

УДК 81.001.4

ФОРМИРОВАНИЕ ЛИНГВОСЕМИОТИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ СЛЕНГА КАК ФЕНОМЕНА КОДИРОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Ключевые слова: сленг, семиотика, коммуникация, код, знак, стандарт, норма.

Редкозубова Е.А.

*кандидат филологических наук, доцент
кафедры теории и практики английского
языка Педагогического института
Южного федерального университета*

По свидетельству всей истории изучения сленга и терминологически родственных ему явлений (арго, жаргон) как феноменов просторечия, основными проблемами, попадавшими в поле зрения исследователей, были проблемы лингвистического и социального статуса сленгизмов (арготизмов, жаргонизмов), их происхождения, природы и структурного (семантико-стилистического) анализа их употребления в речи. Также широко и подробно обсуждалась, да и сегодня продолжает интересовать лингвистов проблема нормы и узуса применительно к такого типа лексике. В целом, создается впечатление, что многочисленные исследования сленга концентрируются либо на его исторической динамике, либо на фиксации и лингвистическом описании его экспрессивно-оценочных (коннотативных, семантических) характеристик. Довлеющей тенденцией в исследованиях сленга, арго или жаргона разнообразных языковых систем отмечается попытка закрепить за этим феноменом инвективный (дерогативный, субколлоквиальный) статус эмотивно маркированной и сугубо сниженной просторечной лексики, которая существует «в народе», «в асоциальной среде» и т.п., при этом используется исключительно в целях экспрессивизации высказывания или снятия коммуникативного напряжения. Еще одной характерной чертой многих исследований сленга является объединение под этим термином разных языковых феноменов. В качестве примера приведем определения, представленные в различных словарях, в том числе и в специализированных словарях сленга. Так, в Большом Оксфордском словаре сленг определяется и как низкий, вульгарный язык (the special vocabulary used by any set of persons of low, disreputable character; language of a low, vulgar type), и как синоним терминов «кэнт» и «жаргон» (the special vocabulary or

phraseology of a particular calling or profession; the cant or jargon of a certain class or period), а также как нелитературный разговорный язык (language of a highly colloquial type, considered below the level of standard educated speech and consisting either of new words or of current words employed in some special sense) [17, p. 157].

В Большом словаре Уэбстера термин «сленг» также трактуется многозначно: это и кэнт воров, нищих (cant of thieves, beggars, gypsies, etc), и социально-профессиональные жаргоны (the jargon of particular calling or class society; popular cant), и современный, но недолговечный язык (language comprising certain widely current but usually ephemeral terms (esp. coined or clipped words of special senses or phrases, usually metaphors or similes) having a forced, fantastic or grotesque meaning or exhibiting eccentric or extravagant humour or fancy) [18, p. 2359].

В словаре The Random House Unabridged Dictionary of the English Language под термином «сленг» понимаются следующие языковые явления: 1) вокабуляр, характеризующийся большей метафоричностью, яркостью и недолговечностью, чем обыкновенный язык (very informal usage in vocabulary and idiom that is characteristically more metaphorical, playful, elliptical, vivid and ephemeral than ordinary language); 2) речь и письмо, характеризующиеся использованием вульгарного и социально табуированного вокабуляра (speech and writing characterized by the usage of vulgar and socially taboo vocabulary and idiomatic expressions); 3) социально-профессиональные жаргоны (the jargon of a particular class, profession, etc.); 4) воровское апро (the special vocabulary of thieves, vagabonds, etc. argot) [14, p. 2478].

