

ЗАКАРПАТСЬКИЙ ДІАЛЕКТ ЯК МАРКЕР ЛОКАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЕРГОНІМАХ М. УЖГОРОДА

THE TRANSCARPATHIAN DIALECT AS A MARKER OF LOCAL IDENTITY IN THE ERGONYMIC SPACE OF UZHGOROD

Шкурко Г.В.,

orcid.org/0000-0003-4872-3809

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри української мови

Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет»

У статті проаналізовано особливості функціонування закарпатського діалекту в сучасному ергонімному просторі м. Ужгорода. Описано роль діалектної лексики в процесах комерційної номінації та з'ясовано її значення як маркера локальної ідентичності, регіональної мовної пам'яті й етнокультурного коду Закарпаття. Простежено, що в сучасному міському просторі поряд із латинографічними, транслітерованими та стилізованими назвами активно функціонують ергоніми, мотивовані діалектними одиницями, які зберігають високий рівень емоційної впізнаваності й культурної виразності. Актуальність дослідження зумовлена потребою комплексного вивчення діалектних компонентів як активного засобу формування сучасного міського ономастикону.

У дослідженні схарактеризовано основні лексико-семантичні та семантико-мотиваційні групи ергонімів, утворених за участю діалектних лексем. Виокремлено назви, пов'язані з традиційним побутом і домашнім простором, соціальними характеристиками людини, гастрономічною культурою, мовною грою, графічною стилізацією, народнопоетичною символікою та локальним міським простором. Розглянуто ергоніми, у структурі яких діалектні компоненти актуалізують асоціації затишку, гостинності, родинності, довіри, дотепності, професійності й регіональної автентичності. Особливу увагу приділено тому, як діалектна лексика переходить із традиційного побутового мовлення у сферу сучасної комерційної комунікації.

Установлено, що діалектні елементи в ергонімах Ужгорода використовуються не випадково, а відповідно до певних номінаційних, семантичних і прагматичних моделей. Вони виконують номінативну, ідентифікаційну, емоційно-оцінну, культурно-репрезентативну та стилістично маркувальну функції. Обґрунтовано, що закарпатський діалект у сфері ергонімії постає не лише як засіб мовної традиції, а і як продуктивне джерело сучасного найменування, здатне репрезентувати локальну самобутність та увиразнювати мовний образ міста.

Ключові слова: ергонімія, ергонімний простір, комерційна номінація, закарпатський діалект, локальна ідентичність, етнокультурний код.

The article analyses the peculiarities of the functioning of the Transcarpathian dialect in the contemporary ergonymic space of Uzhhorod. The role of dialect lexis in the processes of commercial naming is described, and its significance as a marker of local identity, regional linguistic memory and the ethnocultural code of Transcarpathia is clarified. It is traced that, in the contemporary urban space, alongside Latin-script, transliterated and stylized names, ergonyms motivated by dialect units actively function and retain a high level of emotional recognizability and cultural expressiveness. The relevance of the study is determined by the need for a comprehensive analysis of dialect components as an active means of shaping the modern urban onomasticon.

The main lexical-semantic and semantic-motivational groups of ergonyms formed with the participation of dialect lexemes are characterized. Names associated with traditional everyday life and domestic space, social characteristics of a person, gastronomic culture, language play, graphic stylization, folk-poetic symbolism and local urban space are identified. Ergonyms in the structure of which dialect components actualize associations of comfort, hospitality, kinship, trust, wit, professionalism and regional authenticity are examined. Particular attention is paid to the way dialect lexis is transferred from traditional everyday speech into the sphere of contemporary commercial communication.

It is established that dialect elements in the ergonyms of Uzhhorod are not used randomly, but in accordance with certain nominative, semantic and pragmatic models. They perform nominative, identifying, emotional-evaluative, cultural-representative and stylistically marking functions. It is substantiated that the Transcarpathian dialect in the sphere of ergonymy appears not only as a means of linguistic tradition, but also as a productive source of modern naming, capable of representing local distinctiveness and emphasizing the linguistic image of the city.

Key words: ergonymy, ergonymic space, commercial naming, Transcarpathian dialect, local identity, ethnocultural code.

