



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА ОНІМІВ У ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ
ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ**

| | |
|---------------------|---|
| Рівень вищої освіти | магістр |
| Галузь знань | 03 Гуманітарні науки |
| Спеціальність | 035 Філологія |
| Спеціалізація | 035.033 Філологія. Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська |
| Освітня програма | Філологія. Слов'янські мови та літератури (переклад включно), перша – польська |

КвР ФППм. 024011.01.04.00

Здобувачки 2 курсу групи ФППм-24-1  Уляни КАРАПОЗЮК

Керівник – канд. пед. наук, доцент  Наталія ТОРЧИНСЬКА

До захисту допускаю:
Завідувач кафедри
слов'янської філології

 Наталія ТОРЧИНСЬКА

15.10.25

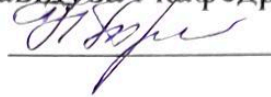
Дата

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет гуманітарно-педагогічний
Кафедра слов'янської філології
Рівень вищої освіти магістр
Галузь знань 03 Гуманітарні науки
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.033 Слов'янські мови та літератури (переклад включно),
перша – польська
Освітня програма Філологія. Слов'янські мови та літератури (переклад включно),
перша – польська

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри слов'янської філології

 **Наталія ТОРЧИНСЬКА**
15 жовтня 2024 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Карапозюк Уляни Олександрівни

1. Тема роботи: «Структура і семантика онімів у польсько-українському інтернет-просторі».

Керівник роботи – **Торчинська Наталія Миколаївна, кандидат педагогічних наук, доцент.**

Затверджено наказом ректора університету № 65 від 25 серпня 2025 року.

2. Термін подання студентом завершеної роботи – грудень 2025 року.

3. Вихідні дані до роботи. Актуальність дослідження **структури та семантики онімів у сучасному польсько-українському інтернет-просторі** зумовлена активним розвитком цифрової комунікації, у межах якої власні назви набувають нових функціонально-стилістичних і семантичних характеристик. Інтернет-простір сприяє інтенсивній трансформації антропонімів, топонімів, нікнеймів, ергонімів та інших класів онімів, що відображає соціальні, культурні, політичні й комунікативні процеси сучасного суспільства. Недостатня систематизація та опис цих змін у польсько-українському контексті зумовлює потребу комплексного аналізу структурних і семантичних особливостей онімів у цифровому дискурсі.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити).

- сформулювати корпус онімів польсько-українського інтернет-простору;
- визначити основні класи та структурні особливості онімів;
- проаналізувати семантику онімів і напрями її трансформації;
- з'ясувати чинники функціонування онімів у цифровому середовищі;
- охарактеризувати функції онімів у віртуальному спілкуванні;
- узагальнити результати дослідження та сформулювати висновки.

5. Графічного матеріалу немає.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

| Розділ | ПІРІЗВІЩЕ, ім'я | Підпис, дата |
|--------|-----------------|--------------|
|--------|-----------------|--------------|

| | | | |
|--|------------------------|-------------------|---------------------|
| | та посада консультанта | завдання видав | завдання отримав |
| | немає | | |

7. Дата видачі завдання – 15 жовтня 2024 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

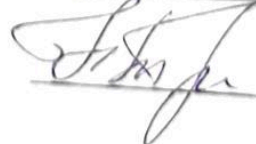
| № з/п | Назва розділу кваліфікаційної роботи | Термін виконання | Примітка |
|-------|--|--|----------|
| 1 | Обрання теми кваліфікаційної роботи | вересень 2024 року | |
| 2 | Опрацювання наукової літератури з теми дослідження | вересень 2024 року | |
| 3 | Збирання матеріалу, його первинна наукова інтерпретація | вересень- листопад 2024 року | |
| 4 | Написання першого розділу кваліфікаційної роботи | грудень 2024 – квітень 2025 року | |
| 5 | Апробування результатів дослідження шляхом здійснення публікації у збірниках наукових праць та участі у конференціях | січень-листопад 2025 року | |
| 6 | Написання другого розділу кваліфікаційної роботи | квітень-вересень- 2025 року | |
| 7 | Написання третього розділу кваліфікаційної роботи | вересень- листопад 2025 року | |
| 8 | Попередній захист кваліфікаційної роботи | листопад 2025 року | |
| 9 | Остаточне завершення кваліфікаційної роботи | грудень 2025 року | |
| 10 | Подача кваліфікаційної роботи на кафедру | грудень 2025 року | |

Здобувач

Керівник кваліфікаційної роботи



Уляна КАРАПОЗЮК



Наталія ТОРЧИНСЬКА

Анотація

Тема роботи: «Структура і семантика онімів у польсько-українському інтернет-просторі»

Автор – Уляна Карапозюк

Науковий керівник – кандидат педагогічних наук, доцент **Наталія**

ТОРЧИНСЬКА

Обсяг кваліфікаційної роботи – 78 сторінок, із них 65 сторінок основного тексту.


Робота містить 81 джерело посилання.

Ключові слова: онім, онімний простір, власна назва, інтернет-дискурс, семантика, структура, польсько-український інтернет-простір.

Онімний простір сучасного інтернету характеризується високим ступенем динамічності, варіативності та креативності, що зумовлює активну трансформацію власних назв у цифровій комунікації. У польсько-українському інтернет-просторі оніми функціонують не лише як засоби ідентифікації, а й як інструменти самопрезентації, маніпуляції та формування соціальної й культурної ідентичності. Мета роботи – дослідити структурно-семантичні особливості онімів у сучасному польсько-українському інтернет-просторі та з'ясувати специфіку їхнього функціонування в цифровому дискурсі. Предмет дослідження – структурні, семантичні та функціональні особливості онімів у польсько-українському інтернет-просторі.

У роботі проаналізовано антропоніми, топоніми, нікнейми та інші класи онімів, що функціонують у соціальних мережах, блогах і медіапросторі. Виявлено основні напрями семантичної трансформації онімів, зумовлені впливом цифрового середовища, міжмовних контактів та соціокультурних чинників. Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що в умовах інтернет-комунікації зростає кількість уживаних онімів, урізноманітнюються їхні функції, посилюється експресивне й конотативне навантаження, змінюється співвідношення між традиційними класами власних назв. Оніми в польсько-українському інтернет-просторі виступають важливим засобом мовної творчості та відображення сучасних комунікативних процесів.

Автор _____


підпис автора і дата подання роботи до захисту

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 3 |
| 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ МІСЦЯ ОНІМІВ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ | 8 |
| 1.1. Поняття про онімний простір | 8 |
| 1.2. Вивчення специфіки функціонування власних назв в інтернеті | 15 |
| 2. СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА ОНІМІВ У СУЧАСНОМУ ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ | 25 |
| 2.1. Антропоніми | 25 |
| 2.2. Топоніми | 32 |
| 2.3. Інші класи онімів | 41 |
| 2.4. Структура нікнеймів у польських мережах | 46 |
| 2.5. Етимологія інтернет-онімів | 50 |
| 3. ФУНКЦІЇ ОНІМІВ У СУЧАСНОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ СПІЛКУВАННІ | 56 |
| 3.1. Власні назви як засоби маніпуляції в інтернеті | 56 |
| 3.2. Особливості відтворення онімів у соцмережах | 62 |
| ВИСНОВКИ | 67 |
| ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ | 72 |

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний етап розвитку мовознавства характеризується помітним зміщенням дослідницького фокусу з класичних форм літературної мови до динамічних, некодифікованих сфер мовного вжитку, серед яких інтернет-простір посідає особливе місце. Польськомовний сегмент Інтернету, що охоплює не лише територію Польщі, а й активні діаспорні спільноти, соціальні мережі, форуми, блоги, мем-культуру та швидкоплинні дискурси, демонструє надзвичайно високу креативність саме в царині власних назв – онімів. Тут традиційні антропоніми, топоніми, хремотоніми, ергоніми та ідеоніми зазнають інтенсивних структурних і семантичних трансформацій, які не знаходять повного відображення у нормативних словниках і до цього часу залишалися на периферії уваги ономастичних студій.

Актуальність теми зумовлена кількома глибинними процесами, що відбуваються одночасно. По-перше, інтернет як середовище комунікації радикально прискорює механізми okazionalizmu: власна назва перестає бути статичним ідентифікатором і перетворюється на гнучкий семіотичний інструмент, здатний миттєво реагувати на культурні, соціальні чи політичні імпульси. По-друге, глобалізація та міжмовні контакти призводять до появи гібридних онімних форм, які поєднують польську морфологічну базу з англomовними, українськими, німецькими чи меметичними елементами, що потребує переосмислення традиційних класифікацій. По-третє, цифрова епоха актуалізує проблему збереження мовної ідентичності: саме в інтернет-просторі польська мова найяскравіше демонструє свої адаптаційні стратегії, протистоячи англomовній гегемонії та водночас збагачуючись новими виразовими можливостями.

Огляд джерел. Закономірності функціонування онімів у різних контекстах неодноразово ставали об'єктом фахових досліджень. Так, зокрема, О. Ю. Андрієнко вивчає комунікативно-прагматичний потенціал власних назв у науково-фантастичному тексті [3]. Розвідка О. В. Арделян присвячена прецедентним антропонімам у фразеологізмах в різносистемних мовах [4]. Л. О.

Белей досліджує функціонально-стилістичні можливості української літературно-художньої антропонімії [8]. Л. І. Дука вивчає прагматичний потенціал онімів та способи його актуалізації в тексті [19]. В.М. Кам'янець актуалізує структурні, семантичні та функціональні особливості власних назв сучасної німецької мови [23]. Ю. О. Карпенко зосереджується на проблематиці когнітивної ономастики [25]. О. М. Пежинська розглядає французькі власні назви-антропоніми з позиції змісту [35]. М.М. Торчинський систематизує структуру онімного простору української мови [48].

Проте наразі недослідженою залишається проблема структурно-семантичних особливостей онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі. Цей чинник зумовлює актуальність обраної теми магістерського дослідження.

Мета роботи: визначити структурно-семантичні особливості онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. Розглянути поняття онімного простору;
2. Вивчити специфіку функціонування власних назв в інтернеті;
3. Охарактеризувати типологію онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі;
4. З'ясувати семантику онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі;
5. Визначити функції онімів у сучасному польськомовному віртуальному спілкуванні;
6. Виявити особливості відтворення онімів у соцмережах

Об'єкт роботи: сучасний польськомовний онлайн-простір.

Предмет роботи: структурно-семантичні особливості онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі.

Мета і завдання роботи вимагають комплексного підходу до обрання **методів дослідження**. Основним методом дослідження став метод лінгвістичного опису, який дозволив зібрати, класифікувати й детально описати емпіричний матеріал. Використання цього методу забезпечило створення

репрезентативного корпусу власних назв різних класів та виявлення їхніх регулярних моделей вживання в умовах цифрової комунікації. Для глибшого розуміння внутрішньої організації онімів та механізмів їхньої семантичної еволюції в інтернет-середовищі застосовувалися методи концептуального та структурного аналізу. Концептуальний аналіз дав змогу простежити процеси апелятивізації та ресемантизації власних назв. Структурний аналіз, своєю чергою, дозволив виявити морфолого-словотвірні моделі творення нових онімів, характерні саме для інтернет-комунікації. Елементи зіставного (контрастивного) методу використовувалися для порівняння особливостей функціонування онімів у традиційному дискурсі та в інтернет-дискурсі. Компонентний аналіз застосовувався переважно до полісемічних і коннотативно насичених онімів (зокрема політичних прізвищ, брeндонімів та мемних топонімів), що дало можливість розкласти їхню семантику на диференційні ознаки й простежити динаміку зсувів значення. Окремі прийоми дискурсного аналізу були залучені під час дослідження онімів у політичному та мемному інтернет-дискурсі, де власні назви найчастіше виступають інструментом маніпуляції або сатиричного коментування дійсності.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше здійснено комплексну характеристику та систематизацію структурних і семантичних доміант функціонування онімів саме в сучасному польськомовному інтернет-просторі як окремому типі дискурсу. У роботі: виявлено та описано нові типи графічної та словотвірної варіативності онімів, зумовлені специфікою цифрової писемності (емоційне використання великих літер, повторення літер, емодзі-заміщення, навмисні орфографічні помилки); встановлено основні вектори семантичної трансформації власних назв в інтернеті (апелятивізація, мемізація, ідеологізація, еротизація, комерціалізація); створено класифікацію функціонально-стилістичних ролей онімів у різних жанрах польськомовного інтернет-дискурсу (новини, коментарі, меми, реклама, політична агітація); показано механізми швидкого поширення та закріплення нових конотацій онімів завдяки вірусності цифрового контенту.

Теоретичне значення дослідження: у дослідженні розширено наукові знання стосовно структурно-семантичних характеристик онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі.

Практичне значення роботи. Практичне значення дослідження полягає в кількох вимірах. Ономастика інтернету безпосередньо пов'язана з прикладними галузями, де точність і адекватність передачі власних назв має критичне значення: від автоматичного перекладу та пошукової оптимізації до брендингу, маркетингу й кібербезпеки. Розуміння структурних моделей та семантичних зсувів дозволяє прогнозувати еволюцію нових онімів і розробляти ефективніші алгоритми їхньої обробки. Водночас результати роботи можуть слугувати основою для вдосконалення навчальних курсів з сучасної польської мови, стилістики, міжкультурної комунікації та цифрової лінгвістики, допомагаючи формувати у студентів чутливість до живих процесів мовного творення.

Апробація: Основні положення магістерської роботи були представлені й обговорені на наукових заходах різного рівня, зокрема:

- На XVIII Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю до Дня української писемності і мови «Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі» (29 жовтня 2024 р., м. Київ, Український державний університет імені Михайла Драгоманова), доповідь «Структурно-семантичні особливості антропонімів у сучасному інтернет-просторі.» ;
- На III Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Проблеми філології: історія та сучасність» (21 лютого 2025 р., м. Хмельницький, Хмельницький національний університет), доповідь «Антропоніми як засоби маніпуляції в інтернет-просторі.» ;
- На Міжнародній науково-практичній конференції «Культурно-історичні виміри сучасної славістики» (22 листопада 2024 р., м. Кам'янець-Подільський, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка), доповідь «Продуктивність українських антропонімів у польськомовному інтернет-просторі.» ;

- На XIII Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів і молодих учених з міжнародною участю «Подільська регіональна лексикологія: стан та перспективи» (11 квітня 2025 р., м. Вінниця, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського), доповідь «Частотність діалектних варіантів власних назв у сучасному інтернет-просторі.»

Структура дослідження зумовлена його метою і завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ МІСЦЯ ОНІМІВ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

1.1. Поняття про онімний простір

Поняття онімного простору належить до фундаментальних категорій сучасної ономастики й водночас виходить за її межі, стаючи міждисциплінарним інструментом осмислення ідентичності спільноти в її мовному, культурному та географічному вимірах. Онімний простір варто розумівати не як механічну множину власних назв, що функціонують у межах певної мови чи культури, і не як просте сховище лексичних одиниць особливого типу, а як динамічну, історично зумовлену й семіотично насичену систему, в якій кожна власна назва є не ізольованим знаком, а вузлом складної мережі відношень, що відображають способи осмислення світу конкретною спільнотою [14].

Власна назва, на відміну від апелятива, несе первинно ідентифікаційну функцію: вона виокремлює об'єкт із ряду однорідних і прив'язує його до унікальної точки в просторі й часі [31]. Проте коли ми розглядаємо сукупність усіх власних назв, що співіснують у межах однієї мовної чи культурної традиції, ця ідентифікаційна функція набуває системного характеру.

Онімний простір постає тоді як цілісна знакова тканина, в якій окремі оніми вступають у відношення ієрархії, співвідпорядкування, контрасту, аналогії та асоціації. Саме ця внутрішня структурованість і робить онімний простір чимось більшим, ніж сумою його елементів [22].

Межі онімного простору ніколи не є абсолютно чіткими чи статичними. Вони визначаються насамперед мовною спільнотою, що актуалізує певні назви й відкидає або маргіналізує інші. Проте навіть у межах однієї мови онімний простір неоднорідний: у ньому розрізняються пласти, що відповідають різним сферам номінації – топонімічний, антропонімічний, хоронімічний, теонімічний, зоонімічний, астро- та гідронімічний тощо [37].

Кожен із цих пластів має власну внутрішню логіку розвитку й власні принципи організації, але водночас усі вони перебувають у стані постійної взаємодії. Так, назва населеного пункту може стати основою для прізвища,

прізвище – для назви вулиці чи установи, назва річки – для назви регіону чи етносу. Ця здатність онімів до трансформації й міграції між різними класами забезпечує цілісність онімного простору й водночас його постійну еволюцію [29].

Особливо показовим є той факт, що онімний простір завжди історично шаруватий. Кожна епоха залишає в ньому свій слід: назви, утворені в одну історичну добу, можуть співіснувати з архаїчними шарами, що сягають глибини століть чи навіть тисячоліть.

При цьому старі назви не просто зберігаються як реліктові форми – вони продовжують брати участь у семіотичній грі, створюючи ефект глибини часу й культурної пам'яті. Саме тому онімний простір є одним із найчутливіших індикаторів історичних зсувів: колонізація, міграції, державні перевороти, ідеологічні трансформації миттєво відображаються в змінах номінативних практик і, відповідно, у перебудові онімного простору [21].

Культурна специфіка онімного простору виявляється не лише в наборі використаних слово- та формотворчих моделей, а й у глибших принципах номінації. Одні спільноти тяжіють до дескриптивних назв, що фіксують помітну ознаку об'єкта, інші – до міфологічних чи культових епонімів, ще інші – до комеморативних назв, що увічнюють імена видатних осіб чи події.

Вибір того чи іншого принципу номінації відображає не лише мовну традицію, а й ширшу картину світу, ієрархію цінностей і способи легітимації влади. Онімний простір тому завжди ідеологічно навантажений: він не просто називає світ, а й конструює його, вплітаючи об'єкти в певну систему смислів і владних відносин.

Територіальний вимір онімного простору є не менш важливим. Назви прив'язані до конкретних локусів, але водночас саме вони творять уявлення про територію як про осмислену й освоєну цілісність [24].

Кордони онімного простору рідко збігаються з державними чи адміністративними кордонами: вони можуть бути ширшими (коли мова йде про діаспорну спільноту) або вужчими (коли в межах однієї держави співіснують кілька онімних систем).

Контакт різних онімних просторів породжує складні явища адаптації, калькування, гібридизації чи, навпаки, свідомого витіснення чужих назв. У таких зонах контакту особливо виразно проявляється здатність онімного простору виступати ареною символічної боротьби за культурну та політичну ідентичність [7].

Класифікація онімів у складі онімного простору є одним із центральних питань теоретичної ономастики, оскільки саме через системне впорядкування власних назв виявляється їхня природа як особливої лексико-семантичної підсистеми мови. Онімний простір розуміється як сукупність усіх власних назв, що функціонують у певній мові чи культурній традиції, і водночас як когнітивно-семіотична модель, у якій кожна власна назва займає своє місце залежно від денотата, який вона позначає, та від способу його концептуалізації носіями мови [8].

У найзагальнішому плані онімний простір поділяється за онтологічною природою об'єктів позначення. Такий поділ відображає антропоцентричність мовної картини світу: найближчим до людини є вона сама, далі – створене нею соціально-просторове середовище, ще далі – природний і космічний світ, і нарешті – світ тварин, рослин, неживих об'єктів і абстрактних сутностей.

Найвизначальнішим і семантично найнасиченішим класом онімів є антропоніми – власні назви людини. Антропонімічний простір внутрішньо стратифікований і охоплює не лише індивідуальні імена (особові імена, прізвища, по-батькові, прізвиська, псевдоніми), а й групові найменування людей за різними ознаками (етноніми, назви династій, мешканців певної місцевості в складі топонімів тощо) [13].

Специфіка антропонімів полягає в їхній винятковій ідентифікаційній функції та в тісному зв'язку з соціальними, культурними, релігійними й психологічними кодами суспільства. Саме в антропоніміконі найяскравіше проявляється діахронічна динаміка онімного простору: імена виникають, архаїзуються, повертаються в ужиток, зазнають фонетичних і морфологічних трансформацій, стають апелятивами або, навпаки, апелятиви переходять у розряд власних назв.