Авторы специальных словарей сленга также не сходятся во мнениях относительно языковой сущности сленга и

трактовки данного термина. Так, составитель словаря американского сленга Р. Чепмен выделяет первичный (primary) и вторичный (secondary) сленг. Считая, что первичный сленг – это естественный язык представителей субкультурных групп, Р. Чепмен пишет: «Primary slang is the pristine speech of subculture members, so very natural to its speakers that it seems they might be mute without it». Вторичный сленг – это вопрос стилистического выбора (a matter of stylistic choice). Подчеркивая, что с помощью вторичного сленга говорящий выражает свое отношение и демонстрирует находчивость, Р. Чепмен замечает: «Secondary slang is chosen not so much to fix one in group as to express one's attitudes and resourcefulness...» Сленг в целом составитель словаря определяет как «отношение, чувство и действие» и пишет: «Slang is language that has little to do with the main aim of language, the connection of sounds with ideas in order to communicate ideas, but is rather an attitude, a feeling and an act» [15, p. xv].

Составители словаря Oxford Dictionary of Modern Slang дают следующее очень яркое и образное определение термина «сленг»: «The slang of English is English with its sleeves rolled up, its shirt-tails dangling and its shoes covered in mud» [17, p. v].

Как представляется, проблема сленга гораздо фундаментальнее, нежели попытки исследовать ее исключительно в синхронно-диахронной репрезентации. Конечно, нет нужды оспаривать правоту точек зрения, раскрывающих социальную природу изучаемого феномена и указывающих на низкосоциальные источники его происхождения. Однако если отвлечься от сугубо синхронно-диахронного подхода к исследованиям сленгизмов и обратиться к семиозису сленга как явления языка и речи, то может оказаться, что его природа способна

предстать перед исследователями в виде вполне прозрачной знаковой сущности, которой, используя инструменты лингвосемиотики, исследователи сумеют дать достаточно правдоподобное научное теоретическое и практическое объяснение и обосновать алгоритм или механизм функционирования сленга с лингвосемиотических позиций.

Нелишне напомнить, что, вступая в коммуникацию, *homo sapiens* реализует свои нужды или потребности: именно они оказываются главной причиной, по которой коммуникация становится необходимой. Цели коммуникации «обслуживают те или иные потребности: выживание, сотрудничество с другими людьми, личные потребности, поддержание отношений с другими людьми, убеждение других действовать или думать каким-либо образом, осуществление власти над другими людьми (сюда относится и пропаганда), объединение обществ и организаций в одно целое, получение и сообщение информации, осознание мира и нашего опыта в нем (во что мы верим, что думаем о себе, об отношениях с другими людьми и о том, что является истинным), проявление творческой натуры и воображения» [4, с. 55].

Так или иначе, руководствуясь потребностями, человек вынужден определенным образом использовать имеющиеся у него знаковые (и прежде всего, языковые) возможности для реализации этих потребностей. Обращаясь к когнитивно освоенному и ментально закреплённому информационному тезаурусу, он извлекает необходимый кластер знаков, их сочетаний, формирующих понятия и концепты, облакает эти семиотические образования в языковые формулы и особым образом структурирует свою речь, погружая эти формулы в коммуникацию, создавая соответствующий дискурс, отвечающий той или иной потребности либо несколькими

потребностям сразу. Иными словами, вербальная и невербальная деятельность *homo loguens* протекает в семиозисе, придающем его бытию отчетливый смысл.

Стоит напомнить, что еще Аристотель и Платон включали в семиозис а) то, что выступает как знак; б) то, на что указывает знак или к чему он отсылает (десигнат); и наконец, в) воздействие, в силу которого данный предмет оказывается для интерпретатора знаком (интерпретанта).

Один из основоположников современной семиотики Ч. Пирс применял понятие «семиозис» для характеристики триадической природы элементарного знакового отношения «объект – знак – интерпретанта». Для Ч. Пирса именно понятие семиозиса было центральным понятием его семиотической теории. По мысли Ч. Пирса, знак не функционирует как знак до тех пор, пока он не осмысливается как таковой. Иначе говоря, знаки должны быть интерпретированы, чтобы быть знаками. Согласно Пирсу, осуществляется это знание благодаря *интерпретанте*. Интерпретанта – это перевод, истолкование, концептуализация отношения «знак/объект» в последующем знаке (например, определенная реакция человека на воспринимаемый знак; объяснение значения данного слова с помощью других слов и т.д.). Каждый знак способен порождать интерпретанту, и этот процесс фактически бесконечен.

