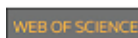


Алексеев А. В. Процесс сокращения хештегов в современной виртуальной коммуникации / А. В. Алексеев // Научный диалог. — 2019. — № 10. — С. 9—28. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-9-28.

Alekseev, A. V. (2019). Process of Contracting Hashtags in Modern Virtual Communication. *Nauchnyi dialog*, 10: 9-28. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-9-28. (In Russ.).



УДК 811.111'27+316.776:004.738.5

DOI: 10.24224/2227-1295-2019-10-9-28

ПРОЦЕСС СОКРАЩЕНИЯ ХЕШТЕГОВ В СОВРЕМЕННОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

© Алексеев Александр Владимирович (2019), orcid.org/0000-0002-8193-8740, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка № 6, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (Москва, Россия), alexander1990alekseev@gmail.com.

Статья посвящена исследованию языковой компрессии, представленной в одной лексической единице на двух разных уровнях: графическом и семантическом. Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания основных социальных и политических процессов, представленных в текстах современной виртуальной коммуникации, с целью выявления наиболее важных событий на современном этапе развития общества посредством лингвистического анализа. Новизна исследования видится в том, что анализ хештегов в английском языке впервые проводится с позиции процесса сокращения, представлены примеры таких языковых фактов. Особое внимание уделяется процессам дешифрования хештегов в английском языке и экспликации приведённой лексической единицы в языке перевода. Подчеркивается, что принцип экономии речевых усилий наиболее распространён в текстах современной виртуальной коммуникации. Рассматривается вопрос транслингвального аспекта функционирования англоязычных хештегов, подверженных процессу сокращения в речи. С помощью статистического анализа доказаны две основные идеи относительно лингвистической природы данных языковых единиц: процесс сокращения является формообразующим при их создании; употребление сокращенных хештегов в текстах политической тематики представляется распространённым и закономерным явлением в виртуальном дискурсе.

Ключевые слова: языковая компрессия; хештеги; аббревиация; виртуальный дискурс; социолингвистика; политические сокращения.

1. Введение

На современном этапе развития социум находится под влиянием процесса глобализации, вследствие этого экономические, культурные, поли-

тические и научные миры стран становятся шире. Появляется всё большее количество новых лексем, среди которых большой объём занимают лексические единицы, подверженные процессу языковой компрессии как на графическом, так и на семантическом уровне.

Важную часть современного виртуального пространства сети Интернет занимают англоязычные сайты. Немногим более 50 % веб-страниц и веб-сайтов по-прежнему применяют английский язык в качестве приоритетного, однако эта доля стремится к градуальному сокращению вследствие более стремительного роста отдельных сегментов информации сети Интернет, представленных на других языках. По итогам исследования, которое было проведено «W3Techs» (World Wide Web Technology Surveys), доля английского языка с 01.04.2011 по 01.11.2017 на всех мировых сайтах сети Интернет сократилась почти на шесть процентов с 57,6 % до 51,2 % [W3techs ...].

Процесс сокращения в английском языке выступает в качестве приоритетного в словообразовании. Данный феномен обуславливается принципом экономии речевых усилий [Мартине, 1963, с. 532]. Кроме того, отчетливое влияние синтетических или аналитических характеристик языка на процессы аббревиации можно обнаружить при наблюдении за развитием семантической деривации, которая наименее распространена в синтетических языках и наиболее широко выражена в аналитических (в частности, в английском) [Ярмашевич, 2004, с. 29]. Кроме того, по словам лингвиста Е. А. Дюжиковой, в наше время сокращение как словообразовательный процесс стремится по частотности применения к основным способам образования новых лексических единиц в английском языке и занимает свое место наряду с конверсией, аффиксацией и словосложением. В наибольшей степени это является результатом компьютеризации жизни и интенсивного использования коммуникантами Интернет-ресурсов [Дюжикова и др., 2017, с. 51]. Процесс языковой компрессии на семантическом уровне реализуется весьма интенсивно именно в виртуальной коммуникации посредством хештегов, которые отражают основные политические, экономические, социальные и другие явления. Вследствие этого представляется актуальным исследовать данные лингвистические трансформации для понимания изменений в социуме.

2. Языковая компрессия на графическом уровне в процессе современной виртуальной коммуникации

В настоящее время новые сокращённые лексемы трактуются не только как определённый языковой код, который используют коммуниканты,

но и как важный аспект современного дистантного коммуникативного взаимодействия [Tat et al., 2015, p. 448]. Космополитизация ведёт к унификации понятий, функционирующих в языках различных народов, поэтому процесс сокращения представляет большой интерес для лингвистических исследований как отечественных, так и зарубежных учёных [Арнольд, 1959; Манерова, 2010; Bellman, 1977; Domínguez-Rodríguez, 2016; Šaucius, 2014 и др.]. А появление всё большего числа сокращений в различных сферах жизни объясняет их изучение в политическом дискурсе [Ракитина, 2010], в экономической сфере [Мастерских, 2009; Полетаева, 2016], средствах массовой информации [Добросклонская, 2005], в повседневной речи [Salomova, 2014] и преимущественно в современной виртуальной коммуникации [Иванова, 2015; Höflich, 2001].

