**Висновки.** Отож, власники туристичних об'єктів серед відмікротопонімних одиниць для номінації ергооб'єктів найчастіше обирають відтопографічні. З одного боку, це звучить для загалу певним чином екзотично: колиба «*Магурка*», садиба «*Біля Погару*», садиба «*Під Тростяном*», садиба «*Зелемінь*», а з іншого — такі ергоніми відразу містять вказівку на краєвидні особливості, на місцевий колорит. Це факт позитивний, що свідчить іще й про своєрідну рекламу мікротопоніма. За структурною специфікою домінують монолексемні одиниці, що пояснюється легкістю сприйняття, кращою здатністю до запам'ятовування, спрощеною вимовою. Щодо нормативності назв у туристичному просторі, то більшість із них відповідає чинній правописній системі української мови. Помилки виявлено поодинокі. Та, все ж, варто пам'ятати, що, створюючи комерційні імена, слід дотримуватися норм, приписів, світоглядних особливостей тієї території, на якій представлено конкретний ергооб'єкт. Назва — це вмістилище культури, традицій, специфіки кожного народу. Тож

варто не забувати про національну самобутність, закодowaną в таких словесних одиницях.

1. Орлова М.Л. *Ресурси етнічного туризму регіону: суспільно-географічна оцінка (на матеріалах Одеської області): автореф. дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.02 «Економічна та спеціальна географія».* Одеса, 2009. 19 с.
2. URL: <https://www.karpaty.info/ua/>.
3. Чаплінський Б., Кібіч А. Проблематика етнокультурного ландшафту Гуцульщини: риси, поділ, збереження. *Наукові записки Вінницького педуніверситету. Серія «Географія».* 2010. Вип. 21. С. 259—265.
4. Тепла О.М. Лінгвістична концепція творення комерційної номінації. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки».* 2012. № 1 (3). С. 192—195.
5. Телетов О.С., Телетова С.Г. Неймінг у системі управління комунікаціями: маркетинговий та лінгвістичний аспекти. *European scientific discussions: abstracts of the 5th International scientific and practical conference. Potere della ragione Editore.* Rome, Italy, 2021. Pp. 620—627.
6. *Словник української ономастичної термінології.* Укладачі: Бучко Д.Г., Ткачова Н.В. Харків: Ранок-НТ, 2012. 256 с.
7. Зимовець Г.В. Структурно-семантичні особливості ергонімів України. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство».* 2009. Вип. 15. Т. 3. С. 33—41.
8. Габорак М. *Назви гір і полонин Івано-Франківщини. Словник-довідник.* Івано-Франківськ: Місто НВ, 2008. 500 с.
9. Габорак М. *Топонімія Галицької Гуцульщини. Етимологічний словник-довідник.* Івано-Франківськ: Місто НВ, 2011. 656 с.
10. Белей О. *Сучасна українська ергонімія: Власні назви підприємств Закарпаття.* Ужгород, 1999. 111 с.

#### REFERENCES

- Orlova, M.L. (2009). *Ethnic tourism resources of the region: socio-geographic assessment (based on the materials of Odesa region): autoref. thesis ... candidate geogr. sciences: 11.00.02 «Economic and special geography».* Odesa [in Ukrainian]. Retrieved from: <https://www.karpaty.info/ua/> [in Ukrainian].
- Chaplinskyi, B., & Kibych, A. (2010). Problems of the ethno-cultural landscape of the Hutsul region: features, division, preservation. *Scientific notes of Vinnytsia Pedagogical University. «Geography» series* (Issue 21, pp. 259—265) [in Ukrainian].
- Tepla, O.M. (2012). Linguistic concept of creating a commercial nomination. *Bulletin of the Dnipropetrovsk University*

- ty named after Alfred Nobel. Series «Philological Sciences», 1 (3), 192—195 [in Ukrainian].
- Teletov, O.S., & Teletova, S.H. (2021). Naming in the communication management system: marketing and linguistic aspects. *European scientific discussions: abstracts of the 5<sup>th</sup> International scientific and practical conference. Potere della ragione Editore* (Pp. 620—627). Rome, Italy [in Ukrainian].
- Buchko, D.H., & Tkachova, N.V. (2012). Dictionary of Ukrainian onomastic terminology. Kharkiv: Ranok-NT [in Ukrainian].
- Zymovets, H.V. (2009). Structural and semantic peculiarities of ergonyms of Ukraine. *Bulletin of Dnipropetrovsk University. Series «Linguistics»* (Issue 15, vol. 3, pp. 33—41) [in Ukrainian].
- Haborak, M. (2008). *Names of mountains and valleys of Ivano-Frankivsk region. Dictionary-reference*. Ivano-Frankivsk: City of NV [in Ukrainian].
- Haborak, M. (2011). *Toponymy of the Galician Hutsul region. Etymological dictionary-reference*. Ivano-Frankivsk: City of NV [in Ukrainian].
- Beley, O. (1999). *Modern Ukrainian ergonomics: Proper names of enterprises in Transcarpathia*. Uzhhorod [in Ukrainian].