Пирс постулирует необходимость бесконечности этого процесса следующим образом: если предположить гипотетическое существование самой последней, самой сложной, исчерпывающей и завершающей интерпретанты данного объекта, то эта интерпретанта может быть ничем иным, как самим объектом, целиком явленным нашему сознанию. Но такой объект, а равно и такой знак (как физически тожде-

ственные друг другу) невозможны и не существуют. Стало быть, процесс интерпретации безграничен. На этом постулате основана идея Пирса о неограниченном семиозисе. В рамках такого подхода семиозис – это динамический процесс интерпретации знака, единственно возможный способ его функционирования. Семиозис – это деятельность знака по производству своей интерпретанты. Идея семиозиса выражает самую суть отношений между знаком и внешним миром – объект репрезентации существует, но он удален и недосыгаем, будучи словно «спрятан» в череде семиотических медиаций. Однако познание этого объекта возможно лишь через исследование порожденных им знаков [8].

Другой видный семиолог и лингвист, Ч. Моррис, определял семиозис как «процесс, в котором нечто функционирует как знак». Он также выделял три измерения семиозиса (которые зачастую рассматриваются как различные сферы семиотического анализа): а) *семантика* – характеризует отношение знака к своему объекту; б) *синтактика* – включает отношения знаков друг к другу; в) *прагматика* – исследует отношения между знаками и теми, кто ими пользуется (интерпретаторы) [9, с. 37–89].

Вышеупомянутая «спрятанность» объекта (Ч. Пирс) и «нечто», функционирующее как знак (Ч. Моррис), «интерпретанта» как комбинация возможных и отнюдь не единственно возможных смыслов заставляют нас предположить, что коммуникации, допускающей множественность интерпретации смыслов, присуща такая характеристика, как способность порождать такие знаки, которые доступны для понимания и интерпретации только членам особого социума, по договоренности использующим смыслы объектов, глубоко зашифрованные для «непосвященных и чу-

жих». Иными словами, речь идет о своеобразном лингвосемиотическом коде общения или лингвосемиотических кодах, используемых в общении. Таким кодом или системой кодов, на наш взгляд, является сленг во всей совокупности его вербальных проявлений.

Лингвисты четко ощущают эту семиотическую (знако-кодovou) природу сленга. Так, Луциана Феллин, известный итальянский семиотик и лингвист, прямо говорит о том, что сленг следует считать специальной знаковой системой и особым кодом в коммуникации социальных группировок и субкультур, таких как молодежная среда, Интернет-сообщество и т.п. («...slang to be considered as special semiotic system within social groupings, or subcultures, like youth, internet community etc.» [12, p. 56].

На семиотическую природу сленга как удачное знаковое средство экономики времени в коммуникации указывает и Бен Бэшем в его знаменитой статье о связях коммуникации, информации/информативности и семиотики (семиологии): «Communication must balance time efficiency versus content. One of the ways communicators help balance this issues is by way of shortcuts. Such tools for this would be abbreviations or slang. Semiology has played a valuable resource for communicating in this manner which has shown to be most effective» [11].

Что же представляет собой сленгизм как знак? Это скорее субзнак, употребляемый для десигнации предмета, явления или процесса (действия или состояния) с целью особой социализации употребляющего его субъекта, которая имеет задачу идентификации себя среди других как своего, принадлежащего к группе таких же по целому ряду признаков общности. Это знак-субститут, используемый в качестве элемента вне общепринятой (общесоциальной) нормы, но являющийся

нормой для микрогруппы (конкретного социума или субсоциума). При трансформациях общества, вызываемых событиями, революциями, социальными конфликтами, научным прогрессом, репрессиями и т.п., закрытость системы таких субзнаков нарушается, сленгизмы попадают в толщу общего языка и речи. Минус меняется на плюс, вектор социального отношения сдвигается в сторону изменения нормы, меняя коды коммуникации. Тайноречие и просторечие попадают в дискурсы, ранее недоступные для них, начинают довлеть над нормой и литературностью, над высоким стилем.

