

КУЛЬТУРА

*Е. Я. ШМЕЛЕВА***Менеджеры вместо писателей: законодатели языковой моды в современной России**

В статье анализируется офисный жаргон, или новояз современных российских менеджеров. Несмотря на то, что в русском языке недавно появилось пренебрежительное выражение “офисный планктон”, а словосочетание “эффективный менеджер” употребляется чаще всего в ироническом смысле, выражения из жаргона офисных работников постепенно переходят, а многие уже перешли в нашу повседневную речь. Более того, офисный новояз оказывает влияние на русский язык новейшего времени в целом, вводя в широкое употребление не только новые слова и словосочетания, но и новый этикет устной и письменной речи, и другие стратегии построения текста.

Ключевые слова: офисный новояз, общий жаргон, профессиональная лексика, заимствованные слова, стратегии построения текста.

DOI: 10.31857/S086904990005825-9

В русском языке, как и в любом живом языке, постоянно появляются новые слова и этикетные формулы, новые грамматические и синтаксические конструкции, меняется стиль общения и стратегии построения текста. При этом новое какое-то время сосуществует со старым (иначе родители – бабушки-дедушки и дети-внуки не понимали бы друг друга), постепенно встраиваясь в лексическую, словообразовательную и грамматическую систему русского языка, или не приживается, уходит из употребления. А “старые” слова меняют значение или переходят в разряд историзмов (то есть слов, называющих исчезнувшие предметы и явления, например *пищаль*, *оброк*, *боярин*) или архаизмов (устаревших названий предметов и понятий, например *очи – глаза*, *живот – жизнь*, *мемория – память*). Ранее неправильные ударения или грамматические формы становятся нормативными, а правильные устаревают (например, ранее правильным считалось ударение *варИшь*, *дарИшь*, а сейчас такое произношение воспринимается как устаревшее, ненормативное).

Бывают периоды в истории языка, когда эти процессы активизируются и становятся заметными не только филологам, но и всем говорящим по-русски, или, как говорят лингвисты, носителям русского языка. Обычно такие периоды связаны с изменениями в социальной жизни страны, с активизацией контактов с другими народами, с модернизацией и научно-техническим прогрессом. Для того чтобы новые слова и новая речевая манера закрепились в языке, они должны стать модными и престижными, то есть принадлежать некой авторитетной социальной группе.

Ш м е л е в а Елена Яковлевна – кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник, заместитель директора Института русского языка им. В.В. Виноградова РАН. Адрес: 119019, Москва, ул. Волхонка, 18/2. E-mail: eshkind@mail.ru

Современный русский литературный язык сложился в XVIII–начале XIX в. При этом следует подчеркнуть, что *литературный* язык – не то же, что язык литературы: так в лингвистике называют язык кодифицированный, нормы которого закреплены в словарях и справочниках. Это тот язык, который по-английски называется *Standard Russian*. У его истоков стояли литераторы – Н. Карамзин, В. Жуковский, К. Батюшков, П. Вяземский, А. Грибоедов и, конечно, А. Пушкин. Вот как объясняет это явление современный философ и культуролог В. Биbihин: “Авторитетом в языке обычно считается великий поэт или писатель, чаще первое. О нем говорят, что он создатель национального или литературного языка, как Данте, или один из создателей, как Пушкин. Обычно с подвигом таких языковых авторитетов связывают фиксацию нормы в языке. Или наоборот, появление великих национальных поэтов и писателей совпадает с моментом закрепления нормы в языке... К образцам, данным у великого писателя, поэта обращаются во всех сомнениях относительно правильной речи, вплоть до мелочей. Обычно бывает достаточно найти у крупного автора точный или достаточно близкий прецедент, чтобы по крайней мере успокоиться на счет правомерности того или иного оборота речи, даже пунктуации” [Биbihин 2001].

В эпоху Петра I, когда в русский язык вошло много новых, по преимуществу заимствованных слов, языковыми авторитетами были итальянские архитекторы и музыканты, голландские судостроители, английские мореплаватели, немецкие мастеровые, французские повара. У них учились русские дворяне и ремесленники, за ними повторяли, переименовая на русский лад, названия деталей кораблей, оперных арий, новых блюд и др. После 1917 г. влиятельной социальной группой, сформировавшей советский русский язык, стали большевики, внедрившие в массовое употребление многие общественно-политические и социальные термины (*пролетариат, эксплуататор, социализм*), устрашающие аббревиатуры (*ЧК, ОГПУ, НКВД, КГБ*) и сложносокращенные слова (*колхоз, партком*).