Наступним за ступенем близькості до людини є просторово-географічний вимір онімного простору, що реалізується через топоніми та хороніми. Топоніми – це власні назви будь-яких географічних об'єктів (ойконіми, гідроніми, ороніми, дромоніми, урбаноніми, мікротопоніми тощо) [9].

Хороніми ж є ширшим класом, що охоплює назви територіально-адміністративних, історико-культурних або етнополітичних просторів (назви країн, історичних земель, регіонів, континентів). Межа між топонімами й хоронімами досить умовна і часто залежить від теоретичної школи: в одних концепціях хороніми вважаються підкласом топонімів, в інших – самостійним класом, оскільки їхній денотат не завжди збігається з чітко окресленим географічним об'єктом, а передбачає культурно-політичну інтерпретацію простору.

Особливе місце посідають астроніми та космоніми – назви небесних тіл, сузір'їв, галактик, а також об'єктів, створених людиною в космічному просторі. Астронімічний підпростір демонструє виразну міфопоетичну основу в традиційних культурах і водночас швидке поповнення за рахунок наукової діяльності в сучасності. Специфіка астронімів полягає в їхній подвійній природі: значна частина зберігає архаїчні міфологічні назви, тоді як нові об'єкти отримують імена за суто номенклатурними принципами або на честь видатних учених, що відображає перехід від міфологічного до наукового способу освоєння позаземного простору [40].

Зооніми, або власні назви окремих тварин, займають периферійну, але семантично важливу позицію в онімному просторі. На відміну від апелятивної лексики зоосемантичного поля, зооніми завжди індивідуалізують конкретну тварину і найчастіше вживаються в антропоморфному контексті (домашні улюбленці, циркові тварини, коні-рекордисти, символічні тварини в геральдиці чи літературі). Зоонімійна підсистема виявляє виразний вторинний характер: значна частина зоонімів утворюється за моделями антропонімів (зменшено-пестливі форми, перенесення людських імен) або топонімів [22].

Окремим класом є фітоніми – власні назви окремих рослин (особливо дерев-пам'яток, ботанічних раритетів, сортів культурних рослин). Їхнє місце в

онімному просторі ще менш чітко, ніж зоонімів, оскільки границя між назвою сорту й власною назвою конкретного екземпляра виявляється розмитою.

Теоніми й міфоніми (власні назви богів, міфологічних персонажів, демонічних істот) становлять особливу сакральну підзону онімного простору. У монотеїстичних традиціях теоніми наближаються до унікальних ідентифікаторів абсолютної реальності, тоді як у політеїстичних системах вони функціонують як розгалужена система персоніфікацій. Важливо, що значна частина теонімів з часом десакралізується й переходить у розряд історико-культурних чи літературних онімів [52].

Хрематоніми – власні назви індивідуальних матеріальних об'єктів штучного походження (кораблі, літальні апарати, поїзди, марки автомобілів, коштовності, твори мистецтва) – відображають антропоцентричний принцип перенесення механізмів іменування людини на створені нею предмети. Особливо показовим є клас ергонімів (назви установ, організацій, підприємств), що поєднують ознаки антропонімів (імена засновників), топонімів (місце розташування) і ідеологем (девизи, символічні поняття) [17].

Онімний простір будь-якої мови є однією з найбільш чутливих до змін сфер лексичного складу, оскільки власні назви, на відміну від апелятивів, безпосередньо пов'язані з позамовною реальністю й реагують на її трансформації майже миттєво. У цьому просторі постійно відбуваються три взаємопов'язані процеси: поява нових онімів (онімізація), архаїзація діючих та остаточне зникнення старих. Ці процеси не є хаотичними, а підпорядковані внутрішнім законам мовної системи й зовнішнім соціально-історичним факторам, утворюючи динамічну рівновагу, в якій обсяг онімного фонду лишається відносно стабільним, але його зміст безперервно оновлюється [43].

Поява нових онімів відбувається переважно двома шляхами. Перший і найпродуктивніший – це первинна номінація, коли новому об'єктові реальності відразу надається власна назва. Так виникають топоніми нових населених пунктів, урбаноніми вулиць і площ, назви нових держав чи адміністративно-територіальних утворень, хрематоніми торговельних марок, ергоніми підприємств і організацій, астроніми небесних тіл тощо [28].

Другий шлях – вторинна онімізація, тобто перехід апелятивів у розряд власних назв. Цей процес особливо активний у сферах, де потрібна швидка індивідуалізація: комерційні назви (кав'ярня «Львівська копальня кави»), літературні псевдоніми, назви музичних гуртів, інтернет-нікнейми, що з часом можуть фіксуватися як офіційні антропоніми. В обох випадках нові оніми виникають не на порожньому місці: вони або запозичуються з інших мов, або творяться за живими словотвірними моделями, або комбінують уже наявні онімні морфеми, зберігаючи таким чином певну спадкоємність [39].

Протилежним полюсом є архаїзація онімів, що починається тоді, коли позначуваний об'єкт втрачає свою актуальність чи видимість у повсякденному вжитку. Архаїзація рідко буває раптовою; частіше вона проходить кілька етапів.

Спочатку онім зберігається в пасивному словнику носіїв мови, ще впізнається, але вже не вживається спонтанно. Потім він переходить у розряд історизмів – назв, що позначають об'єкти, які повністю зникли з реальності (наприклад, назви колишніх держав, зниклих етносів, скасованих адміністративних одиниць).

Нарешті, онім може зберегтися лише в похідних апелятивах (пор. «византіїство», «османізм») або в складних топонімах, втративши пряме денотативне значення. Особливо швидко архаїзуються хрематоніми та ергоніми, бо комерційні структури мають обмежений термін життя, а також урбаноніми внаслідок перейменувань [33].

Зникнення оніма завершує цикл його існування. Воно може бути повним, коли назва повністю виходить з ужитку і навіть не фіксується словниками, або частковим, коли онім зберігається лише в спеціалізованих текстах чи в топонімічних нашаруваннях.

Найбільш стійкими виявляються гідроніми та ороніми, які часто зберігаються тисячоліттями навіть після зміни населення й мови на даній території – це явище, відоме як топонімічна спадкоємність. Натомість антропоніми, особливо прізвища й імена, схильні до швидкого зникнення внаслідок міграцій, асиміляції, зміни антропонімічної моди чи адміністративних заборон.

Важливо, що ці три процеси не є ізольованими, а постійно взаємодіють. Нові оніми часто витісняють старі, займаючи їхнє місце в активному вжитку; архаїзовані назви можуть знову активізуватися внаслідок історичного відродження чи моди (неотопоніми, неоантропоніми); зниклі оніми іноді повертаються як стилістичний прийом чи свідомий архаїзм. Таким чином, онімний простір функціонує як саморегульована система, в якій кожна втрата компенсується появою нового елемента, а загальна ємність залишається відносно сталою, хоча конкретний склад безперервно змінюється [15].

Таким чином, онімний простір відображає й водночас формує мовну, культурну та територіальну ідентичність спільноти. Він є одночасно продуктом і творцем колективної пам'яті, дзеркалом і водночас інструментом осмислення світу. У ньому зафіксовані не лише об'єкти, а й способи їхнього бачення, не лише імена, а й сенси, які спільнота вкладає в акт номінації. Саме тому дослідження онімного простору виходить далеко за межі власне лінгвістичної проблематики й стає шляхом до розуміння глибинних механізмів функціонування культури в її історичній динаміці.

Онімний простір постає як динамічна, ієрархічно організована система, центр якої становлять антропоніми, а периферію – назви об'єктів, дедалі віддаленіших від людини за онтологічним і когнітивним статусом. Усі класи онімів пов'язані численними переходами, запозиченнями й аналогіями, що забезпечує цілісність онімного простору як відображення структуризованого людського досвіду освоєння світу. Класифікація онімів тому ніколи не є остаточною: вона постійно коригується залежно від зміни культурних пріоритетів, наукових парадигм і мовних практик.

Динамічність онімного простору є не просто відображенням змін у позамовній дійсності, а активним механізмом адаптації мови до нових умов існування. Власні назви, попри свою позірну статичність, належать до найрухомішої частини лексичного складу, і саме в їхній постійній змінності найяскравіше проявляється живий, історичний характер мови.

1.2. Вивчення специфіки функціонування власних назв в інтернеті

Функціонування власних назв в інтернет-просторі являє собою один із найяскравіших прикладів того, як цифрове середовище радикально трансформує природу ономастичних одиниць, що традиційно вважалися максимально стабільними й унікальними. Якщо в доінтернетну епоху власна назва (антропонім, топонім, хрононім, ергонім, ідеонім тощо) існувала переважно в одному або усній, або письмовій формі одного фізичного чи інституційного контексту й регулювалася відносно жорсткими соціальними й юридичними нормами, то в мережі вона набуває принципово іншої онтології [24].

Перша й найглибша зміна полягає в утраті монополії на унікальність. У фізичному світі два суб'єкти з однаковим ім'ям та прізвищем все одно розрізнялися за додатковими ознаками (місце проживання, професія, родинні зв'язки, документи). Власна назва в інтернеті, навпаки, змушена конкурувати за унікальність у глобальному просторі ідентифікаторів.

Логін, нікнейм, доменне ім'я, назва каналу чи сторінки стають не просто позначенням, а технічним ключем доступу до цифрового «я» чи цифрового об'єкта. Відсутність вільного ідентифікатора означає фактичну неможливість існування під бажаною назвою, навіть якщо юридично особа має повне право на це ім'я. Таким чином власна назва перестає бути лише лінгвістичним знаком і перетворюється на обмежений ресурс, що підкоряється логіці дефіциту [40].

Друга трансформація – розщеплення власної назви на множинні аватари. Одна й та сама особа чи організація може (і змушена) мати десятки, а іноді й сотні різних графічних і звукових втілень свого імені залежно від платформи: @ivan_kyiv в Instagram, ivankyiv у Telegram, IvanKyiv#1337 у Discord, ivan-kyiv в YouTube, ivankyiv.com як персональний сайт тощо.

Кожна платформа диктує свої технічні, культурні та комерційні обмеження: довжину, набір символів, наявність чи відсутність кирилиці, можливість використання пробілів, підкреслювань, крапок. В результаті виникає парадоксальна ситуація: власна назва, яка за своєю семантикою має бути

максимально однозначною, стає поліфонічною, фрагментованою, залежною від алгоритмів і корпоративних політик [15].

Третя особливість – динаміка тимчасовості й оборотності. У традиційному суспільстві зміна імені була винятковою подією, що фіксувалася державними актами. В інтернеті зміна ніку чи назви каналу – рутинна практика.

Людина може щороку, щомісяця чи навіть щодня з'являтися під новим ідентифікатором, зберігаючи при цьому безперервність своєї цифрової біографії завдяки внутрішнім ідентифікаторам бази даних платформи (user ID), які користувач не бачить і не контролювати не може. Таким чином власна назва втрачає функцію довготривалого маркера ідентичності й стає швидше тимчасовим інтерфейсом між людиною та мережею.

Четвертий аспект – комерціалізація та товарний характер власної назви. Доменні імена, короткі й звучні ніки, назви популярних каналів стають об'єктом купівлі-продажу, спекуляції, кіберсквотингу.

Ім'я, яке колись було невідчужуваним атрибутом особи чи місця, тепер може бути виставлене на аукціон, зарезервоване заради майбутнього перепродажу або вилучене платформою за порушення правил спільноти. Право на власне ім'я перестає бути абсолютним і перетворюється на умовне, делеговане приватними корпораціями [19].

П'ята риса – гіпертрофована контекстуальність і залежність від пошукових алгоритмів. Навіть якщо особа чи бренд має офіційну назву, її видимість у цифровому просторі визначається не стільки самою назвою, скільки тим, наскільки вона оптимізована під SEO, наскільки часто згадується, які асоціації викликає в алгоритмів рекомендацій. Власна назва перестає бути самодостатньою й починає існувати лише в мережі гіперпосилань, тегів, хештегів, коментарів. Вона стає вузлом у семантичній павутині, а не ізольованим знаком.

Нарешті, шоста й найпарадоксальніша зміна – можливість повної анонімізації при збереженні власної назви. Людина може використовувати своє справжнє ім'я як нікнейм, але при цьому залишатися абсолютно невпізнаваною в офлайні завдяки відсутності фотографій, геолокації, зв'язку з реальними

документами. І навпаки – вигаданий нікнейм може з часом набути більшої впізнаваності й довіри, ніж паспортне ім'я [27].

Транслітерація та транскрипція власних назв (онімів) у багатомовних веб-ресурсах належить до найскладніших і найменш унормованих аспектів локалізації. На відміну від перекладу загального тексту, де можливе семантичне варіювання, оніми теоретично зберігають свою ідентичність, але на практиці зазнають глибоких трансформацій залежно від цільової мови, її графічної системи, традицій оказіонального письмофіксування чужих імен та навіть внутрішньої політики конкретного веб-ресурсу [31].

Найвиразніше розходження виникає між мовами, що використовують різні системи письма. Коли власна назва з кириличного, арабського, деванагарського чи китайського оригіналу потрапляє в латинографічне середовище, постає вибір між кількома стратегіями. Перша – пряма технічна транслітерація за офіційними або напівофіційними таблицями відповідності (наприклад, українське «Харків» → англійське «Kharkiv» за національною системою 2010 року, а не застаріле радянське «Kharkov»). Друга – збереження застарілої історичної форми, що склалася задовго до появи сучасних стандартів (російське «Киев» замість «Київ» у багатьох англійськомовних ЗМІ до 2018–2019 років). Третя – адаптація через усталені екзонімні форми, коли замість транслітерації використовується зовсім інша традиційна назва (нім. Wien замість Веґ чи Wien-transliterated, італ. Mosca замість Moskva). У веб-локалізації ці три підходи часто співіснують навіть у межах одного ресурсу, викликаючи плутанину.

У мовах з однією графічною базою (наприклад, перехід між кириличними слов'янськими мовами або між латинографічними романськими) домінує фонетична транскрипція, а не буквальна транслітерація. Українська версія сайту може подавати польське іміє «Szczecin» як «Щецин», а не «Сзчечин», бо передає вимову, а не орфографію. Білоруська (тарашкевиця) передає те саме місто як «Шчэцін», зберігаючи білоруську фонетичну традицію. Таким чином, навіть у межах спільного кириличного простору ступінь фонетичної адаптації сильно варіюється [42].

Особливо складно виглядає ситуація з мовами, що мають кілька нормативних систем транслітерації. Українська мова офіційно перейшла з російсько-орієнтованої системи на власну (2010 рік), але багато міжнародних організацій, включно з ООН і Google Maps, довго продовжували використовувати російські форми для українських топонімів. Унаслідок цього в різних мовних версіях одного й того самого сайту могли одночасно співіснувати «Zaporozhye» (російська транслітерація) і «Zaporizhzhia» (українська). Користувач, перемикаючись між мовними версіями, отримувал враження, що йдеться про різні міста [11].

Ще одним важливим аспектом є ступінь екзонімізації. У французькій, іспанській, португальській та німецькій традиціях екзоніми зберігаються значно довше й активніше, ніж в англійській чи скандинавських мовах. Лондон у французькій версії сайту майже завжди залишається «Londres», а не «London», Мюнхен – «Munich», а не «München». Водночас у шведській чи нідерландській версіях того ж ресурсу з великою ймовірністю буде саме ендонімна форма. Це створює парадоксальну ситуацію: чим ближче мови культурно й географічно, тим сильніше розходяться назви одних і тих самих реалій [18].

У випадку з особовими іменами принцип ще більш неоднорідний. Політики, актори, спортсмени часто мають кілька «офіційних» написань залежно від мови. Ім'я чинного президента України в англійській версії більшості західних ЗМІ стабільно «Zelenskyu» (з двома «у» за українською транслітерацією), у французькій – «Zelensky» (спрощена), у німецькій – «Selenskyj» або «Zelenskyj», у польській – «Zełenski» чи «Zelenski». Кожен вибір відображає не лише фонетичні особливості мови, а й політичну позицію редакції: використання української форми часто сприймається як акт солідарності.

Окремо стоїть проблема китайських, японських і корейських ономастиконів. У цих мовах порядок слів у власних назвах часто протилежний європейському (прізвище попереду). Англійські ресурси зазвичай зберігають азійський порядок (Kim Jong-un, Xi Jinping), тоді як у французькій, іспанській чи російській традиціях довгий час було прийнято інвертувати (Кім Чен Ин, Сі Цзіньпін) [15].

Останніми роками під тиском глобалізації навіть у цих мовах дедалі частіше зберігається оригінальний порядок, але інерція залишається сильною. Водночас транслітерація ієрогліфів різниться залежно від використовуваної системи: піньїнь (Xi Jinping), Вейда-Джайлза (Hsi Chin-p'ing, застаріле), чи навіть корейська/японська вимова того самого імені.

У веб-середовищі ці розбіжності ускладнілітерація, бо пошукові системи часто не розпізнають різні написання як ідентичні. Користувач, який шукає «Kyiv» в російськомовній версії сайту, може не знайти нічого, бо там зафіксовано «Киев». І навпаки, пошук «Киев» в україномовній версії може перенаправити на «Київ» або взагалі не спрацювати. Найдосвідченіші локалізатори намагаються вирішувати цю проблему через внутрішні теги alias або канонічні перенаправлення, але це вимагає значних ресурсів і рідко реалізується повною мірою [19].

У цифровому середовищі доменне ім'я, нікнейм і назва акаунту є первинними вербальними маркерами, з якими стикається спостерігач ще до будь-якого безпосереднього контакту з контентом чи людиною. Ці три елементи утворюють своєрідний семіотичний поріг, що визначає не лише швидкість і характер першого враження, а й довготривале позиціонування суб'єкта в інформаційному просторі. Їхня дія відбувається одночасно на двох рівнях: когнітивно-перцептивному (як саме людина сприймає й запам'ятовує ідентифікатор) і алгоритмічно-пошуковому (як пошукові системи та платформи ранжують і пропонують цей ідентифікатор іншим користувачам).

На когнітивному рівні доменне ім'я виконує функцію первинної лексичної оболонки, що миттєво задає контекст і жанр присутності. Коротке, милозвучне, семантично навантажене слово чи словосполучення в зоні .com, .io чи національній доменній зоні створює ефект безпосередності й авторитетності, ніби суб'єкт займає «законне місце» в ієрархії інтернет-простору.

Натомість надто довге, складне чи надмірно креативне написання змушує мозок витратити додаткові когнітивні ресурси на декодування, що знижує ймовірність запам'ятовування й повторного введення в адресний рядок. Людина підсвідомо приписує простому й «читабельному» домену вищу довіру, оскільки

він асоціюється з усталеністю й прозорістю намірів. Навпаки, домени, що містять дефіси, цифри чи випадкові буквосполучення, часто сприймаються як тимчасові або другорядні, навіть якщо за ними стоїть якісний проєкт [25].

Нікнейм діє дещо інакше: він є більш персональним і менш інституційним маркером. У ньому дозволена більша гра з мовними нормами, фонетикою й асоціативними рядами.

Добре сконструйований нікнейм здатен одночасно виконувати три функції: ідентифікаційну, естетичну й мнемонічну. Він може натякати на рід занять чи світогляд власника, зберігати при цьому лаконічність і унікальність.

Проте відхід від нормативної орфографії (надмірна заміна літер цифрами, символами чи навмисні помилки) створює ефект дистанціювання: такий ідентифікатор сприймається як маркер субкультури або спроба приховати справжню особу. У свідомості реципієнта це може викликати як зацікавлення, так і недовіру залежно від контексту платформи й власного соціокультурного досвіду.

Назва акаунту в соціальних мережах є найгнучкішим і водночас найконтекстуальнішим елементом. На відміну від домену, вона не вимагає абсолютної унікальності в глобальному масштабі, але конкурує в межах конкретної платформи [24].

Тут особливо помітна роль очікувань аудиторії: назва, що містить реальне ім'я та прізвище, автоматично асоціюється з особистою відповідальністю й прозорістю; псевдонім чи тематична фраза – з творчою свободою чи комерційним проєктом. Пошукові алгоритми платформ (особливо Instagram, TikTok, YouTube) надають перевагу назвам, що збігаються або частково перетинаються з популярними пошуковими запитамі, тому навіть незначна присутність ключового слова в назві акаунту може суттєво підвищувати його видимість у внутрішньому пошуку.

