

УДК 811.161.1'37

С. Е. Гукова,

филологический факультет,

Омский государственный педагогический университет

Научный руководитель: канд. филол. наук, доц. Е. Ю. Виданов

Эрративы в современном русскоязычном интернет-пространстве

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению эрративов — речевых инноваций, полученных за счет намеренного искажения их фонетической, орфографической, грамматической формы. Показаны особенности функционирования эрративов в русскоязычном интернет-пространстве, описано изменение их функционирования, сделаны выводы о том, что эрративы становятся распространенным способом выражения иронии и сарказма, средством привлечения внимания и выражения социальной оценочности.

Ключевые слова: эрратив, языковая оценка, социальная оценка, прагматика.

Термин *эрратив*, восходящий к латинскому *errare* «ошибаться», был введен в современный лингвистический дискурс Г. Ч. Гусейновым, который в 2005 г. в своей работе «Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику» эрративами назвал «слова, которые подверг осознанному искажению носитель языка, владеющий литературной нормой» [3]. Очевидно, что значимым признаком такой группы языковых единиц (речевых инноваций) является намеренная установка говорящего на отступление от общепринятого фонетического/графического/грамматического облика. Иными словами, справедливо полагать, для того чтобы сказать (написать) неправильно, нужно знать, как это делается правильно, следовательно, эрративы как феномен современной коммуникации имеют противоречивую природу, связанную с передачей индивидуально-авторского отношения к различным явлениям и предметам окружающей действительности. Данная мысль согласуется с мнением Е. Ю. Виданова о том, что «языковую реальность сегодняшних дней можно назвать деривационной, поскольку человек говорящий творит свой неповторимый мир, создавая целые классы неолексем, порожденных его языковым сознанием» [1, с. 217].

Наблюдения над эрративами показывают, что специфика их функционирования претерпела определенные изменения. Так, со времен эрративов «Превед, медвед!» или «Аффтаржжот», ставших классикой «языковых неправильностей», в речевое пространство наших современников вошли единицы типа «я плакаль», «потриот», «великая идея» и т. д.

Во-первых, исследователи отмечают традиционную ориентацию эрративов на разграничение своих и чужих, а именно тех, кто владеет языковой нормой и может развивать эти навыки благодаря эрративам, и «офисных планктонов», которые «приветствуют в данном речевом потоке его голый контр-культурный пафос» [3]. Иными словами, к использованию эрративов в речи прибегают люди с высоким уровнем лингвистической компетенции, которые, намеренно отходя от языкового стандарта, выражают свое отношение к тому, о чём идет речь, принимают гибкость языка во всех его проявлениях, тогда как их собеседниками выступают люди, не признающие подобных изменений и не способные считать то, какая целеустановка преследуется автором эрратива. Так, например, на форуме «Русский язык для нас» на реплику одного из пользователей «Когда получаю какие-либо деловые документы с использованием ё, автоматически делаю вывод о дилетантстве автора» поступил краткий ответ: «Аффтаржжот!» Если рассматривать весь контекст развернувшейся дискуссии, то можно выявить, что последнее высказывание эрративного характера носит саркастический характер и выражает несогласие с мнением оппонента и относит его к числу так называемых лингвофриков, или наивных лингвистов, «демонстрирующих высокий уровень риторичности» [4, с. 80]. Кроме того, можно отметить, что в подобном дискурсе говорящие, использующие эрративы, действительно могут распознать друг друга среди достаточно большого количества интернет-пользователей и получить одобрение единомышленников. Так, например, на указанном

форуме одной из речевых реакций на реплику «Аффтаржжот!» была «(падо́нцаеадабрэ́ние)».