В сокращённых лексических единицах информация воссоздаётся лапидарно, вследствие этого «ёмкость» отдельного знака становится шире, чем в оригинальных текстах литературного языка [Алексеев и др., 2017, с. 107]. Значительная часть сокращённых лексем при этом воссоздаётся в текстах СМИ, процессе виртуальной коммуникации, текстовых сообщениях, и возникает необходимость детекции тенденций, которые делают сокращение как зашифрованным, так и устойчивым. Основа функционирования текстов в процессе виртуального дискурса и текстинг (отправка сообщений через мобильные сети) становятся объектом изучения как самостоятельная, отличная от других сфера коммуникации. Именно она является приоритетной для исследования в кругу современных лингвистов, уделяющих внимание процессу речи вследствие расширяющейся по всему миру сети Интернет, а также изучению социальных сетей и блогов, которые являются её неотъемлемой частью.

Процесс создания сокращённых лексических единиц является закономерной тенденцией, которая характерна для английского языка на протяжении веков. Однако именно в начале XXI века под влиянием экстралингвистических факторов формирование и употребление сокращённых лексем трансформировались в один из наиболее интенсивных языковых процессов. Данные сокращения выступают в качестве лексических единиц, отражающих актуальные тенденции формирования современного социума [Ищенко и др., 2011, с. 135].

По утверждению лингвиста И. В. Горбуновой, «в настоящее время наиболее продуктивными в английском языке являются такие словообразовательные механизмы, как словосложение, словопроизводство и компрессия» [Горбунова, 2010, с. 15]. Мы в данной статье остановимся на последнем из них. Согласно В. С. Крыловой и Е. А. Буднику, компрессия мо-

жет быть представлена словослиянием (*webinar*), усечением (*e-company*) или аббревиацией (*DVD, USB*) [Крылова и др., 2014, с. 144].

Одной из основных особенностей текстов виртуальной коммуникации является ограниченное число знаков, что определяет морфологическую, лексическую и синтаксическую специфику данного дискурса. В английском языке феномен «сокращённого языка», употребляемого в текстах SMS-сообщений и Интернет-дискурсе, называют *txtslang (text slang) / txtspk (textspeaking) txtin (texting)*. Так, вместо фразы *Be Back In A Bit (скоро вернусь)* появляется аббревиатура *BBIAB*. Тексты виртуальной коммуникации интересны тем, что являются письменными по реализации и устными по концепции.

Среди сокращённых лексических единиц, помимо аббревиатур, можно выделить еще одну важную группу — усечения. Такому типу сокращения следует уделить особое внимание. Во-первых, усечение используется довольно часто в процессе современной виртуальной коммуникации. Во-вторых, схожесть по структуре с обычными лексемами более выражена, поэтому этимология возникновения единицы может быть не распознана. Аббревиолог И. Ю. Рахманова в своих работах раскрывает тематику обширного пласта данных сокращённых лексических единиц. Согласно исследованиям ученого, за последние двадцать-тридцать лет в английском языке возникли сотни новых усечений, большая часть из которых представляет собой разговорные или жаргонные лексические единицы, сленг, аргю. Данные лексемы употребляются в вербальной коммуникации различных профессиональных и социальных групп. В соответствии с данным фактом не все лексические единицы получили широкое распространение, в частности, лексема *congratulations* трансформируется в *congrats col (поздравления)*, *to crocodile* переходит в сочетание слов *to croc col (гулять парами колонной)* и т. п. Анализ усечений, возникших на рубеже двух последних веков, доказывает тенденцию высокой практичности финальных усечений, нередко осложнённых аффиксацией. Сокращённые лексемы, тождественные по морфологической структуре обычным лексическим единицам, быстрее входят в вокабуляр носителя языка: *debutante* (с англ. *дебютант*) переходит в *debbie*; *intimate* (с англ. *близкий*) трансформируется в *inty* [Рахманова и др., 2015, с. 53—58]. Словослияние также зачастую зиждется именно на совмещении двух усечённых лексических единиц. Так, лексема *smog* была образована словослиянием *smoke + fog*. Однако большинство лингвистов (например, И. В. Горбунова и Ю. В. Горшунов) разделяют эти виды сокращения.

Приоритетные задачи аббревиации в процессе виртуальной коммуникации сводятся к устранению избыточности текстовой информации и эко-

номии речевых усилий. В сокращённых лексемах информация передаётся меньшим числом символов, вследствие чего «ёмкость» отдельного символа становится шире, чем в первоначальных единицах литературного языка. Таким образом, процесс сокращения представляет качественную оптимизацию речевой коммуникации. Тенденция к интенсификации информативной ценности речевого сообщения предстаёт в роли главного признака развития языка как социального феномена.