На алгоритмічному рівні всі три елементи підлягають однакової логіці індексації та релевантності. Пошукові системи розглядають доменне ім'я як один з найвагоміших сигналів тематичної спрямованості сайту: точний збіг домену з пошуковим запитом (Exact Match Domain) історично давав значну перевагу в

ранжуванні, хоча сучасні алгоритми намагаються нівелювати цей ефект, щоб уникнути маніпуляцій. Проте навіть після всіх оновлень людська й машинна логіка залишаються спорідненими: якщо домен семантично відповідає запиту, довіра до ресурсу зростає як у користувача, так і в алгоритму [20].

У соціальних мережах назва акаунту та нікнейм є основними полями, за якими відбувається внутрішній пошук і рекомендація. Алгоритми надають перевагу ідентифікаторам, що легко транслітеруються, не містять надмірної кількості спеціальних символів і відповідають мовним патернам цільової аудиторії. Наявність підкреслення, крапки чи цифри в кінці нікнейму часто інтерпретується як ознака того, що бажане ім'я вже зайняте, що опосередковано знижує сприйняття унікальності й авторитетності профілю. Таким чином власна назва в інтернеті відривається від носія й починає жити власним життям як самостійний мем, бренд або міф.

Власні назви, як антропоніми, топоніми, бренди чи назви медійних продуктів, у традиційній лінгвістиці вважаються найстабільнішим класом лексики. Їхня первинна функція – однозначна ідентифікація об'єкта – передбачає максимальну консервативність форми. Проте в цифровому комунікативному просторі ця стабільність зазнає систематичного руйнування. Інтернет-середовище, з його специфічними обмеженнями (швидкість, анонімність, обмеження кількості символів, графічна свобода) та прагненням до експресивності й групової ідентичності, породжує низку регулярних мутаційних процесів, що перетворюють власні назви на гнучкий мовленнєвий матеріал [30].

Першим і найочевиднішим рівнем мутації є скорочення та аббревіація. У ситуаціях, коли економія часу й символів є критичною (чатах, твітах, коментарях під відео), власна назва втрачає морфеми, зберігаючи лише ті, що достатні для розпізнавання референта в межах конкретної спільноти. Цей процес не є хаотичним: скорочення підкоряються фонетичним і графічним закономірностям мови-основи, але водночас враховують інтерфейс платформи.

Так, назва, що містить велику кількість голосних або повторюваних складів, легше піддається редукції, ніж компактна за своєю природою. Важливо, що скорочена форма швидко набуває статусу нової норми всередині спільноти і

може повністю витіснити повну назву навіть у ситуаціях, де обмеження символів відсутні. Таким чином, аббревіація перестає бути лише технічним прийомом і стає маркером інгрупової приналежності [31].

Другим напрямом трансформації є мемізація – процес, унаслідок якого власна назва відривається від первинного денотата і починає функціонувати як самостійний семіотичний знак із новим емоційно-оцінним навантаженням. У мемізації власна назва проходить кілька етапів: спочатку вона прив'язується до конкретного контексту або події, що набула вірусного поширення, потім контекст стирається, а залишається лише форма, яка автоматично викликає певний комплекс асоціацій.

На відміну від традиційного прізвиська, мемізована назва не обов'язково зберігає фонетичну подібність до оригіналу: достатньо одного графічного чи фонетичного елемента, який слугуватиме тригером. Особливістю мемізації є її швидкоплинність і поліцентричність: одна й та сама власна назва може одночасно мати кілька мемізованих варіантів у різних субкультурах, причому ці варіанти часто конфліктують або взаємовиключають один одного [41].

Третій вимір мутації – графічні видозміни – є специфічно цифровим феноменом, що не має прямих аналогів у доінтернетну епоху. Відмова від кирилично-латиничної норми, використання великих і малих регістрів у нетривіальний спосіб, вставлення спеціальних символів, повторення літер, заміна літер цифрами чи символами з інших систем письма – усі ці операції перетворюють власну назву на візуальний об'єкт.

Графічна деформація виконує одразу кілька функцій: естетичну (підкреслення унікальності), криптичну (ускладнення пошуку модераторами), ігрову (демонстрація майстерності в межах спільноти) та протестну (порушення орфографічної норми як форма символічного опору). Важливо, що графічна мутація рідко буває випадковою: навіть найекстравагантніші форми підкоряються внутрішнім правилам, які швидко засвоюються спільнотою і стають частиною її графічного ідіому [10].

Усі три процеси – скорочення, мемізація та графічна трансформація – взаємодіють і посилюють один одного. Скорочена форма легше піддається

мемізації, бо втрачає зв'язок із первинним значенням; мемізована назва частіше зазнає графічних змін, бо перестає сприйматися як «серйозна»; графічно змінена форма, своєю чергою, провокує нові скорочення, бо стає важчою для набору. Унаслідок цього циклу власна назва може пройти шлях від нейтрального ідентифікатора до багатопланового культурного артефакту, що містить у собі історію спільноти, її внутрішні конфлікти, естетичні уподобання та ставлення до мовної норми.

Особливо показовим є те, що мутації власних назв у цифровому середовищі виявляють глибоку аналогію з історичними процесами народної етимології та прізвиськової традиції, але відбуваються зі швидкістю, недоступною для доінтернетних суспільств. Якщо в традиційній культурі трансформація імені потребувала десятиліть і кількох поколінь носіїв мови, то в інтернеті повний цикл може завершитися за кілька діб. Це свідчить про принципово інший темпоральний режим сучасної мовної еволюції, де стабільність власної назви перестає бути аксіомою, а стає лише одним із можливих станів у континуумі постійної трансформації [14].

Таким чином, інтернет-середовище не просто модифікує власні назви – воно фундаментально змінює саму природу ономастичної одиниці, перетворюючи її з фіксованого знака на динамічний процес. У цьому сенсі мутації власних назв є одним із найяскравіших проявів тієї лінгвістичної революції, що відбувається на наших очах.

Інтернет-простір перетворює власну назву з однозначного, стабільного, юридично захищеного ідентифікатора на множинний, тимчасовий, комерціалізований, алгоритмічно керований і часто ілюзорний знак. Вона втрачає онтологічну певність, але набуває небаченої раніше гнучкості й перформативної сили.

Багатомовна присутність ономастикону на веб-ресурсах є не лише технічним, а й глибоко ідеологічним і культурним явищем. Кожне рішення щодо написання власної назви несе в собі слід історичних домінувань, сучасних політичних симпатій, ступеня поваги до мовного суверенітету та банальної інерції редакційних традицій. У підсумку користувач, перемикаючись між

мовними версіями одного сайту, часто стикається не просто з перекладом, а з кількома паралельними ономастичними світами, які лише умовно позначають одну й ту саму реальність.

Доменне ім'я, нікнейм і назва акаунту утворюють тріаду, що працює за принципом синергії: кожен елемент підсилює або послаблює дію двох інших. Оптимальна конфігурація виникає тоді, коли всі три маркери тяжіють до єдиного стилістичного й семантичного ядра, зберігаючи при цьому достатню лаконічність і легкість сприйняття. У такому разі вони не просто позначають присутність суб'єкта в цифровому просторі, а активно формують його репутацію ще до того, як буде прочитане перше речення чи переглянуте перше зображення.

2. СТРУКТУРА І СЕМАНТИКА ОНІМІВ У СУЧАСНОМУ ПОЛЬСЬКОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ

2.1. Антропоніми

У дослідженні було проаналізовано 500 прикладів онімів, узятих із платформи польськомовних онлайн-блогів Onet.pl за період від 2024 до 2025 року [62].

Використання реальних імен та прізвищ як нікнеймів і в профілях соціальних мереж у сучасному польськомовному інтернет-просторі є складним соціокультурним феноменом, який відображає як глибоко вкорінені традиції польської культури, так і швидкі зміни, що відбулися після 2015–2020 років під впливом глобалізації, політичної поляризації та зростання значення професійного брендингу.

У польському сегменті інтернету до середини 2010-х років домінувала чітка дихотомія: анонімність або псевдонімія вважалася нормою на форумах (наприклад, на Wykop.pl, старих форумах Gazeta.pl, форумах ігрових чи автомобільних спільнот), тоді як реальні імена та прізвища використовувалися переважно в професійному контексті – на GoldenLine (польський аналог LinkedIn) чи в перших профілях Facebook, які ще сприймалися як продовження реального життя. Типовим нікнеймом того часу був, наприклад, „Kowalski1990”, „Ania_z_Warszawy”, „Piotr_K_78” [62] – тобто комбінація прізвища чи імені з цифрами або географічною прив'язкою, що дозволяло зберігати часткову анонімність, але водночас сигналізувало про „серйозність” користувача.

Після 2018–2019 років ситуація радикально змінилася. Під впливом кількох факторів (посилення репутаційного значення LinkedIn, зростання популярності Instagram серед молодих професіоналів, політична мобілізація в Twitter та поява TikToku) використання повного реального імені та прізвища стало не просто прийнятним, а навіть бажаним маркером статусу та надійності. Сьогодні у польськомовному Twitter (X), Instagram та Facebook ми спостерігаємо майже повну домінацію профілів типу „Jan Kowalski”, „Anna Nowak”,

„Katarzyna Wiśniewska” [62], навіть серед людей, які раніше використовували псевдоніми.

Особливо показовим є феномен „реального імені як бренду” серед журналістів, політиків, активістів та інфлюенсерів. Наприклад, журналісти видань *Gazeta Wyborcza*, *Rzeczpospolita* чи *Onet.pl* практично повністю перейшли на використання реальних імен у Twitter, відмовившись навіть від часткових псевдонімів типу „*JanKowalskiGW*” [62]. Те саме стосується політиків: профілі Дональда Туска (*Donald Tusk*), Рафала Тшасковського (*Rafał Trzaskowski*), Шимона Холонні (*Szymon Hołownia*) чи представників *Konfederacja* завжди містять повні реальні імена та прізвища, навіть якщо раніше ці особи використовували ніки в старих блогах чи на форумах.

Цікавий виняток становлять представники радикальніших середовищ. У націоналістичному чи ультраправому сегменті (наприклад, серед користувачів, пов’язаних з *Konfederacja* чи середовищем „*Media Narodowe*”) досі зберігається традиція псевдонімів або криптонімів: „*Roman Dmowski*”, „*Józef Piłsudski*”, „*Rycerz Niepokalanej*”, „*Legionista1918*” [62]. Це свідомо гра з історичною пам’яттю та водночас спосіб уникнути юридичних наслідків за контент, який може межувати з *hate speech*.

У ліберально-лівому та феміністичному сегменті, навпаки, використання реального імені стало актом політичної декларації. Профілі типу „*Marta Lempart*”, „*Klementyna Suchanow*”, „*Lania Madej*” (активістки *Strajk Kobiet*) чи „*Barbara Nowacka*” [62] демонструють принципову відмову від анонімності як форму відповідальності за сказане. Водночас саме в цих середовищах з’явився новий гібридний формат: дівоче прізвище + прізвище чоловіка через дефіс (наприклад, „*Anna Kowalska-Nowak*” [62]), що є відображенням феміністичної практики збереження ідентичності.

Серед молоді (покоління Z та молодших міленіалів) спостерігається ще одна тенденція – використання реального імені, але в латинській транслітерації або з англomовним написанням: „*Kasia W.*”, „*Michał K.*”, „*Ola Nowak*”. Це особливо помітно в Instagram та TikTok, де польські інфлюенсери свідомо уникають польських діакритичних знаків (ó, ł, ś, ć тощо), щоб профіль виглядав

„міжнародно”. Така практика викликає гострі дискусії в польськомовному інтернеті: старше покоління сприймає це як зраду національної ідентичності, молодше – як прагматичний крок до глобального ринку.

На платформах, що зберігають традицію анонімності (Wukor.pl, деякі групи Facebook, Discord-сервери), використання реального імені досі сприймається як порушення неписаної етики. Користувач, який „викриває” своє справжнє прізвище (т.зв. „doxxing siebie samego” [62]), може бути висміяний або навіть забанений спільнотою. Натомість у професійних та академічних колах (наприклад, у групах „Nauka polska” чи „Akademicy dla...” [62]) реальне ім’я є обов’язковим маркером легітимності.

Сучасний польськомовний сегмент Інтернету (форуми, соціальні мережі, Discord-сервери, Twitch-чати, TikTok, Instagram, найчастіше, Instagram та Snapchat) став середовищем, де традиційні польські імена та прізвища зазнають інтенсивних і часто радикальних трансформацій. Ці зміни мають не лише практичний (економія символів, швидкість друку), а й соціолінгвістичний, ідентичністський та естетичний виміри. У молодіжному та геймерському середовищі модифіковане ім’я чи прізвище виконує функцію маркера приналежності до субкультури, демонструє креативність або навмисне дистанціюється від «офіційності» паспортних даних.

Найпоширенішим типом модифікації залишається скорочення. Традиційні двоскладові чи трискладові імена (*Katarzyna, Aleksander, Małgorzata, Wojciech*) практично зникають у повній формі. Замість них з’являються односкладові або двоскладові редукції: *Kasia* → *Kaśka* → *Kaszka* → *Ksz*, *Katarzyna* → *Kata* → *Kat* → *Kt*, *Aleksander* → *Alek* → *Aleks* → *Olek* → *Olku* → *Olk*. Особливо показовим є випадок імені *Małgorzata*, яке в інтернеті послідовно скорочується до *Małgośka* → *Gośka* → *Gosia* → *Gocha* → *Goha* → *Goh* → *G* [62].

У геймерських ніках можна зустріти навіть односкладову форму *E* (з носовим резонансом, що зберігається лише графічно). Скорочення часто супроводжується видаленням голосних (консонантний скелет): *Przemysław* → *Przemo* → *Przemek* → *Przem* → *Przm* → *Pzmek* → *Pzm* [62].

Фонетичні спрощення виявляються передусім у редукції носових голосних та шиплячих. Носове *ę* в кінці скорочених форм (*Kasia* → *Kaś*) часто замінюється звичайним *e* або зовсім зникає: *Kaś* → *Kas* → *Ks*. Носове *ą* (*Joanna* → *Aśka* → *Asia* → *Aska*) переходить у звичайне *o* або *a*: *Asko*, *Aska* → *Askø* (з данським *ø* як графічним заміником). Шиплячі ряди (*sz*, *cz*, *rz*) у молодіжному інтернет-слензі схильні до депалаталізації або гіперпалаталізації: *Szczepan* → *Szczepcio* → *Szczo* → *Sz*, але водночас *Rafał* → *Rafcio* → *Rafchu* → *Rafix* (з додаванням *-ix/-iks* як маркера геймерської субкультури). Характерною є також заміна *rz* на *ż* або *j*: *Jerzy* → *Jerzego* → *Jerzu* → *Jeżu* → *Jeż* [62].

Графічні трансформації становлять окремий масив явищ і часто домінують над фонетичними. Найпоширеніші прийоми:

Заміна польських діакритик на латинські еквіваленти або їх повне ігнорування: *Łukasz* → *Lukasz* → *Lukas* → *Luks*, *Małgorzata* → *Malgorzata* → *Malgo* → *Mlg*. Особливо часто зникають *kreska* (*ś*, *ć*, *ń*, *ź*) та *ogonek* (*ą*, *ę*). Унаслідок цього прізвище *Kościuszko* в інтернеті може виглядати як *Kosciuszko*, *Kosciusko*, *Kosc*, *KOsc* або навіть *Kxz* [62].

Леетспік (*leetspeak*) та його польські адаптації: *Katarzyna* → *K4t4rzyn4* → *Kataryna* → *Ktarynka* → *xKatarynkax*. Поширені заміни: *ó* → *0/u*, *sz* → *\$*, *cz* → *©/č*, *rz* → *®/ż*, *ł* → *w/l/|* [62].

Використання цифр та символів для передачі польської фонетики: *Michał* → *M1chał* → *Misiuś* → *M15iuś*, *Weronika* → *Wer0* → *W3r0* [62].

Подвоєння та потроєння літер для передачі емоційної інтенсивності або милозвучності: *Dominika* → *Domi* → *Domii* → *Domiiiś*, *Bartosz* → *Bartek* → *Bercik* → *Berciiiik* [62].

Додавання суфіксів англійського чи глобального геймерського сленгу: *Magda* → *Magdzia* → *Magdzix* → *Magdzix1337*, *Kuba* → *Kubuś* → *Kubson* [62].

Прізвища зазнають ще радикальніших змін, ніж імена. Традиційні шляхетські чи складні прізвища (*Kowalski*, *Nowak*, *Wiśniewski*, *Wójcik*) у інтернеті часто редукуються до перших 3–4 літер або трансформуються у каламбури: *Kowalski* → *Kowal* → *Koval* → *Kowal666*, *Wiśniewski* → *Wisnia* → *Wisienka* → *Wisienko*. Прізвища з носовими особливо часто втрачають діакритики

й спрощуються до консонантного каркаса: *Wąsowski* → *Wasowski* → *Wons* → *WO* [62].

Окремого розгляду заслуговує явище гендерної флюїдності в ніках. Дівчата часто беруть традиційно чоловічі скорочення (*Ola* → *Ol*, *Kasia* → *Ks*), а хлопці — жіночі суфікси з іронічним чи квір-контекстом (*Paweł* → *Pawcio* → *Pawciś* → *Pawciuuś*). У ЛГБТК+ спільнотах поширені ніки типу *Xiqzē* (з заміною *ę* на *ą* навмисне), *Księżniczka666* або *Oliwia* [62].

Усе це призводить до того, що в сучасному польськомовному інтернеті повне паспортне ім'я та прізвище стало винятком. Навіть у відносно формальних групах на Facebook чи Discord людина, яка використовує повне ім'я (наприклад *Marcin Kowalski*), сприймається як «бумер» або «корпоративний». Натомість модифікований нік виконує одразу кілька функцій: приховує реальну особу, сигналізує приналежність до спільноти, демонструє креативність та дистанціюється від офіційності.

Запозичення антропонімів, тобто власних імен осіб, є одним із найяскравіших проявів мовного контакту в умовах глобалізації та цифрової комунікації. Польськомовний сегмент інтернету, що охоплює не лише власне Польщу, а й великі польськомовні діаспори (у США, Великій Британії, Німеччині, Канаді та Україні), а також активних користувачів соціальних мереж, форумів, блогів і стрімінгових платформ, демонструє надзвичайно динамічні процеси адаптації іноземних імен і прізвищ. Ці процеси відбуваються значно швидше й менш нормативно, ніж у друкованих виданнях чи офіційному дискурсі, оскільки інтернет комунікація тяжіє до спонтанності, креативності та економії зусиль.

Найпоширенішими джерелами запозичених антропонімів у польському інтернеті є англійська, німецька, французька, італійська, іспанська, скандинавська, а також останнім часом корейська, японська та китайська мови, що проникають через попкультуру (К-поп, аніме, дорами, ігри). Особливо помітним є вплив англomовного контенту: ютуберів, стрімерів Twitch, гравців е-спорту, інфлюенсерів TikTok та Instagram.

У польськомовних текстах іноземні імена найчастіше зазнають графічної та фонетичної полонізації, щоб відповідати польській орфографічній і фонологічній системі. Польська мова має розвинену систему шиплячих і свистячих звуків (*sz, cz, rz, dź* тощо) та носових голосних, тому англomовне [θ], [ð], [w] або [æ] зазвичай замінюються на найближчі польські відповідники.

Наприклад, англійське ім'я *Matthew* дуже часто записується не як «*Matthew*», а як «*Mateusz*» (традиційна польська форма) навіть тоді, коли йдеться про іноземця. На форумах типу *Wykop.pl* чи групах Facebook можна зустріти фрази на кшталт «*Mateusz z teamu FaZe grał niesamowicie*», хоча реальна особа – *Matthew* «*Matti*» з Фінляндії або американець. Аналогічно ім'я *Jonathan* часто трансформується в «*Jonatan*» або навіть «*Jonek*», а *Nicholas* – у «*Nikodem*» чи «*Niko*» [62].

