

Е. И. ГОЛОВАНОВА

*(Челябинский государственный университет,
г. Челябинск)*

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности реализации языковой игры в профессиональной среде. Утверждается, что в наименованиях, созданных с установкой на игру, отражается характерное для профессионалов восприятие объектов, явлений, их связей и отношений. Анализ ведется на материале лексики и фразеологии, функционирующей в устной профессиональной коммуникации и отражающей различные формы комического. Выявляются наиболее актуальные конструктивные принципы языковой игры в профессиональной среде: принцип ассоциативного наложения, принцип ассоциативного отождествления, принцип имитации и ассоциативной выводимости. Устанавливаются факторы и причины востребованности языковой игры и в целом комических средств в профессиональной номинации и коммуникации.

Ключевые слова: языковая игра, профессиональная коммуникация, профессиональное сознание, стереотип, профессиональная номинация, комическое, языковая личность.

В настоящей статье языковая игра будет пониматься в широком смысле – как любое отступление от привычного употребления языка, связанное с эвристической его сущностью, творческое использование потенциала языковых форм, словообразовательных и фразообразовательных моделей, семантических структур.

Предназначение языковой игры в профессиональных сообществах может быть различным: с одной стороны, возникшие в результате ее реализации единицы «расцветивают» обыденность повседневной жизни профессионалов, несут в себе яркий эмоциональный заряд, радость открытия нового, с другой стороны, каждое такое новообразование выступает проявлением

здорового психологического начала, поскольку тесно связано с коллективной установкой на балагурство, дружеское подтрунивание в профессиональной среде или содержит критику каких-то сторон действительности. С этих позиций языковая игра выступает для членов социально-профессионального сообщества способом избежать в процессе коммуникации дидактичности, назидательности, а также грубости в оценке чьих-либо качеств, действий или поступков.

В центре внимания настоящей статьи находится бытующая в устной профессиональной среде лексика и фразеология, которая представляет собой реализацию различных форм комического (юмор, ирония, сарказм и др.) и выполняет, помимо номинативной и идентифицирующей, людическую функцию. Анализируемые единицы могут отражать объективные свойства профессионально значимых предметов и (или) их субъективное восприятие человеком, фиксируя особенности взаимоотношений субъекта и объекта.

Данный языковой материал не только дает представление о творческих способностях различных категорий профессионалов, но и позволяет выявить присущие им ценности и стереотипы [Голованова 2011; 2016]. Как отмечает Ю. Б. Боров, комизм – это всегда «результат контраста, разлада, противостояния: безобразного – прекрасному, ничтожного – возвышенному, нелепого – разумному, автоматического – живому, мнимо основательного – истинному и основательному, внутренней пустоты – внешности, притязающей на значительность, низсреднего – вышесреднему [Боров 1997: 177-178].

Чаще всего в основе комической номинации в среде профессионалов лежит остроумное наблюдение как результат сравнения специальных объектов или явлений (их характеристик, свойств и отношений) с общеизвестными объектами или явлениями. Например, в устной коммуникации журналистов-газетчиков зафиксированы следующие обозначения:

расстрел на рассвете – наименование бессюжетной фотографии, на которой группа людей выстроилась в ряд и смотрит в камеру (в основе фразеологизма – стереотипное представление о соответствующей прецедентной ситуации);

резьба по дереву – один из видов журналистской деятельности, связанный с обработкой заметок внештатников и практикантов (номинация актуализирует два устойчивых стереотипа: представление о мастерстве резчика по дереву и стереотипную ассоциацию невысоких интеллектуальных способностей человека с деревом и деревянными изделиями, ср.: *дубовый, дуболом, болван* и т.п.).

И в том, и в другом случае бросается в глаза парадоксальность сопоставляемого: трагизм ситуации расстрела и профанация работы фотографа, положительная оценка труда резчика и отрицательная оценка неопытного, не сведущего в тонкостях профессии человека.

