

Н. Г. Брагина^{ab}

<https://orcid.org/0000-0002-0281-2067>

✉ natasha_bragina@mail.ru

^a Государственный институт русского языка
им. А. С. Пушкина (Россия, Москва)

^b Российский государственный гуманитарный
университет (Россия, Москва)

«НОВАЯ НЕВЕЖЛИВОСТЬ» В КОНТЕКСТЕ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ С ОБЩЕННОЙ ЛЕКСИКОЙ: НАДПИСИ НА ФУТБОЛКАХ

Аннотация. В статье обсуждается обценная / ассоциируемая с обценной, а также грубая лексика, используемая в надписях на футболках. Такие надписи определяются как разновидность речевых актов. Часть из них относятся к контрэтике; это высказывания, имеющие бранную иллокутивную силу. Большая часть надписей связана с языковой игрой, использующей механизмы аббревиации, неологии, игры с полисемией, транслитерации, контаминации и др.; эти надписи относятся к контрэстетике. Материал исследования (около 100 надписей) был собран из каталогов интернет-магазинов футболок, большинство которых предназначено для женщин. Это означает ослабление двойного социокультурного табу: обценные, т. е. «непечатные» слова могут встречаться преимущественно в мужском, а не в женском типе дискурса, в устных, а не в письменных текстах. Коммуникация, при которой допускается использование обценной лексики в гетерогенной публичной среде, получает название «новой невежливости». В работе уделяется внимание описанию телесности, культурным практикам боди-арта, истории появления принтов на футболках, включая обценные надписи. Рассмотрены семантика слова *футболка* в русском языке, его фиксация в толковых словарях, а также частичные семантические пересечения со словами *тишотка* (варианты написания: *ти-шортка*, *тишортка*, *тишорт*) и *майка*, наблюдаемые в употреблении носителей современного русского языка.

Ключевые слова: обценная лексика, брань, табу, коммуникация, провокация, футболка, (не)вежливость, ритуал, языковая игра, инвектива, телесность

Благодарности. Данное исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23–18–00238, <https://rscf.ru/project/23-18-00238>.

Для цитирования: Брагина Н. Г. «Новая (не)вежливость» в контексте языковой игры с обценной лексикой: надписи на футболках // Шаги/Steps. Т. 11. № 1. 2025. С. 232–251.

Поступило 22 марта 2024 г.; принято 23 января 2025 г.

N. G. Bragina^{ab}

<https://orcid.org/0000-0002-0281-2067>

✉ natasha_bragina@mail.ru

^aPushkin State Russian Language Institute
(Russia, Moscow)

^bRussian State University for the Humanities
(Russia, Moscow)

“NEW IMPOLITENESS” FROM THE PERSPECTIVE OF LANGUAGE GAMES WITH SWEAR WORDS: T-SHIRT SLOGANS

Abstract. The paper discusses obscene/associated with obscene, as well as explicit language used in T-shirt slogans. The pragmatic effect they produce is described. These inscriptions are defined as special speech acts. By wearing such a T-shirt, one becomes the addresser of an offensive statement and releases it into the public space. Some of the inscriptions could be considered as utterances that have abusive illocutionary force. They belong to counter-ethics. Others are associated with language games and could be attributed to counter-aesthetics. I examine the pragmatics of T-shirt slogans, and language games with swear words, such as abbreviation, neology, the use of polysemy, transliteration, contamination. The data (about 100 inscriptions) was collected from catalogues of online T-shirt stores. Most of the T-shirts are intended for women. This indicates a weakening of a double sociocultural taboo: the “unprintability” of swear words and the focus on male (rather than female) discourse. I define “the new impoliteness” as a type of communication that allows the use of swear words in a heterogeneous public environment. I focus on descriptions of physicality, cultural practices of body art, and the historical observation of prints on T-shirts, including swear inscriptions. Special attention is paid to the history of the word *futbolka* (T-shirt) and the history of T-shirt slogans with swear words.

Keywords: obscene language, swearing, taboo, communication, provocation, T-shirt, (im)politeness, ritual, language game, invective, physicality

Acknowledgements. The reported study is funded by RSF, Project 23–18–00238, <https://rscf.ru/project/23–18–00238>.

To cite this article: Bragina, N. G. (2025). “New impoliteness” from the perspective of language games with swear words: T-shirt slogans. *Shagi / Steps*, 11(1), 232–251. (In Russian).

Received March 22, 2024; accepted January 23, 2025

Введение

Статья посвящена прагматике языковых употреблений и механизмам языковой игры с бранными, а также обценными / ассоциируемыми с обценными надписями на футболках¹. Такие товары предлагают интернет-магазины, специализирующиеся на продаже футболок с принтом. Коллекция надписей, послуживших объектом анализа, включает более ста единиц и была собрана в 2020–2021 гг. Следует отметить, что рассматриваемый материал в полной мере отражает современность: футболки с такими надписями находятся в продаже и в настоящее время.

Обценные надписи на футболках являются особым типом речевого акта. Он реализуется, когда адресант надевает футболку с надписью и оказывается в публичном пространстве. Адресант не является автором бранного речевого действия, но, солидаризируясь с ним, становится его источником. Специфика и описание самого коммуникативного действия предполагает обращение к темам, связанным с семиотикой телесности и антропологией одежды.

Разрушение культурного табу и возникновение «новой невежливости»

Традиция относит обценные ругательства к «грязным», употребляемым в особой ситуации и преимущественно мужчинами. Например, стереотипными являются словосочетания и фразы: «не при дамах / при дамах не выражаться!», «Гусары, молчать!». Они используются как предостережение, призывающее, в частности, к сдержанности в употреблении при женщинах бранных и / или неприличных слов и выражений. Предполагается как само собой разумеющееся, что хорошо воспитанные женщины подобные слова не могут и не должны употреблять.

Б. А. Успенский отмечает, что в XIX в. матерная брань в устах женщины воспринималась как явление половой травести. Положение изменилось к середине XX в., что связано с эмансипацией женщины. Он также приводит цитату из полесских экспедиционных записей, в которых четко определены гендерные различия брани: «Бабы праклинают, а мужики матератца» [Успенский 1996: 73].

Описывая легализацию обценной лексики в литературе и (частично) в кинематографе, А. Л. Зорин со ссылкой на С. Н. Зенкина опреде-

¹ Основным источником обценных надписей являются футболки, сам характер надписей не меняется в зависимости от типа одежды, поэтому далее мы будем использовать словосочетания *надписи на футболках*, имея в виду, что некоторые из таких надписей встретились также на худи, носках, бейсболках. Сравнительно недавно появившиеся обценные надписи на кружках представляются нам вторичными в сравнении с надписями на футболках.

Материал исследования включает не только обценные / ассоциируемые с обценными, но также и бранные слова и выражения. Центральное место в исследовании занимают именно обценные лексические единицы, поэтому термин был выбран в качестве основного.

