

УДК 378.091:811.111'373.46]:[37.013.42-051:159.954]
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/65-1-20>

Катерина БРОВКО,
orcid.org/0000-0001-8572-9316

доктор філософії,
старший викладач кафедри іноземних мов і методик їх навчання
Київського університету імені Бориса Грінченка
(Київ, Україна) k.brovko@kubg.edu.ua

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ УТВОРЕННЯ АНГЛІЙСЬКОГО МЕРЕЖЕВОГО СЛЕНГУ

У статті розглянуто питання теоретико-практичних засад утворення англійського мережевого сленгу. Представлено дані проведеного у 2021 р. дослідження порталу *Android Headlines (Mobile Review)* щодо кількісних показників користувачів соціальних мереж. Окреслено періоди в історії розвитку сленгу, які мають специфічні характеристики (XVI ст. – сленг вживають лише представники певних груп (злочинці, жебраки); XVII ст. – сленгові одиниці пов'язані з аморальністю та неосвіченістю; XVIII ст. – сленг з'являється на екранах телевізорів у комедійних фільмах; XIX ст. – використовується молоддю у повсякденному спілкуванні; XX ст. – має сферу вжитку обмеженою групою людей, а всіма представниками суспільства). Розкрито сутність понять «сленг», «мережевий сленг» як лінгвістичних явищ. Так у дослідженні поняття «мережевий сленг» розглядається як своєрідний похідний від слів англійської мови діалект, жаргон, набір фраз та висловів, що мають вузьке застосування та не є граматично правильними словами в мові. Охарактеризована семантика мережевого сленгу, якій притаманна тенденція «називати речі опосередковано або образно, особливо за допомогою: метафор; метонімії; синекдохи; евфемізм; іронії. Охарактеризовано типологію англійського мережевого сленгу, як от: слова з тотожними або гранично близькими значеннями – синоніми; ератива; поєднання двох окремих слів в одне складне слово; використання різноманітних скорочень. Подано візуалізовану схему класифікації сленгових одиниць за способом творення: метафоричне переосмислення, словоскладання, подвоєння, розрив слова, фонетичне перекручення, конверсія, реверсія; суфіксальний словотвір, префіксальний словотвір, телескопія, ущільнення, аббревіація, акронімізація. Акцентовано увагу, що коментарі користувачів соцмереж на лексичному рівні мають особливі якості, як от: використання емоційних вигуків, повторів, звуконаслідувань, смайлів, багатокрапок.

Ключові слова: англійський мережевий сленг, сленг, соціальні мережі.

Kateryna BROVKO,
orcid.org/0000-0001-8572-9316

Doctor of Philosophy,
Senior Lecturer at the Foreign Languages and Methodology Department
Borys Grinchenko Kyiv University
(Kyiv, Ukraine) k.brovko@kubg.edu.ua

THEORETICAL AND PRACTICAL PRINCIPLES OF THE FORMATION OF THE ENGLISH SOCIAL MEDIA SLANG

The article deals with the issue of the theoretical and practical foundations of the formation of the English social media slang. The data of the *Android Headlines (Mobile Review)* portal survey conducted in 2021 regarding the quantitative indicators of social media users are presented. The periods in the history of the development of slang that have specific characteristics are outlined (XVI century – slang is used only by representatives of certain groups (criminals, beggars); XVII century – slang units are associated with immorality and ignorance; XVIII century – slang appears on TV screens in comedy films; 19th century – used by young people in everyday communication; 20th century – has a scope of use by a limited group of people, but by all representatives of society). The essence of the concepts “slang”, “social media slang” as linguistic phenomena is revealed. Thus, in the study, the concept of “social media slang” is considered as a kind of dialect derived from the words of the English language, jargon, a set of phrases and sayings that have a narrow application and are not grammatically correct words in the language. Characterized by the semantics of social media slang, which is characterized by the tendency “to call things indirectly or figuratively”, especially with the help of: metaphors; metonymy; synecdoche; euphemism; irony The typology of English social media slang is characterized, such as: words with identical or extremely close meanings – synonyms; erative; combination of two separate words into one complex word; use of various abbreviations. A visualized classification scheme of slang units according to the method of creation is given: metaphorical reinterpretation, word formation, doubling, word splitting, phonetic distortion, conversion, reversion; suffix word-form, prefix word-form, telescoping, compaction, abbreviation, acronym. Attention is

drawn to the fact that the comments of users of social media at the lexical level have special qualities, such as: the use of emotional exclamations, repetitions, sound imitations, emoticons, ellipsis.