Постановка проблеми. У сучасному ергонімному просторі м. Ужгорода простежуються помітні зміни в підходах до комерційної номінації, зумовлені глобалізаційними процесами, розвитком маркетингових стратегій і орієнтацією на візуальну привабливість бренду. Однією з акту-

альних тенденцій є активне використання латинографічних, транслітерованих або стилізованих під європейський мовний простір назв, що часто асоціюються із сучасністю, престижністю та комерційною успішністю. Унаслідок цього традиційна номінація діалектними одиницями поступово від-

ходить на другий план, поступаючись гібридним або європеїзованим моделям найменування.

Водночас саме закарпатський діалект залишається надзвичайно вдячним матеріалом для сучасної ергонімії, оскільки володіє виразним етнокультурним потенціалом, високим рівнем емоційної впізнаваності та здатністю формувати ефект локальної автентичності. Діалектні компоненти в комерційних назвах актуалізують регіональну мовну пам'ять, створюють атмосферу «свого» культурного середовища та забезпечують тісніший емоційний контакт з адресатом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Ергонімікон м. Ужгорода на окремому часовому зрізі описаний у дисертаційних роботах О. Белея (аналіз назв 1990–1998 рр.) [1], М. Романюк (аналіз назв 1999–2004 рр.) [2], Л. Нуждак-Юрси (характеристика ергонімів крізь призму еколінгвістики) [3]. Окремі спостереження над сучасним ергонімним простором м. Ужгорода, зокрема матеріал 2022–2024 рр., представлено у статтях В. Головач [зокрема, 4]. Водночас сучасний ергонімікон м. Ужгорода, сформований під впливом європеїзації комерційної номінації, активного використання латинографічних моделей і появи релокованих підприємств із власною айденікою, потребує подальшого комплексного осмислення.

Актуальність дослідження. У цьому контексті особливої уваги потребує функціонування діалектних компонентів у сучасному ергонімному просторі Ужгорода як частини закарпатського мовно-культурного простору. Попри помітне функціонування діалектних компонентів у сучасному ергонімному просторі Закарпаття, проблема їхньої ролі у формуванні локальної ідентичності та репрезентації регіонального культурного коду ще не була предметом окремого комплексного дослідження. Це зумовлює актуальність дослідження закарпатського діалекту як маркера локальної ідентичності в ергонімах м. Ужгорода.

Метою нашого дослідження є проаналізувати особливості функціонування закарпатського діалекту в ергонімах м. Ужгорода та з'ясувати його роль у формуванні локальної ідентичності й репрезентації культурного простору Закарпаття.

Виклад основного матеріалу. У сучасному ергонімному просторі м. Ужгорода закарпатський діалект функціонує як важливий інструмент репрезентації локальної культури, регіональної пам'яті та мовної самобутності. Аналіз комерційних найменувань засвідчує, що діалектні компоненти використовуються не хаотично, а реалізують різні семантичні та прагматичні моделі номінації.

