



ГИЛЬДИЯ ЛИНГВИСТОВ-ЭКСПЕРТОВ ПО ДОКУМЕНТАЦИОННЫМ И ИНФОРМАЦИОННЫМ СПОРАМ

Рег.№14127 Главного управления Министерства юстиции РФ по г. Москве от 15.02.2001 г.

129164 МОСКВА а/я 110. Тел.: +7 (903) 769 7179. Факс: +7 (495) 683 1090. E-mail: e-expert@yandex.ru. ИНН 7717118908. Internet: www.rusexpert.ru

ПОДПИСКА

Нам, Бельчикову Юлию Абрамовичу, Галяшиной Елене Игоревне, Мамонтову Александру Степановичу разъяснены права и обязанности эксперта, предусмотренные ст. 55 АПК РФ.

Об уголовной ответственности за дачу заведомо ложного заключения по ст. 307 УК РФ в соответствии с п. 4 ст. 82 АПК РФ предупреждены.

Эксперт: Ю.А. Бельчиков
«22» сентября 2008

Эксперт: Е.И. Галяшина
«22» сентября 2008

Эксперт: А.С. Мамонтов
«22» сентября 2008

ЗАКЛЮЧЕНИЕ КОМИССИИ ЭКСПЕРТОВ № 47-10/08

г. Москва

28 октября 2008 г.

Время производства экспертизы:

Экспертиза начата: «22» сентября 2008 г. в 10 часов 00 минут.

Экспертиза окончена: «28» октября 2008 г. в 17 часов 00 минут.

Место производства экспертизы: помещение РОО «Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС)»: Москва, Зубовский бульвар, д. 4, к. 438.

Сведения о РОО «Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам (ГЛЭДИС)» - свидетельство о регистрации общественного объединения № 14127 от 15 февраля 2001 г., выдано Главным управлением Министерства юстиции Российской Федерации по г. Москве.

Основания производства судебной экспертизы: определение от 03 сентября 2008 г. Арбитражного суда Тульской области в составе судьи Н.А. Рыжиковой по заявлению ООО «Слобода» к Управлению Федеральной антимонопольной службы по Тульской области при участии в заседании от заявителя Петровой Е.В. по дов., от ответчика Шамардиной А.Н. по дов. по делу N А68-5666/08-439/8.

Обстоятельства дела, установленные судом (даются в кратком изложении из определения арбитражного суда о назначении экспертизы): ООО «Слобода» обратилось в арбитражный суд с заявлением о признании незаконным постановления Управления Федеральной антимонопольной службы по Тульской области от 31.07.2008 г. по делу об административном правонарушении № АП/29-2008.

В соответствии с указанным постановлением ООО «Слобода» привлечено к административной ответственности по ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе, в частности, ч. 6 ст.5 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (в рекламе не допускается использование бранных слов). Основанием для привлечения к административной ответственности послужил факт распространения рекламы «Похудение без диет и без запретов» в газете «Слобода» № 27 за 2 июля 2008 г. на странице 14 в рубрике «Здоровье»: в слове «похудение» отсутствует буква «д».

Заявитель ходатайствовал о проведении экспертизы для разъяснения вопроса, возникшего при рассмотрении дела, требующего специальных познаний, представив кандидатуру для проведения экспертизы - РОО «Гильдия лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам». Заинтересованное лицо не возражало против проведения экспертизы.

Рассмотрев данное ходатайство, суд пришел к выводу, что имеется вопрос, требующий специальных познаний. Таким образом, ходатайство подлежит удовлетворению в силу ст.82 АПК РФ.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

По поручению суда экспертиза проведена **комиссией экспертов** в составе:

БЕЛЬЧИКОВ ЮЛИЙ АБРАМОВИЧ – член Правления Гильдии, действительный член Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам, доктор филологических наук, профессор кафедры лексикографии и теории перевода Московского государственного университета им.М.В.Ломоносова (специальность: «10.02.01 – Русский язык»; диплом доктора филологических наук № МФЛ 001270 от 31.10.1975 г., стаж работы по специальности – 47 лет, экспертная специализация – *судебная лингвистическая экспертиза*);

ГАЛЯШИНА ЕЛЕНА ИГОРЕВНА – член Правления Гильдии, действительный член Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам, доктор филологических наук, доктор юридических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой судебных экспертиз Московской государственной юридической академии, академик РАЕН (специальность: «10.02.21 – Прикладная и математическая лингвистика»; диплом доктора филологических наук № ДК 022325 от 18.06.2004 г., стаж работы по специальности – 26 лет, экспертная специализация – *судебная лингвистическая экспертиза*);

МАМОНТОВ АЛЕКСАНДР СТЕПАНОВИЧ – действительный член Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам, доктор филологических наук, профессор кафедры методики, педагогики и психологии Государственного института русского языка им А.С. Пушкина, член-корреспондент РАЕН (специальность: «10.02.01 – Русский язык»; диплом доктора филологических наук № ДК 007310 от 23.03.2001 г., стаж работы по специальности – 32 года, экспертная специализация – *судебная лингвистическая экспертиза*).