Остроумие, присущее эстетически развитому уму, обнаруживает способность профессионалов к быстрой эмоционально-критической оценке различных явлений. В основе таких наименований, как правило, лежит эффект неожиданности [Санников 2002], например:

буратино-транс – название лесовозов в среде профессиональных водителей (налицо языковая игра на основе стереотипной модели номинации транспортных компаний: «*Автотранс*», «*Спецтранс*», «*Ресурс-Транс*», «*Мега-Транс*» и т.д.);

лизинг и *маркетинг* – шуточное обозначение операций при проведении прямой рассылки рекламных продуктов Direct mail (под внешне узуальной формой обозначений подразумевается «облизывание» конвертов и наклеивание марок);

гороскоп – в речи медиков: свежие анализы (реализуется представление о множественной интерпретации данных медицинских исследований).

Выражение *клиент затоптан*, используемое в устной коммуникации рекламных агентов, означает, что «клиент сверхутомлен сторонними предложениями и потерян для рекламного агентства» [Проект: Большая энциклопедия...]. Здесь в игровом контексте осмысливается типичное поведение рекламистов – их активное воздействие на клиентов. Иронические обозначения рекламодателей: *заказчик с тугой резьбой, квадрат (квадратный)* – отражают устойчивое противопоставление умственных качеств копирайтеров как людей творческих, креативных и тех, с кем им приходится общаться.

В речи рекламных агентов представлены и другие «карнавальные» (в духе известной концепции карнавализации [Бахтин 1965]) наименования: *морковка* – основная идея рекламного продукта; *краснощекие* – потребители, представители высокодоходного сегмента рынка; *медиапланирист* – специалист по медиапланированию; *пыльные ноги, топтуны* – рекламные агенты, работающие «от двери к двери»; *митинговальня* – переговорная; *огурцы* – эскизы, раскадровки будущего ролика (*рисовать огурцами* – рисовать примитивно, ср. «палка, палка, огурчик...»), *серпентарий* – эскаутский отдел.

В коммуникации рабочих промышленных предприятий широко используются наименования, в которых отражены негативные стереотипы, сформированные в процессе повседневной деятельности и оформленные как беззлобный юмор, ирония или сарказм:

брехаловка – рабочее собрание (в номинации отражено восприятие собрания как места, где много и бессодержательно говорят);

мухобойка – контролер ОТК (актуализировано представление о роли вспомогательного персонала на производстве: функции работника сведены к битью мух на рабочем месте);

белоснежка – экономист, бухгалтер (негативная оценка деятельности ИТР реализована через апелляцию к сказочному персонажу, в имени которого репрезентирован важный опознавательный признак – белый цвет (в фольклорном образе цвет кожи, а в среде рабочих цвет одежды, ср. аналогичные названия: *белые каски, белые рубахи* – название начальства и ИТР в среде шахтеров, *белые воротнички* и т.д.).

хронический шлангит – о вялом, медленно работающем человеке (профессиональные качества работника представлены здесь как болезнь, название которой восходит к фразеологизму *шлангом прикинуться*, означающему «притворяться глупым, непонимающим, незаметным, разыграть из себя простачка, обычно с какой-л целью, проявив хитрость» [Химик 2004: 67]).

Профессиональное восприятие, хотя и складывается в рамках определенной практической деятельности, не может не опираться на глубинные этнокультурные особенности. Так, в анализируемой лексике широко востребована актуальная для русской

культуры доминанта родственных отношений. В речи водителей пассажирского транспорта используется название *сирота* как обозначение кондуктора, не закрепленного за определенным водителем. Мотивировочным признаком выступает отсутствие устойчивой связи между водителем и кондуктором (которые, как следует из номинации, осмысляются в профессиональной среде как близкие, родные люди).