Окрему групу ергонімів становлять найменування, у структурі яких використано діалектні лексеми, пов'язані з традиційним побутом, домашнім простором та предметами щоденного вжитку. Такі назви актуалізують асоціації з домашнім затишком, родинною атмосферою, автентичністю та локальною традицією. Наприклад, ергонім «*FIRGANKA*» семантично пов'язаний із закарп. діал. *firgánoŭ* 'фіранок' – від нім. *Vorhang* т.с. [5, с. 61; 6, с. 560]. Номени «*Kredenc*», «*КРЕДЕНЦ*», що первісно мають значення 'шафа для посуду, кухонний буфет' [6, с. 206], пор. угор. *kredenc*, пол. *kredens*, ст.пол. *kredenc*, італ. *credenza* т.с. [6, с. 206] – демонструють розширення семантики, оскільки втрачають вузьку предметну співвіднесеність та набувають узагальнених асоціативних значень домашнього простору чи побутової автентичності при номінації різних комерційних об'єктів (заклад харчування – магазин будівельних матеріалів). Ергонім «*LABDA*» мотивований діалектною лексемою *лабда* 'м'яч', запозиченою від угорської мови (угор. *labda* 'м'яч') [7, с. 433]. Використання цієї назви для пабу є семантично вмотивованим, оскільки заклад позиціонується як простір для перегляду футбольних матчів. Номен «*Дрива*» апелює до закарп. діал. *dryvá* 'дрова' [6, с. 103]. У контексті номінації пабу така назва увиразнює асоціації з теплом, затишком, невимушеною атмосферою та традиційним способом проведення дозвілля. Подібний семантичний зв'язок простежуємо з ергонімом «*КЛЕПАЧ*», мотивованим закарп. діал. *klepáč* 'молоток' [6, с. 193] – суфіксальне утворення від *klepánu* < псл. **klepati* [8, т. 2, с. 458–459]. У цьому випадку фіксуємо втрату прямої предметної співвіднесеності, оскільки назва не має прямого зв'язку з профілем закладу, проте через асоціативні зв'язки актуалізує образ господаря, ремісника, фізичної праці та традиційного чоловічого простору. Ергонім «*Шіфер*» прямо відображає специфіку діяльності закладу, репрезентуючи назву одного з поширених будівельних матеріалів (первісно *шііфер* – від нім. *Schiefer* 'сланець; шифер; скабка; скалка, уламок' [8, т. 6, с. 421]).

В ергонімному просторі Ужгорода функціонують назви, утворені від діалектних лексем на позначення соціального статусу, типових рис людини або міжособистісних взаємин. Такі ергоніми маркують локальні моделі соціальної взаємодії, відтворюють характерні для закарпатської мовної культури уявлення про «свого», господаря, товариша чи представника певного соціального типу. У комерційній комунікації подібні

назви створюють ефект неформальності, довіри та культурної близькості до адресата. Наприклад, ергонім «*Gazda*», мотивований закарп. діал. *gázda* 'господар, хазяїн' – від угор. *gazda* 'господар, землероб, селянин' [7, с. 279; 6, с. 69], у структурі номінації житлово-будівельної компанії маркує асоціації надійності, господарності, відповідальності та впевненого керівництва. Номен «*Цімбор*», що функціонує як назва ветеринарної клініки, пов'язаний із закарп. діал. *ćimbór* 'товариш, друг' – від угор. *cimbor* т.с. [7, с. 138; 6, с. 572]. Така номінація формує асоціативний образ дружнього, відкритого й надійного простору, що позитивно впливає на сприйняття закладу адресатом. Назва «*Деца у Нотаря*» містить діалектні компоненти *déca* 'децилітр, сто грамів' – від угор. *dec* т.с. [7, с. 170; 6, с. 79] та *notar*, *novtáreš* 'нотаріус' – від угор. заст. *notárius*, діал. *notáros* т.с. [6, с. 291]. Поєднання цих одиниць ґрунтується на мовній грі й формує комічний ефект, актуалізуючи асоціації гостинності, невимушеного спілкування та локального колориту. Подібну семантику викликає й ергонім «*Закарпатська гостина*», через закарп. діал. *gostína* 'страви і напої, якими частують' [6, с. 65] (суфіксальний дериват від *gístь*) вербалізує атмосферу гостинності та затишку. Ергонім «*Бетяр Гриль*» містить діалектний компонент *betyár* 'гарний, високий, сильний парубок, до якого липнуть дівчата і який поводить гоноровито' – від угор. *betyár* 'розбійник; головоріз; бешкетник' [7, с. 111; 6, с. 28]. Така назва репрезентує образ харизматичності, сили, мужності та певної демонстративної впевненості, що підсилює виразність бренду. Номен «*ЕЗЕРМЕШТЕР*» пов'язаний з угор. *ezermeister* 'майстер на всі руки' [7, с. 246] і в структурі ергоніма актуалізує професійну компетентність, універсальність та асоціації з якісним виконанням роботи. Ергонім «*Файта*», мотивований діалектною лексемою *fáyta* 'сім'я' – від угор. *fajta* 'вид; порода' [7, с. 249], формує асоціації домашнього затишку, родинної атмосфери та традиційної кухні, що особливо актуалізується у сфері продажу напівфабрикатів і домашніх страв. Номен «*Татош*» пов'язаний із закарп. діал. *tátoš* 'чоловік, який любить повчати; філософ' [6, с. 485]. Назва непрямо вказує на специфіку ресторанного закладу, проте через асоціативні зв'язки увиразнює образ колоритного, харизматичного та досвідченого чоловіка.