На разрешение экспертов поставлен следующий вопрос:

Является ли используемое в рекламном макете слово «похуение» бранным?¹

Экспертам представлены:

1. Копия определения от 03 сентября 2008 г. в 1 экз. на 2 листах;
2. 1 разворот из газеты «Слобода» за 2 июля 2008 г. №27 в 1 экз. на 2 листах.

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ:

Осмотр представленных материалов показал, что исследованию подлежит написание «похуение», содержащееся в рекламном макете раздела «Реклама» - рубрика «Здоровье» (см. фото 1 и 2).

¹ ООО «Слобода» на разрешение экспертов просило поставить вопрос о том, является ли использованное в рекламе слово «похудение» с пропущенной буквой «д» бранным; У ФАС по Тульской области - вопрос: «Является ли используемое в рекламном макете слово «похуение» бранным (нецензурным) при его озвучивании (произношении)?». Согласно ч.2 ст.82 АПК РФ круг и содержание вопросов, по которым должна быть проведена экспертиза, определяются арбитражным судом. По результатам обсуждения вопросов суд полагает необходимым сформулировать перед экспертами следующий вопрос: Является ли используемое в рекламном макете слово «похуение» бранным? Постановка вопроса, таким образом, связана с тем, что в рекламе использовано именно указанное слово и его озвучивание или произношение не обязательно (достаточно только прочтения).

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

КАК СОХРАНИТЬ ЗДОРОВЬЕ

По вашим многочисленным просьбам сегодня мы подробнее расскажем о продукте диетического и лечебно-профилактического питания «Виталгар».
А поможет в этом специалист Центра передовых технологий «Вита Ли-Тула», биохимик Вера Викторовна Федосеева:

— Ешьте Мак Теи озази: «Единственный способ сохранить здоровье — есть то, что не любить, пить то, что не нравится, и делать то, что не хочется делать». И это совершенно верно! Нам давно уже надо установить равновесие между интеллектуальным трудом и физическим «необходимым». Дело в том, что организм человека представляет собой гиттарно-лабораторию, сбалансированную за счет сложнейшей цепочки биохимических превращений, попросту обмена веществ. В нем участвуют около 1000 различных веществ, поступающих в организм в основном с пищей. Какое-то вещество не поступает — и рвется для синтеза цепочка обмена. Далее организму необходимо — и вы понимаете, что неравновесия проблем нет, как нет и химических заболеваний. Сама природа дала нам все необходимое, оно у нас уже позитивно!

❗ **Выходит, что одной из важных причин возникновения проблем со здоровьем является изменение структуры и качества питания?**
— Да, можно утверждать, что не менее 50% случаев сердечно-сосудистых заболеваний у женщин и 30% — у мужчин обусловлены недостатком факторов питания. Нам недостает минеральных веществ, в частности, кальция и железа. Кроме того, человек дышит воздухом, черпая для здоровья, глотая воду, не соответствующую гигиеническим требованиям...

❗ **И, тем не менее, человек неотделим от природы. И поэтому для профилактики, для решения проблем со здоровьем он должен пользоваться тем, что дает природа?..**
— Да, и наиболее биохимическому в экологическом плане морскому водорослю. Они имеют уникальные свойства, которыми не обладает ни одно растение на суше. Прямой и косвенный предшественники — бурная морская водоросль ламинария. Ученые (биологи и химики) создали медицинскую технологию использования генов из гомогенизированных морских водорослей для диетического и лечебно-профилактического питания. Этот продукт эффективен при проблемах сердечно-сосудистой и иммунной систем, желудочно-кишечного тракта и выводится под торговой маркой «Виталгар».

❗ **Многие жители нашего йодо- и дефицитного региона беспокоятся о проблемах, связанных со щитовидной железой. Хотелось бы узнать о причинах возникновения узелков на щитовидке. Ведь уберечь причину — справиться с проблемой!**

— Ученые утверждают, что причинами заболевания щитовидной железы являются стресс, плохое питание и неравномерное питание, в частности, недостаток йода в пище. Щитовидная железа начинает работать в стрессовом режиме, отсюда и увеличение ее в размерах (гипертрофия), и увеличение количества ее клеток (гиперплазия).