Key words: English social media slang, slang, social media.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільства, що полягає в ескалації мережі Інтернет, виникнення пандемії коронавірусу, розгортання російсько-Української війни, появи прихильників комп'ютерних онлайн-ігор, блогерів, тітокерів та активних користувачів соціальних мереж, зокрема. Зумовлює стрімкий розвиток кіберпростору, що вирізняється розширенням специфічної соціально-демократичної групи користувачів соціальних мереж, де соціальні мережі виступають в якості джерела електронної комунікації, трендом якої є домінування в інформаційному просторі сленгових неологізмів шляхом запозичення з інших мов, особливо англійської. Адже багато сленгових виразів молодь використовує саме під час переписок у соціальних мережах, зніманні блогів, трансляцій відео у Tiktok, Stories в Instagramm, месенджері Facebook, на каналах Telegram тощо.

Тенденції до збільшення кількості користувачів соціальних мереж підтверджуються кількісними результатами проведеного у 2021 р. дослідженні порталу Android Headlines (Mobile Review). Відтак, виявилось, що 80% осіб користуються соціальними мережами одразу після пробудження і визнали себе «соціальнозалежними». Решта 20% заявили, що ніколи не розлучаються з соціальними мережами більш ніж на добу.

Означене безперечно активізує проблему висвітлення та аналізу теоретико-практичних засад утворення англійського мережевого сленгу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітним аспектам феномену англійського сленгу в соціальних мережах, присвячені праці багатьох науковців, зокрема: особливостям використання англійського молодіжного мережевого сленгу (К. Бровко (Бровко, 2022), О. Дзюбіна (Дзюбіна, 2016), А. Павельєва (Павельєва, 2021), Дж. Алькантире-Пілар (ісп. J. Alcántara-Pilar) (Alcántara-Pilar, 2013), С. Лю (кит. S. Liu) (Liu, 2017), Л. Шисюн (кит. L. Shixiong) (Shixiong Liu, 2019) та ін.); лінгвістичні особливості англійського молодіжного мережевого сленгу (І. Палагута (Палагута, 2021), Е. Партрідж (англ. E. Partridge) (Partridge, 2007) та ін.); семантико-функціональним аспектам англійського молодіжного мережевого сленгу (О. Столярчук (Столярчук), Дж. Слотта (англ. J. Slotta) (Slotta, 2016), Р. Земел (англ. R. Zemel) (Zemell, 2022), Янг Ху (кит. Yang Xu) (Yang Xu, 2022), Г. Томич (хорват. G. Tomić) (Tomić, 2019) та ін.

Проте, незважаючи на значну увагу до зазначеної проблеми, слід провести додаткове дослідження, оскільки сьгоднішні реалії потребують комплексного дослідження теоретико-практичних засад утворення англійського мережевого сленгу, як жанру інтернет комунікації сучасної молоді.

Мета статті полягає у висвітленні та аналізі теоретико-практичних засад утворення англійського мережевого сленгу, досліджуючи їх на матеріалі записів у мікроблогах популярних соціальних мереж (Instagram, Facebook, TikTok).

Виклад основного матеріалу. Стрімкий розвиток кіберпростору вирізняється специфічною соціально-демократичною групою – інтернет-користувачами. Саме нове покоління, яке активно реагує на зміни у суспільному житті країни та світові інформаційні тенденції загалом, є творцем мовних одиниць та сприяє виникненню специфічного мережевого сленгу. Загальновідомим є факт, що мережевий сленг генерується на основі запозичення іншомовних лексичних одиниць та їх адаптації в рідну мову з подальшим використанням у повсякденному житті.