В речи продавцов одежды используется профессионализм *мамочка*, реализующий игровую интенцию (фирменный ярлычок, этикетка на изнаночной стороне изделия, где указаны размер, состав ткани и страна-производитель). В названии подчеркнута скрытая, «внутренняя» локализация предмета, с одной стороны, и особенности представленной на нем информации (сведения о стране-производителе), с другой. Первый концептуальный признак актуален также в профессиональной среде электриков: обозначение *мама* используется для наименования части штепсельного разъема с отверстиями (наружная часть разъема называется *papa*). Вторым концептуальным признаком актуализирован в обозначениях *мать*, *мама*, *мамка* (о материнской плате) в речи компьютерщиков.

В профессиональной коммуникации используются и другие наименования по родству: *воскресный папа* – ведущий еженедельной итоговой программы на федеральном канале (в речи телевизионщиков); *молочные братья* – напарники (в речи шахтеров); *братская могила* – в журналистской среде титры, быстро пробегающие в конце программы и содержащие список имен тех, кто работал над ее созданием (преподаватели вузов используют это обозначение применительно к сборникам научных работ, обладающим низкой эффективностью, т.е. малочитаемым или не читаемым вовсе); *племянник* – прицеп, следующий за полуприцепом, *теща* – длинномерный многоосный прицеп в речи водителей-дальнобойщиков; в коммуникации промышленных рабочих различаются *теща* – кувалда массой 8 кг и *свекровь* (*свекровка*) – кувалда массой 10 кг; *своячок* – участник эпизода (в речи сотрудников правоохранительных органов).

Отбор объектов для комической интерпретации в профессиональной среде диктуется самим содержанием практической деятельности. Так, у врачей в центре внимания оказывается боль-

ной, который характеризуется с самых разных сторон: с точки зрения внешнего облика, разновидности заболевания, особенностей поведения. Например: *флинт* – больной с ампутированной ногой (в названии отражен визуальный стереотип литературного персонажа), *колобок* – больной с выраженным асцитом, т.е. скоплением жидкости в брюшной полости (ассоциация с характерной формой фольклорного героя), *зайчик* – больной с обморожением костей (реализовано стереотипное представление о поведении зайца: «прыгает»), *лыжники* – пациенты преклонного возраста, передвигающиеся по коридору «шаркающей» походкой (стереотипное восприятие возникло на основе характерного движения спортсмена) и т.д. [Казакова 2013].

Журналисты выбирают в качестве главного объекта изучения интервьюируемых. В номинациях обычно реализуется критика отклонения от нормы или несоответствия ожидаемому: *горби* – тип людей, которые, отвечая на вопросы, говорят много, но бессодержательно (в наименовании закреплено стереотипное восприятие речи президента СССР М.С. Горбачева); *крокодил* – человек, который во время интервью неосознанно старается перехватить инициативу (актуализирован поведенческий стереотип крокодила: «хватает»); *данетки* – люди, которые на любой вопрос отвечают односложно (да или нет). Ироническое осмысление в журналистской среде может быть направлено и на коллег: *подергунчик* – журналист, который во время интервью ведет себя чрезмерно активно, постоянно «дергает» микрофон; *грустный филин* – корреспондент, который во время интервью, слушая собеседника, произносит «угу», «ага»; *безучастный столб* – журналист, никак не реагирующий на речь интервьюируемого.

Риелторы направляют свою познавательную активность на клиентов: *клепка* – не определившийся клиент («снова звонил клепка»), *турист, экскурсант* – клиент, который ездит на промотры, но ничего не покупает (не снимает); продавцы – на покупателей: *Достоевский* – тот, кто долго выбирает товар, но не покупает его; *трамвай* – о наплыве покупателей (ср. «не протолкнуться!»).