❗ **Неужели недостаток йода в организме так серьезно сказывается на нашем здоровье?**
— Еще как серьезно! Недостаток йода приводит не только к возникновению проблемы со щитовидкой. Развивается так называемый синдром «затянутого дыхания». Известно, что жители альпийской долины страдают легкой степенью слабости, с которой удалось справиться после добавления в пищу йода — животного происхождения. Вот почему так ценен для нас Средний полосу «Виталгар» — источник йода растительного происхождения.

❗ **Сейчас в разгар дачного сезона — на остро встают проблемы с суставами, позвоночником, напомним о себе остеопороз, артрит, артроз. «Виталгар» поможет в этих случаях?**



— Проблемы с суставами мы получаем при физической нагрузке (тяжелый физический труд) и при плохой сбалансированности питания. Так, артрит возникает, как правило, на фоне нарушения обмена веществ. В частности, фосфорно-кальциевого обмена, что характерно в пожилом возрасте. Эти нарушения, кстати, могут привести к частым переломам. «Виталгар» дает кальций организму в легкоусвояемой, доступной ему форме. В составе «Виталгара» входят также селен и цинк, которые помогают снять воспалительный процесс, который содержится в геле в биологически активной форме, то есть легко усваивается. Хотелось бы добавить, что имеет умеренную цену.

❗ **Для поддержки и восстановления хрящевой прослойки между суставами необходим цинк, который содержится в геле в биологически активной форме, то есть легко усваивается. Хотелось бы добавить, что имеет умеренную цену.**

— На вернемся к «Виталгару». Гелевая форма его выпуска — гениальная на-

дожда ученых, создавших продукт, так как позволяет организму на 90% усваивать все ценные компоненты при приеме внутрь. «Виталгар» можно использовать и при боли на большой сустав. Через кожу он проникает внутрь, снимает боль, воспаление, отек. Поэтому, применяя «Виталгар», люди получают значительное облегчение при артрозе, артрите, остеохондрозе.

Об уникальном взаимодействии бурой водоросли, а значит, и биогеля «Виталгар» на наш организм можно писать и говорить часами. При приеме «Виталгара» облегчение получают и люди, испытывающие проблемы с желудочно-кишечным трактом, и страдающие гипертонией, и пережившие инсульт и инфаркт. Более подробную консультацию вам дадут квалифицированные специалисты Центра передовых технологий «Вита Ли-Тула».

Есть у вас ситуация еще проблем со здоровьем, и вы решаете надо СЭСД-НТ, не откладывая на потом.

Медицинская технология — регистрация удостоверения № ФС — 2006.006 от 17 февраля 2006 г. выданно Федеральной службой по здравоохранению и социальному развитию.

Свидетельство о государственной регистрации № 77/99/11/4/Е.2184.9/04 от 01.05.2004 г.
Санитарно-эпидемиологическое заключение № 77.95.11.004.Т.00155-03.04.01 от 31.08.2004 г.

ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ:
• индивидуальная непереносимость продукта (гелем на бурых морских водорослях)
• повышенная чувствительность к препаратам йода.

ООО «ЦЕНТР ПЕРЕДОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ «ВИТА ЛИ-ТУЛА»: ТУЛА, ПР. ЛЕНИНА, 64, Тел. 30-76-11. ПЕРЕД ПРИМЕНЕНИЕМ ПРОКОНСУЛЬТИРУЙТЕСЬ СО СПЕЦИАЛИСТОМ.

Как удержать мужа дома?

Важный аспект мужского образа жизни — сексуальная активность

В современном обществе, и особенно в самоназванных странах мужественность и высокая способность и половому акту — почти синонимы. Верно. Но когда на жизни мужчины не хватает секса, он почему-то гонит от себя греховные мысли о бессилии, вместо того чтобы предпринять действенные меры.

Ученые убеждены: одна из основных причин такого состояния мужчины имеет чисто медицинский характер. Это снижение в среднем уровне тестостерона — главного мужского гормона. Низкий мужской уровень тестостерона и стресс в зрелом возрасте приводят к снижению выработки тестостерона. Именно сбоя в выработке тестостерона приводит к снижению либидо, снижению энергии, к снижению выносливости, к снижению выносливости, к снижению выносливости.

Ученые утверждают, что, как и женщины, мужчины нуждаются в тестостероне. Дать ему для этого достаточно эффективный материал. Таких, например, как природный растительный гормон — «Виадро». Значительное количество этого ключевого в жизни мужчины гормона содержится в новом российском препарате «Виадро».

При регулярном приеме капсул «Виадро» повышается реальная возможность повысить естественную выработку тестостерона и организм мужчины, и так же организм его сексуальной партнерши.