ляет ее как «процесс циклический» — полупризнание и новое табуирование [Зорин 1996: 130]. Он отмечает также чувствительность некоторых СМИ конца 1980-х годов к гендерному аспекту речевой коммуникации, включающей обсценную лексику. Например, в фильме Киры Муратовой «Астенический синдром» матерится женщина, что вызывает у критиков особенно резкое неприятие [Там же: 134].

Таким образом, обсценная лексика оказывается дважды табуированной: как собственно непечатное слово и в случае употребления его женщиной. При этом уже в последнее десятилетие XX в. отмечается тенденция разрушения обоих табу («...“непечатное” слово стало печатным <...>. Наблюдается также употребление мата мужчинами в присутствии женщин и женщинами по отношению к мужчинам» [Кёстер-Томас 1993: 26]). След исчезающих запретов, однако, сохраняется в конце XX в. Л. П. Крысин [1996] пишет, что обсценная лексика употребляется в гендерно однородной среде свободнее, чем в гетерогенной.

В настоящее время в речевой коммуникации гендерное ограничение на употребление матерных слов максимально ослаблено. Это, в частности, подтверждает наш материал. Большинство продаваемых в интернет-магазинах футболок с бранными, обсценными / ассоциируемыми с обсценными надписями предназначены женщинам. Надо отметить при этом, что степень провокативности этой одежды сильнее в женском варианте, нежели в мужском. Это позволяет считать, что след культурного табу все же сохраняется. Детские футболки с обсценной лексикой отсутствуют; запрет на использование этой лексики в отношении детей, в том числе на детских вещах, продолжает действовать.

Разрушение двойного социокультурного табу — «непечатность» обсценной лексики и ориентированность на мужской дискурс — позволяет говорить о формировании такого вида разговорной коммуникации, при которой употребление грубых бранных слов, включая матерные, возможно как для мужчины, так и для женщины не только в гендерно однородной, но и в гетерогенной среде. Этот тип коммуникации присутствует в социальных сетях. Обсценную и грубо-бранную лексику используют как мужчины, так и женщины, причем она вполне типична для интеллектуальной среды. Такой тип коммуникации может быть определен как «новая невежливость», что является отсылкой к ставшему популярным понятию «новой этики», введенному в 1949 г. Э. Нойманном [1999].

Проведенное в 2024 г. лингвосоциологическое исследование позволило описать одну из моделей отношения к мату москвичей, мужчин и женщин 1962–2011 гг. р., имеющих/получающих высшее образование [Добрушина 2024]. В указанной работе отмечаются два варианта языкового поведения. Матерная лексика не употребляется в общественном пространстве, а также дома при детях или родителях. Однако она регулярно, но не в большом количестве используется в общении с близкими людьми — друзьями, определенной компанией, супругом или супругой, с кем-то из психологически близких родственников, что помогает созда-

вать языковые игры, шутки, эмоциональные контексты. Это «значимо и как вид единения с друзьями, свидетельствующий о доверии, и как способ самопозиционирования через отстранение, во-первых, от боящихся мата обывателей, во-вторых, от тех, кто использует мат бесконтрольно, и, наконец, как выражение некоторой социальной независимости или протестности» [Там же: 113]. Футболку с обценной надписью, вероятно, надевают, имея сходные цели.

Прагматика обценных надписей на футболках

В надписях на футболках выражено основное свойство плаката: они предназначены для того, чтобы их прочитали. Некоторые надписи содержат отмечаемую знаками (*; **; #%) апосиопезу. Каждое выражение имеет свое прагматическое значение, которое обращено к читающему и поддерживает видимость диалога. Перечислю их основные семантико-прагматические характеристики.

Отгон, посыл: «Любишь кататься катись нах! Й»²; «Уё[.]ывай, ПШЛНХПДРС»; «Я, конечно, не туристический гид, но твоя дорога, кажется, нах[.]»; «Пошло все на фиг большими шагами».

Безразличие: «Вау как же по*уй» — восклицание; «РОН[.]I», «Мне ПОХ у меня юность»; «Я отлично играю в похер».

Удивление: «Необъяснимо но fuck»; «Охудеть»; «Херра се поворот!».

Оценка: «Все через жопу зато от сердца»; «А**енно».

Осуждение: «А хули выпендриваться».

Отказ: «ХЗ, это не ко мне».

Приветствие: «Bounjour bitches».

Совет/призыв: «Давайте не будем усугуб[.]ть ситуацию».

Утешение: «Похрен все переживем».

Надписи на футболках также могут выражать утверждение (констатацию чего-либо), вопрос, восклицание.

Утверждение (констатация чего-либо): «Не блогер не модель а просто пи*датая»; «Сиськи не главное»; «Fuck тически я счастлива»; «Fuck.... тически всё замечательно»; «Без тебя зае[.]ись»; «Блин я забила»; «Вы все такие разные, а за**али одинаково»; «А дни летят, как шлюхи с небоскреба»; «Курим пляшем и е[.]ашим»;

Вопрос: «Nooly Nado»; «Вы уху ели?»; «Что здесь б#%ть, происходит?»; «В смысле, б**ть, корону снять?!»; «Может ещё и кровь голубую слить?!» — иронический вопрос-предложение.

² Здесь и далее все надписи и знаки препинания аутентичны; в связи с законодательным запретом употребления нецензурной лексики в СМИ редакция заменяет в таких словах один или несколько знаков соответствующим числом точек в квадратных скобках.

Восклицание: «Kakzhegrustnoe[.]tvoumat, KAKZHENOROSHOE[.]TVOYUMAT».

Описывая бранную лексику, Ю. И. Левин [1998] отмечал, что существуют специфическая бранная иллокутивная сила и соответствующие иллокутивные акты. Иллюстрируя примерами корреляцию бранности и обценности, он также показывал их различие. Был выделен класс собственно ругательств, представляющих собой самостоятельный речевой акт и наделенных иллокутивной силой, и класс обценных выражений, названных «субститутивными», т. е. не образующих самостоятельные речевые акты. Субститутивные выражения функционируют в речи как экспрессивные синонимы для обычных выражений или их частей.

Следуя этой классификации, можно отметить, что большинство надписей на футболках относится к группе слов субститутивного употребления: они не порождают самостоятельные речевые акты и попадают в область экспрессивной стилистики. Они являются обценными синонимами обычных, нетабуированных слов и фразеологизмов и служат строительным материалом для языковой игры и разного рода «приколов».

К классу собственно ругательств, т. е. выражений, употребление которых представляет собой самостоятельный речевой акт, наделенный бранной иллокутивной силой, относятся «отгоны» / «посылы» и (частично) вопросы. В качестве надписей на футболках они создают некую общую прагматическую ситуацию и могут восприниматься либо как иницирующие диалог, либо как ответные реплики диалога. При этом диалога по факту нет, а сами выражения не «привязаны» к конкретной коммуникативной ситуации, они существуют как цитаты. Главная их функция — игровая.