В период перестройки властителями дум стали журналисты и “новые русские”; кроме того, существенное влияние на русскую речь оказали новые технологии – появление и массовое распространение мобильных телефонов, персональных компьютеров и Интернета. И мои коллеги, и я сама неоднократно писали о том, что в начале XXI в. в современном российском обществе общепризнанных языковых авторитетов не существует – ни современные писатели, ни ученые, ни журналисты, ни политики не могут претендовать на эту роль.

Тем не менее есть социальная группа, оказывающая существенное, хотя и не столь заметное влияние на нашу повседневную речь, хотя мало кто согласится считать ее речь эталонной. Это одна из самых больших социальных групп современной России – работники офисов¹, от “менеджеров по клинингу” или уборщиц до топ-менеджеров крупных компаний. Хотя в русском языке XXI в. и появилось пренебрежительное выражение “офисный планктон”², а словосочетание (интернет-мем) “эффективный менеджер”³ употребляется чаще всего в ироническом смысле, на самом деле представители этой социальной группы ощущают себя престижным “креативным классом”. Кроме того, менеджеры по продажам, специалисты по рекламе или пиару находятся в постоянном взаимодействии и общении с клиентами, покупателями, заказчиками, тем самым влияя на современную русскую речь

¹ По данным на 2010 г. количество офисных работников в современной России насчитывает 35 130 000 человек (http://www.trud.ru/article/26-11-2010/254726_pochemu_rabochie_i_ofisnyj_plankton_nenavidjat_drug_dругa.html).

² «Офисный планктон (он же “офисное быдло”, “канцелярская крыса” и т. п.) – работники умственного труда с пониженной творческой составляющей, проводящие жизнь в офисах и прочих управлениях, но не относимые к инженерам: низшие менеджеры, бухгалтеры, секретутки, и т. д. Являют собой передаточные механизмы, винтики и смазку в механизмах управления, учета, планирования, финансов. Быстрорастущий пролетариат постиндустриального мира» (http://lurkmore.co/Офисный_планктон).

³ “Эпик мем путинского режима” (http://lurkmore.co/Обсуждение:_Эффективный_менеджер) «“Эффективный менеджер” приватизировал народное богатство. “Эффективный менеджер” стал определять национальную политику страны, от экономики до культуры и массмедиа. “Эффективный менеджер” стал символом постсоветского периода» (<http://friend.livejournal.com/1844507.html?thread=64193307>).

в целом. Менеджерский жаргон также транслируется через популярные книги, журналы и социальные сети.

Офисные работники стали трансляторами целого ряда новых слов и выражений, которые уже вошли или имеют все шансы войти в так называемый “общий жаргон” – совокупность общеизвестных и общепотребительных лексических и фразеологических жаргонных единиц, утративших такой признак, как корпоративность, то есть закреплённость за речевой практикой ограниченных социальных групп, и регулярно употребляются в качестве разговорных и просторечных средств сниженной экспрессии (см. [Ермакова, Земская, Розина 1999]). Высока вероятность, что со временем какие-то из этих слов станут обычными русскими словами и войдут в толковые словари русского литературного языка. Как ни странно, офисный новояз ранее не привлекал внимания исследователей, его описанием занимаются сами носители этого “языка”. К примеру, в предисловии ко второму изданию “Словаря великорусского языка делового общения” поясняется: “Исходный словарик из примерно 60 слов был составлен со слов коллег, однокурсников, друзей, друзей друзей и врагов друзей. Перечисленные словечки замечены в ходу в **Евраз-Холдинге, Сибале, Альфе, Прайсе**, многочисленных финансовых, производственных, торговых, консалтинговых и других компаниях. В дальнейшем над словарем работали выпускники экономфака 1999/01 гг. и другие авторитетные знатоки языка бизнес-общения. Будем благодарны за вклад в увековечивание языка неразвитого капитализма”⁴. Коллективными усилиями пользователей составлялся “Живой офисный словарь”: в течение полутора лет (с июня 2006 г. по ноябрь 2007 г.) регулярно публиковались его выпуски с подзаголовком “Подвесь свой язык”. В них приводились списки офисных слов с объяснениями, а читателям предлагалось дополнить словник и уточнить толкования⁵. В Интернете можно найти и другие любительские толковые словари офисного сленга⁶, а также статьи и блоги, где обсуждаются отдельные слова и выражения, которые необходимо выучить, чтобы “влииться в коллектив офисных работников”⁷. Я попыталась на основе этого материала, а также собственных наблюдений и опроса “информантов” – менеджеров ряда крупных московских компаний – кратко охарактеризовать основные группы лексики офисного жаргона, обращая особое внимание на слова и выражения, которые, как кажется, уже перешли из профессионального языка в русский общий жаргон и имеют все шансы в будущем войти в толковые словари русского языка XXI в.