А теперь два совета женщинам, и вообще женщинам: Во-первых, не упускайте своих мужей! Как можно скорее возьмите на вооружение это средство, не дожидаясь, пока ваша жизнь превратится в «Виадро» или «Виадро» дома. Ведь если у мужчины с его возрастом все хорошо, он вряд ли начнет обманывать семью и искать приключений на стороне.

Второй совет. Поработайте, ну у женщины в организме тоже синтезируется тестостерон. Если женщина имеет предельно низкий уровень тестостерона, это может вызвать у нее проблемы с либидо. Через 24 недели дамы просто почувствовали — у них резко (на 50%) повысилось половое влечение. Улучшилось и качество секса: женщины стали получать от него больше удовольствия, аргумент стал крепче, чаще наступали возбуждения.

Так что представьте-ка вашему мужу, что вы тоже есть, так чем задуматься.

Чем же обусловлена такая действительность биологически активной добавки?

Решить деликатные мужские проблемы помогают натуральные компоненты «Виадро». По сути, это биологически активный способ повысить выработку тестостерона организмом в том объеме, который мужчине и необходимо.

Кстати, в аптеках уже появился и новый препарат «ВИАРДО ФОРТЕ» — с повышенным содержанием активных компонентов.

8-800-505-20-02
(4872)21-48-72
www.viardo.ru

Похудение без диет и без запретов!

Индивидуальная программа снижения и стабилизации веса.
Консультация психолога весь период похудения **БЕСПЛАТНО**.

10 лет успешной работы!

на эффективность похудения.

www.hanklin.ru
Центральный офис: Воронеж, тел. (4732) 53-20-02, 28-50-77.

ООО «СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР «ГАЗСТРОИДЕТАЛЬ»

БЫСТРОЕ И БЕЗОПАСНОЕ лечение и удаление зубов

ВСЕ ВИДЫ ПРОТЕЗИРОВАНИЯ (включая металлокерамику)

ЦЕНЫ ДОСТУПНЫЕ! РАССРОЧКА КРЕДИТ

Тула, пос. Менделеевский, ул. Ленина, 2. Тел. 33-03-40.

Железнодорожная станция

Эндоскопическая диагностика и лечение

- воспалительные заболевания лор-органов
- кисты гайморовых пазух
- искривление перегородки носа
- острая хроническая тугоухость
- удаление полипов носа шевером под эндоскопическим контролем (бескровно, безболезненно) и др.
- радиоволновое лечение храпа

ПЛАТЫ ПОВЫШАЮТ КОМФОРТНОСТЬ

Тула, ул. Д. Ульянова, 3. Тел.: 20-39-31, доб. 110, 27-95-38

Фото 1.

Общий вид разворота газеты «Слобода» с рекламным модулем, содержащим написание «похудение».



- Эксперт Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ
- Эксперт Е.И.ГАЛЯШИНА
- Эксперт А.С.МАМОНТОВ



Похуение без диет и без запретов!

Индивидуальные программы снижения и стабилизации веса.
Консультации психологов весь период похудения **БЕСПЛАТНЫЕ.**
10 лет успешной работы!
Заключаем договор на эффективность похудения.

www.slavklin.ru (4872) 38-52-02, 38-52-20, 42-58-94.

Центральный офис: Воронеж, тел.: (4732) 53-20-02, 28-50-77.

О возможных противопоказаниях проконсультируйтесь со специалистом
Лиц. сер. ФС-1 №36-01-000116 от 09.07.05 г., выд. фед. сл. по надзору в сфере здравоохран. и соц. разв.

Фото 2.

Рекламный модуль, содержащий написание «похуение».

Экспертное лингвистическое исследование проводилось с использованием разработанных в лингвистике методов лексико-семантического, словообразовательного, морфемного и лингвостилистического анализа текста. Исследование проводилось в соответствии с методиками, рекомендованными к практическому использованию решением Научно-методического совета при Правлении ГЛЭДИС.

В ходе исследования были использованы словари.

1. В.В. Химик, Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. – СПб.: Норинт, 2004
2. В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина, Большой словарь русского жаргона, - СПб.: Норинт, 2000.
3. Д.А. Квеселевич, Толковый словарь ненормативной лексики русского языка, - М.: Астрель Аст, 2003.
4. М.А. Грачев, Толковый словарь русского жаргона, - М.: ЮНВЕС, 2006.
5. В.М. Мокиенко, Т.Г. Никитина, Словарь русской брани, - СПб.: Норинт, 2004.
6. И. Юганов, Ф. Юганова, Словарь русского сленга. - М.: Метатекст, 1997.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ
 Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА
 Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

7. В.С. Елистратов, Толковый словарь русского сленга. – М.: АСИ-ПРЕСС КНИГА, 2005.