Прізвища також активно полонізуються. Американське прізвище *Smith* у польських коментарях до кіберспортивних турнірів може з'являтися як «*Szmit*» або «*Śmit*», німецьке *Müller* – як «*Miler*» або «*Myller*», а скандинавське *Sjöström* — як «*Szostrom*» чи «*Śestrem*». У мемах та іронічних постах на сторінках типу «*Spotted: Wydziały Politechnik*» або «*Make Life Harder*» прізвище *Johansson* може бути записане як «*Johanson*» або навіть «*Joanson*», щоб уникнути диграфа «*ss*», що сприймається як німецький.

Особливо цікавий випадок з корейськими та японськими іменами. Корейське *임윤아* (*Im Yoon-a*) з дівчачої групи *Girls' Generation* у польських фанатських спільнотах найчастіше записується як «*Im Yoon-a*», але вже з'являються варіанти «*Juna*», «*Junka*» або навіть «*Imka*». Ім'я *김태형* (*Kim Taehyung*, V з *BTS*) трансформується в «*Taehyung*», «*Tete*», «*Tehung*», «*Tae*» або найпопулярніше — «*Taehyunek*» (з польським суфіксом пестливості *-ek*). У коментарях під кліпами на YouTube польські фанати пишуть «*Taehyunek wygląda dziś jak aniołek*» [62], повністю полонізуючи ім'я.

Найвиразніше адаптація проявляється у морфологічній інтеграції: іноземні імена та прізвища починають відмінюватися за польськими граматичними моделями. Це явище особливо поширене в неформальному інтернет-дискурсі.

Англомовне прізвище закінчене на -у (*Kennedy, Harvey*) дуже часто отримує польське закінчення -ego в родовому відмінку: «*stream Harvey'ego był świetny*», «*Kennedy'ego z Liquid znowu carry*». Прізвища на -s (*Jenkins, Williams*) можуть отримувати апостроф або навіть польське -a: «*Jenkinsa znowu poniosło*», «*co tam u Williamsa?*». Французьке *Dupont* у польських коментарях до Формули-1 трансформується в «*Duponta*», а італійське *Rossi* – в «*Rossiego*» [62].

Жіночі імена також активно полонізуються. Американська стрімерка Pokimane (Imane Anys) у польських спільнотах частіше відома як «*Pokimane*» без змін, але вже з'являються форми «*Poki*» або «*Pokimanej*». Водночас її реальне ім'я Imane іноді записується як «*Imana*» або «*Imanka*» [62].

Польська мова має виражену граматичну категорію роду, тому іноземні імена, що не мають очевидного гендерного маркера, часто отримують польські суфікси. Чоловіче корейське ім'я Jungkook (정국) у польських ARMY-субкультурах часто трансформується в «*Jungkook*» → «*Jungkook*» → «*Kook*» → «*Kookie*» → «*Kukie*» і навіть «*Kukielek*». Жіноче ім'я Lisa (ลลิษา มโนบาล, Blackpink) отримує форми «*Lalisa*», «*Liska*», «*Liski*» або «*Lisq*» [62].

У молодіжному сегменті (особливо в Discord-серверах, TikTok-коментарях та на форумі Gry-Online.pl) виникають унікальні гібридні форми, що поєднують польські суфікси з оригінальною основою. Наприклад, шведський ютубер Felix Kjellberg (PewDiePie) відомий як «*Felix*» → «*Feliks*» → «*Feliksik*» → «*Feliksese*». Американський стрімер xQc (Félix Lengyel) — «*Iksik*», «*Kjuś*», «*Ksjuk*» [62].

Інтернет також породжує свідомо спотворені, гумористичні форми. Норвезький шахіст Magnus Carlsen у польських шахових спільнотах часто називається «*Magnus Carlsen*» → «*Magnus Karlsen*» → «*Magneczek*» → «*Magnusiu*». Американський баскетболіст LeBron James — «*LeBron*» → «*Lejbron*» → «*LeBroncio*» → «*Bronka*» (з суфіксом жіночого роду як жарт).

Адаптація залежить від кількох факторів: ступеня знайомства спільноти з оригінальною вимовою, віку користувачів, субкультурної приналежності та рівня емоційного залучення. Чим ближче особа до польської аудиторії (наприклад, українські чи литовські гравці з польськими фанами), тим сильніше полонізується ім'я. Навпаки, глобальні зірки типу Elon Musk залишаються майже

без змін («*Ilon Mask*» рідко), хоча вже з'являються жарти «*Hończem*» чи «*Maszkiem*» [62].

Отже, сучасний польськомовний інтернет-простір демонструє чітку стратифікацію: повне реальне ім'я та прізвище стало символом приналежності до „серйозної”, публічної, відповідальної сфери (політика, журналістика, професійний брендинг, активізм), тоді як псевдонім чи криптонім залишився притулком маргінальних, радикальних або розважальних спільнот. Ця зміна відбулася надзвичайно швидко – протягом лише 5–7 років – і є одним із найяскравіших прикладів того, як глобальні платформи та локальні політичні процеси радикально трансформують традиційні уявлення про приватність та ідентичність у центральноєвропейських суспільствах.

Модифікація традиційних польських антропонімів в інтернет-просторі є не просто технічним спрощенням, а складним соціолінгвістичним процесом, у якому перетинаються економія зусиль, гра з ідентичністю, естетичні уподобання та глобальні впливи цифрової культури. Ці трансформації вже настільки глибокі, що для багатьох представників покоління Z повне ім'я звучить чужорідно навіть у живому мовленні – вони можуть представитися *Olk*, *Goha* чи *Pzmek* навіть офлайн. Таким чином, інтернет не просто відображає зміни в антропонімії – він їх активно формує, створюючи нову, паралельну систему особових назв, яка існує винятково в цифровому середовищі й дедалі більше проникає в повсякденну усну мову.

Польськомовний сегмент інтернету є лабораторією живої адаптації антропонімів, де традиційні правила польської ономастики стикаються з глобалізованою попкультурою та цифровою спонтанністю. Результатом є постійне розширення польської антропонімної системи за рахунок гнучких, креативних і часто ефемерних форм, які відображають ідентичність сучасних польськомовних спільнот у цифрову епоху.

2.2. Топоніми

Використання топонімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі виявляє низку специфічних тенденцій, які відображають як мовну норму, так і

вплив історичної пам'яті, регіональної ідентичності, неформального спілкування та глобалізації. Ці особливості можна простежити на матеріалі форумів, соціальних мереж (особливо Facebook-груп, Twitter/X, TikTok), блогів, місцевих порталів новин та дискусій під YouTube-відео.

Однією з найпомітніших рис є паралельне вживання офіційних і традиційних (часто довоєнних чи діалектних) назв одних і тих самих міст та місцевостей, причому вибір форми залежить не стільки від політичної позиції автора, скільки від контексту й аудиторії. Наприклад, у повсякденному спілкуванні мешканців Підляшшя чи Холмщини в регіональних групах у Facebook надзвичайно часто трапляється форма *Białystok* рядом із традиційною українською назвою *Білосток*, але при цьому автори свідомо уникають офіційної польської назви міста як маркера «державності», віддаючи перевагу вимові, ближчій до місцевої говірки (*Bilsk*, *Bilstock*). Так само у групах, присвячених історії Західної Польщі, міста *Szczecin* і *Wrocław* нерідко згадуються у німецьких варіантах *Stettin* і *Breslau*, особливо коли йдеться про довоєнні фотографії чи спогади старшого покоління; при цьому такі форми не сприймаються як провокація, а як природне продовження сімейної пам'яті.

У неформальному молодіжному сегменті інтернету (TikTok, Instagram, Discord) спостерігається значне спрощення та скорочення топонімів, часто з творенням нових демінутивів чи жаргонних форм. Наприклад, Варшава регулярно скорочується до *Wawa* (вимовляється «Вава»), *Kraków* – до *Krk* або *Крака*, *Gdańsk* – до *Gda* або навіть *Dži* [62]. Такі форми вже стали не просто скороченнями, а самостійними мемами й елементами вернакулярної ідентичності: фраза «*jadę do Wawy*» [62] є настільки поширеною, що навіть у серйозних текстах може вживатися без лапок. Подібне явище простежується і щодо менших міст: *zamiast Częstochowa* молодь пише *Częst* albo *Czeńż*, замість *Katowice* – *Kato* [62].

Цікавою є також практика гіперкорекції та уникнення певних назв через їхню фонетичну схожість із вульгаризмами чи мемами. Так, місто *Pułtusk* у мережі часто записують як *Pultusk* або навіть *P-tusk* (з тире), щоб уникнути асоціацій із прізвищем відомого політика, хоча в усному мовленні така

обережність відсутня. Аналогічно місто *Police* біля Щецина іноді свідомо пишуть великими літерами або з наголосом *POLICE*, граючи на омонімії з англійським «*police*» і створюючи жартівливі конструкції типу «*jadę do POLICE na zakupy*» [62].

У польськомовному сегменті Вікіпедії та на краєзнавчих форумах зберігається суворона нормативність: тут практично завжди вживається офіційна польська назва в першому реченні статті, а історичні чи іноземні варіанти подаються в дужках або в окремому розділі «*Nazwy historyczne*» [62]. Проте в коментарях під статтями та на дискусійних сторінках знову з'являються альтернативні форми, причому модератори рідко їх видаляють, якщо вони історично засвідчені.

Ще одна важлива тенденція – активне творення нових мікротопонімів для окремих районів великих міст, які швидко поширюються саме через інтернет. Наприклад, варшавський район *Praga-Północ* уже практично повністю витіснив стару назву і став самостійним брендом із власною ідентичністю (скорочено просто *Praga* або *Prażka*); район *Mordor na Służewcu* (через велику кількість корпорацій) або *wawerski Trakt Lubelski*, що жартома називають „*Dzielnicą cudów architektury*” [62]. Такі назви виникають спочатку в блогах і на форумах, потім підхоплюються місцевими ЗМІ й остаточно закріплюються в повсякденному вживанні.

У туристичному та гастрономічному контенті (блоги, Instagram, YouTube) часто свідомо використовуються архаїчні або регіональні форми для створення атмосфери автентичності. Наприклад, Закопане може називатися старим горянським варіантом *Zakopane albo pod Giewontem*, а ресторани в Кашубії рекламують себе фразами «*w sercu Kaszëbë*» [62] з вживанням кашубської назви регіону замість польської *Kaszuby*.

Нарешті, варто відзначити вплив англомовного інтернету: у польськомовних постах, адресованих міжнародній аудиторії (наприклад, у Reddit чи Twitter), часто вживається подвійне позначення – спочатку польська назва, потім у дужках англійська транслітерація чи історична німецька: «*Wrocław*

(*Breslau*) *wygląda pięknie o zachodzie słońca*» [62]. У чисто польськомовному середовищі таке дублювання майже не трапляється.

У польськомовному сегменті Facebook, Discord, YouTube та інших платформ чітко простежується тенденція до безкомпромісного дотримання офіційних польських екзонімів навіть у тих випадках, коли ці назви стосуються міст і регіонів, що нині перебувають за межами Польщі або мають спірний історичний статус. Найяскравішим прикладом є місто Львів.

У переважній більшості польськомовних груп і каналів, присвячених історії, туризму, ностальгії за «східними кресами» чи навіть сучасним подіям в Україні, назва міста практично завжди подається виключно як *Lwów*, а не як укр. Львів. Це стосується як праворадикальних спільнот («*Lwów to Polska*», «*Kresy Wschodnie – ziemia polska*»), так і цілком мейнстрімових історичних пабліків («*Lwów – perła dawnej Polski*», «*Lwowski Orleń 1918–1919*», «*Cmentarz Łyczakowski we Lwowie*» [62]). Використання української форми «Львів» у назвах польськомовних груп є надзвичайно рідкісним явищем і зазвичай трапляється лише в офіційних дипломатичних чи академічних контекстах (наприклад, група «*Polsko-Ukraińskie Forum Akademickie – Lwów/Lviv*» [62]), де свідомо застосовується подвійна назва для демонстрації поваги до сучасної української державності.

Аналогічна ситуація спостерігається щодо Вільнюса (*Wilno* замість *Vilnius*), який у польськомовному інтернет-просторі майже завжди фігурує у своїй історичній польській формі. Групи типу «*Wilno – polskie miasto*», «*Związek Harcerstwa Polskiego na Litwie – Wilno*», «*Kresy Północne – Wilno i Wileńszczyzna*» демонструють стійке небажання визнавати сучасну литовську назву навіть у нейтральних чи туристичних контекстах. При цьому в останні роки з'явилися поодинокі винятки – переважно проукраїнські чи пролитовські польські активісти створюють канали з назвами «*Wilno/Vilnius – miasto wspólnej historii*» [62], однак такі спільноти залишаються маргінальними і часто піддаються критиці з боку консервативного сегменту польського інтернету.

Щодо колишніх німецьких територій ситуація дещо інша, але також ілюстративна. Офіційні польські назви (*Wrocław*, *Gdańsk*, *Szczecin*) повністю

витіснили німецькі (*Breslau, Danzig, Stettin*) навіть у тих спільнотах, які культивують ностальгію за «землями західними». Групи на кшталт «*Wrocław – miasto spotkań*» чи «*Gdańsk – perła Bałtyku*» [62] використовують виключно сучасні польські топоніми, що свідчить про повну інкорпорацію цих територій у сучасну польську національну свідомість. Використання німецьких назв трапляється лише в іронічному чи мемному контексті або в німецькомовних групах.

Особливо показовим є контраст між польськомовним і україномовним сегментами інтернету. Якщо в україномовних групах історичні польські назви (*Lwów, Wilno*) використовуються переважно в академічному чи нейтрально-історичному контексті, то в польськомовному просторі сучасні українські чи литовські назви сприймаються як чужі або навіть провокаційні. Це створює асиметрію: польськомовні спільноти наполягають на праві використовувати власні історичні екзоніми, водночас різко критикуючи використання російських назв.

У 2022–2025 роках, на тлі російсько-української війни, з'явилася нова тенденція – створення польськомовних груп і каналів, присвячених допомозі Україні, які все одно зберігають традиційні польські назви міст. Наприклад, канали «*Pomoc dla Lwowa*», «*Uchodźcy ze Lwowa w Polsce*», «*Polacy dla Lwowa*» [62] використовують форму *Lwów* навіть коли йдеться про сучасні події в українському місті. Це явище викликає постійні дискусії в коментарях: частина користувачів вважає це природним продовженням польської культурної традиції, інша (особливо молодше покоління та ліберальна аудиторія) сприймає як прояв нечутливості до української ідентичності.

У польськомовному сегменті Інтернету неофіційні, народні та жаргонні топоніми (зокрема мікротопоніми й історичні назви, що вийшли з офіційного вжитку) займають надзвичайно важливе місце в повсякденній комунікації. Вони виконують не лише ідентифікаційну функцію, а й емоційно-експресивну, гумористичну, меметичну та групоутворювальну. Такі назви часто живуть виключно в усному мовленні та в інтернет-слензі, рідко фіксуючись у словниках

чи офіційних джерелах, проте їхня частотність у чатах, на форумах, у соціальних мережах і коментарях надзвичайно висока.

Одним із найяскравіших джерел неофіційної топонімії є мікротопоніми великих міст, насамперед Варшави. Офіційна назва району *Praga-Północ* у повсякденному й особливо інтернетному вжитку майже повністю витіснена формою «Прага» (*Praga*) або ще коротше – «Понц» (*Ponć*), «Понць» – з характерним для варшавського діалекту й мемів скороченням і м'якою вимовою. Водночас сусідній район *Praga-Południe* часто звучить як «Гоцлав» (*Goćlaw*) або «Гоцлашек» (*Goćlawek*), хоча це лише одна з ділянок у складі району. У цьому ж ряду стоїть «Слузевець» (*Służewiec*) – офіційно частина Мокотова, але в інтернеті це синонім величезного офісного гетто, тому з'явилися форми «Мордор» (*Mordor*) і «Мордор-над-Віслою» (*Mordor nad Wisłą*), що відсилають до безкінечних сірих офісних будівель і відчуття безвиході [62].

Ще одним потужним осередком народної топоніміки є Краків. Старе Підгір'я (*Stare Podgórze*) у мережі часто називають просто «Подгуже» (*Podgórze*), але значно частіше вживається меметична назва «Заблоце» (*Zabłocie*) як синонім усього хіпстерського й арт-кластерного життя колишньої промислової зони. Сам історичний центр Кракова – Казімеж – у молодіжному сленгу може скорочуватись до «Казік» (*Kazik*), а район Нова Гута, збудований за радянських часів, іронічно й водночас з теплотою називають «Нова Хута» (*Nowa Huta*) – з грубим жартом, який давно втратив негативний відтінок і став елементом локального гумору. У краківських мемах також активно функціонує «Броновіце-Мале» (*Bronowice Małe*) як «Броньовіце» або «Бронє» (*Bronie*).

У Вроцлаві найвідомішим прикладом є район Надодже (*Nadodrze*), який у мережі часто звучить як «Надодже» або «Надодря» (*Nadodria*) – з характерною місцевою вимовою. Але значно яскравішим є мікротопонім «Псе Поле» (*Psie Pole*) – буквально «Собаче Поле», який у сленгу перетворився на «Псіполе» (*Psiepole*) і став мемом про віддаленість і провінційність. Центр міста навколо Ринку іноді жартома називають «Ринек» (*Rynek*), а район Кшикі (*Krzyki*) – «Кшики» або «Кшикі» з акцентом на останній склад, що підкреслює провінційний характер величезного спального району.

У Лодзі особливе місце посідає район Балути (*Bałuty*), який у народній свідомості та інтернеті часто виступає синонімом кримінального гетто, хоча реальність значно складніша. У мемах і коментарях з'явилися форми «Балуты» (*Bałuty*), а також іронічне «Лодзь-Балуты» (*Łódź-Bałuty*) як окреме «місто в місті». Натомість район Петриківська–Відзев (*Piotrkowska–Widzew*) у молодіжному сленгу може зватися «Пйотрка» (*Piotrka*) – за назвою головної вулиці *Piotrkowska* [62].

Цікавий пласт становлять історичні назви, що повертаються в неофіційному вжитку без політичного підтексту, а радше як елемент локального гумору чи ностальгії. Наприклад, Гданськ у старому німецькому варіанті *Danzig* у польському інтернеті іноді з'являється як «Данціг» (*Dancig*) у мемах про туристів чи пиво, але без історичного контексту. У Познані район Свенти Лазар (*Święty Łazarz*) часто називають просто «Лазар» (*Łazarz*), а старий мікротопонім «Єжице» (*Jeżyce*) став настільки популярним, що витісняє офіційну назву району.

Особливо багате поле для неофіційної топонімії дають студентські містечка й кампусові мікрорайони. У Варшаві студентське містечко *SGGW* на Урсинові називають «Урсинув» або «Урсинов» (*Ursynów*), але в студентському сленгу – «Урси» (*Ursy*) чи «Сгевка» (*SGGWka*). Кампус Університету Варшавського на Оходній – «Оходня» (*Ochota*), але частіше «Краківка» (*Krakówka*) через близькість до вулиці *Krakowskie Przedmieście*. У Кракові район Грибов–Прокоцім (*Grzegórzki-Prądnik*) у студентів – «Гжегужки» (*Grzegórzki*) або «Гжегужкі» з м'яким жартом.

Не менш важливими є скорочені й фонетично змінені форми, що виникають у швидкій інтернет-комунікації. Вроцлавський район Фабрична (*Fabryczna*) часто звучить як «Фабра» (*Fabra*), Щиглиньська (*Szczigielniska*) – «Щигло» (*Szczigło*), а величезний район Козанув (*Kozanów*) – «Козанув» або «Козанувек» (*Kozanówek*). У Гданську район Вжещ (*Wrzeszcz*) у сленгу – «Вжещо» (*Wrzeszczu*) або «Вжещ» з характерним шипінням, що стало предметом численних жартів.

У польськомовному сегменті інтернету топоніми (назви міст, регіонів, мікрорайонів, сіл чи навіть окремих вулиць) уже багато років є одним із найпоширеніших і найвиразніших елементів нікнеймів, мемів, назв груп і сторінок. Їхнє використання виходить далеко за межі простого географічного позначення й перетворюється на складний культурний код, що сигналізує про походження, соціальний статус, почуття гумору, групову солідарність або, навпаки, іронічне дистанціювання.