Яркие примеры игровой номинации содержит профессиональная лексика водителей. Их отличает внимание к средству передвижения, его частям, деталям, механизмам и особенностям

«поведения»: *глухонемой* – грузовик, не оборудованный рацией; *погремушка, сарай* – старый, выдавший виды троллейбус (или любая потрепанная машина); *курятник* – надстройка кабины, оборудованная спальным местом; *кочерга* – рычаг переключения передач; *стукач* – прибор, определяющий расход топлива; *мясорубка* – ручной стеклоподъемник. Отрицательная оценка выражена в наименованиях *ведро с болтами (с гайками, с мотором)* – о старом, разбитом автомобиле; *ошейник* – ремень безопасности в автомобиле. Водители пассажирского транспорта тех, кого перевозят, с сарказмом называют *мослы, дрова* (ср. «Не дрова везешь!»), медлительных пассажиров – *костыли*; пешеходов, которые, нарушая правила, лезут под колеса – *бесплатная наклейка*.

Работа сотрудников станций переливания крови, зачастую связанная с «пограничными» ситуациями, сформировала устойчивые единицы *летчик* – донор, потерявший сознание, и *пилотаж* – сама нестандартная ситуация («Как прошел день?» – «У нас сегодня был пилотаж»). Сходное восприятие в медицинской среде реализует название *парашютист*, означающее пациента, получившего травму в результате падения с высоты.

В устной коммуникации работников скорой медицинской помощи зафиксирован ряд игровых обозначений: *сектор приз* – встретить дорожную аварию по пути на подстанцию; *дискотека, цветомузыка (светомузыка)* – машина скорой помощи с включенными звуковыми и световыми сигналами; *сундук со сказками* – чемодан врача скорой помощи. В данных примерах в диссонанс вступают внешние обстоятельства называемых явлений (драматизм ситуации вызова скорой помощи) и содержательная наполненность сферы-источника метафоризации (игра, веселье, музыка, удовольствие). Эффект неожиданности, характерный для подобных номинаций, позволяет снять психологическое напряжение, обусловленное повышенной ответственностью медперсонала [Голованова 2015].

Ряд наименований в медицинской среде отражает типичное отождествление организма пациента с неживым объектом: *ремонт* (реанимация), *загрузить пациента* (ввести психотропные препараты), *перелить пациента* (ввести слишком много растворов внутривенно), *сделать скворечник* (провести трепанацию

череп), *размочить бабушку* (добиться возобновления мочеотделения у пациента с почечной недостаточностью), *завести больного* (восстановить синусовый ритм после остановки сердца) и т.п. В этих обозначениях закреплено представление о манипуляции с больными как технической процедуре, производимой над неодушевленным предметом.

И наоборот, многие названия лекарственных препаратов получают в среде медиков «человеческие» имена: *Ксюха, Оксана* – оксibuтират натрия; *Галочка с Фенечкой* – комбинация препаратов галоперидола и феназепама; *Зинка* – аминазин; *Аллочка, Анна* – анальгин; *Дашка* – дропиридол; *Анна Дмитриевна* – сочетание анальгина с димедролом; *Дуська* – седуксен и т.д.

Иронические обозначения пациентов больниц *валежник* (лежащие больные), *консервы* (пациенты, находящиеся на консервативном лечении), *НЛО* (неподвижно лежащий объект) отражают устойчивое противопоставление динамических характеристик деятельности медперсонала и статичности тех, на кого эта деятельность направлена. По-видимому, состояние покоя – это то, о чем мечтают медработники (поэтому данная характеристика и находится в поле их внимания). Не случайно в связи с этим появление в речи сотрудников службы скорой помощи фразеологизма *свить гнездо* – «во время ночной смены урвать некоторое время для сна» (в основе номинации – восприятие гнезда как места уюта и покоя). Аналогичный смысл имеет и другое выражение, родившееся в той же среде: *на фаянс и под корягу* (в интерпретации самих профессионалов: «бегом в туалет и спать, пока не позвали на вызов» [Медицинский сленг]). Примечательно, что в обоих случаях актуализирована зооморфная метафора.