Оба вида обценных надписей на футболках — собственно ругательства и субститутивные выражения — отражают общую ослабленность культурного табу и способствуют его дальнейшему ослаблению.

**«Ритуальные» и «игровые» обценные надписи
Механизмы языковой игры с обценной лексикой**

Обценные надписи на футболках соотносятся с некоторыми традиционными моделями вербального поведения, отмечаемыми историками русского языка и культуры. Б. А. Успенский, исследуя русские «заветные сказки», вводит понятие *антиповедение*, определяя его как поведение, наоборот, сознательно нарушающее принятые социальные нормы: ритуальное обнажение, сквернословие, глумление над христианским культом [Успенский 1996: 146].

В одной из первых исследовательских работ советского времени, посвященных употреблению матерной лексики, отмечались подвижность и изменчивость таких запретов в истории культуры: от полного соблюдения до полной отмены. Это объясняется интересом к игре с табу, к ритуальному или чисто художественному нарушению запретов, в частности языковых [Тоддес 1990: 67].

В надписях на футболках также проявляется интерес к игре с табу. Это происходит в новейшее время, когда противопоставления «“печатное” (приличное) vs “непечатное” (неприличное)», «мужской vs женский дискурс» оказываются ослабленными. Производство такой продукции эту ослабленность подчеркивает.

Являясь по степени сниженности своеобразным лексическим дном, обценные надписи на футболках выполняют функцию ритуального воздействия на что-либо и/или провокации. Их также можно определить как одну из самых рискованных форм карнавализации языка, запускающей механизм языковой игры. Так, надписи типа «Иди на х[..] Covid-19» воспроизводят ритуальное употребление ругательств в отношении такой деятельности и таких явлений, которые связаны с деструкцией, со смертью. Они реализуют функцию проклятия, известную еще у древних славян [Успенский 1996: 20], и имеют бранную иллокутивную силу. Вопрос о том, сохранилась ли в культурной памяти эта архаичная форма проклятия, а также оберега, остается открытым, хотя вероятность отрицательного ответа здесь очень высока.

Многие футболки с обценными надписями относятся к «прикольным». Здесь включаются механизмы социокультурной провокации и языковой игры. Это приводит к смене перспектив — от агрессивной и ритуальной к провокативной и шутивно-ироничной. Из области контрэтики они переходят в контрэстетику (т. е. в область стилистики)³. Приведу примеры надписей на футболках (преимущественно женских): «Хули нет если да»; «По хрен все переживем»; «Херра се поворот! Без тебя зае[.] и сь». «Прикол» строится на двойном нарушении культурно-языкового табу: непечатность и гендерное ограничение. Непечатное слово / выражение написано на женских футболках.

На футболках могут размещаться цитаты, иногда достаточно длинные, например, ставшая мемом цитата из фильма «Blood & Concrete: A Love Story» («Кровь и бетон») в переводе Андрея Гаврилова. Текст, воспроизведенный на мужской футболке (это отчасти подтверждает мысль о том, что жанр «обценного оскорбления» в речи мужчин является наиболее распространенным из всех инвективных жанров [Шарифуллин 2015: 120]), целиком состоит из инвектив:

Ублюдок мать твою / А ну иди сюда говно собачье / Решил ко мне лезть? / Ты засранец вонючий мать твою а? / Ну иди сюда / Попробуй меня трахнуть / Я тебя сам трахну ублюдок / Онанист чертов / Будь ты проклят иди идиот / Трахать тебя и всю твою семью / Говно собачье / Жлоб вонючий дерьмо сука падла / Иди сюда мерзавец негодяй гад / Иди сюда ты говно жопа

³ Как отмечает Е. А. Тоддес [1990: 67], проблема этической оценки уже неотделима от проблемы оценки эстетической, а эта последняя в современном обществе существует некодифицированно.

В приведенных «прикольных» надписях нет языковой игры, но есть социокультурная провокация.

В другом типе «прикольных» надписей, часто воспроизводящих интернет-мемы, используются приемы языковой игры. В. З. Санников [2002: 30] отмечал способность языковой игры обходить цензуру культуры и нарушать принцип вежливости, маскировать и сглаживать невежливость. Это свойство применимо и к языковой игре с бранной лексикой, позволяющей в ряде употреблений слегка вуалировать бранное слово, смягчать общую невежливую, провокативную интенцию. Перечислю некоторые из приемов языковой игры.

Аббревиация. Соединение всех элементов стереотипного обценного высказывания в одно слово: а) без букв, обозначающих гласные и полугласный: «ПШЛНХПДРС»; б) без двух букв трехбуквенного обценного слова: «ИДИНАХ». Сходные игры, например с использованием графических символов и (часто) с комментарием «только русский поймет», достаточно популярны в интернете. Ср.:

1) ПШЛНХПДРС — Только русский человек поймёт, что здесь написано!!! (URL: <https://otvet.mail.ru/question/176674673>);



(URL: <https://www.yaplakal.com/forum7/st/25/topic1258299.html>)

Неология. «Мерцание» стилистически нейтрального слова/словосочетания и обценного/бранного, которое возникает в результате а) соединения нескольких слов в одно: «Трудовые[.]удни» (ср. «трудовые будни»), «#этожопыт»; б) разбиения одного слова на два или несколько слов: «Мини стерство» (возможно прочтение второго слова как имеющего сходство со словом *стерва*). Слово *министерство* используется в разных вариантах надписей на футболках (см. ниже).

Соединение нейтрального слова/высказывания с обценной/бранной лексикой и наоборот, соединение обценного/бранного высказывания с нейтральной лексикой: «Курим пляшем и е[.]ашим»; «А дни летят, как шлюхи с небоскреба»; «Министерство не твоих собачьих дел»; «Министерство беспредела»; «Я, конечно, не туристический гид, но твоя дорога, кажется, нах[.]»; «Все через жопу зато от сердца»; «Пошло все на фиг большими шагами».

Замещение компонентов фразеологизма сходными по звучанию и написанию обценными / ассоциируемыми с обценными словами: «Есть ещё похер в похеровницах» (вместо «Есть ещё порох в пороховницах»); «Я отлично играю в похер» (вместо «Я отлично играю в покер»). Последний пример можно также рассматривать как включа-

ющий самостоятельный фразеологизм *играть в похер* ‘уметь демонстрировать свое безразличие к кому-чему-л.’, ср.: «Стоит только научиться играть в похер — как жизнь начинает резко налаживаться. А иногда становится так классно от того, что стало так похер на то, что было так важно» (Obsuzhday.com, 25.04.2021).

Искажение написания нейтрального слова для придания ему сходства с obscene: «Давайте не будем усукаб [...] ть» (вместо «усугублять») ситуацию.