Сленг є відкритим мовним пластом нормативно-знижених лексико-фразеологічних одиниць, які характеризуються яскравим емоційно-експресивним забарвленням. За час свого існування безліч сленгових одиниць закріпилися в літературній англійській мові. Мережевий сленг пов'язаний з мовною грою, яка передбачає навмисне маніпулювання мовними засобами, з метою отримати комічний, або концептуальний ефект. Крім цього, мережевий сленг дає можливість відтворювати емоції, які важко висловити у лаконічному мовному середовищі, за умови дотримання встановлених норм. Тенденції до користування соціальними мережами, блогінгу, онлайн-ігор, тощо, актуалізують проблему вивчення іншомовного мережевого сленгу як лінгвістичного явища.

На думку Е. Патріджа (Partridge, 2007), існує п'ять періодів в історії розвитку сленгу, які мають специфічні характеристики. Серед них: XVI ст. – знаменується тим, що сленг вживають лише представники певних груп (злочинці, жебраки); XVII ст. – сленгові одиниці пов'язані з аморальністю та неосвіченістю; XVIII ст. – сленг з'являється на екранах телевізорів у комедійних фільмах; XIX ст. – використовується молоддю у повсякденному спілкуванні; XX ст. – має сферу

вжитку обмеженою групою людей, а всіма представниками суспільства.

В контексті нашого дослідження доцільно розкрити сутність понять «сленг», «мережевий сленг» як лінгвістичних явищ.

Вперше, термін «сленг» з'явився у 1997 році, коли американський лінгвістичний журнал «Ask a Linguist» (№ 7) опублікував статтю про те, що таке «сленг» і який сенс несе в собі це поняття. «Сленг – це складна й жива форма мови, цікава для лінгвістів не лише своїми формами, а й реакцією людей, сприймаючи та відкидаючи сленг. Сленг часто виникає як форма спілкування в групі та як спроба ідентифікувати себе з друзями, родиною, соціальним класом, професією, етнічною групою чи однолітками».

Постаттю, яка внесла роз'яснення в сутнісні аспекти сленгу був новозеландсько-британський лексикограф англійської мови Е. Патридж (англ. E. Partridge), який у 1937 році видав свій перший словник сленгу «A Dictionary of Slang and Unconventional English», який у подальшому був перевиданий декілька разів, останній датується 2015 роком. Дослідник зауважив, що сленг – це мова всіх людей, жива та притаманна кожному на побутовому рівні. Він сказав, що визначення є загальноприйнятим (Partridge, 2007).

Існує безліч трактувань поняття «мережевий сленг», але всі вони зводяться до того, що це – своєрідний похідний від слів англійської мови діалект, жаргон, набір фраз та висловів, що мають вузьке застосування та не є граматично правильними словами в мові.

В словнику «Oxford English Dictionary» під сленгом розуміється різновид вербальної мови, що вважається нижчим за рівень стандартного мовлення освіченої людини та складається з нових слів чи зі слів, які вживаються в певному сенсі (The Oxford English Dictionary, 1989). У цій дефініції варто наголосити на слові *highly* (високо), тому що воно позначає важливий елемент характеристики сленгу та відрізняє його від власне розмовної лексики.

У своїх наукових розвідках Г. Томич (хорв. G. Tomić) посилаючись на семантику мережевого сленгу в цілому, повідомляє, що йому притаманна тенденція «називати речі опосередковано або образно, особливо за допомогою: *метафор* (перенесенням властивостей одного предмета на інший предмет за принципом їхньої певної подібності); *метонімії* (слово, значення якого переноситься на найменування іншого предмета, пов'язаного з властивим для цього слова предметом за своєю природою); *синекдохи* (перенесення найменування

предмета з його частини на ціле і навпаки); *евфемізм* (пом'якшувальні або маскувальні слова та вирази, які вживаються замість слів, які вважаються небажаними, неприйнятними, вульгарними, принизливими, нецензурними, образливими чи табуйованими, а також умовних позначення певних власних назв) та *іронії* (насмішка, замаскована зовнішньою серйозністю) (Томіч, 2019).