8. Ахметова Т.В. Толковый словарь Русский мат. Второе издание, дополненное и расширенное. – М.: Колокол-Пресс, 1997.

9. А. Плущер-Сарно. Большой словарь мата. Том 1. – СПб.: Лимус Пресс, 2001.

При ответах на поставленный вопрос в пределах своей компетенции эксперты руководствовались следующими положениями и дефинициями.

Реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке². В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в список всемирного наследия³. Иными словами реклама – направленное распространение информации о потребительских свойствах товаров или услугах с целью оповещения потребителей, создания спроса на эти товары; популяризация произведений литературы, искусства и др.⁴. Под рекламой также понимается (advertising) способы и методы, используемые для доведения товаров, услуг, взглядов или позиций до общественности, с тем, чтобы вызвать у нее ответную реакцию. Рекламодатели стараются выбрать такое средство рекламы, которое пользуется благосклонностью у той части публики, на которую эта реклама нацелена⁵. Цель рекламы — донесение информации от рекламодателя до целевой аудитории. Задача рекламы — побудить представителей целевой аудитории к действию (выбору товара или услуги, осуществлению покупки и т. п., а также формированию запланированных рекламодателем выводов об объекте рекламирования). Для привлечения внимания потенциального покупателя и

² П. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ.

³ П. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ.

⁴ Новейший энциклопедический словарь. – М., 2004, с. 1059.

⁵ Britannica. Настольная энциклопедия. – М., 2006, с.1609.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

возбуждения у него интереса в рекламе могут быть использованы изобразительно-выразительные средства и стилистические приемы, которые посредством своей необычности или многозначности приводят зрителя в состояние удивления, недоумения, возбуждая любопытство или активизируя чувство юмора⁶. Таким образом, реклама – это любая платная форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг от имени фирмы (с целью вызвать положительную реакцию у целевой аудитории). Целевая аудитория - это люди, которые наиболее заинтересованы в товаре или услуге, которые с наибольшей вероятностью могут быть заинтересованы в предлагаемом товаре или услуге. Соответственно целевая аудитория и бывает только как целевая аудитория для данного товара или услуги. Действующее законодательство⁷ запрещает использование в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов и сравнений.

В рекламе недопустимо употребление *бранных* слов, к которым относятся табуированные слова, конструкции с неприличным оскорбительным прямым или переносным значением или непристойной оскорбительной эмоциональной окраской. Как правило, в словарях такие единицы помечены маркерами «нецензурное», «ненормативное», «табу». Толковые словари русского языка в своем большинстве содержат четкую систему оценочных помет («грубое», «презрительное», «вульгарное», «нецензурное» и т.п.), которые раскрывают негативный общественный статус непристойных слов и выражений, а также имеют и кодифицированный характер⁸.

Бранный – Содержащий брань. Резко порицающий. Браниться - 2. Выразить свое недовольство в грубых, резких словах. Брань - Осуждающие и обидные слова; ругань⁹. *Непристойный* – неприличный, бесстыдный¹⁰, *Оскорбительный* – содержащий оскорбление, оскорбляющий, оскорбить – тяжело обидеть, унизить¹¹.

Брань – по определению русского академического словаря – это «оскорбительные, бранные слова; ругань» (Большой академический словарь русского языка. – М.,

⁶ Реклама: внушение и манипуляция. Медиа-ориентированный подход. Учебное пособие. – Самара: ИД «БАХРАХ-М», 2001, с. 739.

⁷ Ст. 6 ФЗ «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38 ФЗ.

⁸ Мокиенко В.М. К читателю.// Химик В.В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. – СПб.: Норинт, 2004, с. 4.

⁹ Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М., 2003, с. 58.

¹⁰ Там же с. 411.

¹¹ Там же с. 462.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

Спб.: Наука, 2005, с.166). *Обсценный* - неприличный, непристойный. (ср. вульгарный, сальный, скабресный. (Крысин Л.П. Толковый словарь иноязычных слов. – М.: Рус.яз., 1998, с.481). *Обсценная лексика* – грубейшие вульгарные выражения, которыми говорящий спонтанно реагирует на неожиданную и неприятную ситуацию. *Ругательство* - лексическая единица, с помощью которой говорящий может спонтанно выразить свои эмоции по отношению к чему-либо или кому-либо, не передавая никакой информации. *Вульгаризм* – лексическая единица, с помощью которой говорящий проявляет свои эмоции по отношению к чему-либо или кому-либо, нарушая при этом языковые табу. *Спонтанность эмоциональной реакции, разрушающая табу* – основная характеристика бранной лексики и фразеологии. (Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Словарь русской брани, с. 27-28). В этом смысле русский мат – то комбинация обсценности и бранности – *обсценная брань*.