Замещение obscene слов на сходные в написании и звучании неологизмы/окказионализмы: «Охудеть»; «Ну епт твою мяу!»; «Холодно Ё П Т А».

Соединение шести первых букв английского алфавита с хорошо известным obscene английским фразеологизмом *fuck off*: «Abcdeffuckoff».

Использование нейтральных слов, в результате комбинации которых возникает звуковое сходство с obscene/бранной лексикой («обсценнизация» нейтрального высказывания): «Я и бал»; «Вы уху ели? #батина дочь».

Использование полисемии. Употребление глаголов в разных значениях с использованием в одном из контекстов бранной лексемы: «Хотела поступить в театральный, а поступила как ...сук а».

Транслитерация. Транслитерации подвергаются а) obscene/банные слова или выражения: «РОН[.I]»; «Hooly Nado»; «Стерва (sterva)»; «ZARAZA (зараза)»; б) выражения, включающие неологизмы, ассоциируемые с obscene словом «E[.]ushki vorobushki»; в) написанная слитно фраза, включающее obscene выражение: «kakzhegrustnoe[.]tvoumat»; «E[.]is' onovsekonem».

Контаминация нескольких типов: а) соединение в одно слово нейтрального английского слова, буквы *d* и русской морфемы «PEACEдец»⁴; б) соединение в одно общее выражение нейтральных русских слов и нейтрального английского слова «Все Peace Дата»; в) соединение в одно общее выражение английского obscene слова и стилистически нейтральных русских слов: «Fuck.... тически всё замечательно»; «fuck тически я счастлива»; «Необъяснимо но fuck»; «Не лыком shit»; г) соединение английского obscene слова с известными (интернациональными) клише из других языков: «Nakuna Matata bitch»⁵; «Bounjour bitches».

Таким образом, obscene лексика служит материалом для языковой игры. В публичном пространстве obscene / ассоциируемые с obscene

⁴ Как отмечает В. М. Мокиенко, в 1990-е годы английское слово *peace* ‘мир’ и *duke* ‘герцог’ были использованы в анекдоте о М. С. Горбачеве как эвфемистически-каламбурная переделка, ср. *мирный герцог* — *peace duke*. В 1960-е годы в речи молодежи для создания сходного каламбура употреблялось слово *pease* ‘горох’, ср. *pease duke* — *гороховый герцог*. Таким образом, как он пишет, *гороховый герцог* был достаточно адекватным предтечей *мирного герцога* [1994: 59–60].

⁵ *Nakuna Matata* (на языке суахили ‘Нет проблем’/ ‘Никаких забот’) — название песни из мультфильма «Король Лев» (The Lion King; 1994), музыка Элтона Джона, стихи Тима Райса. Песня была номинирована на «Оскар».

ными надписи на футболках заключают в себе интенцию провокации, эпатажа, «прикола». При этом происходит постепенное ослабление культурного табу, и обценные высказывания теряют свою иллокутивную силу.

Человек, его тело, его одежда является каналом связи для передачи инвектив, для включения их в публичное пространство. Находящийся в городской среде, одетый в футболку с обценным высказыванием человек создает особую коммуникативную ситуацию, сходную с перформансом. В связи с этим определенный интерес представляет общая концепция телесности в современном искусстве и антропология (нательной) одежды.

Концептуальное поле тела, телесности и культурные практики боди-арта

Современные концепции тела, телесности обсуждаются в рамках философского, социокультурного, психологического и других типов дискурса, следствием чего становится появление новых терминологических словосочетаний: «феноменология тела», «телесные практики», «социальное тело», «телесная топография» и др. Тело рассматривается как центральный элемент процессов коммуникации в предельно широком смысле этого понятия [Грицанов 2001: 1029]. Такое расширенное понимание возникло сравнительно недавно под влиянием современных идеологий и социокультурных практик, в которых был сделан акцент на концепциях тела, телесности.

Сама лексема *тело* использовалась уже в ранних памятниках письменности, например, в Остромировом Евангелии, хотя в словаре Даля в качестве заголовочной единицы она отсутствовала и употреблялась там только в толковании слова *плоть*. В третьем (бодуэновском) издании словаря она была добавлена в список заголовочных единиц. Бодуэн де Куртене включил в словарь слово *телесность*, которое также имеет достаточно давнюю историю употребления, начиная с текстов XVIII в.

В начале 1990-х годов в русском языке появились слово *боди*⁶, позже — однокоренные слова: *бодибилдинг*, *бодипозитив*, *боди-арт* и др. Они расширили концептуальное поле телесности, обозначив появление новых телесных практик. Так, в общей концепции боди-арта тело человека служит средством выражения некоторого сообщения, обращенного в публичное пространство. Становясь арт-объектом, произведением уличного искусства, оно отражает стремление художника преодолеть выработанные обществом стереотипы и систему табу [Грошев 2015].

В боди-арте используются слова, фразы, цитаты на латинском, английском, французском, японском⁷ и некоторых других языках, например:

⁶ Здесь можно пренебречь более ранними одиночными употреблениями слова: «...целую ваше боди и все в этом роде» — так Владимир Маяковский говорил Лиле Брик (Чуковский К. И. *Дневник. 1901–1909*; цит. по Национальному корпусу русского языка, URL: <https://ruscorpora.ru>).

⁷ Перечислены наиболее популярные в боди-арте языки. Интересно, что русский язык к ним не относится.

You are in my heart; Always keep the faith; Fortunam suam quisque parat; Dictum factum; Ma vie, mes règles; Telle quelle. Предлагаемые для татуировки фразы — это, как правило, сентенции, утверждения, признания. Все они имеют серьезное значение. Смешных, «прикольных» фраз, равно как и фраз с обсценной или бранной лексикой на рынке тату немного. В основном татуировки предназначены для личного пользования, они помогают самоидентификации, обслуживают интересы и предпочтения «внутреннего театра» человека [Холландер 2015: 515].

Другой тип надписей на теле связан с рекламными слоганами. Боди-арт достаточно быстро коммерциализовался, и тело человека стало использоваться как медианоситель рекламы, который выполняет коммуникативную функцию: информировать, привлекать внимание к какому-либо товару, т. е. выступать в качестве носителя текста в замкнутом пространстве (дом, кафе, бар) и / или в пространстве города.

Футболки: диалектика слова, тела и одежды

Нательное белье входит в общую концепцию телесности. Так, на выставке 2000 г. «Память тела. Нижнее белье советской эпохи», кураторами которой были Екатерина Деготь и Юлия Демиденко, белье определялось как вторая кожа человека.

Надеваемое под одежду белье традиционно относилось к сфере интимной жизни человека. Однако границы между интимным и публичным менялись, что особенно четко выразилось с появлением и развитием массовой культуры в XX–XXI вв. Нательное белье могло становиться повседневной одеждой, а затем использоваться также в качестве материального носителя текста, включаемого при посредничестве человека в городскую среду. Диалектика слова, тела и одежды⁸ хорошо видна на примере тех изменений, которые произошли с футболками.