Досліджувані висловлювання в соціальних мережах, на мережевих форумах, блогах представляють собою діалектичну єдність писемної та усної комунікації – письмовій, оскільки формально вони зафіксовані алфавітно-цифровими знаками і сприймаються візуально; і усній, так як відображають безпосередню комунікацію, включаючи параграфемічні замітники мови жестів, міміки та інтонації (яскравий приклад – емотікони). Висловлювання дуже часто діляться не на речення, а на інтонаційні одиниці – предикації, в разі потреби розділені пунктуацією. Такий тип спілкування – усне через лист – ми будемо називати усно-письмовим. Сленг в дискурсі Інтернет-комунікацій містить слова з тотожними або гранично близькими значеннями – синоніми. Прикладом можуть бути такі ряди слів: *computer* – комп – компухтер; *to hack* – хакнути – ломанути – грохнути – проломити; *like* – лайкнути, зацініти; *crush* – об'єкт шаленого кохання, тощо.

Слід зауважити, що користувачі соціальних мереж надають сленгові дещо іншого значення, інтерпретують їх у той чи інший спосіб за допомогою нового контексту, проте всіляко намагаючись зберегти фразу чи слово у його оригінальному варіанті. Через таку фіксовану форму, новий зміст цих компонентів діалогу є справді неочікуваним та спонтанним.

У своїй науковій праці «Лінгвопрагматика сучасного англомовного сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки», Н. Глушук подає вичерпну класифікацію сленгових одиниць за способом творення: метафоричне переосмислення, словоскладання, подвоєння, розрив слова, фонетичне перекручення, конверсія, реверсія; суфіксальний словотвір, префіксальний словотвір, телескопія, ущільнення, аббревіація, акронімізація (див. рис. 1) (Глушук, 2013: 30).

Окрім різноманітних шляхів утворення нової лексики, яка щоденно з'являється у процесі Інтернет комунікації, важливо звернутися й до явища еративу – тобто, навмисного порушення мовної норми. До цієї групи лексичних утворень інтернет дискурсу відносять граматично неправильне написання слова, яке, тим не менш, зрозуміле носіям мови з першого прочитання.