Весьма значимым для создателей субстандартных единиц оказывается фантазийный мир литературы и фольклора, ср.: *самоделькин* – травматолог («похож» на данный персонаж тем, что использует разнообразные инструменты, сходные со слесарными: молотки, кусачки, пилы, стамески); в языке шахтеров: *Баба Яга* – канатно-кресельная дорога для доставки шахтеров к месту работы (комизм основан на совпадении позы героини, летящей в ступе, и позы шахтера), *корчагин* – название шахтерской кирки (ирония обусловлена несовпадением отношения к тяжелому физическому труду в реальной жизни и в книге), *водяной* – обозна-

чение рабочего водоотлива (шутливое отождествление работника с демонологическим образом), *сын папы Карло* – слесарь-ремонтник (намек на слабые интеллектуальные способности рабочего через реализацию в обозначении стереотипной связи с деревом, деревянным человечком), *Гарри Поттер* – механик (иронически реализуется стереотип волшебника, чародея) (подробнее см. [Голованова 2014]).

Во многих приведенных номинациях задействованы образы, связанные с детством, детским миром. Ср. также: *гули-гули* (сигнал диспетчеру о том, что бригада скорой помощи освободилась), *бабка-нарушка* (пожилая пациентка с нарушением мозгового кровообращения), *телепузики* (см. *колобок*), *стукалка* (дефибриллятор), *поиграть в войнушку* (разбудить соседей на вызове, чтобы они помогли спустить больного на носилках) и проч.

В неофициальном медицинском общении нередки гротескные обозначения типа *девочки* – пожилые пациентки, не достигшие возраста 85 лет; *титан мыслей* – больной, страдающий слабоумием; *кремлевский курсант* – олигофрен; *фиалка мон-мартра* – женщина-бомж, обладающая характерным запахом (в речи сотрудников службы скорой помощи). Критическая оценка предмета с точки зрения профессионала представлена в номинациях, реализующих вещественные или зооморфные метафоры: *ремки* – реаниматологи, *намордник* – медицинская маска.

Значительный интерес представляет устная профессиональная лексика шахтеров, реализующая игровой потенциал их коллективной личности [Голованова 2013б]: *сушить лес (греть спиной распилы)* – спать на досках, распилах; *блуждающий форвард* – рабочий без определенного места; *джеки-чан* – колонковый перфоратор китайского производства; *лифчик* – система удержания груди забоя (*грудь забоя* – официальный горный термин); *орден Сутулова* – символическая награда, которую обещают особо рьяным работягам; *чача* – пульпа, полужидкая горная масса; *коловая* – табель учета рабочего времени; *карета* – людская вагонетка; *гинеколог* – небольшой домкрат; *луноход* – приспособление для перевозки длинномерных грузов и т.п.

В соответствии с концепцией Т.А. Гридиной, в исследуемой сфере выделяется ряд наиболее актуальных «конструктивных принципов языковой игры, моделирующих нестандартный ассоциативный контекст восприятия слова» [Гридина 1996: 16-17]. Самую большую группу примеров в нашей картотеке объединяет принцип «ассоциативного наложения»¹: *побалдеть* – поработать балдой (большая кувалда у шахтеров), *упырь* – проходчик (от названия участка УПР), *ложкарь* – водитель автопогрузчика (от *ложка* ‘автопогрузчик’), *БТР* (в речи шахтеров) – большая телега рештачная, *дом-музей* (в речи риэлторов) – квартира коллекционера, которая сдается в аренду вместе с ценным имуществом; *кровавая мэри* (в речи фельдшеров станций забора крови) – брак крови-хилез, инфицированная кровь; *консервы* (в коммуникации телевизионщиков) – снятый впрок сюжет на случай информационного дефицита; *медовый месяц* (в речи рекламных агентов) – месячная рекламная кампания с привлечением масс-медиа.