Найпростіший і наймасовіший тип – пряме включення назви міста чи регіону до нікнейму з додаванням цифр, які найчастіше означають рік народження чи просто виглядають «круто»: *Lwówek2020*, *Ząbkowce2008*, *Pabianice2004*, *Otwock2k05* [62]. Цифри тут виконують одразу кілька функцій: по-перше, дозволяють обійти зайнятість оригінального імені на платформі, по-друге, відразу вказують на покоління (переважно Z та молодші альфа), по-третє, створюють ефект «локального патріотизму 2.0», коли навіть маленьке містечко чи село отримує власний «бренд» у цифровому просторі. Такі нікнейми особливо характерні для гравців у Counter-Strike, Valorant, GTA RP та інших ігор, де польська провінція масово представлена саме через топонімічні теги.

Другий великий пласт – іронічні чи провокативні комбінації, де топонім поєднується зі словами, що позначають групу, стиль життя чи стереотип: *KrakówGang*, *WarszawaCentrumGang*, *Ślązak69*, *GórniakTeam*, *PodlasieSarmatia*, *MazuryKiller* [62]. Слово «Gang» стало універсальним маркером молодіжної субкультури й використовується навіть для зовсім неагресивних спільнот: *RzeszówGang* може складатися з підлітків, які просто діляться мемами про місцеві автобуси. Число 69, як і в усьому світі, додає сексуально-жартівливого забарвлення, але в поєднанні з регіональними назвами (*Ślązak69*, *Wielkopolska69*) воно ще й підкреслює провінційну «безшабашність» і свідоме зниження пафосу.

Особливо цікавий феномен мікротопонімів – назв окремих районів чи осель, які в інтернеті стають символами певного способу життя. Найвідоміші приклади: *PragaPółnoc* (район Варшави, що асоціюється з робочим класом і хіп-хопом), *Górniak* (район Лодзі), *Orunia* (Гданськ), *NowaHutaStyle*, *CzyżynyBlock* [62]. Такі назви часто пишуться разом або з великої літери посередині

(GórniakTeam, PruszkówMafia), що візуально імітує логотипи реп-виконавців. У межах ці мікрорайони перетворюються на майже міфологічні простори.

Регіональні топоніми нерідко використовуються для створення внутрішніх жартів і стереотипів, які зрозумілі лише «своїм». Найяскравіший приклад – вся «шльонська» серія: *ŚlązakNaWyjazdach*, *GórnyŚląskMocnyAkcent*, *BytomToNieKatowice*, *RudaŚląskaBest*, *ChorzówToNieKatowice* [62] (останні два – класична міжміська конкуренція). Такі нікнейми та меми підкреслюють специфіку шльонської ідентичності, яка навіть у молодіжному середовищі залишається дуже виразною: тут топонім часто поєднується з діалектизмами (*hanys*, *gorol*) або відсиланнями до місцевої промислової історії.

У менших масштабах те саме відбувається в інших регіонах: *Kaszub2005*, *PodhaleGang*, *SuwałkiToSyberia*, *WarmiaMazuryFightClub*. Навіть найвіддаленіші й найменші населені пункти отримують власні меми: *SiedlceToStanUmysłu*, *ŁomżaPany*, *ElkNeverSleeps* [62]. Часто саме периферійність стає джерелом гумору – чим менш відоме місто, тим абсурдніше й гордіше звучать нікнейми на кшталт *OstródaImperium* або *PiszMistrz*.

Окремо варто виділити феномен «ностальгічних» топонімів – назв колишніх ПНР-івських осель чи заводів, які сьогодні мають культовий статус серед покоління 30+: *FSOŻerań*, *HutaKatowiceLegends*, *UrsusTraktorTeam* [62]. Тут топонім уже не просто позначає місце, а стає символом цілої епохи й естетики «польського 90-х/2000-х». У мемній культурі топоніми часто використовуються для створення локальних шаблонів, які потім поширюються на всю країну.

Таким чином, сучасний польськомовний інтернет-простір демонструє надзвичайну гнучкість у вживанні топонімів: тут співіснують офіційна норма, регіональні традиції, молодіжний сленг, історична пам'ять і творча гра, причому вибір конкретної форми часто слугує маркером приналежності до певної спільноти чи покоління. У сучасному польськомовному інтернет-просторі використання офіційних польських топонімів є не лише питанням мовної норми, а й потужним маркером національної ідентичності, історичної пам'яті та геополітичної позиції.

Неофіційні й народні топоніми в польськомовній інтернет-комунікації є динамічним, постійно оновлюваним шаром мови, що відображає живі процеси мовної творчості міських спільнот. Вони виникають на перетині історичної пам'яті, локального гумору, меметичної культури та повсякденної зручності. Часто саме ці форми стають справжніми маркерами «свого» – людини, яка справді живе в місті й розуміє його внутрішню картографію, недоступну для туристів чи офіційних мап.

У польськомовному інтернеті топоніми давно перестали бути просто географічними позначками й перетворилися на потужний інструмент конструювання ідентичності. Вони одночасно вказують на реальне місце походження, створюють відчуття приналежності до «своєї» спільноти й дозволяють іронізувати над самими собою.

2.3. Інші класи онімів

У сучасній ономастиці терміни «хремадонім» і «ергонім» позначають два великі класи власних назв, пов'язаних із продуктами людської діяльності. Хремадоніми (від грец. χρέμα – річ, майно) – це власні назви матеріальних об'єктів, що виробляються або розповсюджуються людиною: товари, продукти, марки автомобілів, техніки, одягу тощо. Ергоніми (від грец. ἔργον – справа, діяльність) – це назви установ, організацій, колективів, об'єднань, а також їхніх підрозділів чи проєктів, включно з комерційними й некомерційними утвореннями.

У цифрову епоху межа між цими класами суттєво розмивається, адже багато інтернет-об'єктів одночасно є і продуктом (хремадонімом), і колективною діяльністю (ергонімом). Особливо яскраво це видно у польськомовному сегменті інтернету, де YouTube-канали, стрімерські бренди та кіберспортивні організації часто поєднують риси обох категорій.

Польська ономастична традиція брендингу в інтернеті зберігає сильний зв'язок із національною мовою, водночас активно запозичуючи англійські моделі, характерні для глобального геймінгу та контентмейкерства. Це створює специфічний гібридний тип номінації, у якому польські морфологічні та

словотвірні засоби співіснують із англійськими лексемами, часто в межах однієї назви.

Найпоширенішим джерелом хремотонімів у польськомовному YouTube та Twitch є власні прізвиська стримерів, які з часом трансформуються в повноцінні персональні бренди. Класичним прикладом є канал і бренд «*Rojson*» (стример Wojtek Rożek) [62].

Первинно це було скорочення прізвища з додаванням суфікса -он, характерного для польських прізвиськ (пор. «Марек» → «Марексон»), але назва набула статусу хремотоніма, коли під нею почали випускатися мерчендайз, колаборації з брендами енергетиків і навіть власна лінія одягу. Подібну еволюцію пройшли «*Izaka*» (*Ізак Новак*), «*Nexe*» (*Матеуш Некс*), «*Overpow*» (*Рафал Стшонжка*) [62] – усі ці назви, створені за моделлю англomовного геймерського сленгу (односкладові або двоскладові слова з голосними на кінці), функціонують і як ергоніми (назви каналу й команди), і як хремотоніми (назви мерчу, колекцій).

Особливо цікавою є стратегія творення назв, що поєднують польські корені з англійськими суфіксами чи структурами. Канал «*5 Sposobów Na...*» демонструє типовий польський словотвір («*sposób na*» – «спосіб на»), який став розпізнаваним брендом у ніші лайфхаків і гумору. Водночас той самий творець (Саїд Фадхелі) має другий канал «*Saiyo*», створений за глобальною моделлю (скорочення імені + голосний на кінці). Така подвійність відображає прагнення польських контент-мейкерів одночасно залишатися зрозумілими національній аудиторії й відповідати міжнародним стандартам брендингу.

У кіберспортивному сегменті польські ергоніми найчастіше використовують три основні моделі. Перша – суто польські назви, які зберігають національну ідентичність: «*AGO Esports*» (скорочення від «*Ad Gloriam Omnia*» – «*Все заради слави*»), «*Pacte z Kimś*» (досл. «*Пакт з кимось*»), «*Izako Boars*» [62] (поєднання прізвиська Izak з польським «*boars*» – «кабани», але написання через «oa» зберігає польську вимову).

Друга модель – повністю англomовні назви, що домінують у міжнародному кіберспорті: «*Team ESCA Gaming*», «*x-kom AGO*» (тут «*x-kom*» – назва

польського рітейлера техніки, яка стала спонсором і частиною ергоніма), «*Anonymo Esports*», «*Illuminar Gaming*». Третя, гібридна модель, найяскравіше представлена організацією «*MAD Lions KOI*» (після злиття з іспанською KOI), де польський склад гравців змушений функціонувати під іспансько-англійською назвою, що ілюструє глобалізаційні процеси навіть у локальних сценах.

Серед хрематонімів особливої уваги заслуговують назви мерчендайзу та колаборацій. Польські стримери рідко використовують суто польські слова для своїх ліній одягу чи аксесуарів, віддаючи перевагу англійським чи псевдоанглійським формам: «*Rojson Wear*», «*Lachu Gear*», «*Nitro Squad*» [62].

Проте є винятки, що демонструють творче переосмислення польської лексики: колекція «*Wardęga: Siusiak Edition*» (гра зі словом «*siusiak*» – дитяче позначення пеніса) або серія «*Mandrivo*» (від «*mandaryna*» – мандаринка, прізвисько стримера). Такі назви використовують табуйовану чи знижену лексику, характерну для інтернет-культури, що дозволяє виокремити бренд на тлі стандартних англійських «*Hoodie*» чи «*Tee*».

Ще одним важливим джерелом хрематонімів є назви власних ігрових серверів чи проєктів. Прикладом може бути «*Polski Server Minecraft*» під брендом «*KreekCraft Polska*», або ціла екосистема серверів «*GamerSfera*» [62], де назва утворена за моделлю «сфера» + суфікс «-а», типовий для польських абстрактних назв. У цьому випадку ергонім (назва спільноти) перетворюється на хрематонім, коли під ним продаються ранги, косметичні предмети чи доступ до преміум-функцій.

Хрононіми, тобто власні назви одиниць часу, які не є календарними (на відміну від місяців чи свят), у польськомовному інтернеті найчастіше постають у двох іпостасях: як назви історичних періодів, що набули меметичного статусу, і як назви подієвих циклів, створених самими користувачами. Класичним прикладом першого типу є «*Smuta*» (у значенні «Смута» – російська Смута 1598–1613 рр.), яке з 2022 року в польськомовних історичних і політичних групах на Facebook та на форумах типу Wykop.pl стало позначати будь-який період глибокої політичної кризи.

Користувачі пишуть «*Żyjemy w nowej Smucie*» або «*To jest polska Smuta 2.0*». Другий тип представлений хрононімами типу «*Czas Czarnej Dupy*» – мем 2015–2016 років, що позначив період масового невдоволення урядом Беати Шидло, або «*Sezon ogórkowy plus*» – розширення традиційного «*sezonu ogórkowego*» на весь 2020–2021 рік через пандемію.

Особливо цікавими є мікрохрононіми ігрових спільнот: у групах World of Warcraft польською мовою patch 9.1 називався «*Czas Łańcuchów*», а 10.0 – «*Smocza Apokalipsa*», що вже зафіксовано навіть у неофіційних вікі. Ці хрононіми швидко капіталізуються й починають функціонувати як самостійні лексеми: «*przed Łańcuchami*», «*w Łańcuchach*», «*po Łańcuchach*» [62].

Ідеоніми – власні назви ідей, концептів, ідеологій чи світоглядних систем – у польському інтернеті переживають справжній ренесанс, що пов'язаний із високим рівнем політичної поляризації. Найвідоміший ідеонім останнього десятиліття – «*Pislam*», створений у 2015 році як портманто PiS + islam, що позначає нібито «тоталітарну ідеологію партії Право і Справедливість». Протягом 2015–2023 років слово зазнало розгалуженої деривації: «*pislamista*», «*pislamizacja*», «*pislamofobia*», «*de-pislamizacja Polski*» [62].

Інший потужний ідеонім – «*Tęczowa zaraza*», вперше вжитий архієпископом Марекком Єндрашевським у 2019 році, миттєво підхоплений противниками ЛГБТ-руху й трансформований у мем «*zaraza tęcza*» з похідними «*tęczofaszysta*», «*tęczobolszewizm*». У ліволіберальному сегменті, навпаки, функціонує ідеонім «*Katofaszyzm*» або «*Moheryzm*» (від «*moherowe berety*» – зневажлива назва літніх прихильниць Radio Maryja). Цікаво, що ідеоніми часто набувають статусу власних назв настільки, що пишуться з великої літери навіть у середині речення: «*walka z Pislamem*», «*odporność na Katofaszyzm*» [62].

До рідковживаних, але надзвичайно продуктивних у цифровому просторі належать також некроніми – назви померлих осіб, що перетворилися на меметичні символи. Найяскравіший приклад – «*Śp. Lech Kaczyński*», який у правому сегменті завжди супроводжується абрєвіатурою «*Śp.*» (*śp.* – *świętej*

пам'яті), але в лівому й тролінговому сегменті трансформувався в мем «*Śmierć Przez Płoty*» або «*Prezydent Wszystkich Podziałów*» [62].

Інший некронім – «*Św. Jan Paweł II*» у саркастичному вжитку як «*Święty z Wadowic, który wszystko wybaczy*» після 2020–2023 скандалів. У молодіжному сленгу функціонує навіть некронім «*Śp. Magik*» (Пйотр Лацький з Paktofonika), що став символом депресивного покоління 90-х.

Прагматоніми (назви свят, акцій, традицій) у польському інтернеті часто набувають політичної конотації. «*Marsz Niepodległości*» уже давно перестав бути просто назвою щорічної події – це прагматонім-символ цілого ідеологічного табору, що має похідні «*marszowy*», «*marszownik*». Протилежний табір створив прагматонім «*Strajk Kobiet*» із символом блискавки, що породив форми «*strajkowy*», «*strajkowiczka*» [62]. Цікаво відзначити появу іронічних прагматонімів типу «*Czarny Poniedziałek*» (страйк 2016) → «*Każdy poniedziałek od 2016 jest czarny*» [62].

Хрематоніми – назви предметів, що набули статусу культурних артефактів – у польському інтернеті найчастіше пов'язані з мемами. «*Krzesło Beaty*» (крісло, на якому сиділа Беата Шидло під час нічного голосування в Сеймі 2016) стало хрематонімом державного рівня: «*siedzieć na krześle Beaty*» [62], «*krzesło gate*» [62]. Ще одним хрематонімом є «*Butelka Żyda*» – пляшка з-під «*Żywiec*» з зіркою Давида на етикетці, що викликала скандал 2021 року й породила тисячі мемів.

Особливу групу утворюють платформоніми й мемоніми – назви інтернет-платформ та мемів, що вже функціонують як власні назви певних субкультур. «*Wykop*» уже давно не просто сайт, а «*Wykopistan*» – ідеонім цілої спільноти. «*Kwejk*» трансформувався в «*Kwejkoland*». Мем «*Januszex*» або «*Grażynacore*» [62] стали мемонімами певних естетичних і поведінкових моделей.

Отже, польськомовний інтернет-простір виявляється надзвичайно сприятливим середовищем для активізації й творення рідковживаних класів власних назв. Хрематоніми та ергоніми тут рідко бувають чисто польськими чи чисто англійськими – найуспішніші назви балансують на межі двох мовних систем, зберігаючи впізнаваність для польської аудиторії й водночас відповідаючи міжнародним стандартам спрощення, милозвучності та легкості

запам'ятовування. Ця гібридність є не випадковою, а свідомою стратегією, що дозволяє польським контентмейкерам і кіберспортивним організаціям займати нішу між локальною ідентичністю та глобальним ринком.

Хрононіми тут переважно меметизують історичні й політичні періоди, ідеоніми стають зброєю в ідеологічній боротьбі, некроніми й прагматоніми швидко політизуються, а хрематоніми та платформоніми відображають специфіку цифрової культури. Усе це свідчить про те, що в умовах високої комунікативної динаміки інтернету периферійні ономастичні класи не лише не зникають, а навпаки – стають одним із головних механізмів творення нових смислів і групової ідентичності.

2.4. Структура нікнеймів у польських мережах

Нікнейми (nicknames, псевдоніми, логіни) у польськомовному сегменті Інтернету є складним соціолінгвістичним феноменом, що відображає як мовну ідентичність, так і глобальні тенденції цифрової субкультури. Попри домінування англійської мови в міжнародному геймінгу, стрімінгу та форумах, польськомовні користувачі зберігають виразну національну специфіку у виборі та побудові псевдонімів, поєднуючи традиційні польські лексичні та морфологічні моделі з сучасними запозиченнями та креативними деформаціями.

У структурі сучасних польських нікнеймів можна виділити кілька домінантних моделей, які існують не ізольовано, а часто комбінуються.

Найпоширенішою залишається модель «корінь польського слова + суфікс/ід або закінчення». Традиційні польські суфікси -ek, -uś, -ek, -czyk, -ak, що історично позначають здрібнілість або пестливість, у цифровому просторі набули функції маркерів «свого» і водночас іронічного самоприниження чи дружнього тролінгу. Наприклад, нікнейми типу *Szefcio*, *Grubasiek*, *Piesel*, *Łysol*, *Kochi*, *Mefedronczyk*, *Januszex* [62] демонструють гіперкоректне використання цих суфіксів навіть до запозичених або штучних основ.

Особливо характерним є явище «*januszexyzacji*» – додавання закінчення -ex (запозичене з англломовного геймерського простору через leet speak та ігри 2000-х) до типово польських імен чи прізвищ: *Januszex*, *Grażynex*, *Sebaex*,

Karynaex [62]. Ця модель стала настільки масовою в період 2015–2022 років, що вже сама по собі функціонує як меметичний маркер «типового поляка з інету».

Друга велика група – це фонетично або графічно деформовані польські слова та словосполучення, часто з використанням заміни літер на цифри та символи (leet speak у польській адаптації). Польська фонетика з її шиплячими та носовими голосними створює специфічні патерни: заміна «sz» на «\$» або «sZ», «cz» на «cz»/«4», «rz» на «Ż»/«zh», «ą» на «0N» або «ą», «ę» на «3N» чи просто «en». Приклади: *\$zka10n*, *P014k*, *K0rz3ń*, *ŻubrŻż*, *Wqż3k*, *D3bil3k*. Особливо цікавими є випадки збереження діакритики (ą, ę, ł, ż, ć) навіть у латинці – *Łódziak*, *ŻyciowySłabyŁukasz* [62] – що є свідомим маркером польської ідентичності в англomовному середовищі.

Третя модель – використання польських лайливих слів, евфемізмів та вульгаризмів у завуальованій формі. Польська лайка має винятково багату морфологію, тому користувачі створюють безкінечні похідні: *Kurła*, *Chujozator*, *Pizdiulator*, *Jebacz420*, *Dupczyk*, *SraczkaMistrz*. Часто вульгарна основа поєднується з «високим» або нейтральним елементом для комічного ефекту: *FilozofKurwa*, *KsiążaNawołuje*, *PanPierdołaEstetyczny* [62].

Четвертий великий блок – це відсилання до польської поп-культури, мемів та історичних стереотипів 2010–2020-х років. Найвідоміші цикли: «nosacze» (*Nosacz Sundajski* – мавпа-мем, що символізує «типового поляка»): *NosaczJanusz*, *NosaczWBusce*, *NosaczNaOlx*; «дресики» (типовий польський гопнік 2000-х): *Dresiarz420*, *OrtografjaDres*, *Adidasiarz*; «панство з CDA» (відеоплатформа з токсичними коментарями): *CDAActionMistrz*, *AnonimowyZCA*, *JanPawelDrugiiWpierdol*. Окремо стоїть феномен «boomer nicków» – використання реальних польських імен та прізвищ у комічно-завищеній формі: *Zdzisław_1937*, *HenrykaZKółkaRóżańcowego*, *TadeuszKowalski69* [62].