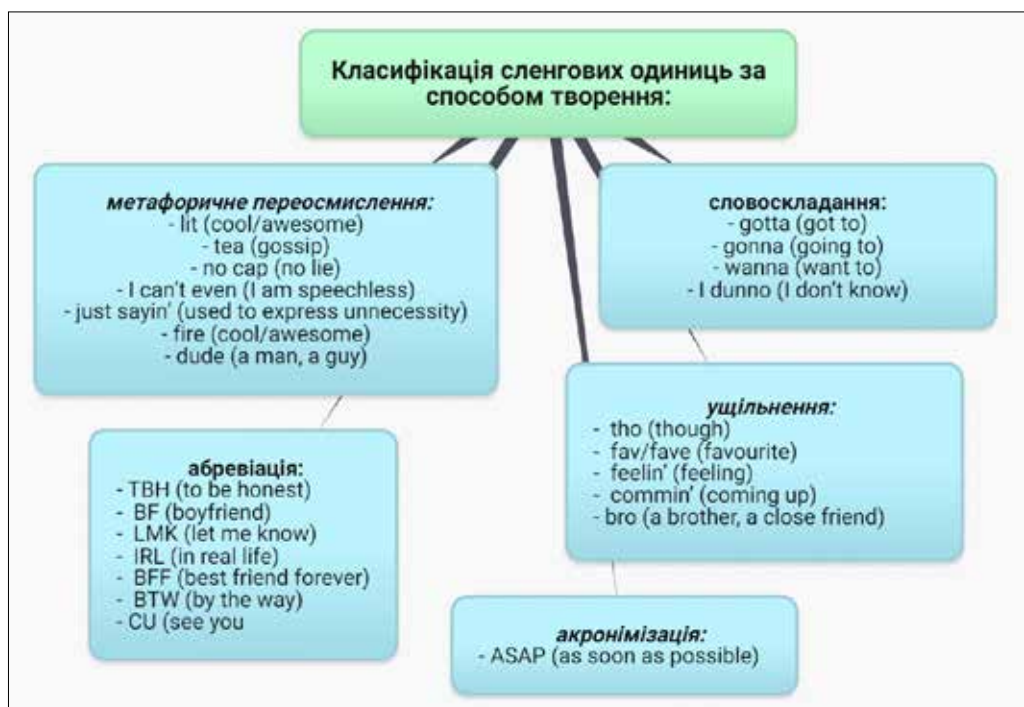


Рис. 1. Класифікація типів словотворення англійського мережевого сленгу

До того ж, Інтернет-середовище стає також продуктивним з огляду на швидкість та кількість утворення «неологізмів», тобто слів, що позначають нові поняття і предмети, наприклад: *Easy like* – так у соціальних мережах називають друзів, які завжди ставлять «лайки» на фотографії, записи, коментарі, можливо навіть не читаючи їх, і не залежно від того, подобаються вони їм чи ні; *Gloatgram* – пости в Інстаграмі, які демонструють сите й багате життя автора, зазвичай це фотографії подорожей, дорогих речей, їжі; *Google University* – феномен соціальних мереж, коли коментатор прагне продемонструвати свої знання, отримані шляхом пошуку в «Google». У цієї людини немає спеціалізованої освіти у цій області, але вона відчайдушно використовує непідтвержені дані з онлайн джерел, щоб довести свою правоту з даного питання; *Hashtag abuser* – людина, що зловживає використанням хештегів. Найчастіше це проявляється у тому, що зміст запису набагато менший, ніж кількість хештегів до нього; *Instagram prime time* – час дня, під час якого «Інстаграм» найбільш активний. Наприклад, завантажуючи фотографії ввечері, є можливість отримати більшу кількість «лайків» майже відразу, тоді як вранці та вдень такої можливості немає; *Like shock* – отримання несподівано великої кількості лайків до фотографії, запису або коментаря (Бровко, 2022).

Один з поширених методів створення англійського мережевого сленгу є поєднання двох

окремих слів в одне складне слово. Деякі слова-елементи повторюються і використовуються неодноразово. Наприклад, поширеною є сленгова лексика: *room* – усі присутні у чаті; *kookie* – cool (кльовий), *google* – to google (шукати щось в Інтернеті); *to cam chat* – to chat online with camera (спілкуватись онлайн за допомогою веб-камери).

Найбільш яскравою і характерною особливістю мережевого сленгу є широке використання різноманітних скорочень, що обумовлено причиною швидкого потоку інформації, що реагувати на нього за допомогою масивних синтаксичних конструкцій з правильно побудованими фразами й підібраними словами є недоречним марнотратством. Серед скорочень розрізняють акроніми (абрєвіатура, що складається з перших літер кожного слова в назві та вимовляється як слово) та абрєвіатури (це коротка форма слова або фрази). Наприклад: FYI – for your information (до Вашого відома), FAQ – frequently asked questions (часті питання), BTW – by the way (до того ж, до речі).

До того ж часто зустрічається алфавітно-числова абрєвіація, тобто поєднання букв та цифр: 4U – for you (для тебе), L8R – later (пізніше), F2F – face to face (тет-а-тет). В даному випадку цифри своїм звучанням замінюють співзвучні їм слова. Окремі слова можуть бути скорочені до двох або трьох букв: PLS – please (будь ласка), WKND – weekend (вихідні); THX or TX – thanks (дякую), SMT – sorry (вибач).

Цікавим є той факт, що коментарі користувачів соцмереж на лексичному рівні мають особливі якості, як от: використання емоційних вигуків, повторів, звуконаслідувань, смайлів, багатокрапок. Використовуються також емоційно забарвлені слова та стилістично знижена лексика: жаргонна, розмовна, іноді вульгарна.