В семиозисе коммуникации происходят сдвиги – от кажущейся бесконечности интерпретации знака до обеднения интерпретации. Не случаен тот факт, что современные вербальные контакты молодежи при обилии в них сленгизмов тематически бедны, совпадая с исчисляемыми витальными (по большей части физиологическими) потребностями. Можно говорить о своеобразном семантическом торможении процесса динамической интерпретации знака: сленг как знак моносемантизирует реальность.

Сленг – это признак социальных перемен: какой бы период истории любого общества ни подвергался анализу, тотальный вал сленгообразований переломные моменты истории иллюстрирует и сопровождает. Социальный взрыв порождает взрыв лингвосемиотический, ведущий к обильному росту нетривиального смыслоизвлечения, т.е. к сленгу.

Как отмечает В.С. Елистратов, сленг в определенные эпохи особенно необходим людям, поскольку он представляет собой «звено в их связи с бытием (повседневной жизнью, словесностью, общественными институтами и т.д.), превращаясь в форму, способ и даже, если угодно, в смысл жизни» [3,

с. 9]. Исследователь также указывает на тот факт, что активизация сленгообразований совпадает с нестабильностью в обществе, с «брожением умов», т.е. с теми периодами, когда этнос испытывает социально-политические или какие-либо иные потрясения. Эта точка зрения увязывается с теорией Льва Гумилева, синергетически соединяющей биосферу и речь, одновременно акцентируя внимание на том, что в такие социально значимые волнения биосферы активизируется и вербальная активность человека, выводя на поверхность творческие результаты такой активности.

Выдвинутая нами гипотеза о лингвосемиотической природе сленга как феномена кодированной коммуникации требует расширенного описания параметров последней, а также выявления и прояснения многоплановых связей между такими ключевыми элементами коммуникации, как сигнал, сообщение, знак, в ракурсе их способности к когнитивно обусловленному процессу кодирования и декодирования семиотической информации, настолько жизненно важной для *homo loguens*, что он прибегает к шифрованному языку и речи, понятным для узкого круга говорящих и недоступным для «непосвященных». Компоненты коммуникативного процесса можно дифференцировать несколькими способами. Один из них – определить модусы, посредством которых может осуществляться коммуникация. Коммуниканты контактируют, используя две модальности: вербальную и невербальную. Вербальный модус включает в себя язык с его уникальным набором фонем, морфем и лексики, синтаксисом и грамматикой, фонологией, семантикой и прагматикой. Вербальный язык – содержащая эти компоненты смысловая система, которая обеспечивает обмен идеями, мыслями и чувствами.

Другой способ посмотреть на коммуникативный процесс – описать его в терминах кодирования и декодирования. *Кодированием* называют процесс, посредством которого коммуниканты выбирают, сознательно или бессознательно, определенную модальность и метод, при помощи которых можно создать и послать сообщение кому-то. Хотя, будучи взрослыми, мы не думаем об этом процессе все время, в детстве нам пришлось выучить правила синтаксиса, грамматики, прагматики и фонологии, с тем чтобы умело кодировать информацию. Точно так же нам пришлось выучить правила, определяющие сообщения, которые посылают невербальным путем. Языковую личность, которая кодирует и передает сообщения, в исследовательской литературе часто называют кодирующим или отправителем [6].

Декодированием называют процесс, посредством которого человек принимает сигналы от кодирующего и переводит эти сигналы в смысловые сообщения. Подобно тому как «адекватное» кодирование зависит от понимания и использования правил вербального и невербального поведения, «адекватное» декодирование зависит от этих же правил, с тем чтобы сообщения были проинтерпретированы в таком ключе, в каком их предполагалось передать. В научной литературе человека, который декодирует сообщение, часто называют декодирующим или получателем. Конечно же, коммуникация – это не улица с односторонним движением, когда один человек только кодирует или посылает сообщения, а другой – только их декодирует. Коммуникация – чрезвычайно сложный процесс кодирования и декодирования, происходящих в быстрой последовательности и накладывающихся друг на друга так, что они происходят почти одновременно. Именно этот быстрый обмен посланиями,

когда люди становятся попеременно то отправителями, то получателями, и делает изучение коммуникации столь комплексным.