Важливу частину ергонімного простору становлять назви, що репрезентують гастрономічну культуру Закарпаття. Використання діалектних назв страв, продуктів, напоїв чи гастрономічних

реалій сприяє формуванню впізнаваного регіонального образу та підсилює туристичну й культурну привабливість локального бренду. Такі ергоніми апелюють до кулінарної пам'яті, етнокультурних асоціацій та репрезентують гастрономію як важливий елемент локальної ідентичності. Наприклад, ергоніми «*Kavil Coffee*», «*Кавіль*», «*Файний Кавій*» пов'язані із закарп. діал. *kávily* 'кава' [6, с. 184]. Використання такого компонента в назвах кав'ярень актуалізує локальний мовний колорит і водночас формує асоціації затишку, традиції та регіональної автентичності. Номен «*КІФЛИК*» пов'язаний із закарп. діал. *kíflik* 'рогалик', пор. угор. *kifli* 'ріжок; рогалик' [7, с. 391; 6, с. 192]. Назва безпосередньо репрезентує гастрономічну сферу та формує асоціації домашньої випічки, традиційної кухні й невимушеної атмосфери. Ергонім «*Лєчо*» мотивований назвою популярної страви угорської кухні – *лєчо*. Таким чином у назві продуктового магазину відбувається символізація локального компонента, що репрезентує регіон через відомі кулінарні асоціації. Номен «*LEKVÁR*» пов'язаний із закарп. діал. *lékvár* 'варення, повидло', пор. угор. *lekvár* т.с. [6, с. 214; 7, с. 446]. Назва магазину солодошів безпосередньо апелює до домашніх смаків, традиційної кухні та локальної гастрономічної культури. Ергонім «*Алдамаш*» пов'язаний із закарп. діал. *aldomáš* 'могорич', пор. угор. *áldomás* т.с. [7, с. 36; 6, с. 21]. У структурі назви ресторану така лексема створює ефект святкування, гостинності та традиції спільного застілля. Номен «*Cukrik*» мотивований діалектним апелятивом *ц'юкрік*, *ц'юкор* 'цукор; цукерка' [6, с. 574]. Використання зменшено-пестливої форми формує позитивний емоційний образ бренду та асоціації солодошів, легкості й дружньої атмосфери. Ергонім «*ФРИШТИК*» пов'язаний із закарп. діал. *frýštytik* 'сніданок', пор. нім. *Frühstück* т.с. [5, с. 66; 6, с. 562]. Назва кафе-їдальні безпосередньо вказує на гастрономічну сферу та формує образ домашньої кухні. Номен «*Добра фляшка*» містить діалектний компонент *фляшка* 'пляшка' (демінутив від нім. *Flasche* т.с. [8, т. 6, с. 113]), що формує асоціації напоїв, гостинності та невимушеного дозвілля. Поєднання прикметника *добра* з діалектною лексемою підсилює позитивну оцінність назви й створює атмосферу локального колориту. Ергонім «*FINOM*» пов'язаний із закарп. діал. *фіном* 'чудово, вишукано' – від угор. *finom* 'витончений, вишуканий, делікатний' [7, с. 268; 6, с. 559]. Використання такої назви для продуктового магазину формує асоціації якісної, смачної та вишуканої продукції.