К бранным относят табуированную, нецензурную, обсценную лексику и матерщинную¹² брань: собственно просторечные грубые и бранные экспрессивы, снабженные пометой «грубое», «бранное», низкая маргинальная лексика и вульгарное «физиологическое» сквернословие, включая матизмы (единицы русского мата) и многочисленные их производные и их переосмысления. Это наиболее грубые единицы, жесткое ограничение или полный запрет на публичное и особенно печатное (отсюда и характерный эпитет «непечатное»), употребление которых в речи является традиционным для русской культуры. В словарях такие слова снабжаются пометой «нецензурное».

К основным тематическим группам бранной лексики относятся названия животных; наименования нечистот; обращения к нечистой силе; обвинения в незаконнорожденности; наименования интимных отношений и названия гениталий.

В литературе выделяют следующие основные категории лексических и фразеологических единиц, которые относятся к числу бранной лексики.

Эти единицы таковы:

- Слова и выражения, обозначающие антиобщественную, социально осуждаемую деятельность.
- Слова с резкой негативной оценкой, фактически составляющей их основной смысл, также обозначающие социально осуждаемую деятельность или позицию характеризуемого.

¹² Ахметова Т.В. Русский мат толковый словарь. – М.: Колокол-Пресс, 1997.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

- Названия некоторых профессий, употребляемые в переносном значении.
- Зоосемантические метафоры, отсылающие к названиям животных и подчеркивающие какие-либо отрицательные свойства человека.
- Глаголы с осуждающим значением или резко негативной оценкой.
- Слова, содержащие грубо-экспрессивную негативную оценку поведения человека, свойств его личности и т.п. без отношения к указанию на конкретную деятельность или позицию.
- Эвфемизмы для слов первого разряда, сохраняющие их резко негативный оценочный характер.
- Специальные негативно-оценочные каламбурные образования.
- Нецензурные слова и выражения¹³, сравнения с одиозными историческими и литературными персонажами; лексика и фразеология, которая оскорбляет общественную мораль, нарушает нормы общественных приличий.

Под матерной лексикой принято подразумевать общеупотребительную лексику (точнее, общеизвестную, – большинство людей ею обычно не пользуется, но знает).

Лексико-тематическая группировка русской бранной лексики (по Мокиенко В.М. и Никитиной Т.Г.) такова.

1. Наименования лиц с подчеркнуто отрицательными характеристиками. ряды такой бранной лексики открыты и дополняются ежедневно за счет диффузности значения, обусловленной экспрессивностью подобных слов и выражений.
2. Наименование социально табуированных частей тела - срамные слова.
3. Наименования коитуса.
4. Наименование физиологических функций отправления организма.
5. Наименование результатов физиологических отправления организма.

Ядро русской матерщины составляет ее наиболее частотная общеизвестная триада, включающая слово «хуй» и его многочисленные производные.

В связи с тем, что написание «похуение» в представленном на экспертизу рекламном макете может быть разложено на морфологические элементы, включающие элемент «ху», который омографичен соответствующему эвфемическому деривату от слова «хуй», имеющему неприличное, обценное содержание, необходимо рассмотреть

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

написание «похуение» в морфосемантическом, лексико-семантическом и словообразовательном аспектах. Выяснив следующие лингвистические обстоятельства: является ли написание «похуение» самостоятельной вокабулой окказионально¹⁴ актуализированной в контексте или потенциально возможной лексической единицей современного русского языка, каков механизм его словообразования и каково его лексическое и актуализированное значение в исследуемом контексте.

В написании «похуение» методом дистрибутивного анализа¹⁵ можно выделить следующие морфемы: префикс «по-», корень «-ху-», постфикс «-ение». Элемент «-ху-» как самостоятельная корневая морфема в русском языке отсутствует, собственной семантикой не обладает. В речевой практике корневой элемент «-ху-» используется в качестве сокращения слова «хуй» (например, «худоебина», «А ху не хо», «а ху-ху не хо-хо»)¹⁶. Поэтому дальнейшее исследование написания «похуение» осуществлялось посредством его сравнения с возможными потенциальными и зафиксированными в соответствующих словарях, а также речевой практике дериватами (производными словами) от слова «хуй». Следует отметить, что слово «хуй» — наиболее продуктивный словообразующий корень из всего русского мата; входит в ряд устойчивых словосочетаний, которые используются многочисленными слоями населения в повседневной коммуникации при неформальном общении (иногда может нести коннотацию доверительной беседы).