Слід також наголосити на вживанні вигуків користувачами соціальних мереж, щоб максимально наблизити свою комунікацію в Інтернеті до живого спілкування з вигуками. Так, користувачі соціальних мереж намагаються відтворити звуки за допомогою подвоєння чи потроєння літер – Awww! (ой); Whaaaaat? (Щоооо?); Ohhhh! (Ох!) і т.д.

Висновки. Акцентуючи увагу на чинниках виникнення саме англійського мережевого сленгу, слід зазначити, що рушійною силою його стрімкого розвитку стала поява нових технічних засобів спілкування в інтернет-мережі, а також вдосконалення програм комп'ютерного забезпе-

чення, що у свою чергу вплинули на словниковий запас молоді та спровокували зародження серед комп'ютерних користувачів нової технічної термінології, поступове засвоєння якої призвело до появи такого явища, як «мережевий сленг».

При цьому підставами для виникнення та побутування англійського мережевих сленгових неологізмів визначено наступні: прагнення відокремитися від суспільства, «зашифрувати» свою мову; скоротити слова для більш зручного спілкування в чатах та бажання додати яскравих барв до консервативної англійської мови; вплив літературної мови, зарубіжного кінематографу, комп'ютерних ігор, відеоблогінгу, відео-ігор; популяризація соціальних мереж, тощо.

Відтак, теоретико-практичні засади утворення англійського мережевого сленгу базуються не тільки на запозиченні з інших мов, а й на основі «внутрішніх ресурсів» мовної системи – словотворчих процесів і переосмислення вже існуючих значень (вторинної номінації).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бровко К. А. Вплив інтернет-сленгу на розвиток пізнавальної активності студентської молоді до вивчення іноземної мови. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. 48. Т. 1. С. 229–233. doi.org/10.24919/2308-4863/48-1-35.
2. Глушук Н. В. Лінгвопрагматика сучасного англійського сленгу: витоки, класифікаційні та семантичні ознаки. *Вісник Львівського університету. Серія : Іноземні мови*. 2013. Вип. 21. С. 22–36.
3. Дзюбіна О. І. Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook : автореф. дис. ... канд. філ. наук: 10.02.04. Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2016. 21 с.
4. Павельєва А. К., Сотніченко І.В. Сленг світу моди та модної субкультури в англійській мові: проблема словотвору та перекладу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*, 2021. № 3 (341), квітень, С. 152–160.
5. Палагута І. Особливості молодіжного сленгу в англійській мові. *Наукові пошуки молоді у XXI столітті. Ad linguas et culturas per cognitionem (до мов і культур через пізнання): матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Біла Церква, 14 квітня 2021 р.)*. Біла Церква: БНАУ, 2021. С. 2–8.
6. Столярчук О.В. Молодіжний сленг: функціональний, лексикосемантичний та структурний аспекти (на матеріалі англійської, німецької, української та російської мов). автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Одеса, 2015. 21 с.
7. Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Porcu, L. A cross-cultural analysis of the effect of language on perceived risk online. *Comput. Hum. Behav.* 2013, Vol. 29, 596–603. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.021.
8. Liu, S., Bi, X., and He, G. The impact of internet language copy on consumers' attention and perceptions of the advertisement. *Acta Psychol. Sin.*, 2017, Vol. 49, 1590–1603. doi: 10.3724/SP.J.1041.2017.01590.
9. Partridge E. *Slang To-day and Yesterday*. London : William Press, 2007. 484 p.
10. Shixiong Liu, Dan-Yang Gui, Yafei Zuo & Yu Dai Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising Front. *Psychol.*, 07 June 2019. doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251.
11. Slotta J. Slang and the Semantic Sense of Identity. *Texas Linguistics Forum* 59: 119–128. *Proceedings of the 24th Annual Symposium about Language and Society-Austin* (Austin, April 15-16, 2016). Texas. University of Texas, 2016. P. 119–128.
12. *The Oxford English Dictionary (OED)*. 1989. URL: <https://www.oed.com/>
13. Tomić G. Headedness in contemporary English slang blends. *Lexis*. 2019. URL: <http://journals.openedition.org/lexis/3862>
14. Zhwei S., Zemell R., Yang Xu Semantically Informed Slang Interpretation. *Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies (July 10-15, 2022)*. 2022. P. 5213–5231.