Прародителем футболки принято считать комбинезон (one-piece union suit), который носили мужчины в качестве нательного белья. Оно было запатентовано в Ютике, штат Нью-Йорк, в 1869 г. Комбинезон, став популярным, достаточно быстро эволюционировал. Появилось два предмета мужского нижнего белья: верх и низ. Верх (т. е. нательная рубашка) стал прообразом будущих футболок.

До конца XIX в. такое белье носили шахтеры и докеры. Во время Испано-американской войны 1898 г. белую рубашку из хлопка с круглым воротом и без пуговиц (т. е. футболку) надевали под униформу американские морские пехотинцы. Во время Первой мировой войны нательная рубашка с короткими рукавами, использовавшаяся в западных армиях, получила название *T-shirt*⁹.

⁸ Здесь в измененном виде приведена цитата: «диалектика тела и одежды» из книги Холландер [2015: 32].

⁹ Здесь я опираюсь на работу [Усиков 2016].

В России верхнюю часть спортивной одежды футболистов (с коротким или длинным рукавом) стали называть *футболкой*. Считается, что это слово появилось в 1920-е годы (см., например: [Рухова 2018]), но в настоящее время не представляется возможным ни подтвердить, ни опровергнуть это мнение. При этом сама спортивная форма возникла раньше. На фотографии 1909 г. команды футбольного клуба «Коломаги» форма игроков (ее верхняя часть) похожа на рубашку: воротничок, длинный рукав с манжетами [Первая 1909]. На фотографии сборной Российской империи по футболу 1912 г. футболисты одеты в форму¹⁰, верхняя часть которой напоминает футболку с длинным рукавом. Возможно, в это время уже появилось название *футболка*.

В Национальном корпусе русского языка первое употребление слова *футболка* зафиксировано в романе В. П. Катаева «Время, вперед!» (издан в 1932 г.). Контексты употребления показывают, что в СССР уже в это время футболку носили как одежду мужчины и женщины, она могла быть цветной, с воротником или без воротника, с длинными рукавами, ср. примеры из романа В. П. Катаева: «Голубая, добела стиранная-перестиранная футболка, заправленная в юбку, лопалась под мышками»; «парень в канареечной футболке с черным воротником»; «Она закинула свою несколько длинную белую руку в закатанном выше локтя рукаве футболки за его шею».

Общий вид футболки 1930-х годов запечатлен также на картине А. Н. Самохвалова «Девушка в футболке»¹¹, одной из самых известных работ художника. Портрет был задуман в начале 1930-х и завершен в 1932 г. Футболка выбрана неслучайно, так как она стала знаковой вещью, средством выражения идеологии нового времени, нового образа жизни и новой эстетики. Об этом пишет сам художник: «“Девушка в футболке” — прекрасная современница, девушка, каких не было раньше. На ней футболка. Это одежда времени, недорого стоящая, изящно облегающая фигуру, придаёт девушке вид современный. Её облик — простой и ясный» [Самохвалов 1977: 204].

В толковом словаре Д. Н. Ушакова *футболка* была впервые зафиксирована в значении «Тонкая трикотажная спортивная рубашка с отложным воротником и короткими рукавами» и снабжена пометой *спорт*. [Ушаков 1940. Стлб. 1126]. В издаваемых в разное время толковых словарях это слово имеет отличающиеся толкования: «Спортивная трикотажная рубашка с рукавами» [Ожегов, Шведова 2006: 859]; «Предмет спортивной одежды для верхней части тела, представляющий собой рубашку из трикотажного полотна, обычно с короткими рукавами, без застежки и воротника, с круглым или треугольным воротом» [Бабенко 2009]; «Трикотажная рубашка

¹⁰ Архивная фотография сборной Российской империи по футболу на Олимпийских играх 1912 г. размещена на Википедии (URL: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Файл:Football_at_the_1912_Summer_Olympics_-_Russia_squad.JPG).

¹¹ Картина находится в собрании Государственного Русского музея (URL: https://rusmuseum.ru/collections/painting-of-the-second-half-of-the-xix-century-beginning-of-xxi-century/artworks/devushka-v-futbolke/?sphrase_id=393055#rmPhoto/0).

спортивного покроя как часть форменной одежды футболистов, велосипедистов и т. п.; летняя трикотажная рубашка» [Кузнецов 1998: 1437].

Таким образом, в России футболка относилась к спортивной одежде и, как правило, не выполняла функцию нательного белья. Это назначение имела *майка*, ср. ее толкование: «Трикотажная, обычно нижняя, рубашка без рукавов и воротника [первонач. спортивная]» [Ожегов, Шведова 2006: 338]. Белая майка, используемая мужчинами в качестве нательного белья, получила в советское время народное название *майка-алкоголичка*. Название может быть объяснено следующим образом: в такой майке на улицу могут выйти мужчины, расслабленно относящиеся к себе и к окружающим; их цель — пивной ларек или магазин, продающий крепкие напитки¹². В «майке-алкоголичке» выступал Сергей Шнуров (Шнур; группа «Ленинград»); она была одним из элементов сценического образа наряду с общим нетрезвым состоянием музыкантов и употребляемой ими обсценной лексикой. В настоящее время такая майка стала одним из важных элементов модного женского гардероба.

Некоторая неопределенность в использовании слов *футболка*, *майка*, *тишотка*¹³ сохраняется и по сей день.

Так, слово *майка*, первая фиксация которого относится ко второй половине XIX в., прочно вошло в русский язык в XX в. О. Н. Трубачев в рецензии на этимологический словарь русского языка М. Фасмера отмечает, что в словнике было пропущено несколько слов, «без которых нельзя себе сейчас представить русского языка» [Трубачев 1960: 64]; к их числу он относит и слово *майка*. В одном из значений *майка* употребляется синонимично *футболке*, например, «в велогонке: майка лидера» [Ожегов, Шведова 2006: 338].

В конце XX — начале XXI в. в русском языке появилось также слово *тишотка* (варианты написания: *ти-шортка*, *тишортка*, *тишорт*), заимствованное из американского английского (*T-shirt*) и употребляющееся как синоним к *футболке* и *майке*.

Как показало обсуждение доклада на эту тему¹⁴, современные носители русского языка одну и ту же вещь могут называть *майкой*, *футболкой*, *тишоткой* и даже *фифайкой*. Вот краткий пересказ реакций на доклад в чате, который показывает предпочтения в употреблении этих слов: эмигранты первой волны используют слово *тишотка*, а не *футболка*; молодые люди старше 20 лет называют мужские майки *футболками*; употребление слова *майка* 30-летним человеком может удивлять его ровесников и тех, кто младше его, так как они называли бы этот предмет *футболкой*; наконец, на

¹² Ср. такое объяснение этого названия: «В странах СССР белая хлопковая майка ассоциировалась с любителями спиртного, поэтому и получила название “алкоголичка”» [Бакиева 2021].