Офисную лексику можно с некоторой долей условности разделить на две большие группы. Во-первых, это термины и профессионализмы, то есть слова, непосредственно связанные с профессиональной деятельностью сотрудников той или иной организации, а также внутрикорпоративный жаргон, прозвища и т.п. Во-вторых, это офисные слова и выражения, которыми пользуется более-менее весь “креативный класс”. Основное внимание я уделяю общему жаргону офисных работников, хотя эти слова и сейчас еще сохраняют связь с той профессиональной сферой деятельности, из которой они перешли в общепотребительные. Новым, по большей части заимствованным из английского языка, словам и выражениям, а также новым значениям, появившимся у русских или давно освоенных русским языком

⁴ “Словарь великорусского языка делового общения. Издание третье, дополненное и переработанное. 0,4 тыс. слов” (<http://posada.com.ua/useful/employer/15/172/>).

⁵ “Живой офисный словарь” (<https://www.rabota.ru/fishki/slovar/1.html>).

⁶ См., например, “Словарь бизнес-сленга” (https://business_slang.academic.ru/); “Словарь офисной лексики” (<http://posada.com.ua/useful/employer/15/264/>); “Корпоративный сленг” (<http://www.covacation.ru/mmenu.php?id=129>); В. Кутырь. “Толковый словарь офисного планктона” (<http://www.proza.ru/2009/07/01/303>); Словарь менеджера. 55 золотых слов топ-менеджера (http://bg.ru/society/55_zolotyh_slov_top_menedzhera_ili_slovar_dlya_teh-5370/); “Офисный словарь. Почему не любят Бивисов и не хотят злить Гену. 17 слов для продвинутых пользователей” (<https://weekend.rambler.ru/read/ofisnyi-slovar-2016-03-22/>); “Словарь офисных терминов” (<http://www.officemagazine.ru/articles/atmosphere/10091/>).

⁷ «От “асапа” до “факапа”: сленг московских офисов» (<http://hr-portal.ru/article/ot-asapa-do-fakapa-sleng-moskovskih-ofisov>); “На каком языке говорит офис: сленг XXI века, джобиздан и десижнмейкеры” (<http://icanchoose.ru/blog/na-kakom-yazyke-govorit-ofis-sleng-21-veka-dzhobizdan-i-desi/>); “Эллочка-людоедка стала офисным планктоном” (<https://rg.ru/2012/07/05/sleng-site.html>).

слов, посвящена большая литература (см., например, [Кронгауз 2007; Левонтина 2012; Левонтина 2015; Григорян 2016]). Но если задаться вопросом, из какой области человеческой деятельности пришли в нашу речь “модные слова” [Новиков 2011], то мы увидим, что большая часть из них – профессионализмы, пришедшие из офисного жаргона. Это и относительно недавние английские заимствования, такие как *креативный* (*креатив*), *бренд*, *бонус*, *тренд*, *пул*, *тренинг*, и многие другие, и изменившие под влиянием английского языка свое значение старые слова, например *оптимизировать*, *мотивировать*, *позиционировать*, *проект*, *формат*, *опция* и др.

Несколько слов имеют в офисном жаргоне другое значение, нежели в литературном русском языке, хотя нам все чаще приходится сталкиваться с “офисным” значением этих слов и в разговорной речи, и в интернет-коммуникации. Так, в “Толковом словаре иноязычных слов” [Крысин 1998] *интервью* толкуется как “предназначенная для распространения в средствах массовой информации беседа с каким-либо лицом в форме вопросов и ответов на актуальные темы”, а в офисном жаргоне *интервью* – это собеседование при приеме на работу; *митинг* – массовое собрание для обсуждения острых политических, социальных, экономических и т.п. вопросов текущей жизни, в речи офисных работников получило значение рабочего совещания. Вспомним также *кейс* – “то же, что дипломат 3, небольшой плоский чемодан” [Крысин 1998] и *кейс* – случай из практики, который наглядно демонстрирует какую-либо теорию.