Как словообразующий корень слово «хуй» используется в ряде глаголов, образованных приставочным способом от глаголов «хуячить»/«хуякать»/«хуяшить», «хуярить», «хуйнуть», которые имеют высокую степень десемантизации либо абстракции и часто являются заменителями глаголов с более специфическим смыслом в разговорной речи, не требующей точности (подробнее см.. Плущер-Сарно А. Большой словарь мата / Т. 1: Опыт построения справочно-библиографической базы данных лексических и фразеологических значений слова «хуй». СПб.: Лимбус Пресс, 2001).

¹³ Цена слова. Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации. –3-е изд., испр. и доп. - М.: Галерея, 2002, с. 182, 333-349.

¹⁴ Окказиональный (от лат. – occasionalis – случайный). Не соответствующий общепринятому употреблению, носящий индивидуальный характер, обусловленный специфическим контекстом. // Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. – М.: Просвещение, 1976, с. 240.

¹⁵ Кубрякова Е.С. Основы морфологического анализа. – М., 1974; Современный русский язык. Морфология. – М.: МГУ, 1952.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

При этом бесприставочного глагола («хуеть») или приставочного с префиксом «по-» («похуеть») ни в словарях, ни в речевой практике не было отмечено в отличие от деривационных глаголов с префиксом «о-». Производные слова с префиксом «о-» имеют значение «высокая степень действия, или его результата», например в словах - «охуеть» - сдуреть, ошалеть, сильно поразиться, потерять разум, утомиться и «охуевать» - обалдевать //Ахметова Т.С. Толковый словарь русский мат. – М, 1997, с. 295-296.

Таким образом, уже первое ознакомление с представленным рекламным текстом показывает, что написание слова «похудение» без буквы «д» как «похуение» в первом, заглавном предложении рассматриваемого рекламного текста представляет собой опечатку, описку, то есть в данном случае произвольное ошибочное написание (см. «Опечатка... Ошибка в печатном тексте (допущенная при наборе, печатании на машинке). ...Описка... Ошибка в письменном тексте, сделанная по рассеянности, невнимательности» (Большой толковый словарь русского языка. – СПб, 2006, с.716), так как в следующем же и в четвертом предложении содержательной вербальной (словесной) части данного рекламного текста слово «похудение» воспроизводится дважды безошибочно, в своей нормативной словарной форме («Консультации психологов весь период похудения Бесплатные» и «Закключаем договор на эффективность похудения»).

Кроме того, восприятие в рекламном макете слова «похуение» как ошибочного написания слова «похудение» поддерживается однозначностью рекламируемого товара – услуги и контекстом самой рекламы, где говорится об индивидуальных программах снижения и стабилизации веса. Следовательно, написание «похуение» может рассматриваться только как ошибка, описка, поскольку в русском языке лексическая единица «похуение» отсутствует (то есть такого слова в русском языке нет). В данном случае написание «похуение» не может рассматриваться ни как окказионализм, ни как даже потенциальное слово, которого хотя и нет в русском языке, но которое теоретически можно было бы создать по действующим, продуктивным моделям образования слов (Бельчиков Ю.А. Окказионализмы // Культура русской речи. Энциклопедический словарь – справочник. – М., 2003, с. 385).

¹⁶ Ахметова Т.С. Толковый словарь русский мат. – М, 1997, С. 512

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

Написание «похуение» не имеет актуализированного в предложении «похуение без диет и без запретов» иного значения или ассоциативных коннотаций, чем те, которое ассоциируется со значением слова «похудение».

Заключение относительно допущенной в рассматриваемом рекламном тексте опечатки в начальном предложении текста: ошибочное написание «похуение» вместо правильного «похудение» основывается также на лингвистическом анализе производных от obscene (непристойного, матерного) слова- существительного «хуй» приставочных глаголов (то есть глаголов, образованных с помощью приставок и соответствующих словообразовательных формантов, следующих после основы глагола (см. Мокиенко В.М., Никитина Т.Г. Словарь русской брани. Матизмы, obsceneизмы, эвфемизмы.- СПб., 2003) и соответствующих отглагольных существительных (поскольку отглагольное существительное «похудение» образовано от глагола «похудеть»).

Анализ словарей сленга, арго и прочей маргинальной лексики показал, что в них отсутствует как существительное «похуение», так и глагол «похуеть» (см., например. Д.А. Квеселевич, Толковый словарь ненормативной лексики русского языка, - М.: Астрель Аст, 2003.- содержит глагольные дериваты от слова «хуй» - «похуярить», «похуячить», «хуйнуть», «охуение», «охуеть»; словарь Ахметова Т.В. Толковый словарь Русский мат. – М.:»Колокол-Пресс», 1997. Второе издание, дополненное и расширенное включает слова «похуякать», «похуярить», «похуяшить», «похуячить», «хуякнуть», «хуякать»).