¹³ Б. Л. Иомдин [2011: 394] указывает такой ряд сближающихся слов: *майка*, *футболка*, *тенниска*.

¹⁴ Доклад «Обсценизмы в “игровом поле” разговорной речи и интернет-коммуникации» был сделан мною 13 ноября 2020 г. на конференции «Субстандарт в русском языке: коммуникация и литература».

ценниках нижнего белья, а также предметов одежды, похожих на футболки, может быть написано *фуфайка*. Последняя реплика получила комментарий, что это явный Петербург¹⁵.

В настоящей статье употребляется слово *футболка*, поскольку в интернет-магазинах это наиболее частотно используемое слово.

(Не)коммерческие надписи на футболках

В России, как отмечалось выше, уже в 1930-е годы футболка была популярным видом спортивной одежды, выразившим современные идеологии молодежной культуры. В США белая трикотажная футболка с короткими рукавами и без воротника до середины XX в. оставалась нательным бельем. Она перестала восприниматься как белье под влиянием кинематографа. Марлон Брандо в фильме 1951 г. «Трамвай “Желание”» и Джеймс Дин в фильме 1955 г. «Бунтарь без причины» носили футболки как отдельный вид одежды, после этого футболки вошли в моду.

Первые надписи на футболках появились в США еще в 1942 г. На обложке журнала «Life» был изображен солдат в футболке с логотипом военного учебного заведения [Усиков 2016: 40]. В 1950-е годы компания Tropic Togs в Майями (Флорида) стала производить футболки с напечатанными названиями курортов. Затем были выпущены футболки с изображением Микки Мауса и Дэви Крокетта — известного в Америке путешественника, офицера и политика, который стал фольклорным персонажем. В дальнейшем началось массовое производство сувенирных футболок, мужских, женских и детских. Первыми этим стали заниматься крупные компании Coca-Cola и Walt Disney, разместившие на футболках фирменные надписи и изображения¹⁶.

Коммерческим футболкам, используемым в рекламных целях, противопоставлялись молодежные футболки, надписи на которых выражали идеалы, идеологию, образ жизни поколений 1960-х, 1970-х, 1980-х годов. В 1960-е годы родился пацифистский лозунг против войны во Вьетнаме, связанный с культурой хиппи и использовавшийся также в качестве надписи на футболке: «Make love not war». В 1980-е годы появляется принт «D. A. R. E. keep kids off drugs» (D. A. R. E. расшифровывается как Drug Abuse Resistance Education — Образование для противостояния злоупотреблению наркотиками). Во второй половине 1980-х годов входят в моду футболки с принтами символов советской власти и надписью «Перестройка»¹⁷. Например, как отмечается в [Федоринова 2019], в 1988 г. в Зеленом театре московского парка им. Горького прошел первый международный музыкальный фестиваль «Музыканты за мир», где многие ис-

¹⁵ Я благодарю Владимира Беликова, Кирилла Латышева, Александра Пиперски, Екатерину Протасову, Рустама Фахретдинова, Ирину Фуфаеву за обсуждение в чате темы моего доклада.

¹⁶ Подробнее об этом см.: [Усиков 2016].

¹⁷ Краткую историю принтов на футболках см. в [Федоринова 2019].

полнители выступали в футболках с надписью «Перестройка» и символами СССР.

В 2010 г. появляются футболки с надписями «We all should be feminists». В это же время российский дизайнер Гоша Рубчинский создает ставшую популярной футболку с кириллической надписью на русском языке «Рассвет не за горами». В 2020 г. получают распространение футболки с надписями «#Me Too»; «Black Lives Matter».

Известных слоганов на футболках было много. Здесь отмечено несколько знаменитых, включенных в глобальный социокультурный контекст. Они иллюстрируют, в частности, мысль о том, что история социума находит особое преломление в истории слов и вещей.

В современном мире тематическое разнообразие надписей на футболках велико: это надписи рекламные, молодежные, связанные с определенной профессией. К числу тенденций последних лет можно отнести и футболки с провокативными надписями. Жанр провокации универсален. Это и футболки с обценными надписями, появившиеся в начале XXI в. в России, и футболки американской компании T-Shirt Hell (букв. «Футболочный ад»), использующей слоган «T-Shirt Hell, where all bad T-shirts go» («Ад, куда попадают все плохие футболки») [Усиков 2016: 96].

Надпись на футболке выражает интенцию того, кто ее носит. Это может быть реклама, идентификация себя как фаната кого-либо/чего-либо, протест против чего-либо, выступление в защиту кого-либо/чего-либо и др. В последние годы происходит также тематическое сближение надписей на футболках с одиночными пикетами.

История обценных надписей на футболках

Футболки с обценными надписями провоцируют скандал. В 2003 г. исполнительницы группы «Тату» выступали на телешоу в Нью-Йорке в футболках с надписью «X[...] войне!». Это было за месяц до начала военной операции США в Ираке. Когда стал известен перевод надписи, им не разрешили выступать в этих футболках. В ответ девушки на следующее выступление надели футболки с надписью «Censored» («Подвергнутый цензуре»).

В 2018 г. грузинский модельер Демна Гвасалия, основавший в 2014 г. совместно с братом Гурамом парижский бренд Vetements, создал худи с надписью «Иди на х[...]»; обценное выражение стало компонентом брендовой одежды. Надпись была воспринята англичанами как грузинская, а крупнейший модный универмаг Лондона «Harrods» выставил худи на продажу. Когда британский журналист Макс Сэддон перевел фразу, разразился скандал, и худи было снято с продажи.

В 2020 г. в России появились футболки с особым принтом и надписью (в разных графических вариантах) «ИДИ НА Х[...] COVID-19».

Обценные надписи на футболках отличаются по лексическому составу от традиционных анонимных каналов включения бранной лексики в публичное пространство, а именно от надписей на заборах и от латрина-

лий (см.: [Корпус б. д.])¹⁸. На футболках почти не встречаются русские слова, связанные с деуринацией или дефекацией¹⁹. В отличие от надписей на заборах и латриналий обсценные надписи на футболках часто содержат языковую игру.

Человек, одетый в футболку с обсценной надписью, становится триггером провокативной коммуникации. В публичном пространстве бранная иллокутивная сила обсценной лексики усиливается особенно, если средством ее трансляции является известная личность, выступающая в роли мобильного носителя обсценного речевого акта.

Заключение

Футболки с обсценными надписями существуют в двух частично совпадающих парадигмах — контрэтики (перформативные высказывания, имеющие бранную иллокутивную силу) и контрэстетики, связанной с иронией, с языковой игрой. Первые сравнительно немного. Они могут использоваться в отношении осуждаемых негативных действий или явлений, таких как война или Ковид-19. Вторые представляют срез молодежной культуры в ее иронической, эпатажной, протестной реализации.