Приведу примеры офисных слов, которые, хотя еще по-прежнему ощущаются носителями русского языка как стилистически маркированные, часто употребляются в современной русской речи, в СМИ и Интернете. Это, такие, к примеру, слова, как *дедлайн* (от англ. *deadline*⁸) – крайний срок, к которому поставленная задача должна быть выполнена; *стартап* и *стартапер* (*startup*) – новый бизнес-проект и тот, кто его осуществляет; *фриланс*, *фрилансер* (*freelance*) – работа не в штате, выполнение заказов для разных клиентов; работник по договору на выполнение определенного проекта; *коучер* или *коуч* (*coach*) – консультант, помогающий клиенту в достижении профессиональных или личных целей; *дресс-код* (*dress code*) – форма одежды, требуемая при посещении определенных мероприятий, организаций, заведений; *ресепшн/ресепшен* (*reception*) – приемная в офисе или гостинице. Сюда же можно отнести и такие широко употребительные в переписке и устной речи уже не только офисных работников записанные английскими или русскими буквами аббревиатуры, как FYI или *фуй* (‘For Your Information’) – к вашему сведению и ASAP и *асан* (‘As Soon As Possible’) – как можно быстрее⁹. Так же, как и все заимствования, аббревиатуры быстро русифицируются и начинают склоняться. Например, появилась офисная поговорка *нет асана – нет факапа* (*факан*, *fuck up* – провал), а также выражение *эпик фейл* (*epic fail* – “сокрушительный провал”).

Ряд слов из офисного жаргона, которые пока еще редко употребляются вне офиса, имеют, как кажется, все шансы на “выход в свет”. Это такие, например, слова, как *тайм-менеджмент* (*time-management*) – организация времени; *нетворкинг* (*networking*, *нет* – сеть, *work* – работать) – социальная и профессиональная деятельность, направленная на то, чтобы с помощью друзей и знакомых максимально быстро и эффективно решать сложные жизненные и бизнес-вопросы; *тимбилдинг* (*team building*) – действия, направленные на создание команды сотрудников и на повышение эффективности ее работы; *брейнсторм* или *брейнсторминг* (*brain storming*) – мозговой штурм.

Даже такие узкопрофессиональные слова, как *аутсорсинг* (*outsourcing*) – передача организацией на основании договора определенных видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области; *эджайл* (*agile*) – новая система организации труда, *гринфилд* (*greenfield*) – “чистое

⁸ Поскольку все новые заимствованные слова, о которых идет речь в данной статье, имеют английское происхождение, далее я не буду ставить при них помету “англ.”.

⁹ Напомню и широко использующиеся в интернет-коммуникации аббревиатуры *имхо* (IMHO ‘In My Humble Opinion’) – по моему мнению и *лол* (LOL ‘Laugh Out Loud’, ‘Lots Of Laughs’) – очень смешно.

поле” для деятельности, инвестиции в новые месторождения, проекты, или специальные аббревиатуры: ЕГРЮЛ – единый государственный реестр юридических лиц; *KPI* или *кэпий* (‘Key Performance Indicators’) – показатель эффективности работы сотрудника; *EBITDA* и *ебитда* (‘Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization’) – показатель успешности бизнеса¹⁰ также уже воспринимаются частью носителей русского языка как общеизвестные и не требующие специальных пояснений. Вот пример из интервью, взятого у главного исполнительного директора Polymetal В. Несиса корреспондентом газеты “Ведомости” Е. Егоровым (“Ведомости”, 31 марта 2019): “Отказ от тимбилдинга, брейнсторминга и оценок “360 градусов” (метод оценки компетенций сотрудников... – “Ведомости”) тоже экономит огромное количество времени; сейчас на Нежданкинском месторождении, например, мы дошли до полного аутсорсинга всех горно-геологических работ, кроме инженерного сопровождения. Аутсорсинг пока не применяем только на фабриках и на подземной добыче; Разбивка по инвестициям в геологоразведку примерно такая: две трети на разведку действующих объектов, оставшаяся сумма в равных долях на гринфилды и перспективные проекты...”. Обратите внимание, что такие слова, как *тимбилдинг*, *брейнсторминг*, *аутсорсинг*, *гринфилд* никак не поясняются, считается, что читатели газеты “Ведомости” их знают, и только “метод 360 градусов” требует пояснения!

Основной массив лексики офисного новояза составляют, как и следовало ожидать, заимствования из английского языка. И это не удивительно – российский бизнес создавался в постсоветское время по образцу западных, прежде всего американских, компаний. В России не было своих бизнес-школ. Особенно на начальном этапе все учебники и пособия по экономике, бизнесу, построению эффективных компаний, по которым учились нынешние менеджеры, были переведены с английского языка. В дальнейшем их лексику заимствовали и авторы отечественных пособий.