REFERENCES

1. Brovko K. A. (2022). Vplyv internet-slenhu na rozvytok piznavalnoi aktyvnosti studentskoi molodi do vyvchennia inozemnoi movy [The influence of Internet slang on the development of cognitive activity of student youth before learning a foreign language]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*. 48, 229–233. doi.org/10.24919/2308-4863/48-1-35. [in Ukrainian].
2. Hlushchuk N. V. (2021). Lnhvoprahmatyka suchasnoho anhlomovnoho slenhu: vytoky, klasyfikatsiini ta semantychni oznaky [Linguopragmatics of modern English slang: origins, classification and semantic features]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia : Inozemni movy*. 21, 22–36. [in Ukrainian].

3. Dzyubina O. I. (2016). Structure, semantics and pragmatics of slang neologisms of social networks Twitter and Facebook [The structure, semantics, and pragmatics of slang neologisms of the social networks Twitter and Facebook]: candidate theses: 10.02.04. Lvivskiy natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka, Lviv. 2016. 21. [in Ukrainian].
4. Pavelieva A. K., Sotnichenko I. V. (2021). Slenh svitu mody ta modnoi subkultury v anhliiskii movi: problema slovotvoru ta perekladu [Slang of the world of fashion and fashion subculture in English: the problem of word formation and translation]. *Visnyk Luhanskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka*. 3 (341), April, 152–160. [in Ukrainian].
5. Palahuta I. (2021). Osoblyvosti molodizhnogo slenhu v anhliiskii movi. Naukovi poshuky molodi u KhKhI stolitti [Features of youth slang in English]. *Ad linguas et culturas per cognitionem (do mov i kultur cherez piznannia): materialy mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Bila Tserkva, 14 kvitnia 2021 r.)*. Bila Tserkva: BNAU, 2–8. [in Ukrainian].
6. Stoliarchuk O. V. (2015). Molodizhnyi slenkh: funktsionalnyi, leksykosemantychnyi ta strukturnyi aspekty (na materialii anhliiskoi, nimetskoi, ukrainskoi ta rosiiskoi mov) [Youth slang: functional, lexico-semantic and structural aspects (on the material of English, German, Ukrainian and Russian languages)]. Candidate theses: 10.02.15. Odesa, 2. [in Ukrainian].
7. Alcántara-Pilar, J. M., Del Barrio-García, S., & Porcu, L. A cross-cultural analysis of the effect of language on perceived risk online. *Comput. Hum. Behav.* 2013, Vol. 29, 596–603. doi: 10.1016/j.chb.2012.10.021.
8. Liu, S., Bi, X., and He, G. The impact of internet language copy on consumers' attention and perceptions of the advertisement. *Acta Psychol. Sin.*, 2017, Vol. 49, 1590–1603. doi: 10.3724/SP.J.1041.2017.01590.
9. Partridge E. *Slang To-day and Yesterday*. London : William Press, 2007. 484 p.
10. Shixiong Liu, Dan-Yang Gui, Yafei Zuo & Yu Dai Good Slang or Bad Slang? Embedding Internet Slang in Persuasive Advertising Front. *Psychol.*, 07 June 2019. doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01251.
11. Slotta J. Slang and the Semantic Sense of Identity. *Texas Linguistics Forum* 59: 119-128. *Proceedings of the 24th Annual Symposium about Language and Society-Austin* (Austin, April 15–16, 2016). Texas. University of Texas, 2016. P. 119–128.
12. The Oxford English Dictionary (OED). 1989. URL: <https://www.oed.com/>
13. Tomić G. Headedness in contemporary English slang blends. *Lexis*. 2019. URL: <http://journals.openedition.org/lexis/3862>
14. Zhewei S., Zemell R., Yang Xu Semantically Informed Slang Interpretation. *Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies* (July 10–15, 2022). 2022. P. 5213–5231.