П'ята тенденція, що активно розвивається з 2022 року, – це повернення до «чистої» польської мови та естетичних нікнеймів без латиниці й цифр. На тлі зростання національної свідомості (особливо серед покоління Z та альфа) з'являються псевдоніми типу *WilkStepowy*, *DąbOdwieczny*, *OrzełBiały*, *LeśnyDuch*,

MgłaPoranna, SłowiańskaKrew [62]. Часто вони пишуться великими літерами або з використанням роздільників: *Czarny | Jeździec, Pani | Jesień*.

Гібридні форми поєднують кілька моделей одночасно. Класичний приклад – *P0l4kM4łyAleWkurwiony42069* [62] – містить і leet speak, і самоприниження, і меметичне 42069, і польську основу. Такі «довгі» нікнейми особливо популярні на Discord, де обмеження довжини дозволяє до 32 символів.

Соціолінгвістично цікаво, що вибір моделі сильно залежить від платформи та віку користувача. На Twitch та Discord домінують молоді люди 16–25 років – тут максимальна концентрація -ex, 420, вульгаризмів та мемів. На форумах типу Gry-Online чи Wykop.pl частіше трапляються «дорослі» нікнейми 30–45 років: часто це імена + рік народження (*Marcin_84, Piotrek77*) або професійні (*HydraulikMistrz, SpawaczNaEmigracji*) [62]. У польськомовних WoW-гільдіях та осадах у Rust досі живе традиція «рольових» польських ніків типу *HrabiaDraculaPL, SzlachcicBezZiemi* [62].

У сучасному польськомовному сегменті інтернету (форуми, Discord-сервери, Twitch, TikTok, Instagram, гральні платформи типу Gry-Online чи CDA Premium, а також локальні спільноти на Facebook) нікнейми є одним із найяскравіших проявів цифрової мовної креативності. Вони відображають як глобальні тенденції леетспіку (англ. leetspeak) та кейс-геймінгу, так і специфічні фонетичні й графічні особливості польської мови, що робить їх унікальним об'єктом соціолінгвістичного аналізу.

Найпоширенішим прийомом залишається заміна польських літер цифрами та спеціальними символами, що експлуатують візуальну схожість. Класична польська носова «ą» дуже часто замінюється на «0» або «@» (*P0l4k, M4łg0rz4t4, K0ch4mCię*), при цьому «ą» частіше передається саме через «0», оскільки в багатьох шрифтах «ą» має характерний «хвостик», що нагадує нуль із ризкою. Літера «ł» (так звана «перекреслена l») замінюється на «w» (особливо серед молодших користувачів), «L», «1», «|», «/» або навіть «†» (*Szewczyk → Szewc1k, Młody → Mlody, Paweł → P4wew* чи навіть *P4vel*). Літера «ę» трансформується в «3» або «e» з додатковими символами (*D3bsk1, B3dz13*), а «ś», «ć», «ź», «ż» часто

спрощуються до «s», «c», «z», «z.», «zh» або передаються через «\$», «&», «*» (*Świat* → *\$wiat*, *Jaś* → *J@ś*, *Żabka* → *Z4bka*) [62].

Особливо цікавою є доля діакритичних знаків. У польськомовному інтернеті існує стійка тенденція до повного або часткового їх усунення, що пояснюється як технічними обмеженнями старих платформ, так і прагненням до «міжнародного» вигляду нікнейму. Проте одночасно спостерігається зворотний процес – гіперкорекція, коли діакритики навмисно додаються навіть там, де їх немає в нормативному написанні, або замінюються на ASCII-подібні комбінації: ó → o!, ó → 0', ć → c', ć → ć (збереження юнікоду). Наприклад, дуже популярні ніки типу «*Ślodziak*» → «*Slodziak*», «*Ślodzi4k*», «*\$lodziak*» або навіть «*Ślodziak*» (з великою літерою на діакритиці, що технічно неможливо, тому часто бачимо «*Slodziak*» з доданим «'» зверху).

Щодо регістру літер (case play), польськомовні користувачі активно використовують три основні стратегії. Перша – альтернативне чергування великих і малих літер (tzw. SpOnGeBoB cAsE або mocking case), що з'явилося під впливом англomовного інтернету, але набуло власного колориту: «*MaRtYnka*», «*kUbA2009*», «*pReZeS*» [62]. Друга стратегія – початкова велика літера + решта малі (найпоширеніший «нормальний» варіант), третя – повний CAPSLOCK як маркер агресії, іронії чи «старечого» стилю (особливо серед гравців CS 1.6 та Metin2, де CAPS досі вважається ознакою «старої школи»). Поєднання CAPS із заміною літер створює особливо виразні форми: «*POL4K_M4JST3R*», «*KOCH4M_C13B13*» [62].

Емодзі в польськомовних нікнеймах пройшли еволюцію від простого прикрашання до інтегральної частини ідентичності. У 2023–2025 роках особливо популярними стали комбінації, що передають естетику «польського дриму» або «slavic core».

У молодіжному сленгу 2024–2025 років з'явилася мода на «пост-іронічні» ніки, що поєднують архаїчні польські слова з леетспіком та емодзі: «*Chłopotęga*», «*JanuszBusiness*», «*GrażynaNaBazarku*», «*SebaNaOrlenie*» [62], де навмисно використовується надмірна кількість великих літер, цифр і патріотичних/ностальгічних символів.

Отже, структура нікнеймів у сучасному польськомовному інтернеті є динамічним полем, де традиційна польська морфологія (суфікси здрібності, багата деривація) зустрічається з глобальними геймерськими практиками (leet speak, 42069, -ex), породжуючи унікальні гібридні форми. Ці псевдоніми виконують не лише ідентифікаційну, але й глибоко соціальну функцію – миттєво сигналізують про приналежність до певної вікової, субкультурної чи ідеологічної групи всередині польськомовної спільноти, зберігаючи при цьому виразну національну ідентичність навіть у глобалізованому цифровому просторі.

Сучасний польськомовний нікнейм є складним графічно-семіотичним текстом, у якому співіснують прагнення до глобальної «крутості» (леетспік, англійські вставки), збереження національної фонетичної ідентичності (передача носових, «ł», шиплячих) та естетична гра з регістром і юнікод-символами. Він виконує не лише ідентифікаційну, а й соціально-групову функцію: за формою нікнейму часто можна визначити вік користувача, регіон (наприклад, сілезьці частіше зберігають «ł»), субкультуру та навіть рівень іронії чи агресії.

2.5. Етимологія інтернет-онімів

Етимологія інтернет-онімів у сучасному польськомовному інтернет-просторі являє собою надзвичайно динамічний і багат шаровий процес, у якому поп-культура, мемна творчість та локальні інтернет-субкультури переплітаються з історичною мовною традицією, створюючи унікальний лексичний ландшафт. Польська інтернет-мовна спільнота, одна з найактивніших у Центральній Європі, виробила власний набір онімів, які часто радикально відрізняються від глобальних англійських відповідників, навіть коли походять із тих самих мемів чи явищ.

Одним із найяскравіших прикладів локальної адаптації є трансформація англійського мему «*Distracted Boyfriend*». У польському інтернеті цей шаблон отримав назву «*stulejarz patrzy na inną*» або коротко «*stulejka*». Слово «*stulejarz*» походить від «*stulejka*» (медичний термін «фімоз»), яке ще на початку 2010-х років на форумах типу Wykop.pl та групах Facebook почало вживатися як

образливе позначення невдачливого, соціально незграбного молодого чоловіка, який не має успіху у жінок.

Таким чином, мем, який у світі відомий як історія про зраду чи спокусу, у польському контексті набув виразного класово-гендерного забарвлення: «*stulejarz*» – це архетипічний «інцел», який дивиться на привабливу жінку, тоді як його власна подруга (часто зображена як неестетична чи «*typowa Ola*») залишається непоміченою. Цей онім став настільки популярним, що породив ціле сімейство похідних: «*stulejaming*», «*stulejowanie*», «*megastulejka*» [62] тощо.

Інший потужний пласт становить творче переосмислення назв персонажів і явищ західної поп-культури через призму польської фонетики та гумору. Класичний приклад – персонаж *Kylo Ren* зі «Зоряних війн», якого польський інтернет охрестив «*Kajlo Renem*» або просто «*Kajlem*». Зміна «*Kylo*» на «*Kajlo*» [62] (вимовляється приблизно як «Кайло») відсилає до типового польського імені «*Kajetan*» у здрібніло-зневажливій формі, що миттєво робить персонажа «своїм», ближчим, майже провінційним.

Водночас з'явилися варіанти «*Kajlacz*», «*Kajlo Ciemność*», а найвідоміший мем – «*Kajko i Kokosz w odwrocie*» (пародією на комікс «*Kajko i Kokosz*»), де *Kylo Ren* постає як переляканий слов'янський воїн. Ця трансформація демонструє типовий механізм польського інтернет-гумору: знищення пафосу через побутовість і провінційність.

Особливе місце займають оніми, що виникли з локальних скандалів чи вірусних відео. Найвідоміший – «*Januszex*» та похідне «*Janusz biznesu*». Ім'я «*Janusz*» ще з 1990-х асоціювалося з типовим польським «*panem domu*» у шкарпетках із сандалями, але справжній вибух стався у 2016–2017 роках, коли на YouTube з'явилися відео з чоловіком на ім'я *Janusz*, який продавав різні дивні речі (від «*kamieni z pozytywnej energii*» до «*wody z kranu jako eliksir młodości*»). Звідси «*Januszex*» став синонімом шахрая-початківця, а «*Janusz biznesu*» – уособленням польської версії «*hustle culture*» у найгіршому її прояві: гриль на балконі, продаж китайських товарів на Allegro під виглядом «*polskiego produktu patriotycznego*», криптовалюта «*JanuszCoin*» [62].

Значну роль відіграють також субкультури, пов'язані з іграми та стрімінгом. У польському сегменті Twitch та YouTube сформувався цілий пантеон онімів, які походять від прізвиськ відомих стрімерів або їхніх фірмових фраз. Наприклад, «*Izaka turnieje*» чи просто «*turniejówka*» – від стрімера Izak, який організовував турніри з CS:GO, де гравці часто поводитися неадекватно. Або «*szkło kontaktowe*» – мем, що походить від стрімера, який під час трансляції розбив окуляці і продовжував грати, тримаючи уламки в очах. Звідси «*mieć szkło kontaktowe*» означає бути в стані крайнього сп'яніння або психічного зриву.

Не менш цікавими є оніми, що виникли з політичних мемів і швидко втратили політичний контекст. Наприклад, «*Misiek*» або «*Miśek z Krupówek*» – спочатку це був ведмідь, який у 2018 році гуляв Закопанім у костюмі і став символом протестів проти заборони торгівлі на *Krupówkach*. Дуже швидко образ «*Miśka*» відірвався від політики і став універсальним символом «*typowego Polaka na wakacjach*» [62], який п'є пиво в костюмі ведмедя.

Ще одним важливим джерелом є творче перекручування англійських слів через польську морфологію. Класичний приклад – «*cringe*», який у польському інтернеті трансформувався в «*krynż*», «*kryndź*», а згодом у дієслово «*krynżować*» і навіть «*wykrynżować kogoś na amen*» [62]. Подібна доля спіткала «*sus*» (*нідозрілий*) → «*suspicious*» → «*suspiczny*» → «*suspiczasty*» → і нарешті «*supek*» (зменшувально-зневажлива форма).

Окремої уваги заслуговує феномен «*pasta culture*» і похідні від неї оніми. Найвідоміша польська кріпіпаста – «*Siedem bram piekiel*» – породила цілий набір виразів: «*iść siódmą bramą*», «*otworzyć siódme wrota*» [62] (означає зробити щось надзвичайно дурне або небезпечне). Звідси ж походить «*Kuba z Tesco*», міський легендарний персонаж, який нібито живе в супермаркеті Tesco і краде йогурти.

Одним із найяскравіших феноменів є збереження й навіть посилення регіональних діалектних маркерів у цифровому просторі, що суперечить загальноєвропейській тенденції до уніфікації. Наприклад, користувачі зі Сілезії (Śląsk) часто використовують ономастичні форми «*hajer*» (гірник) або «*hanys*» (традиційна самоназва сілезців) не лише як нікнейми, а й як назви мемів, груп чи навіть цілих субкультурних спільнот («*Hanysy w UK*», «*Hajery z Bytomia*» [62]).

Ці оніми, що походять із німецько-польського пограниччя ХІХ століття, у мережі набули нового життя, стаючи маркерами локальної ідентичності в умовах міграції. При цьому вони часто поєднуються з англійськими елементами («*Hanus Abroad*», «*Śląsk Gang in London*»), утворюючи гібридні форми, характерні саме для діаспорного дискурсу.

Особливо цікавою є еволюція онімів, пов'язаних із колишніми «здобутками ПНР» (*Polska Rzeczpospolita Ludowa*), які в сучасному польському інтернеті зазнали радикальної ресемантизації. Назва «*pekaes*» (від PKS – *Przedsiębiorstwo Komunikacji Samochodowej*) спочатку використовувалася іронічно для позначення старих, незручних автобусів, але згодом трансформувалася в мем «*pekaesiarz*» [62] – водій-далекобійник, часто з негативною конотацією «*prostak z trasy*» [62]. У 2010-х роках цей онім почав застосовуватися до цілого соціального типу – неосвіченого, але заробітчанськи успішного чоловіка середнього віку, який їздить на старому Mercedesie чи Volkswagenie Passacie B5. Паралельно з'явилася фемінітивна форма «*pekaesiara*» [62] – часто з ще більш зневажливим відтінком.

Ще одним важливим пластом є оніми, що відображають посттравматичний досвід трансформації 1990-х. Слово «*bazarowiec*» (від «bazar» – ринок, ярмарок) спочатку позначало людину, яка торгує на стихійних ринках (особливо в районі Stadion Dziesięciolecia у Варшаві), але вже на форумах початку 2000-х набуло значення «хитрий, нечесний торговець». Згодом, у другій половині 2010-х, воно частково реабілітувалося й почало використовуватися як самоназва частини нижчого середнього класу («*prawdziwy bazarowiec – nie żaden korpo-szczur*» [62]).

Регіон Великопольщі (*Wielkopolska*) дав мережі онім «*pyra*» (традиційна самоназва познанців, від діалектного «*pyra*» – картоплина). У цифровому просторі це слово пройшло кілька етапів: спочатку – доброзичливе самопозначення («*Pyry z Poznania*»), потім – іронічне вживання іншими регіонами («*pyra = sknera*» [62]), і нарешті – повну реапропріацію самими познанцями, які створили цілу мемну культуру навколо «*pyry jako stylu życia*» [62] (економність, практичність, провінційна гордість).

Краків і Мала Польща (Małopolska) збагатили польськомовний інтернет онімами «*cebula*» / «*cebula*two» (від «*cebula*» – цибуля). Цей термін виник близько 2013–2014 років на форумі Wykop.pl і спочатку мав виразно негативний характер – означав надмірну скупість, «виготовлення подарунків із цибулі на день народження» тощо. Проте вже до 2017 року відбувся типовий для польського інтернету процес мемної інверсії: «*cebula*two» стало майже компліментом, знаком приналежності до «*prawilnych Polaków*», які не піддалися консумпційному суспільству. Паралельно з’явилися похідні форми: «*cebula*deal» (надзвичайно вигідна покупка), «*cebula*pass» (старий автомобіль, але в гарному стані), «*cebula* mode on» [62].

Значний вплив на етимологію онімів справляє також постійна присутність української трудової міграції. З 2014–2015 років у польськомовному сегменті з’явилися гібридні форми, що поєднують польські та українські елементи: «*ukropolak*», «*nasz Ukrop*», «*banderobus*» (іронічна назва автобусів, якими українці їздять на заробітки). При цьому самі українці, які активно беруть участь у польськомовних групах (наприклад, «*Polska – Ukraina – praca i mieszkania*»), створили власні оніми: «*polskij zarobitczanin*», «*warszawskij chachol*» [62] (останнє – з гумором і автоіронією).

Особливу групу становлять оніми, пов’язані з політичною поляризацією після 2015 року. Слово «*moher*» (від «*moherowy beret*» – традиційний головний убір літніх побожних жінок) вже на початку 2000-х використовувалося як зневажлива назва прихильників Radio Maryja. Після приходу до влади PiS термін розширився до «*moher* army» або просто «*moher*», але водночас з’явилася контр-ономастика: «*leming*» (від «*lemming*» – сліпе наслідування моди) – для позначення прихильників ліберальної опозиції, особливо молодих мешканців великих міст. Обидва терміни пройшли шлях від образи до самоназви: існують групи «*Mohery kontratakują*» та «*Leminci przeciwko nienawiści*» [62].

Таким чином, етимологія польських інтернет-онімів демонструє кілька ключових тенденцій: радикальну локалізацію глобальних мемів через призму національного гумору самознищення і провінційності; творче використання зменшувально-зневажливих суфіксів для знищення пафосу; швидке відривання

онімів від первинного контексту з подальшим входженням у повсякденну мову;
створення власних міфологій на основі локальних вірусних явищ.

3. ФУНКЦІЇ ОНІМІВ У СУЧАСНОМУ ВІРТУАЛЬНОМУ СПІЛКУВАННІ

3.1. Власні назви як засоби маніпуляції в інтернеті

У цифрову епоху власні назви (топоніми, антропоніми, назви організацій, брендів, політичних проєктів та медіа) перестали бути лише нейтральними ідентифікаторами. У польськомовному сегменті Інтернету вони перетворилися на потужний інструмент ідеологічної боротьби, конструювання історичної пам'яті та політичної мобілізації. Завдяки швидкості поширення мемів, хештегів і вірусних публікацій одна вдало змінена чи навмисно спотворена власна назва здатна за лічені години сформувати масове сприйняття цілого явища чи навіть цілої нації.

Найяскравішим і найбільш болючим прикладом залишається трансформація української історичної та сучасної топонімії в польськомовному публічному дискурсі. Місто Львів у радикальних правоконсервативних і націоналістичних колах систематично називається виключно «*Lwów*» (історична польська назва часів Другої Речі Посполитої) або навіть «*Lwowem*» (давня форма). Використання саме цієї назви не є нейтральним історизмом: воно імпліцитно заперечує легітимність української державності на цих територіях після 1945 року і відновлює уявлення про «Креси Східні» як «вічно польські землі».

У соціальних мережах, особливо у групах на Facebook типу «*Kresy Wschodnie – pamięć i tożsamość*» чи «*Lwów to Polska*» [62], таке вживання стало маркером належності до певної ідеологічної спільноти. Користувач, який пише «*Lwów*», автоматично позиціонує себе як той, хто не визнає повоєнних кордонів і Ялтинсько-Потсдамської системи.

Подібний механізм спостерігається щодо Волині. У польськомовному інтернеті термін «*Rzeź Wołyńska*» [62] (Волинська різанина) вже давно витіснив нейтральніші «трагедія Волині» чи «польсько-український конфлікт 1943–1944 рр.».

Слово «*rzeź*» (різанина, бійня) має виразно емоційне й однобоке забарвлення, що акцентує виключно польські жертви й апіорі приписує українцям роль катів. Починаючи з 2016 року, після ухвалення польським Сеймом постанови про «геноцид», у мережі з'явився ще радикальніший варіант – «*Ludobójstwo na Wołyniu*» [62] (геноцид на Волині). Використання саме терміну «*ludobójstwo*» (який у польській юридичній і політичній традиції асоціюється насамперед із Голокостом і катинським розстрілом) свідомо піднімає події 1943–1944 років до рівня найтяжчих злочинів проти людяності й водночас блокує будь-яку розмову про контекст, про жертви з українського боку чи про польську участь у насильстві.

Ще одним прийомом є навмисне спотворення українських прізвищ і назв партій чи організацій. Найвідоміший випадок – назва «*banderowcy*» (бандерівці), яка в польському інтернеті стала універсальною лайливою етикеткою для будь-якого українця, який виявляє патріотичні почуття чи критикує польську історичну політику. Прикметно, що слово «*banderowiec*» у сучасному вжитку давно відірвалося від історичного Степана Бандери й функціонує як синонім «українського націоналіста-людоджера».

У коментарях під новинами про надання Україні зброї чи статусу кандидата в ЄС регулярно з'являються фрази типу «*Polska znów potaga banderowcom*» або «*Niemcy i banderowcy przeciwko Polsce*» [62]. Таким чином історична постать перетворюється на демонізований символ, який легітимізує антиукраїнські настрої.