Но, конечно, среди офисных слов есть немало словообразовательных неологизмов с русскими или давно освоенными русским языком корнями: *продажник* – специалист по продажам товаров или услуг; *совещалово* – совещание; *схематоз* – схема действий, часто не совсем законных (*новый схематоз по уходу от налогов*). Многие офисные должности также “обрусели” и получили шуточные наименования: босс (*general manager*) – *генерал манагер*, *генерал* или просто *Гена*, ср. также *физики* (физический лица) и *юрики* (юридические лица). Есть и целый ряд выражений, которые постепенно дрейфуют из офисного сленга в общий жаргон: *удаленная работа* – работа вне офиса; *внешняя встреча* – встреча вне офиса; *блудные темы* – периферийные, не основные темы.

Нельзя также не отметить и сложившийся за последние годы новый этикет деловой переписки (как правило, ведущейся по электронной почте), который также постепенно выходит за пределы офисов. Так, в начале письма вместо традиционного обращения к адресату “Глубокоуважаемый/уважаемый Иван Иванович!” стоит приветствие: *Здравствуйте, Иван Иванович!* или просто *Добрый день!* либо *Доброго времени суток*, так как переписка ведется часто с людьми, находящимися в другом часовом поясе или даже на другом континенте. После обращения или приветствия гораздо чаще, чем восклицательный знак, ставят запятую. А в конце письма вместо традиционного “с глубоким уважением / с уважением” чаще пишут: *спишемся*, *отпишусь*, *на связи*, *до связи!* Поскольку электронные письма часто посылают нескольким адресатам, появилось выражение *ставлю в копию*. Интересно, что вначале офисные сотрудники использовали оборот с английским корнем: *сисикнуть* или *поставить в сиси* (с “carbon copy”), но затем все-таки победило выражение с освоенным русским языком словом *копия*.

Под влиянием офисного жаргона сложился и новый этикет телефонных разговоров (как правило, по мобильному телефону). Например, вместо *я вам позвоню* / *позвоните мне* чаще стали говорить *я вам наберу* / *наберите мне*. Ср. также выражения

¹⁰ Как отмечалось выше, русские или записанные русскими буквами аббревиатуры склоняются как обычные русские слова: *не могу найти эту фирму в егрюле*; *с таким кэпием и сидеть в нашей конторе!*

возвращаю звоночек; созвонимся по результатам; я к вам вернусь / я вернусь к вам через час (завтра, через неделю и т.д. – “пока ответить не могу, выясню и свяжусь с вами”); *надо как-то к этому отнестись* или просто *отнеситесь к этому* (“надо на это как-то реагировать, например, написать ответ”). Как в телефонном разговоре, так и при личной беседе в ответ на какую-то просьбу или рассуждение говорят: *Я вас (тебя) услышал*. Этот ответ, который многим носителям русского языка (и мне в том числе), кажется очень невежливым, – калька с формулы офисного английского жаргона *I hear you*. Кстати, которая, по словам моих американских коллег – университетских профессоров, представляется им не слишком вежливой. Те, кто пользуются этой формой, пояснили, что имеется в виду примерно следующее: я вас услышал, – это значит понял, что вы мне хотели сказать, но дело серьезное и надо еще подумать. Но по сути мы тут сталкиваемся просто-напросто с замаскированным отказом: я знаю, что вы от меня хотите, но делать ничего не буду.

Неудивительно, что офисный “новояз”, агрессивно внедряющийся в нашу жизнь и в нашу речь, вызывает у многих носителей русского языка явное отторжение. Вот, например, рассуждения А. Белякова – одного из пользователей социальной сети Facebook: *Книжный. На лучших местах бестселлеры типа “Как стать высокоэффективным”, “Искусство тайм-менеджмента”, “Наука личной трансформации”... В инстаграме и фейсбуке рекламные нимфы в темно-синих пиджачках требуют со зловещей улыбкой, чтобы я немедленно записался на мастер-класс всемирно известного гуру и чтобы бросился на семинар высококлассного коучера, иначе я все потеряю, я упущу шанс, стану лузером... Мне предлагают научиться мыслить нестандартно, что-то сделать с мотивацией, построить успешный стартап, выйти из зоны комфорта, победить стереотипы, стать лидером, подчинить риски, заняться нетворкингом, создать дрим-тим, улучшить мой KPI, освоить эджайл. Дорогие мои, спасибо! Но беда в том, что я не хочу подчинять риски, мне... на тайм-менеджмент и дрим-тим. Я немолодой господин из прошлого века. Я лузер, который очень доволен собой и своей зоной комфорта. Мне зашибись, а что такое KPI я не знаю и очень надеюсь не узнать никогда. Позвольте дожить мне спокойно в вашем тревожно-эффективном мире* (https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2235566203166873&id=100001405462980).