В обсценных надписях, созданных с применением приемов языковой игры, отсутствует иллокутивная сила порождения речевого акта. Они расширяют и легализуют субститутивное употребление обсценной лексики, ослабляют ее табуированность, частично снимая запрет на «грязные» ругательства, сквернословие. Они имеют отношение к смеховой культуре, культуре карнавала, в которой важную роль играют новизна и креативность, и отражают ту сторону современной социокультурной жизни, которую можно определить как «новая невежливость».

Важным свойством футболок является их антропоцентричность. Футболки облекают тело человека, связаны с его движениями и одновременно выступают каналами связи с публичным пространством. В зависимости от биологического пола обсценные / ассоциируемые с обсценными надписи, размещенные на футболках в районе груди, имеют разную провокативную силу. При этом знаки контркультуры в пространство города несет (чаще) женщина, а не мужчина, что свидетельствует о частичном разрушении модели гендерного поведения («женщины не сквернословят», «при женщинах не сквернословят»).

Обсценные выражения на футболках легко коммодифицируются, т. е. превращаются в товар, вероятными покупателями которого являются женщины. Это также нивелирует стереотип (не)должного женского

¹⁸ Термин *латриналии* введен в 1960 г. американским фольклористом А. Дандесом [Dundes 2007].

¹⁹ Слово *shit* используется в надписях на футболках, однако в общем контексте русского языка его употребление эксплетивно, как и в английском языке, где оно, согласно В. И. Жельвису [1997: 139], теряет свое прямое значение и часто употребляется как междометие.

поведения. Футболки предназначены взрослым: детских футболок с обценными надписями интернет-магазины не предлагают.

Футболки с обценными надписями также изменяют зону приватности: надписи видит ближний круг, друзья, коллеги, любой человек во внешнем (публичном) пространстве, прохожие, участники митинга и т. д. В социальных сетях появляются фотографии людей в таких футболках; особое внимание привлекают фотографии известных людей: политиков, журналистов, блогеров.

Обценные надписи порождают семиотическую игру с телесностью: названия мужских или женских половых органов размещаются на облекающей тело человека одежде. Подобно тому как футболки, которые изначально были нижним бельем мужчин в армии, а превратились в верхнюю одежду унисекс, так же и обценная лексика, изначально табуированная и употребляемая преимущественно (хотя и не только) в мужских компаниях, становится унисекс и предъявляется обществу в публичном пространстве.

Источники

- Бакиева 2021 — *Бакиева М.* Униформа для домашнего насилия: культурная история майки-алкоголички // Нож. 2021. 28 июня. URL: <https://knife.media/white-shirt>.
- Корпус б. д. — Корпус туалетных надписей. [Б. д.]. URL: https://linghub.ru/wc_corpus/index.html.
- Первая 1909 — Первая и вторая команды футбольного клуба «Коломаги». Фотография ателье Буллы. 1909. ЦГАКФФД СПб. Е 19104 // История футбола в Санкт-Петербурге. Санкт-Петербургская футбольная лига. URL: https://spbarchives.ru/football_1.2#gallery-16.
- Самохвалов 1977 — *Самохвалов А. Н.* Мой творческий путь. Л.: Художник РСФСР, 1977.
- Усиков 2016 — *Усиков В. Д.* Футболки с изображениями. Екатеринбург: Издательские решения, 2016.
- Федоринова 2019 — *Федоринова Д.* Говорящая одежда: Краткая история принтов на футболках // Сноб. 2019. 10 дек. URL: <https://snob.ru/entry/186082>.
- Pyhova 2018 — *Natalya Pyhova.* Как появилась футболка: из истории вещей // BurdaStyle.ru. 2018. 13 авг. URL: <https://burdastyle.ru/stati/kak-poyavilas-futbolka-iz-istorii-veshchej>.

Словари

- Бабенко 2009 — Большой толковый словарь русских существительных: Идеографическое описание. Синонимы. Антонимы / Под ред. Л. Г. Бабенко, 2-е изд., стер. М.: АСТ-Пресс Книга, 2009. [Цит. по электрон. версии]. URL: <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyy-slovar-russkikh-sushhestvitelnykh>.
- Кузнецов 1998 — Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 1998.
- Грицанов 2001 — Новейший философский словарь / Сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов. Минск: Интерпрессервис; Кн. дом, 2001.

Ожегов, Шведова 2006 — *Ожегов С. И., Шведова Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. М.: ООО «А ТЕМП», 2006.

Ушаков 1940 — Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Гл. ред. Д. Н. Ушаков. Т. 4. М.: Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1940.

Литература

Грошев 2015 — *Грошев А. В.* Уличная культура современности: боди-арт // Интегративная перспектива в гуманитарных науках. 2015. № 2. С. 11–18.

Добрушина 2024 — *Добрушина Е. Р.* Лингвосоциологический взгляд на восприятие ненормативной лексики в Москве 2024 года // Слово.ру: балтийский акцент. Т. 15. № 4. 2024. С. 99–117.

Жельвис 1997 — *Жельвис В. И.* Инвектива в парадигме средств фатического общения // Жанры речи. 1997. № 1. С. 137–144.

Зорин 1996 — *Зорин А. Л.* Легализация обценной лексики и ее культурные последствия // Анти-мир русской культуры. Язык, фольклор, литература. Сб. ст. / Сост. Н. Богомолов. М.: Науч.-изд. центр «Ладомир», 1996. С. 121–139.

Иомдин 2011 — *Иомдин Б. Л.* Материалы к словарю-тезаурусу бытовой терминологии. СВИТЕР: образец словарной статьи // Слово и язык: Сб. ст. к восьмидесятилетию академика Ю. Д. Апресяна / Отв. ред. И. М. Богуславский, Л. Л. Иомдин, Л. П. Крысин. М.: Языки славянских культур, 2011. С. 392–406.

Кёстер-Тома 1993 — *Кёстер-Тома З.* Стандарт, субстандарт, нестандарт // Russistik. 1993. № 2. С. 15–31.

Крысин 1996 — *Крысин Л. П.* Эвфемизмы в современной русской речи // Русский язык конца XX столетия (1985–1995) / Отв. ред. Е. А. Земская. М.: Языки рус. культуры, 1996. С. 384–408.

Левин 1998 — *Левин Ю. И.* Об обценных выражениях русского языка // Левин Ю. И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. М.: Языки рус. культуры, 1998. С. 809–819.

Мокиенко 1994 — *Мокиенко В. М.* Русская бранная лексика: цензурное и нецензурное // Russistik. 1994. № 1–2. С. 50–73.

Нойманн 1999 — *Нойманн Э.* Глубинная психология и новая этика. Человек мистический / Пер. В. М. Донец; Науч. ред. и послесл. В. В. Зеленский. СПб.: Академ. проект, 1999.