Не менее значим «принцип ассоциативного отождествления»: *ножка* – нош-па у медиков; *хитродобыча* – гидродобыча, *проходимец* – проходчик, *моника* – монорельсовая дорога (в речи шахтеров); *мышка-наружка* – наружная вывеска большого размера (в речи рекламных агентов); *сдаваться* – сдавать снаряжение после смены (светильник и самоспасатель) в шахтерской среде, *возбудиться* – возбудить уголовное дело в речи следователей (например, *возбудиться по разбою*), *Channel № 5* – название «Пятого канала» в среде телевизионщиков.

«Принцип имитации» имеет множественные варианты реализации в исследуемом материале. Нами зафиксирована экспрессивная стилизация: *пасхальный план* – операторский план чело века в кадре ниже пояса (в среде телевизионщиков); актуализация звукосемантического аспекта воспринимаемого слова: *ТВ-Цой*, *Хрен-ТВ* – каналы ТВЦ и Рен-ТВ соответственно (там же); звукоподражательная мотивация: *чих-ных* – пневмонасос, *дыр-*

¹ Анализируемые в статье конструктивные принципы (ассоциативное наложение, ассоциативное отождествление, ассоциативная выводимость, принцип имитации, принцип ассоциативной провокации и др.) сформулированы и описаны в: [Гридина 1996] .

дыр – трактор типа «Беларусь» (в профессиональной коммуникации шахтеров).

Еще один важный принцип языковой игры, представленный в единицах профессиональной коммуникации, – «ассоциативная выводимость». Например: *аикнутый* – пациент после операции, проведенной с использованием аппарата искусственного кровообращения (АИК); *беремчатые* – название беременных женщин (суффикс прилагательного отсылает к номинации «сумчатые»); *копытные* – доплата шахтерам за время нахождения в пути к рабочему месту (ср. северные, уральские, подъемные и т.д.), *дурскоп* – телевизор; *парфенята*, *парфеноиды* – последователи журналистской манеры Л. Парфенова, так называемой «ленинской школы» [Профессиональный сленг телевизионщиков].

В профессиональной среде ирония очень часто граничит с самоиронией, о чем можно судить по наличию самоназваний профессионалов: *тидоггер* – в среде преподавателей, *дизигнер* – в языке дизайнеров и рекламистов, *программеры* – в общении программистов и т.д.

Языковая игра широко представлена также в фольклорных текстах, бытующих в профессиональной среде: она выступает здесь средством снятия напряжения и особым способом освоения сложных профессиональных понятий. Приведем примеры словесного творчества программистов: «Закрой окно! Да нет, не щелкай мышкой...»; «Обычно для хранения информации и программ используется гибкий диск или мозги автора», «Компьютер, поставленный в угол, далеко не всегда чувствует себя наказанным».

Популярные в той или иной социально-профессиональной среде шутки, анекдоты, байки, построенные на языковой игре, отражают особенности профессиональной культуры, профессионального видения мира. Это ярко проявляется, в частности, в следующих анекдотах: «Вот у нас тут в конторе один программер изобрел самый короткий в мире вирус – 0 байт, и даже сам автор не знает, что он делает»; «Почему ваши дети все время ссорятся?» – «Конфликт версий», – отвечает программист»; «Фотограф приходит в гости к другому. Тот говорит: «Что ты стоишь в коридоре, сними куртку». Он достает фотоаппарат и начинает ее снимать».

Остроумный характер могут носить и афоризмы, широко распространенные в среде профессионалов, например: «Жизнь летчика пышна и коротка, как юбка балерины», «В авиации не пьет только автостоп, и тот иногда спиртом смазывают», «Настоящий летчик-испытатель с легкостью летает на всем, что может летать, и с легким затруднением – на том, что не может летать в принципе». Любимые шутки представителей других профессий: «Проявил себя? Закрепи!!!»; «Мир не идеален. Но мы над этим работаем» (фотографы); «наша сила – в плавках» (сталевары); «выйти на панель» (электрики); «бери конец!» (электрики).