Кроме двух основных модусов – вербального языка и невербального поведения, и двух основных процессов – кодирования и декодирования, коммуникация имеет ряд других компонентов.

Сигналы – специфические слова и действия, которые произносятся и производятся при коммуникации, т.е. специфический вербальный язык и невербальное поведение, которые кодируются при отправлении сообщения. К примеру, выражение лица может быть сигналом, который кодируется вместе с определенным сообщением. Другими сигналами могут быть специфические слова или фразы, поза тела или интонация голоса.

Сообщения – смысл, который вкладывается в сигналы и извлекается из них. К ним относятся знание, идеи, концепты, мысли или эмоции, которые кодирующие намерены передать, а декодирующие интерпретируют. Сигналы – это наблюдаемое поведение, которое не обязательно имеет какой-то внутренний смысл; сообщения – это смысл, который мы приписываем данным поведенческим сигналам.

Наконец, *каналами* называют специфические сенсорные модальности, посредством которых передают сигналы и распознают сообщения, например изображение или звук. Наиболее широко используемыми каналами коммуникации являются визуальные (мы видим выражение лица, позу тела и т.п.) и слуховые (мы слышим слова, интонацию голоса и т.д.). Однако при коммуникации используются и все прочие ощущения, включая осязание, обоняние и вкус.

Таким образом, процесс коммуникации может быть описан как опера-

ция, при которой отправитель *кодирует* сообщение в виде набора сигналов. Эти сигналы передаются через множество каналов, открытых и функционирующих у получателя. Получатель *декодирует* сигналы, чтобы интерпретировать послания. Как только послание проинтерпретировано, *декодирующий* становится *кодирующим*, отправляя обратно собственное сообщение при помощи того же процесса. При этом тот, кто первоначально кодировал сообщение, становится декодирующим. Именно этот сложный процесс обмена, с меняющимися ролями и кодированием-декодированием сообщения, и составляет процесс коммуникации.

Как видим, коммуникация как глобальный феномен характеризуется прежде всего кодификационной функцией. Кодирование и декодирование, шифрование-расшифровка представляют собой базовые операции в общении homo loguens. В результате этих сложных ментальных операций рождаются коды как знаки или комбинации знаков, имеющие разную природу, но по преимуществу вербальные. Эта особенность коммуникации заставляет по-особому пристально взглянуть на ту часть вербалики, которая отчетливее всего демонстрирует кодификационный характер коммуникации, – лексемы, создаваемые закрытыми группами социума «по договоренности», т.е. сленгизмы и родственные им номинации. Нам представляется, что сами по себе эти вербальные знаки могут считаться кодами или элементами кодированной коммуникации.

Нелишне напомнить, что даже самое широкое понимание сленга как «явления просторечия, свойственного для ненормированной коммуникации большого количества социальных групп», и авторитетное мнение его исследователей, отрицающих кодифицированную

природу сленга¹, не отменяют того факта, что сленг употребляют в речи молодежь, социальные и профессиональные группы людей для «внутреннего» общения, так, чтобы сделать язык общения *непонятым* (т.е. шифрованным, кодированным) для остальных членов речевого сообщества, ср. дефиницию: Slang – A variety of speech characterised by newly coined and rapidly changing vocabulary, used by the young or by social and professional groups for “in-group” communication and thus tending to prevent understanding by the rest of the speech community [13, p. 210].