Окрему групу становлять ергоніми, в яких діалектний компонент поєднується з мовною грою, стилізацією розмовного мовлення, графічними трансформаціями чи сучасними комерційними моделями найменування. Такі назви демонструють тенденцію до творчого переосмислення діалекту в сучасному урбаністичному середовищі. У подібних ергонімах діалект виступає не лише засобом репрезентації локальності, а й інструментом привернення уваги, створення оригінального бренду та встановлення емоційного контакту з адресатом. Номен «*Годинка*» пов'язаний із закарп. діал. *годинка, гóдинка, гóди'нка, гóди'нка* 'годинник' [9, с. 42]. У структурі ергоніма актуалізується насамперед локальний мовний колорит і впізнаване для носіїв закарпатського мовного середовища звучання. Водночас семантика часу може опосередковано формувати асоціації з дозвіллям, відпочинком і проведенням часу в закладі. Ергонім «*To Lem Kebab*» містить діалектний компонент *лем* 'лише', що функціонує як елемент стилізації живого розмовного мовлення. Поєднання локально маркованої лексеми з назвою популярної страви швидкого харчування створює ефект неформальності та сучасної урбаністичної комунікації. Номен «*РемонТуй*» пов'язаний із закарп. діал. *туй* 'тут' [6, с. 494]. Графічне виділення діалектного компонента в структурі назви увиразнює мовну гру та водночас вербалізує ідею локальної доступності послуг. Ергонім «*ЙойЙ*» мотивований вигуквою діалектною лексемою *йой* 'ой'. Така назва репрезентує емоційність, експресивність і спонтанність живого розмовного мовлення. Прикметник *фáйный* 'гарний, красивий' [6, с. 557] активно функціонує в сучасному ергонімному просторі Ужгорода як елемент позитивно маркованої комерційної номінації. Зокрема, ергонім «*Файна робота*» створює ефект надійності та професійної успішності, актуалізуючи позитивну оцінність запропонованих послуг. Назва «*Файна Хижа*», що містить діалектний компонент *хýжа* 'хата, будинок' [6, с. 565] – від псл. **хузъ, хузъ, хуза, хуѡа* т.с. [8, т. 6, с. 172–173], формує образ затишного, комфортного й автентичного житлового простору, що особливо підсилює семантику проєктного бюро. Номен «*Щедра тайстра*» містить діалектний компонент *тáй-стра* 'велика торбина' [6, с. 484], 'торба із тканини для харчів та різних речей' [10, с. 191] – від рум. *tráistă* 'торба, тканина, сумка' [8, т. 5, с. 504]. Поєднання прикметника *щедра* з локально маркованою лексемою викликає асоціації достатку, домашніх запасів і традиційної закарпатської гостинності. Ергонім «*Shikovno*» пов'язаний

із закарп. діал. *шикóвно* 'спритно, енергійно, швидко' [6, с. 586]. Латинографічне оформлення назви поєднує локальний мовний компонент із сучасними тенденціями комерційної номінації, створюючи ефект динамічності.

Наступну підгрупу репрезентують ергоніми, мотивовані флоронімами, які увиразнюють традиційні для закарпатського мовного середовища образи природи й народнопоетичної символіки. Такі назви переважно формують позитивний емоційний образ, апелюють до естетичних асоціацій та підсилюють локальний колорит комерційного простору. Наприклад, ергонім «*Червона Ружа*» пов'язаний із закарп. діал. *ру́жа* 'троянда' – пор. пол. *róża*, чес. *říže*, словац. *ruža* т.с. [6, с. 454]. Назва готельно-ресторанного комплексу репрезентує традиційний флористичний образ, поширений у народнопісенній творчості, та, ймовірно, апелює до відомої народної пісні «*Червона ружа трояка*». Номен «*ЧІЧКА*» пов'язаний із закарп. діал. *чічка* 'квітка' [6, с. 581]. Попри відсутність прямого семантичного зв'язку зі сферою продажу продуктів харчування, назва створює позитивно маркований емоційний образ, увиразнює локальне мовне звучання та формує ефект доброзичливого й неформального комунікативного простору.