Во-вторых, активное развитие коммуникации в интернет-пространстве привело к развитию у эрративов такой особенности, как выражение ими социальной оценки и демонстрация интерпретационной деятельности автора, что является отражением «онтологического противопоставления говорящего и слушающего, воплощенное в коммуникативном акте» [2, с. 39]. Так, в современной интернет-коммуникации активно функционируют лексемы *потриот*, *поцреот*, *поцреоты*, *поцреотизм* и т. д., выражающие, помимо отрицательной эмоциональной оценки, оценку социальную: очевидно, что для говорящего предметы (люди) и явления, связанные с ними, представляют нечто осуждаемое и чуждое его индивидуальной аксиологической шкале, ср.: *поцреотня* — презр., собир. *поцреоты*; люди, излишне афиширующие любовь к своей стране или власти [Национальный корпус русского языка]. А. И. Карасева в своем исследовании отмечает, что эрративы по эмоциональной окраске подразделяются на положительные, отрицательные и нейтральные, однако статистика, приведенная в ее работе, показывает, что преобладают именно отрицательно окрашенные слова [5, с. 132]. Думается, что в подобных случаях у говорящего остается единственная возможность выразить негативную оценку посредством деформации внешней формы языковой единицы, поскольку семантическое наполнение лексем, входящих в понятийное поле *патриотизм*, не допускает смысловых преобразований, направленных на выражение ими противоположных значений.

В-третьих, эрративы в настоящее время активно используют в рекламной коммуникации, при этом важно понимать, что такое их функционирование вступает в противоречие с требованиями федерального законодательства, предписывающе-

го использовать в рекламе русский литературный язык. Безусловно, яркая черта эрративов — нестандартность их формы, порожденная намеренным отступлением от стандарта. С другой стороны, реклама всегда направлена на привлечение внимания аудитории, следовательно, целевая установка рекламного текста совпадает с возможностями эрратива как нестандартного языкового знака. Интересным с точки зрения механизмов языковой трансформации является эрративный текст, посвященный рекламе автосервиса: «*Шинаманташъ. Аتكрыта. Работаим сутра до вечера*». С одной стороны, этот текст нарочито орфографически безграмотен (для полноты картины стоило бы слово «*шинаманташъ*» написать через *ы*, чтобы у воспринимающей аудитории возникло стойкое ощущение, что авторы вывески не знают самого первого правила русского языка — «*жи-ши пиши через и*»). Безусловно, в приведенном тексте усматривается определенная доля самоиронии, которая, по задумке говорящего, должна восприниматься как проявление следующей интенции: «*мы не знаем правил русского языка, но предлагаем такие услуги, для которых знать эти правила необязательно*». С другой стороны, остается не до конца проясненным вопрос о качестве предлагаемых услуг: настолько ли они высоки, насколько низок уровень лингвистической компетенции хозяина автосервиса?

Таким образом, эрративы стали частью коммуникативного пространства нашего современника. За два последних десятилетия они развили новые функциональные векторы, став распространенным способом выражения иронии и сарказма, средством привлечения внимания и выражения социальной оценочности. Эрративы в интернет-пространстве перестали быть закрепленными за какой-либо социальной группой (например, молодежью) и активно используются различными группами.

1. Виданов Е. Ю. Аналитизм и языковая игра: к постановке проблемы // Урал. филол. вестн. Сер. : Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. — 2012. — № 2. — С. 214–217.

2. Виданов Е. Ю., Муль И. Л. Когда ошибка больше, чем ошибка: от банального к творческому // Урал. филол. вестн. Сер. : Язык. Система. Личность: Лингвистика креатива. — 2019. — № 2. — С. 32–48.

3. Гусейнов Г. Ч. Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику // Архивы форума «Говорим по-русски»: [сайт]. — URL: http://speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm#_6 (дата обращения: 05.11.2024).

4. Демченков С. А., Федяева Н. Д., Шутяк М. А. Квазирусистика: идеи и коммуникативные каналы любительской лингвистики // Вестн. Ом. гос. пед. ун-та. Гуманитарные исследования. — 2022. — № 4 (37). — С. 79–82.

5. Карасева А. И. Роль и функции эрратива в Интернет-сленге // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2008. — № 2. — С. 129–141.