Нам представляется не очень убедительной традиционная и доминирующая сегодня точка зрения ряда лингвистов на сленг исключительно как «отклонение от нормы». Так, О.С. Ахманова полагает, что сленг – «это слова, которые часто рассматриваются как нарушение норм стандартного языка. Это очень выразительные, ироничные слова, служащие для обозначения предметов, о которых говорят в повседневной жизни» [1, с. 301]. В англо-американских лингвистических словарях приводятся термины Nonstandard и Substandard (Sub-standard), однако они рассматриваются как «incorrect» и противопоставлены нормам стандартного языка: «Суб-

¹ Так, крупнейший современный английский исследователь сленга Э. Партридж и его последователи (например, Дж. Гринок и К.И. Киттридж) определяют сленг как бытующие в разговорной сфере весьма непрочные, неустойчивые, никак не кодифицированные, а часто и вовсе беспорядочные и случайные совокупности лексем, отражающие общественное сознание людей, принадлежащих к определенной социальной или профессиональной среде. Сленг рассматривается как сознательное, преднамеренное употребление элементов общелитературного словаря в разговорной речи в чисто стилистических целях: для создания эффекта новизны, необычности, отличия от признанных образцов, для передачи определенного настроения говорящего, для придания высказыванию конкретности, живости, выразительности, зримости, точности, краткости, образности, а также чтобы избежать штампов, клише, и не более того [5].

стандарт – использование речевых звуков или форм, существенно отличных от так называемого СТАНДАРТНОГО ЯЗЫКА, часто грамматически неправильных и имеющих стилистически сниженную маркировку. Такие понятия, как “разговорный”, “вулгарный” и “сленг” – синонимичны» (Substandard – Using speech sounds or forms differing markedly from so-called STANDARD LANGUAGE, and often labeled vulgar or incorrect... Partial synonyms: Colloquial, Slang, Vulgarism) [13, p. 264].

Эти и им подобные рассуждения по поводу ненормированности сленга констатируют следствие как реальное положение дел, но не причину как природу самого отклонения от нормы, – ведь никак не объясняется, почему социум так поступает, сознательно разрушая языковую стабильность социально приемлемой и нормированной коммуникации. Проблема нормы применительно к природе сленга, безусловно, актуальна, однако, анализируя языковой материал сленга, можно проследить определенную специфику нормирования нетривиальных словоупотреблений, которые как раз и представляют собой сленгизмы.

Малоубедительны предположения о том, что сленгоупотребление обусловлено исключительно его удобством для создания экспрессивности и придания эмоционально-оценочного характера высказыванию, а также юмористическим отношением говорящего на сленге к предмету речи [2; 5; 10]: хорошо известны сленгизмы-профессионализмы (и их представленность в глобальном лексиконе весьма и весьма ощутима), по своей терминологической функциональности лишенные эмоции и оценки. Даже признание наличия общего сленга заставляет исследователей тут же упоминать о его «шифрованном» варианте – сленге специальном, и тем самым неосознанно признавать его коди-

фицированную природу. Так, уже в определении сленга, данном Л.Л. Нелюбиным, просматривается желание отнести явление к феноменам кодированной коммуникации: «Сленг – слова и выражения, употребляемые лицами определенных профессий или социальных прослоек. Сленг подразделяется на общий и специальный» [7, с. 99].

Как представляется, стремление и потребность выразить – «презентовать» – себя «вопреки» социуму, располагающемуся вне той его части, к которой принадлежит говорящий, или сделать это так, чтобы по вербальным сигналам говорящего его признали за своего, объясняются именно необходимостью идентификации и самоидентификации, за успешность которых отвечают как раз знаковые механизмы общения, позволяющие при помощи системы кодов выйти за рамки существующих норм общения, сделать коммуникацию понятной для своих и недоступной для понимания чужих. Сленгизм как нетривиальный знак или совокупность знаков, как никакой иной вербальный инструмент (за исключением, пожалуй, фразовых глаголов и фразеологизмов), позволяет исполнить такие задачи.

Хотя кодификационная функция сленга и родственных ему феноменов издавна в лингвистических исследованиях подвергается мощной критике², нам представляется необходимым привлечь внимание к ее анализу именно с позиций лингвосемиотики. Первоочередной исследовательской целью явля-

² Так, В.М. Елистратов пишет, что «миф о мощной функциональности тайноречия был разоблачен уже давно. Например Д.С. Лихачев в своей известной работе “Черты первобытного примитивизма воровской речи” совершенно резонно замечает, что вора воровское аргю, по большому счету, не нужно, оно их только выдает, воровской язык – это шик, излишество, игра, кураж, т.е. следствие избытка энергии» [3].