В целом разнообразные формы комического – остроумие, юмор, ирония, сарказм – выполняют в профессиональной среде компенсаторные функции и используются с целью восстановить духовную гармонию, разрядить внутреннее напряжение, преодолеть монотонность повседневности. Игровой характер номинации способствует сохранению психического равновесия в профессиональной среде. В тех областях деятельности, которые связаны с выполнением каждодневных повторяющихся действий, заряженное эмоциональной энергией слово разрушает автоматизм восприятия окружающего мира, позволяет встряхнуться, посмотреть на все свежим взглядом. В итоге смех преобразует неидеальный мир, помогает профессионалу преодолеть сложные ситуации, остаться человеком.

Языковая игра может стать основой для осмысления целой ситуации, в результате чего в профессиональной коммуникации возникает ряд связанных между собой наименований. Например, на одном из промышленных предприятий Челябинска наряду с игровыми номинациями: *Хьюстон* – офис начальника, *Агент Малдер* – начальник, родилось название *Марс* для обозначения площадки под строительство нового объекта (на территории завода). Рабочие, которые привлечены к строительству (бригада из трех человек), получили в рабочей среде название *космонавты, марсиане*; их перемещение к новому месту работы (в 320 м. от основного здания завода) стали именовать *выходом в открытый космос*.

Востребованность языковой игры в профессиональной среде объясняется и с когнитивных позиций: познавательная актив-

ность индивида, как правило, сопровождается эмоцией, вследствие чего тот или иной значимый для специалиста объект (субъект) не просто получает осмысление, но и вызывает переживание, что кодируется языковыми средствами (подробнее см.: [Голованова 2013а]). В итоге специальная лексика и фразеология, функционирующая в обиходной речи профессионалов, помимо номинативной функции, как правило, выполняет и эмоциональную (экспрессивную) функцию, служит для создания иронического или шуточного коммуникативного контекста.

В целом проявления игрового начала в исследуемой сфере реализуют потребность профессионалов в нетривиальной, творческой интерпретации объектов и отношений, свободной от односторонности общепринятых стереотипов. Во многих случаях с помощью языковой игры в профессиональной коммуникации ненавязчиво формируются представления о подлинной природе значимых для профессионалов вещей.

ЛИТЕРАТУРА

Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М., 1965.

Борев Ю.Б. Эстетика: в 2 ч. Т. 1. – Смоленск, 1997.

Голованова Е.И. Обыденное профессиональное сознание в лингвистическом аспекте // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2016. № 2.

Голованова Е.И. Отражение профессионального восприятия мира в устной коммуникации фотографов // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 24 (239).

Голованова Е.И. Профессиональная когниция как разновидность интерпретирующей деятельности // Вестник Челябинского государственного университета. 2013а. № 31 (322).

Голованова Е.И. Профессиональная языковая личность в когнитивно-коммуникативном аспекте. – Челябинск, 2013б.

Голованова Е.И. Профессиональные стереотипы и конвенции в обиходном языке медицинских работников // Язык медицины: международный межвузовский сборник научных трудов в честь юбилея В.Ф. Новодрановой. Вып. 5. – Самара, 2015.

Голованова Е.И. Социолект шахтеров как отражение стереотипов профессионального сознания // Вестник Челябинского государственного университета. 2014. № 26 (355).

Гридина Т.А. Языковая игра: стереотип и творчество. – Екатеринбург, 1996.

Казакова Д. В. Категория комического в медицинском дискурсе: автореф. ... канд. филол. наук. – Кемерово, 2013.

Медицинский сленг [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://palerma-siti-03.ucoz.ru/publ/vsjo_o_skoroj_pomoshhi/medicinskij_sleng/3-1-0-13.

Проект: Большая энциклопедия сленга рекламиста [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://reklammer.livejournal.com/8934.html>.

Профессиональный сленг телевизионщиков [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ibigdan.livejournal.com/8086386.html?thread=508562802>.

Санников В.З. Русский язык в зеркале языковой игры. 2-е изд., испр. и доп. – М., 2002.

Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. – СПб., 2004.

©Голованова Е.И., 2017