Санников 2002 — *Санников В. З.* Русский язык в зеркале языковой игры. 2-е изд., испр. и доп. М.: Языки славянской культуры, 2002.

Тоддес 1990 — *Тоддес Е. А.* «Энтропии вопреки»: вокруг стихов Тимура Кибирова // Родник. 1990. № 4 (40). С. 67–71.

Трубачев 1960 — *Трубачев О. Н.* Об этимологическом словаре русского языка // Вопросы языкознания. 1960. № 3. С. 60–69.

Успенский 1996 — *Успенский Б. А.* Мифологический аспект русской экспрессивной фразеологии // Анти-мир русской культуры. Язык, фольклор, литература. Сб. ст. / Сост. Н. Богомолов. М.: Науч.-изд. центр «Ладомир», 1996. С. 9–107.

Холландер 2015 — *Холландер Э.* Взгляд сквозь одежду / Пер. с англ. В. Михайлина. М.: Нов. лит. обозрение, 2015.

Шарифуллин 2015 — *Шарифуллин Б. Я.* Речеганровое пространство современного российского города. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015.

Dundes 2007 — *Dundes A.* Here I sit: A study of American latrinalia // The meaning of folklore: The analytical essays of Alan Dundes / Ed. by S. J. Bronner. Logan, Utah: Utah State Univ. Press, 2007. P. 360–374.

References

- Dobrushina, E. R. (2024). Lingvosotsiologicheskii vzgliad na vospriatie nenormativnoi leksiki v Moskve 2024 goda [Linguistic and sociological perspective on the perception of profanity in Moscow in 2024]. *Slovo.ru: baltiiskii aktsent*, 15(4), 99–117 (In Russian).
- Dundes, A. (2007). Here I sit: A study of American latrinalia. In S. J. Bronner (Ed.). *The meaning of folklore: The analytical essays of Alan Dundes* (pp. 360–374). Utah State Univ. Press.
- Groshev, A. V. (2015). Ulichnaia kul'tura sovremennosti: bodi-art [Street culture of the present: body art]. *Integrativnaia perspektiva v gumanitarnykh naukakh*, 2015(2), 11–18. (In Russian).
- Hollander, A. (2015). *Seeing through clothes*. Univ. of California Press.
- Iomdin, B. L. (2011). Materialy k slovariu-tezaurusu bytovoi terminologii. SVITER: obrazets slovarnoi stat'i [Materials for the dictionary-thesaurus of everyday terminology. SWEATER: sample dictionary entry]. In I. M. Boguslavskii, L. L. Iomdin, & L. P. Krysin (Eds.). *Slovo i iazyk: Sbornik statei k vos'midesiatiletiu akademika Iu. D. Apresiana* (pp. 392–406). Iazyki slavianskikh kul'tur. (In Russian).
- Kester-Toma, Z. [= Koester-Toma, S.] (1993). Standart, substandart, nonstandart [Standard, substandard, nonstandard]. *Russistik*, 1993(2), 15–31. (In Russian).
- Krysin, L. P. (1996). Evfemizmy v sovremennoi russkoi rechi [Euphemisms in modern Russian speech]. In E. A. Zemskaja (Ed.). *Russkii iazyk kontsa XX stoletia (1985–1995)* (pp. 384–408). Iazyki russkoi kul'tury. (In Russian).
- Levin, Iu. I. (1998). Ob obstsennykh vyrazheniiakh russkogo iazyka [About obscene expressions of the Russian language]. In Iu. I. Levin. *Izbrannye trudy. Poetika. Semiotika* (pp. 809–819). Iazyki russkoi kul'tury. (In Russian).
- Mokienko, V. M. (1994). Russkaia brannaia leksika: tsenzurnoe i netsenzurnoe [Russian swear words: censored and obscene]. *Russistik*, 1994 (1–2), 50–73. (In Russian).
- Neumann, E. (1948). *Depth psychology and a new ethic* (E. Rolfe, Trans.). Shambhala.
- Sannikov, V. Z. (2002). *Russkii iazyk v zerkale iazykovoi igry* [Russian language in the mirror of language games] (2nd ed., rev. and enl.). Iazyki slavianskoi kul'tury. (In Russian).
- Sharifullin, B. Ia. (2015). *Rechezhanrovoe prostranstvo sovremennogo rossiiskogo goroda: monografiia* [Speech genre space of a modern Russian city: monograph]. Sibirskii federal'nyi universitet. (In Russian).
- Toddes, E. A. (1990). “Entropii vopreki”: vokrug stikhov Timura Kibirova [“Despite Entropy”: around the poems of Timur Kibirov]. *Rodnik*, 1990(4, no. 40), 67–71. (In Russian).
- Trubachev, O. N. (1960). Ob etimologicheskom slovare russkogo iazyka [About the etymological dictionary of the Russian language]. *Voprosy jazykoznanija*, 1960(3), 60–69. (In Russian).
- Uspenskij, B. A. (1996). Mifologicheskii aspekt russkoi ekspressivnoi frazeologii [Mythological aspect of Russian expressive phraseology] In N. Bogomolov (Ed.). *Anti-mir russkoi kul'tury. Iazyk, fol'klor, literatura* (pp. 9–107). Nauchno-izdatel'skii tsentr “Ladimir”. (In Russian).
- Zhel'vis, V. I. (1997). Invektiva v paradigme sredstv faticheskogo obshcheniia [Invective in the paradigm of means of phatic communication]. *Zhanny rechi*, 1997(1), 137–144. (In Russian).
- Zorin, A. L. (1996). Legalizatsiia obstsennoi leksiki i ee kul'turnye posledstviia [Legalization of obscene language and its cultural consequences]. In N. Bogomolov (Ed.). *Anti-mir russkoi kul'tury. Iazyk, fol'klor, literatura* (pp. 121–139). Nauchno-izdatel'skii tsentr “Ladimir”. (In Russian).

Информация об авторе

Наталья Георгиевна Брагина

*доктор филологических наук
профессор, кафедра русской
словесности и межкультурной
коммуникации, Государственный
институт русского языка
им. А. С. Пушкина
Россия, 117485, Москва, ул. Академика
Волгина, д. 6
профессор, кафедра русского
языка, историко-филологический
факультет, Российский
государственный гуманитарный
университет
Россия, ГСП-3, 125993, Москва,
Миусская пл., д. 6
✉ natasha_bragina@mail.ru*

Information about the author

Natalia Georgievna Bragina

*Dr. Sci. (Philology)
Professor, Department of Russian
Literature and Intercultural
Communication, Pushkin State Russian
Language Institute
Russia, 117485, Moscow, Academician
Volgin Str., 6
Professor, Department of Russian
Language, Faculty of History and
Philology, Russian State University
for the Humanities
Russia, GSP-3, 125993, Moscow,
Miusskaya Sq., 6
✉ natasha_bragina@mail.ru*