ется построение лингвосемиотической теории сленга, перспектива развития которой видится в разработке следующих вопросов:

1. Раскрытие механизмов знакообразования в той части лексического состава ряда языков, которую творит говорящий социум, что важно для понимания природы сленга, который, как известно, напрямую связан с проблемой языковой личности и ее лингвокреативности.

2. Исследование универсальных структурных тенденций в сленге, таких как тенденция к замкнутости (герметичности), тенденция к разомкнутости (промежуточному состоянию), тенденция к открытости, для дальнейшего выявления их соотношения с семиозисом сленга и кодированностью коммуникации, которое представляется нам в виде следующей триады: кодирование как социальная практика и необходимость (тайноречие, профессионализм) → декодирование и частичное освоение социумом (период социального взрыва, презентация и самопрезентация, информативная насыщенность) → полное декодирование и полное освоение социумом, приближение к норме и широкому словоупотреблению.

3. Демонстрация механизмов и алгоритмов реализации взаимосвязи между такими лингвосемиотическими категориями, присущими сленгизмам, как презентационность и информативная насыщенность, высвечивающие специфику коммуникативных типажей – носителей ряда языков, словотворчество которых порождает сленг.

Таким образом, в современной лингвистической науке можно констатировать появление определенных предпосылок к формированию лингвосемиотической теории сленга и к исследованию сленга как феномена кодированной коммуникации.

Литература

1. Ахманова, О.С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. М.: Наука, 1969.
2. Гальперин, И.Р. О термине «сленг» / И.Р. Гальперин // Вопросы языкознания. 1956. № 6. С. 105–112.
3. Елистратов, В.С. Толковый словарь русского сленга / В.С. Елистратов. М.: АСТ, 2005.
4. Кашкин, В.Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие / В.Б. Кашкин. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000.
5. Маковский, М.М. Современный английский сленг: Онтология, структура, этимология / М.М. Маковский. 2-е изд. М.: Едиториал УРСС, 2005.
6. Мацумото, Д. Психология и культура / Д. Мацумото. М.: Гумер, 2004.
7. Нелюбин, Л.Л. Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. М.: Изд-во МПУ «Сигналъ», 1999.
8. Пирс, Ч. Логические основания теории знаков / Ч. Пирс. СПб.: Алетейя, 2000.
9. Семиотика: антология. М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2001.
10. Хомяков, В.А. Введение в изучение сленга – основного компонента английского просторечия / В.А. Хомяков. Вологда: Изд-во Вологодск. пед. ин-та, 1971.
11. Basham, B. Communication through Semiology / B. Basham [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.seedwiki.com>.
12. Fellin, L. Performance speech: L'esibizione discorsiva di identità / L. Fellin // La costruzione interazionale di identità: repertori linguistici e pratiche discorsive degli italiani in Australia / Ed. by A. Ciliberti. Milano: Franco Angeli, 2007.
13. Glossary of Linguistic Terminology. N.Y., 1966.
14. Random House Unabridged Dictionary of the English Language / Ed. by S.B. Flexner. 2nd ed. N.Y.: Random House, 1993.
15. The Macmillan Dictionary of American Slang / Compiled by R.L. Chapman. N.Y.: Harper and Row Publishers Inc., 1987.
16. The Oxford Dictionary of Modern Slang / Ed. by J. Ayto, J. Simpson. Oxford; New York: Oxford University Press, 1992.
17. The Oxford English Dictionary / Ed. by J.A. Simpson, E.S.C. Weiner. 2nd ed. Oxford: Clarendon Press, 1989.
18. Webster's Third New International Unabridged Dictionary / Ed. by Ph.B. Gove. Springfield, Mass.: Meriam-Webster Inc, 1993.