Важно подчеркнуть, что и в Большом словаре мата (А. Плущер-Сарно. Большой словарь мата. Том 1. – СПб., Лимус Пресс, 2001, с.22) при всем многообразии возможных словообразований от слова «хуй» говорится о глаголах «хуярить» и «хуячить», которые в русском языке имеют такое же универсальное прономинальное значение как глагол «делать». Однако, и здесь глагольной формы «хуеть» с приставкой «по» не зафиксировано.

Согласно «Словарю морфем русского языка» А.И. Кузнецовой (М, 1986, с. 527) в современном русском языке (в данном случае имеется в виду русский язык XX - начала XXI века) продуктивна словообразовательная модель образования отглагольных существительных с приставкой «по-» и суффиксом – «ение»: «ПО + корень глагола, образованный от прилагательного (например: «худой» – «похудение», «лысый» - «полысение» и т.д.). Как видно, отглагольные существительные, образованные от глаголов с

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

основой существительного в современном русском языке с приставкой «по-» и суффиксом «-ение», не образуются. Таким образом, написание «похуение» не является лексической единицей русского языка, а значит, и не имеет какой бы то ни было семантики (значения). Данное написание не может рассматриваться и в качестве потенциального слова, потому что потенциальное слово как элемент языковой игры образуется по аналогии с известной словообразовательной моделью с возможностью осмысления и/или придания экспрессивно-оценочной окраски. Ни первого, ни второго в написании «похуение» не усматривается.

В пользу асемантичности (то есть отсутствия значения, семантики и эмоционально-экспрессивной окраски) у написания «похуение» свидетельствуют также два существенных обстоятельства.

Первое обстоятельство: глаголы, образованные от существительного «хуй», как позволяют судить данные упомянутого «Словаря русской брани», обозначают интенсивные и агрессивные действия или такое же воздействие на кого-чего-либо. Для них характерна резко-негативная экспрессивная окраска и/или оценка. Эти семантико-экспрессивные особенности распространяются и на соответствующие отглагольные существительные с суффиксом «-ение».

Второе обстоятельство: глаголы и соответствующие отглагольные существительные с приставкой «по-», согласно академической «Грамматике русского языка» под ред. акад. В.В. Виноградова, т. 1, - М., 1958, параграф 917 такой семантики (значений) не имеют. Важно отметить, что среди приставочных глаголов с основой существительного «хуй» нет соответствующего приставочного деривата «похуеть». В силу этого образование отглагольного существительного «похуение» не может быть мотивировано.

Таким образом, написание «похуение» не является лексической единицей, словом русского языка, то есть бранным словом, образованным от слова «хуй». Это объясняется тем, что слово «похуение» не может быть составлено из-за отсутствия соответствующей словообразовательной модели.

Так, слово «похудение» как дериват глагола «худеть» может быть образовано от прилагательного «худой», а слово «похуение» составить нельзя из-за отсутствия в русском языке лексико-семантического (лексического) образца и соответствующей словообразовательной модели.

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ

ВЫВОД

Используемое в рекламном макете написание «похуение» следует рассматривать как опечатку, ошибку написания слова «похудение» с пропуском буквы «д».

В контексте предложения «Похуение без диет и без запретов» какого-либо смысла, кроме ассоциируемого со значением слова «похудение», данное написание не имеет.

В словарях русской брани, Большом словаре мата слово «похуение» в качестве деривата от какого-либо бранного, неприличного слова (например, «хуй») не зафиксировано.

Не являясь лексической единицей языка и не имея возможности словообразования без соответствующей модели от существительного «хуй», а также при отсутствии надлежащего лексико-семантического прототипа, **написание «похуение» в контексте рекламного макета «Похуение без диет и без запретов», не может рассматриваться в качестве obscenизма, то есть бранным не является.**

Член Правления ГЛЭДИС,
доктор филологических наук, профессор
кафедры лексикографии и теории перевода
Московского государственного
университета им.М.В.Ломоносова

Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Действительный член ГЛЭДИС,
доктор юридических наук,
доктор филологических наук,
профессор кафедры судебных экспертиз
Московской государственной
юридической академии, академик РАЕН

Е.И. ГАЛЯШИНА

Действительный член ГЛЭДИС,
доктор филологических наук, профессор
кафедры методики, педагогики
и психологии Государственного института
русского языка им А.С. Пушкина,
член-корреспондент РАЕН

А.С. МАМОНТОВ

Подпись экспертов ЗАВЕРЯЮ:

М.В.ГОРБАНЕВСКИЙ,
Председатель правления Гильдии,
доктор филологических наук, профессор, академик РАЕН

Эксперт _____ Ю.А.БЕЛЬЧИКОВ

Эксперт _____ Е.И.ГАЛЯШИНА

Эксперт _____ А.С.МАМОНТОВ