Однако, к сожалению, даже беглый обзор показывает, что офисный жаргон оказывает существенное влияние на русский язык новейшего времени, вводя в широкое употребление не только новые слова и словосочетания, но и новый этикет устной и письменной речи, и новые стратегии построения текста. Правда, история развития русского языка свидетельствует о том, что приживается в нем, проходит проверку временем отнюдь не все. Сам язык воспримет то, что ему необходимо в современном мире и отторгнет ненужное. Время все расставляет на свои места.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Бибихин В.В. (2001) Авторитет языка // Слово и событие. Писатель и литература. М.: Русский фонд содействия образованию и науке (http://bibikhin.ru/avtoritet_yazika).
- Григорян А.Э. (2016) Отражение англо-американского лингвокультурного влияния в современном русском языке и речи. Дисс... канд. филол. наук. М.: ИРЯз им. А.С. Пушкина.
- Ермакова О.П., Земская Е.А., Розина Р.И. (1999) Слова, с которыми мы все встречались: Толковый словарь русского общего жаргона: Ок. 450 слов. М.: Азбуковник.
- Кронгауз М.А. (2007) Русский язык на грани нервного срыва. М.: Языки славянских культур.
- Крысин Л.П. (1998) Толковый словарь иноязычных слов. М.: Русский язык.
- Левонтина И.Б. (2015) О чем речь. М.: Corpus.
- Левонтина И.Б. (2012) Русский со словарем. М.: Азбуковник.
- Новиков В.И. (2011) Словарь модных слов. М.: АСТ-Пресс.

Managers instead of writers: language trendsetters in modern Russia

E. SHMELEVA*

* **Shmeleva Elena** – Candidat of Sciences (Philology), Leading Researcher, deputy director, Vinogradov Institute of Russian Language Russian Academy of Sciences. Address: 18/2 Volkhonka St., Moscow, 119019, Russian Federation. E-mail: eshkind@mail.ru

Abstract

The article deals with the office jargon or modern Russian manager newspeak. Despite the fact that in modern Russian there is a disparaging expression “office plankton“, and the phrase “effective manager“ is used most often in an ironic sense, many words and phrases from the jargon of office workers became the words of so-called “common jargon“ or even standard Russian words. Furthermore, the office newspeak is not only the source of new words and phrases, but also the source of new etiquette of oral and written speech, and new strategies of text generation.

Keywords: office newspeak, common jargon, professional vocabulary, borrowed words, strategies of text generation.

REFERENCES

- Bibikhin V.V. (2001). Avtoritet yazyka [Language authority] *Slovo i sobytie. Pisatel' i literatura*. [The word and the event. A writer and the literature]. Moscow: Russkij fond sodejstviya obrazovaniyu i nauke (http://bibikhin.ru/avtoritet_yazika).
- Ermakova O.P, Zemskaya E.A, Rosina R.I. (1999) Slova, s kotorymi my vse vstrechalis': *Tolkovyy slovar' russkogo obshchego zhargona* [Words with which we all met: Explanatory dictionary of Russian common jargon]. Moscow: Azbukovnik.
- Grigoryan A.E. (2016) *Otrazhenie anglo-amereicanskogo lingvokulturnogo vliyaniya v sovremennov russkom yazuke i rechi* [Reflection of the Anglo-American linguacultural influence in the modern Russian language and speech]. Moscow: IRYAz im. A.S. Pushkina.
- Krongauz M.A. (2007) *Russkiy yazyk na grani nervnogo sryva* [Russian on the verge of a nervous breakdown]. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur.
- Krysin L.P. (1998) *Tolkovyy slovar' inoyazychnykh slov* [Explanatory dictionary of foreign words]. Moscow: Russkiy yazyk.
- Levontina I.B. (2016) *O chem rech'* [What are you talking about?]. Moscow: AST: Corpus.
- Levontina I.B. (2010) *Russkiy so slovarem* [Russian with dictionary]. Moscow: Azbukovnik.
- Novikov V.I. (2011). *Slovar' modnykh slov* [Dictionary of fashion words]. Moscow: AST-PRESS.