У сучасному ергонімному просторі Ужгорода простежується тенденція до використання назв, пов'язаних із локальним міським простором, регіональною топонімією та символічними образами Закарпаття. Такі ергоніми виконують функцію урбаністичних маркерів локальної ідентичності, формуючи уявлення про місто як окремий культурний простір зі своєю мовною специфікою та системою символічних координат. Зокрема, ергоніми «*VAROSH*», «*BURGER BAPOSH*» пов'язані із закарп. діал. *váрош* 'місто' – від угор. *város* т.с. [7, с. 760]. Використання такого компонента в структурі назв підсилює семантику локальної належності та репрезентує образ сучасного ужгородського урбаністичного простору. Водночас латинографічне оформлення окремих ергонімів демонструє поєднання локальної мовної традиції із сучасними тенденціями комерційної номінації. Ергонім «*Duffort*» пов'язаний із діалектною лексемою *дýфорт* 'прохід' – від нім. *Durchfahrt* т.с. Назва кафе є семантично вмотивованою через особливості розташування закладу та водночас створює ефект локальної впізнаваності міського простору. Номен «*Під Лугошом*» містить діалектний компонент *лúгош* 'дерев'яна або металева шпалера, по якій в'ється виноградна лоза' – від угор. діал. *lugas* т.с. [6, с. 218]. Така назва апелює до традиційного закарпатського побуту, культури

виноградарства та образу затишного локального простору. Ергонім «*ЧАРДА*» пов'язаний з угор. *csárda* 'корчма, шинок, трактир' [7, с. 145]. Використання такого компонента в назві ресторану репрезентує традиційний гастрономічний простір Закарпаття, формує асоціації гостинності та невимушеного дозвілля.

Висновки. Отже, аналіз ергонімного простору м. Ужгорода засвідчив, що сучасна комерційна номінація формується під впливом різних тенденцій: глобалізаційних процесів, поширення латинографічних і транслітерованих назв, орієнтації на європеїзовані моделі брендингу, а також збереження локально маркованих мовних ресурсів. У цьому контексті закарпатський діалект не

є домінантним, однак залишається важливим і виразним джерелом ергонімотворення завдяки своєму етнокультурному потенціалу, емоційній упізнаваності та здатності формувати ефект локальної автентичності.

Діалектні компоненти в сучасних ергонімах репрезентують традиційний побут, гастрономічну культуру, локальні моделі соціальної взаємодії, урбаністичний простір і народнопоетичну символіку Закарпаття. Поєднання діалектизмів із мовною грою, графічними трансформаціями та сучасними комерційними моделями найменування засвідчує творчий потенціал закарпатського діалекту й увиразнює його роль у формуванні локальної ідентичності сучасного м. Ужгорода.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Белей О.О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова; Львівський національний університет ім. Івана Франка. Львів, 2000. 17 с.
2. Романюк М.І. Соціально зумовлені інновації в ономастиконі Закарпаття кін. ХХ – поч. ХХІ ст.: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2005. 17 с.
3. Нуждак Л.В. Український ономастикон посттоталітарної доби крізь призму еколінгвістики: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – українська мова; Львівський національний університет ім. Івана Франка. Львів, 2011. 17 с.
4. Головач В. Номінаційні процеси в ергонімії м. Ужгорода. *Студії з філології та журналістики: зб. наук. праць* / редакційна колегія: Ю. Бідзіля, Г. Шкурко, О. Харківська та ін. Вип. 8. Ужгород, 2023. С. 35–39.
5. Лопушанський В.М., Пиц Т.Б. Німецькомовні лексичні запозичення у південно-західних говорах України: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Дрогобич: Посвіт, 2011. 124 с.
6. Сабадош І.В. Словник закарпатської говірки села Сокирниця Хустського району. 2-е видання, змінене і доповнене. Ужгород, 2021. 599 с.
7. Magyar-ukrán szótár = Угорсько-український словник / За ред. проф. П.М. Лизанця. Ужгород: ІВА, 2001. 800 с.
8. Етимологічний словник української мови: у 7 т. Київ: Наукова думка, 1982–2012. Т. 1–6.
9. Дзендзелівський Й.О. Українсько-західнослов'янські лексичні паралелі. Київ, 1969. 212 с.
10. Шкурко Г.В. Назви комунікації вантажів в українських говорах Закарпаття. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. Одеса, 2022. Вип. 58. С. 190–193. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.58.43>



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 16.07.2026
 Дата прийняття статті до друку після рецензування: 18.09.2026
 Дата публікації (оприлюднення) статті: 15.10.2026