У політичному сегменті особливо помітне використання евфемізмів і псевдонімів для російських структур. Прокремлівські польськомовні портали (наприклад, *Kresy.pl* у певні періоди) та телеграм-канали типу «*Myśl Polska*» чи «*Geopolityka.org*» часто вживають назву «*Noworosja*» для позначення окупованих територій Донбасу і навіть намагаються легітимізувати її як історично обґрунтовану. Водночас будь-яка спроба назвати російських військових «російськими окупантами» супроводжується коментарями типу «*to jest wojna domowa w b. Ukrainie*» [62] – тобто штучно зберігається радянська

назва «Ukraine» з малої літери і префіксом «b.» (była – колишня), що підкреслює невизнання незалежності України.

Цікавий феномен – поява нових власних назв-мемів, створених спеціально для маніпуляції. Після 2022 року в польському сегменті Twitter і TikTok набув поширення термін «*Ukropia*» або «*Ukropolin*» – зневажлива гра слів, що поєднує «ukrop» (застаріле російське прізвисько українців) і «utoria» чи «Polin». Ці неологізми використовуються для висміювання ідеї сильної української держави і водночас для натяку, що українці нібито претендують на польські території (звідси «*Ukropolin*»).

У медійному просторі власні назви також стали зброєю. Портал wPolityse.pl та тижневик «Do Rzeczy» регулярно вживають назву «*Kijów*» у текстах, що стосуються нинішньої столиці України, але при цьому в історичних матеріалах про 1920 рік пишуть «*Kujów*» або «*Kijów*» залежно від потрібного ідеологічного ефекту. Така подвійність дозволяє одночасно визнавати сучасну державу (бо інакше це було б занадто грубо) і водночас постійно нагадувати читачеві про польську історичну присутність.

Найочевиднішим і водночас найпотужнішим механізмом залишається повторення. Коли певне прізвище чи назва згадується десятки чи сотні разів на добу в одному емоційному ключі, мозок користувача автоматично починає сприймати саму фонетичну оболонку як носія цієї емоції. Класичним прикладом є прізвище «*Kaczyński*». У ліберально-лівацькому сегменті польського інтернету (форуми типу Wykop.pl у період 2015–2020 рр., пізніше групи Facebook і Twitter/X) воно роками вживалося майже виключно в контексті «*dyktator*», «*niszczenie demokracji*», «*katastrofa smoleńska jako narzędzie polityczne*». Внаслідок цього навіть нейтральне вживання слова «*Kaczyński*» у 2023–2025 рр. у багатьох користувачів викликає фізіологічну реакцію відрази ще до прочитання решти речення. Те саме, тільки з протилежним знаком, відбувається в консервативно-правих спільнотах, де прізвища «*Tusk*» або «*Trzaskowski*» набули стійкого негативного заряду через постійне повторення в сполученнях типу «*zdrajca*», «*niemieckie interesy*», «*Warszawa dla pedałów*» [62].

Повторення працює особливо ефективно, коли супроводжується графічними чи фонетичними модифікаціями, що полегшують меметичне поширення. Прізвище «*Morawiecki*» у період пандемії та інфляції 2021–2023 рр. часто писалося як «*Morawiecki lies*» або «*Matolusz*», де зменшувально-зневажлива форма «*Matol*» (від «*matol*» – дурень) поєднувалася з англійським «*lies*», що додавало інтернаціонального присмаку. Кожне нове вживання «*Matolusza*» автоматично активізувало всю попередню мережу негативних асоціацій: порожні полиці в магазинах, захмарні ціни на паливо, конференції з порожніми трибунами. У правому сегменті аналогічно функціонує «*Donaldzio*» або «*Tusku*» з характерним італійським чи німецьким суфіксом, що натякає на «чужість» і «зраду національних інтересів».

Другий механізм – контекстуалізація – полягає в тому, що власна назва починає сприйматися виключно через призму одного домінантного наративу. У ліберальному дискурсі *Lublin* перетворився на синонім «*polskiego ciemnogrodu*», «*miasta nienawiści*», «*konserwatywnego zaścianka*» [62]. Будь-яка новина, що починається зі слова «*Lublin*», автоматично читається крізь цей фільтр, навіть якщо йдеться про відкриття нового музею чи спортивну перемогу. У консервативному сегменті, навпаки, та сама назва асоціюється з «*obroną tradycyjnych wartości*» і «*odparciem tęczyowej ideologii*» [62]. Таким чином, власна назва втрачає географічний сенс і стає ідеологічним маркером.

Особливо цікавий випадок – це трансформація назви «*Orlen*» з нейтральної назви нафтової компанії в символ «*pisowskiej pazerności*» після скандалу з Даніелем Обайтеком. У 2022–2024 рр. слово «*Orlen*» у ліберально-опозиційних спільнотах практично не вживалося без епітетів «*układ*», «*nepotyzm*», «*złodzieje*», «*OrlenGate*». У результаті навіть повідомлення про зниження цін на пальне сприймалося скептично («*to tylko Orlen kradnie mniej, bo wybory*»). У протилежному таборі «*Orlen*» став символом «*polskiego sukcesu*» і «*repolonizacji*» [62]. Одна й та сама власна назва набула двох абсолютно протилежних емоційних зарядів залежно від інформаційної бульбашки.

Третій механізм – асоціативні зв'язки – працює найпідступніше, бо емоційний заряд передається навіть тоді, коли власна назва вживається в

абсолютно іншому контексті. Класичний приклад – прізвище «*Ziobro*». Після численних скандалів із прокуратурою та судовою реформою воно міцно асоціюється з «*bezprawiem*», «*zemstą*», «*łapankami na sędziów*» [62]. Коли в 2024 році в новинах з'явилася інформація про боксера *Ziobro*, що виграв чемпіонат, у ліберальних коментарях миттєво з'явилися жарти типу «*w końcu jakiś Ziobro coś wygrał uczciwie*» або «*czy na pewno nie było ustawki?*» [62]. Асоціативний ланцюжок спрацьовує автоматично, навіть якщо людина свідомо розуміє, що це інша людина.

Аналогічно працює перенесення заряду з однієї назви на іншу через спільних діячів чи події. Назва партії «*Konfederacja*» після внутрішніх конфліктів 2023–2025 рр. почала асоціюватися з «*cyrkiem*», «*braunizmem*», «*rosyjską agenturą*». Коли один із лідерів – *Sławomir Mentzen* – почав просувати власний бренд пива «*Mentzen Beer*», у ліберальному сегменті відразу з'явилися меми «*piwo dla faszystów*» або «*nowa strefa wolna od smaku*» [62]. Емоційний заряд від політичної назви «*Konfederacja*» автоматично перейшов на комерційний продукт, хоча логічно вони не пов'язані.

Особливо потужним є явище «*przeniesienia przez kontrast*», коли дві власні назви починають існувати тільки в опозиції одна до одної. «*PiS*» і «*PO*» вже давно перестали бути просто аббревіатурами партій – це бінарна система, де згадка однієї автоматично викликає емоційну реакцію щодо іншої. У правому сегменті фраза «*za PO było gorzej*» [62] працює як магічне заклинання, що блокує будь-яку критику нинішньої влади. У лівому – «*za PiS-u było jak w Korei Północnej*» [62] виконує ту саму функцію.

Усе це призводить до того, що власні назви в польськомовному інтернеті перестають бути дескрипторами і перетворюються на емоційні кнопки. Користувач, який щодня споживає контент у своїй інформаційній бульбашці, через кілька місяців буквально фізіологічно реагує на певні слова: прискорюється пульс, з'являється бажання негайно написати гнівний коментар або, навпаки, поставити «*lubię to*». Це вже не раціональна реакція на зміст, а умовний рефлекс, вироблений тисячократним повторенням у певному емоційному контексті.

Особливу роль відіграє мемізація через додавання суфіксів -ek, -uś, -unio, які в польській мові традиційно використовуються для вираження пестливості або зневаги залежно від контексту. Donald Tusk у правих мемах регулярно стає «*Donaldkiem*», «*Tłustkiem*» (з наголосом на зовнішність), «*Dönkiem*» (з німецьким умлаутом, що натякає на «німецькість»). Натомість у ліберальному сегменті те саме ім'я перетворюється на «*Donaldo Magnifico*» або «*Tuskus Maximus*» – римська героїзація, що відсилає до образу мудрого імператора.

Цікавий випадок одночасного використання обох стратегій спостерігається щодо Анджея Дуди. У ліберально-опозиційному дискурсі його прізвище скорочують до «*Duda*» → «*Adrian*» (використовуючи друге ім'я як принизливе, бо воно сприймається як «менш президентське»), або «*Andrzejek*». У провладних колах той самий Анджей стає «*Pan Prezydent*» (з великої літери, хоча за правилами польської це не обов'язково) або «*AD*» – ініціали, що нагадують монограми монархів.

Отже, у сучасному польськомовному інтернет-просторі власні назви функціонують як концентрований ідеологічний код. Це вибір політичної позиції, який відбувається миттєво і часто на підсвідомому рівні. У такий спосіб власні назви стають найефективнішим інструментом маніпуляції.

Сучасний польськомовний інтернет-простір демонструє класичний приклад того, як мова в умовах цифрової гіперпродукції може трансформуватися з інструменту комунікації в інструмент маніпуляції свідомістю. Власні назви стають найефективнішими носіями емоційного заряду саме тому, що вони короткі, легко запам'ятовуються і не потребують додаткових пояснень.

Модифікація власних назв у польськомовному інтернеті є не просто стилістичним прийомом, а потужним інструментом символічного насильства або, навпаки, символічного піднесення. Зміна навіть однієї літери, додавання дитячого суфікса чи заміна шрифту здатні повністю перевернути емоційне сприйняття особи чи групи. Ім'я перестає бути нейтральним ідентифікатором і перетворюється на бойову зброю в інформаційній війні, де головне завдання – або знищити гідність опонента, або возвеличити «свого» до рівня міфологічного героя.

3.2. Особливості відтворення онімів у соцмережах

Вживання власних назв (онімів) у польськомовному інтернет-просторі, зокрема в соціальних мережах, істотно відрізняється від норм класичного друкованого чи навіть офіційного цифрового тексту. Ця відмінність зумовлена швидкістю комунікації, прагненням до економії знаків, емоційної експресії, а також впливом глобальної англomовної культури та локальних меметичних практик.

Однією з найпомітніших особливостей є масове опускання великих літер у прізвищах, назвах міст і навіть у власному імені Польщі. У швидких дискусіях під політичними постами регулярно зустрічаємо форми «*kaczyński*», «*tusk*», «*warszawa*», «*polska*» без жодної великої літери. Наприклад, у треді про внутрішню політику можна побачити речення: «*kaczyński znowu coś wymyślił, a tusk tylko się śmieje*» [62]. Така графічна мінімізація виконує одразу дві функції: по-перше, економить час і місце (особливо актуально було за часів обмеження 140 знаків у Twitter), по-друге, створює ефект «зневажливого дистанціювання» або іронічного підкреслення буденності фігури, яка в офіційному дискурсі вимагає капіталізації.

Другою важливою тенденцією є творення скорочених, часто фонетично спрощених варіантів відомих онімів. Найяскравішим прикладом є прізвище колишнього прем'єр-міністра Mateusz Morawiecki, яке в меметичному обігу перетворилося на «*Morawiecki*» → «*Mati*» → «*Matka*» → «*Matelko*» → найпоширеніше «*Morus*» [62].

У 2023–2024 роках хештег #*Morus* був одним із найпопулярніших політичних мемів, а фраза «*Morus i jego ekipa*» стала усталеним синонімом уряду PiS. Аналогічно *Donald Tusk* у молодіжному та опозиційному сегменті часто виступає як «*Donek*» (зменшувально-пестлива форма, що водночас може мати зневажливий відтінок залежно від контексту), а *Jarosław Kaczyński* — «*Jaro*», «*Prezes*» (з великої літери навіть у нижньому регістрі як іронічний титул) або «*Kaczor*» (порівняння з качкою, що походить ще з 2007 року, але досі активно вживається) [62].

Третя характерна риса – використання онімів у ролі присудкових дієслів або цілих фразеологізованих конструкцій. Найвідоміший випадок – дієслово «*zrobic komuś kukiza*» [62] або просто «*kukizować*» [62] (від прізвища Paweł Kukiz), що означає «раптово змінити політичну позицію на протилежну заради короткострокової вигоди».

У 2024 році після чергових коаліційних перипетій з’явилися нові деривати: «*hołownizować*» [62] (від прізвища нового лідера конфедерації Sławomir Hołownia – «поводитися надмірно емоційно й театралізовано на політичній сцені») та «*mentzenować*» [62] (від Sławomir Mentzen – «використовувати ультраправу риторику, загорнуту в меми та економічний лібералізм»). Такі неологізми надзвичайно швидко входять у повсякденний вжиток саме завдяки соціальним мережам.

Ще одним цікавим явищем є гендерна трансформація чоловічих прізвищ на жіночі форми з суфіксом «-ówna» або «-ówka» для створення гумористичного чи саркастичного ефекту. Найпоширеніший приклад – «*Kaczyński*» → «*Kaczyńska*» (натяк на вплив неофіційних жіночих фігур у політиці) або «*Ziobro*» → «*Ziobrowa*» (іронічне позначення найвіданіших прибічників *Zero Zbigniewa Ziobry*) [62]. У феміністичних або сатиричних спільнотах трапляється навіть «*Tuskówna*» [62] як гіпотетична «дочка Туска», що уособлює молоду проєвропейську генерацію.

У локальних міських спільнотах (наприклад, варшавських групах типу «*Spotted: Warszawa*» чи «*Warszawa – śmieszki*») спостерігається активне творення псевдонімів-онімів для районів і мікрорайонів. Традиційні назви типу «*Mokotów*», «*Praga*», «*Żoliborz*» часто замінюються на меметичні варіанти: «*Mokotów*» → «*Mordorów*» (порівняння з «Мордор» через велику кількість офісних будівель), «*Praga*» → «*Praga-Północ*» → просто «*Północ*» або «*Dżungla*», «*Ursynów*» → «*Ursynów*» → «*Ursynalien*» [62]. Такі оніми вже настільки увійшли в повсякденну мову молодих варшавян, що їх використовують навіть у офлайн-розмовах.

Особливо варто звернути увагу на явище «капіталізації всередині слова» як стилістичного прийому. У польськомовному інтернеті дуже популярне

виділення частини оніма великими літерами для підкреслення асоціації: «*duDA*», «*kaCZYZM*», «*ZiOBROkracja*», «*KonFEDERAŁY*» [62]. Такий прийом (так зване «camelCase по-польськи») виконує одразу функцію іронічного акценту й полегшує швидке візуальне сприйняття в стрічці.

Нарешті, не можна оминати впливу TikTok-культури, де оніми часто стають основою звукових мемів. Прізвище «*Szymon Hołownia*» трансформувалося в коротке «*Szymek*» і далі в повторюване «*Szyuumeek, Szyuumeek*» [62] під специфічну мелодію, а «*Rafał Trzaskowski*» породило вірусний звук «*Trzask prask*» [62] (гра слів між прізвищем і звуком ляпасу). Такі аудіо-оніми поширюються швидше за текстові й фіксуються навіть у коментарях під зовсім іншими відео.

Хештег у польськомовному інтернеті перестав бути лише технічним маркером і перетворився на складний соціальний сигнал, що поєднує функцію індексації з функцією ідентифікації спільноти. Польська мова, завдяки своїй флективності та багатству суфіксів, дозволяє створювати надзвичайно виразні й емоційно насичені хештеги, які важко відтворити в англійській чи навіть українській.

Наприклад, хештег #Dobranoc (на добраніч) у перші роки існування польського Твіттера (нині X) був переважно побутовим прощанням, але з 2015–2016 років, коли платформа стала основним полем політичної боротьби, з'явилися його іронічні похідні #DobranocPisowi, #DobranocLewactwu, #DobranocPlatformo [62], які миттєво маркували політичну позицію автора й автоматично включали допис у відповідний інформаційний потік. Така морфологічна гра дала змогу створювати цілі кластери хештегів, що працюють як внутрішні меметичні коди спільнот.

Значно складнішим феноменом є поява та еволюція так званих «*własnych nazw*» у хештегах, тобто фірмових або авторських міток, які поєднують комерційний чи особистий бренд із польською граматикою. Одним із найуспішніших прикладів залишається #MisiiekZdzisiu [62] – хештег, створений 2016 року користувачем @misiiekzdzisiu, який спочатку був просто назвою акаунта, але протягом кількох місяців перетворився на самостійний бренд із

мільйонами взаємодій. Специфіка полягала в тому, що хештег використовувався не лише самим автором, а й тисячами інших користувачів, які публікували власні фото ведмедів, м'яких іграшок чи просто жарти про «*Zdzisia*». Таким чином, власна назва стала відкритим мемом, що забезпечило надзвичайну вірусність і водночас збереження асоціації з оригінальним автором.

У комерційній сфері найяскравішим прикладом став хештег *#ShareACokePl* [62], запущений компанією Coca-Cola у 2014–2015 роках польською адаптацією глобальної кампанії «Share a Coke». На відміну від англійських країн, де використовувалися переважно імена, у Польщі на пляшках друкували типові польські здрібнілі форми (*Kuba, Madzia, Grzesiu*) та характерні емоційні звертання (*Kochanie, Skarbie*). Хештег *#ShareACokePl* зібрав сотні тисяч фотографій і став одним із перших випадків, коли польськомовний інтернет створив власну автономну вірусну хвилю, що не була прямим калькуванням англійської кампанії.

Особливу роль відіграють політичні й суспільно значущі хештеги, які демонструють, як польська мова здатна генерувати надзвичайно компактні й емоційно заряджені маркери. Хештег *#CzarnyProtest* (2016) та його похідні *#CzarnyPoniedzialek* [62] стали не просто символами протесту проти спроб повної заборони абортів, а й механізмом самоорганізації: будь-яка жінка, яка публікувала фото в чорному одязі з цим хештегом, автоматично ставала частиною візуального протесту. Важливо, що польською мовою вдалося створити граматично правильну й водночас лаконічну форму, яка неможлива в багатьох інших мовах (*#BlackProtest* англійською звучить штучно й менш емоційно).

У 2020–2022 роках, під час пандемії COVID-19 та після початку повномасштабного російського вторгнення в Україну, польськомовний сегмент інтернету створив цілу систему солідарних хештегів, серед яких *#OtwieraMy* (відкриття бізнесів всупереч локдауну), *#SolidarniZUkrainą*, *#PomocDlaUkrainy*, *#StopRussiaNowPL* [62]. Останній є показовим: поєднання англійської фрази з суфіксом PL дозволило одночасно бути видимим у глобальному тренді

#StopRussiaNow і водночас створити окремий польськомовний кластер, куди потрапляли дописи виключно польською або двомовно.

Сучасний етап характеризується появою так званих «hashtagi tożsamościowe» – міток, які поєднують регіональну, поколінну чи субкультурну ідентичність із сильним емоційним зарядом. Прикладом є *#Śląsk* (або *#Ślonzok*), *#Kaszuby*, *#Podlasie*, а також молодіжні *#ZoomerPoPolsku*, *#PokolenieZpoPolsku*, *#PolskaGurom* [62]. Особливо цікавий феномен хештегу *#PolskaGurom*, який виник як іронічний коментар до патріотичних гасел і дуже швидко був привласнений як праворадикальними, так і ліберально-саркастичними групами, що призвело до постійного перетягування семантичного поля.

Отже, сучасний польськомовний сегмент соціальних мереж характеризується надзвичайною пластичністю власних назв: від повного ігнорування орфографічних норм капіталізації до творення нових лексичних одиниць на основі прізвищ політиків і топонімів. Ці процеси відображають не лише технічні обмеження платформ, але й глибші соціокультурні зміни: прагнення до максимально швидкої, емоційно насиченої та внутрішньогрупової комунікації, де традиційна шаноблива дистанція до онімів поступається місцем грі, іронії та меметичній креативності.

ВИСНОВКИ

Онімний простір відображає й водночас формує мовну, культурну та територіальну ідентичність спільноти. Він є одночасно продуктом і творцем колективної пам'яті, дзеркалом і водночас інструментом осмислення світу. У ньому зафіксовані не лише об'єкти, а й способи їхнього бачення, не лише імена, а й сенси, які спільнота вкладає в акт номінації. Саме тому дослідження онімного простору виходить далеко за межі власне лінгвістичної проблематики й стає шляхом до розуміння глибинних механізмів функціонування культури в її історичній динаміці.

Онімний простір постає як динамічна, ієрархічно організована система, центр якої становлять антропоніми, а периферію – назви об'єктів, дедалі віддаленіших від людини за онтологічним і когнітивним статусом. Усі класи онімів пов'язані численними переходами, запозиченнями й аналогіями, що забезпечує цілісність онімного простору як відображення структуризованого людського досвіду освоєння світу. Класифікація онімів тому ніколи не є остаточною: вона постійно коригується залежно від зміни культурних пріоритетів, наукових парадигм і мовних практик.

Динамічність онімного простору є не просто відображенням змін у позамовній дійсності, а активним механізмом адаптації мови до нових умов існування. Власні назви, попри свою позірну статичність, належать до найрухомішої частини лексичного складу, і саме в їхній постійній змінності найяскравіше проявляється живий, історичний характер мови.

Інтернет-простір перетворює власну назву з однозначного, стабільного, юридично захищеного ідентифікатора на множинний, тимчасовий, комерціалізований, алгоритмічно керований і часто ілюзорний знак. Вона втрачає онтологічну певність, але набуває небаченої раніше гнучкості й перформативної сили.

Багатомовна присутність ономастикону на веб-ресурсах є не лише технічним, а й глибоко ідеологічним і культурним явищем. Кожне рішення щодо написання власної назви несе в собі слід історичних домінувань, сучасних

політичних симпатій, ступеня поваги до мовного суверенітету та банальної інерції редакційних традицій. У підсумку користувач, перемикаючись між мовними версіями одного сайту, часто стикається не просто з перекладом, а з кількома паралельними ономастичними світами, які лише умовно позначають одну й ту саму реальність.

Доменне ім'я, нікнейм і назва акаунту утворюють тріаду, що працює за принципом синергії: кожен елемент підсилює або послаблює дію двох інших. Оптимальна конфігурація виникає тоді, коли всі три маркери тяжіють до єдиного стилістичного й семантичного ядра, зберігаючи при цьому достатню лаконічність і легкість сприйняття. У такому разі вони не просто позначають присутність суб'єкта в цифровому просторі, а активно формують його репутацію ще до того, як буде прочитане перше речення чи переглянуто перше зображення.

Сучасний польськомовний інтернет-простір демонструє чітку стратифікацію: повне реальне ім'я та прізвище стало символом приналежності до „серйозної”, публічної, відповідальної сфери (політика, журналістика, професійний брендинг, активізм), тоді як псевдонім чи криптонім залишився притулком маргінальних, радикальних або розважальних спільнот. Ця зміна відбулася надзвичайно швидко – протягом лише 5–7 років – і є одним із найяскравіших прикладів того, як глобальні платформи та локальні політичні процеси радикально трансформують традиційні уявлення про приватність та ідентичність у центральноєвропейських суспільствах.

Модифікація традиційних польських антропонімів в інтернет-просторі є не просто технічним спрощенням, а складним соціолінгвістичним процесом, у якому перетинаються економія зусиль, гра з ідентичністю, естетичні уподобання та глобальні впливи цифрової культури. Ці трансформації вже настільки глибокі, що для багатьох представників покоління Z повне ім'я звучить чужорідно навіть у живому мовленні – вони можуть представитися *Olk*, *Goha* чи *Pzmek* навіть офлайн. Таким чином, інтернет не просто відображає зміни в антропонімії – він їх активно формує, створюючи нову, паралельну систему особових назв, яка існує винятково в цифровому середовищі й дедалі більше проникає в повсякденну усну мову.

Польськомовний сегмент інтернету є лабораторією живої адаптації антропонімів, де традиційні правила польської ономастики стикаються з глобалізованою попкультурою та цифровою спонтанністю. Результатом є постійне розширення польської антропонімної системи за рахунок гнучких, креативних і часто ефемерних форм, які відображають ідентичність сучасних польськомовних спільнот у цифрову епоху.

Сучасний польськомовний інтернет-простір демонструє надзвичайну гнучкість у вживанні топонімів: тут співіснують офіційна норма, регіональні традиції, молодіжний сленг, історична пам'ять і творча гра, причому вибір конкретної форми часто слугує маркером приналежності до певної спільноти чи покоління. У сучасному польськомовному інтернет-просторі використання офіційних польських топонімів є не лише питанням мовної норми, а й потужним маркером національної ідентичності, історичної пам'яті та геополітичної позиції.

Неофіційні й народні топоніми в польськомовній інтернет-комунікації є динамічним, постійно оновлюваним шаром мови, що відображає живі процеси мовної творчості міських спільнот. Вони виникають на перетині історичної пам'яті, локального гумору, меметичної культури та повсякденної зручності. Часто саме ці форми стають справжніми маркерами «свого» – людини, яка справді живе в місті й розуміє його внутрішню картографію, недоступну для туристів чи офіційних мап.

У польськомовному інтернеті топоніми давно перестали бути просто географічними позначками й перетворилися на потужний інструмент конструювання ідентичності. Вони одночасно вказують на реальне місце походження, створюють відчуття приналежності до «своєї» спільноти й дозволяють іронізувати над самими собою.

Польськомовний інтернет-простір виявляється надзвичайно сприятливим середовищем для активізації й творення рідковживаних класів власних назв. Хремотоніми та ергоніми тут рідко бувають чисто польськими чи чисто англійськими – найуспішніші назви балансують на межі двох мовних систем, зберігаючи впізнаваність для польської аудиторії й водночас відповідаючи

міжнародним стандартам спрощення, милозвучності та легкості запам'ятовування. Ця гібридність є не випадковою, а свідомою стратегією, що дозволяє польським контентмейкерам і кіберспортивним організаціям займати нішу між локальною ідентичністю та глобальним ринком.

Хрононіми тут переважно меметизують історичні й політичні періоди, ідеоніми стають зброєю в ідеологічній боротьбі, некроніми й прагматоніми швидко політизуються, а хрематоніми та платформоніми відображають специфіку цифрової культури. Усе це свідчить про те, що в умовах високої комунікативної динаміки інтернету периферійні ономастичні класи не лише не зникають, а навпаки – стають одним із головних механізмів творення нових смислів і групової ідентичності.

Структура нікнеймів у сучасному польськомовному інтернеті є динамічним полем, де традиційна польська морфологія (суфікси здрібності, багата деривація) зустрічається з глобальними геймерськими практиками, породжуючи унікальні гібридні форми. Ці псевдоніми виконують не лише ідентифікаційну, але й глибоко соціальну функцію – миттєво сигналізують про приналежність до певної вікової, субкультурної чи ідеологічної групи всередині польськомовної спільноти, зберігаючи при цьому виразну національну ідентичність навіть у глобалізованому цифровому просторі.

Сучасний польськомовний нікнейм є складним графічно-семіотичним текстом, у якому співіснують прагнення до глобальної «крутості» (леетспік, англійські вставки), збереження національної фонетичної ідентичності та естетична гра з регістром і юнікод-символами. Він виконує не лише ідентифікаційну, а й соціально-групову функцію: за формою нікнейму часто можна визначити вік користувача, регіон, субкультуру та навіть рівень іронії чи агресії.

Етимологія польських інтернет-онімів демонструє кілька ключових тенденцій: радикальну локалізацію глобальних мемів через призму національного гумору самознищення і провінційності; творче використання зменшувально-зневажливих суфіксів для знищення пафосу; швидке відривання

онімів від первинного контексту з подальшим входженням у повсякденну мову;
створення власних міфологій на основі локальних вірусних явищ.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Авдєєва С. Л. Становлення системи словозміни ойконімів української мови: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – укр. мова. Дніпропетровськ, 1997. 16 с.
2. Азарова Л., Лепко Г. Основні визначення типів номінації в сучасному мовознавстві. *Рідний край*. 2010. № 1. С. 86–90.
3. Андрієнко О. Ю. Комунікативно-прагматичний потенціал власних назв у науково-фантастичному тексті: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – рос. мова. Одеса, 1992. 17 с.
4. Арделян О. В. Прецедентні антропоніми у фразеологізмах в різносистемних мовах. *Мова і культура*. 2011. Вип. 14. С. 168–174.
5. Бацевич Ф. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія. Львів : ПАІС, 2010. 336 с.
6. Белей Л. О. Нова українська літературно-художня антропонімія: проблеми теорії та історії. Ужгород, 2002. 175 с.
7. Белей Л. О. Українська літературно-художня антропонімія кінця XVIII – XX ст.: Дис. ... доктора філол. наук: 10.02.01 – укр. мова. Ужгород, 1996. 394 с.
8. Белей Л. О. Функціонально-стилістичні можливості української літературно-художньої антропонімії XIX – XX ст. Ужгород, 1995. 119 с.
9. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія (на матеріалі власних назв підприємств Закарпатської області): Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – укр. мова. Львів, 2000. 17 с.
10. Белей О. О. Сучасна українська ергонімія: власні назви підприємств Закарпаття. Ужгород, 1999. 111 с.
11. Беліцька Є. М. Конотонімізація онімів як лексико-семантичний процес: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 – загальне мовознавство. Горлівка, 2000. 185 с.

12. Бучко Д. Проблемні питання української ономастичної термінології. *Науковий вісник Чернівецького університету* : збірник наукових праць. Випуск 356-359. Чернівці : Рута, 2007. С. 255–260.
13. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
14. Ветрова Е. Семантика і функціонально-комунікативний аспект етикетних одиниць в епістолярній спадщині українських письменників ХІХ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова». Донецьк, 2004. 20 с.
15. Галич В.М. Антропонімія Олесь Гончара: природа, еволюція, стилістика. Луганськ: Знання, 2002. 212 с.
16. Галич В.М. Прізвиськова народна творчість Луганщини. *Луганщина літературна*. Луганськ, 2003. С. 102–112.
17. Галич В., Лук'янчук Р. З історії сучасних прізвиськ. *Етнокультура Волинського Полісся та чорнобильська трагедія*. Вип. III. Рівне. 1998. С. 76–81.
18. Григоренко І. Епістолярна спадщина Панаса Мирного в літературно-критичному контексті доби : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01. К., 2010. 248 с.
19. Дука Л. І. Прагматичний потенціал онімів та способи його актуалізації в тексті: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02 – рос. мова. Дніпропетровськ, 2002. 18 с.
20. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ: Академія, 2009. 264 с
21. Жеребило Т. В. Словник лінгвістичних термінів. Київ, 2015. 171 с.
22. Заболотна Т. Епістолярна спадщина В. Винниченка : адресування і стиль : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01. К., 2005. 173 с.
23. Кам'янець В.М. Структурні, семантичні та функціональні особливості власних назв сучасної німецької мови : автореф дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 ; спец. «Германські мови». Львів : 2001. 18 с.
24. Карпенко О. П. Топонім Балчуг: до проблеми етимології. *Студії з ономастики та етимології* / Відп. ред. О. П. Карпенко. К., 2006. С. 51 – 60.

25. Карпенко Ю. О. Проблематика когнітивної ономастики. Монографія. Одеса: Астропринт, 2006. 325 с.
26. Коцюбинська М. «Зафіксоване і нетлінне» : Роздуми про епістолярну творчість. К. : Дух і Літера, 2001. 300 с.
27. Коцюбинська М. Листи і люди : роздуми про епістолярну творчість. К. : Дух і Літера, 2009. 584 с.
28. Кузьменко В. Письменницький епістолярій в українському літературному процесі 20–50-х років ХХ ст. : [монографія]. К., 1998. 305 с.
29. Курило Л. Епістолярій Олесья Гончара і творча індивідуальність письменника : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.01. К., 2006. 200 с.
30. Лесин В. Словник літературознавчих термінів. К. : Рад. школа, 1971. 486 с.
31. Літературознавча енциклопедія : у двох томах. Т. 1 / [авт.-уклад. Ю. І. Ковалів]. К. : ВЦ «Академія», 2007. 608 с.
32. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р. Т. Гром'яка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. К. : Академія, 2007. 753 с.
33. Масенко Л.Т. Українські імена і прізвища. К.: Знання, 1990. 48 с.
34. Ономастичні студії в Україні (дисертаційні дослідження, захищені у другій половині ХХ – на початку ХХІ століть): Бібліографічно-інформаційний довідник / Упорядник М. М. Торчинський. Хмельницький: ХНУ, 2007. 122 с.
35. Пежинська О. М. Французькі власні назви-антропоніми з позиції змісту, форми та функції. *Нова філологія*. 2021. № 83. 200-207.
36. Світайло Л. Епістолярна література. *Українська літературна енциклопедія* : у 5 т. Т. 2. К. : Укр. рад. енцикл. ім. М. П. Бажана, 1990. С. 154.
37. Святовець В. Епістолярна спадщина Лесі Українки : Листи в контексті художньої творчості. К. : Вища школа, 1981. 183 с.
38. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля, 2006. 706 с.
39. Соколова Л. Н. Типи мотивованості ергонімів (на матеріалі ергонімії м. Києва). *Мовознавство*. 1993. № 6. С. 65–69.

40. Сучасний тлумачний словник української мови : 65000 слів / за заг. ред. В. В. Дубічинського. Харків : ВД «Школа» 2006. 1008 с.
41. Торчинський М. М. Денотатно-номінативна структура топонімікону української мови. *Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових праць*. Випуск 356 – 359. Слов'янська філологія. Чернівці: Рута, 2007. С. 375 – 379.
42. Торчинський М. М. Ойконімія Південно-Західного Поділля: Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02 – укр. мова. К., 1993. 22 с.
43. Торчинський М. М. Ойконімія Південно-Західного Поділля: Дис. ... канд. філол. наук: 10.02.02 – укр. мова. К., 1993. 276 с.
44. Торчинський М. М. Поетоніміка України: історія становлення і перспективи розвитку (на матеріалі дисертаційних досліджень). *Записки з українського мовознавства* / Відп. ред. О. І. Бондар. Одеса: Астропринт, 2006. Випуск 16. С. 332 – 340.
45. Торчинський М. М. Термінологія української поетоніміки (літературної ономастики). *Українська термінологія і сучасність: Збірник наукових праць*. Вип. VI / Відп. ред. Л. О. Симоненко. К.: КНЕУ, 2005. С. 339 – 343.
46. Торчинський М. М. Українська ойконімія як джерело етнолінгвістичної інформації. *Наука і сучасність: Збірник наукових праць*. К.: Логос, 2003. Т. 36. С. 160 – 169.
47. Торчинський М. М. Лексико-семантична структура назв поселень Південно-Західного Поділля. *Студії з ономастики та етимології*. 2002. К.: Кий, 2002. С. 206 – 215.
48. Торчинський М. М. Структура онімного простору української мови. Монографія. Хмельницький: Авіст, 2008. 546 с.
49. Торчинський М. М. Структурування ономастикону за особливостями походження власних назв. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2014. № 7. С. 174–180.

50. Фідкевич О. Епістолярна проза А. Чехова та ідейно-художні пошуки письменника 80-х – 90-х рр. ХІХ – початку ХХ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.02 «Російська література». К., 2006. 18 с.
51. Чучка П.П. Антропонімія Закарпаття. Дис. ... докт. філол. наук. Ужгород, 1970. 967 с.
52. Шестакова С.О. Лексико-семантичні інновації у системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2002. 17 с.
53. Шестакова С. О. Семантична мотивованість прагмонімів (на матеріалі власних назв меблів). *Філологія, соціологія і культурологія. Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної науки* : зб. наук. праць. 2016. С. 13–18.
54. Янчишин А. М. Структура, типологія і функціонування в українській мові товаронімів (на матеріалі власних назв пилососів). *Лінгвістичні дослідження* : зб. наук. пр. Харків, 2013. Вип. 36. С. 73-78.
55. Янчишин А.М. Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування: дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Черкаси, 2019. 356 с.
56. Янчишин А. Історія розвитку української товаронімії (на матеріалі власних назв промислових товарів). *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія Філологія. 2021. Т. 1. № 45. С. 521-526.
57. Bach A. Deutsche Namenkunde. Heidelberg : Winter, 1978– 1981. Bd. 1: die deutschen Personennamen; Bd. 2: Die deutschen Ortsnamen. 615 s.
58. Ballmer T. Probleme der Klassifikation von Sprechakten. *Sprechakttheorie und Semantik*. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1979. S. 254–255.
59. Bauer G. Deutsche Namenkunde. Berlin : Weidler, 1998. 356 s.
60. Balczyńska-Kosman A. Język dyskursu publicznego w polskim systemie politycznym. *Środkowoeuropejskie studia polityczne*. 2013. Nr 2. S. 143-153.
61. Bralczyk J. O języku polskiej polityki lat 80-tych i 90-tych. Warszawa, 2003.
62. Blog.Onet.Pl. URL: <https://wiadomosci.onet.pl/blog-blogi>

63. Brzozowski P. Język polityki jako podstawowe narzędzie działania politycznego i nieodłączny atrybut władzy w świetle produkcji dyskursu prawdziwościowego. *Dialogi Polityczne*. 2004. Nr 1. S. 67-77
64. Cameron D. Demythologizing Sociolinguistics: Why Language Does Not Reflect the Society. *Ideologies of Language*, ed. by J.E. Joseph. London, 1990. P. 79-93.
65. Chilton P., Schaeffner C. Discourse and politics. *Discourse Studies: A multidisciplinary introduction*. vol. 2: Discourse as Social Interaction, London, 1997. P. 206-230.
66. Davis A. Politicized Language. *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. ed. R. E. Asher, Oxford, New York, 1994. P. 3211-3214.
67. Dijk T. A. van. Discourse, context and cognition. URL: <http://www.discourse-in-society.org/teun.html>
68. Dobek-Ostrowska B., Fras J., Ociepka B. Teoria i praktyka propagandy. Wrocław, 1997.
69. Fairclough N., Duszak A. Wstęp. Krytyczna analiza dyskursu – nowy obszar badawczy dla lingwistyki i nauk społecznych. *Krytyczna analiza dyskursu*, red. A. Duszak, N. Fairclough. Kraków, 2008. S. 7-29.
70. Fraser B. What are discourse markers? *Journal of pragmatics*. 1999. 31. P. 931-952.
71. Gajda S. Tekst/dyskurs oraz jego analiza i interpretacja. *Współczesne analizy dyskursu. Kognitywna analiza dyskursu a inne metody badawcze*, red. M. Krauz, S. Gajda. Wrocław, 2005. S. 11-20.
72. Graber D.A. Political Languages. *Handbook of Political Communication*, ed. by D.D. Nimmo, K.R. Sanders, Beverly Hills, London, 1981. S. 195-224.
73. Halliday M. A. K. Cohesion in English. London: Longman, 1976. 392 p.
74. Kamińska-Szmaj I. Upowszechnianie nowych słów i znaczeń we współczesnych dyskursach medialnych. *Dyskursy trzeciego tysiąclecia*, red. E. Pajewska. Szczecin, 2013. S. 87-99.
75. Kołakowska A. Imagine: Intelktualne źródła poprawności politycznej. Wojny kultur i inne wojny. Warszawa : Fundacja Swietego Mikołaja, 2012. 312 p.

76. Kujawa I. Strategie dyskursu polityki a medialny obraz świata (na materiale współczesnej prasy niemieckiej). *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio FF, Philologiae*. 2009. Vol. XXVII. S. 43-58.
77. Laskowska E. Style dyskursu publicznego. *Styl, dyskurs, media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz. Łódź, 2010. P. 179-186.
78. Pawełczyk P. Socjotechniczne aspekty gry politycznej. Poznań. 2000.
79. Ravitch D. Multiculturalism: E Pluribus Plures. *Are You Politically Correct?: Debating America's Cultural Standards*. Prometheus Books, Buffalo, N.Y., 1993. P. 165–185.
80. Walczak B. Co to jest język polityki? *Język a kultura*, pod red. J. Anusiewicza i B. Sicińskiego. Wrocław, 1994. S. 15-20.
81. Wodak R. Wstęp: badania nad dyskursem. *Jakościowa analiza dyskursu w naukach społecznych*, red. R. Wodak, M. Krzyżanowski. Warszawa, 2011. S. 11-48.