Итак, акторы виртуальной сферы вербальной коммуникации применяют большее количество сокращённых лексем. Во-первых, как уже было упомянуто, данный феномен обусловлен экономией речевых усилий. Во-вторых, тексты виртуальной коммуникации производят экономию знаков для передачи одного сообщения как полноценного текста. В-третьих, стремление к нетривиальности формы является основанием для распространения сокращённых лексем в виртуальном дискурсе. Наконец, сокращённые лексические единицы осуществляют экспрессивную функцию, которая нацелена на оказание эмотивного эффекта на адресата.

3. Языковая компрессия на семантическом уровне на примере процесса формирования хештегов

На современном этапе развития социума также складывается уникальный тип информационного сообщества, обозначаемый учёными как виртуальное информационное пространство: последние полученные технологии и знания трансформировали картину мира человека, что стало причиной становления информационного или технологического типа познания. Актуальные технологии и знания значительно преумножают представления человека о мире, активизируют как коммуникативные, так и вербальные возможности людей, содействуют организации определённых универсальных полисемиотических структур, которые, в свою очередь, становятся отображением основных социальных процессов в мире [Лебедева и др., 2019, с. 103—111].

На этапе возникновения гипертекстовых технологий было актуально исследовать только вопрос о сущности гипертекста как системы, объединённой ссылками и составляющей нелинейный текст. На современном этапе развития Интернет является приоритетным фактором, определяющим формирование новой коммуникационной среды, где акторы коммуникации задумываются не только над тем, какие лексические единицы употреблять в процессе речи, но и над тем, как выстроить сам процесс интеракции. Так язык трансформируется в один из наиболее эффективных механизмов творческой самопрезентации и создания сетевой онлайн-индивидуально-

сти. Как речь, так и язык в процессе виртуального дискурса становятся неразрывно связанными элементами в плане реализации «письменной разговорной речи».

Приоритетным инструментом коммуникации в социальных сетях в настоящее время становится хештег (иногда используется вариант написания *хэштег*), то есть синтаксический конструкт, который включается в публикации с инициальным идентифицирующим символом «решетка» (#).

Приоритетной задачей хештегов становится приглашение к обсуждению (в Twitter), хештег — это метод маркировки текстов и их организации в информационные кластеры по сходной тематике (*YouTube, Instagram, влоги и блогеры*), способ акцентирования внимания на основных трендах (*Facebook, VK, Pinterest*) и т. п. Так, хештег (*hashtag*) представляет собой достаточно тривиальный способ категоризации информации, её поиск и процесс обсуждения по какой-либо представленной тематике [Ильина, 2016, с. 41—44]. Ввиду распространённости данных социальных сетей по всему миру, многие хештеги, представленные на английском языке, становятся интернациональными, что отображает транслингвальный аспект лингвоэкологии. В данной связи интегративное изучение антропологически обусловленного лингвистического явления позволяет раскрыть структурную взаимосвязь человека и языка [Селезнёва, 2019, с. 108]. Таким образом, процесс хештегирования представляется как дискурсивный. Данный феномен являет собой систему коррелирующих речевых действий акторов, как произвольных, так и регулируемых, результатом которых становится достижение коммуникативной цели [Патрушева, 2018, с. 471—475].

Хештег (с английского языка *hash* — знак «решётка» и *tag* — метка) является графическим знаком, лексической единицей, фразой, предложением, которые написаны без пробелов и располагаются за символом решетки (#). Как правило, хештеги становятся частью текста сообщения, но могут являться и самостоятельными сообщениями. Согласно дефиниции зарубежных учёных, хештег выступает в роли коммуникационной метки (*metacommunicative*) для передачи основной темы текста [Daer et al., 2014, p. 12].

4. Процесс хештегирования как идентификатор социальных трансформаций

В связи с широким распространением хештегирования в сфере виртуальной коммуникации следует учесть, что данный приём семантической

компрессии отображает многие события социальной, культурной и политической жизни в последнее время. В рамках подтверждения данной идеи мы рассмотрим основные хештеги сети Интернет в период их употребления с 2015 по 2016 годы.

Так, анализ данных медиаплатформы Tjournal позволят утверждать, что большинство хештегов, используемых в Интернете, относятся к политической тематике. В число наиболее авторитетных трендов попали движения, которые были организованы в поддержку пострадавших от терактов, произошедших в Париже в январе и ноябре 2015 года, и продвигались на указанной платформе под хештегами #PrayForParis и #JeSuisCharlie.

В Соединённых Штатах широкое распространение получил хештег #BlackLivesMatter, которым были отмечены нашумевшие кампании против злоупотребления властью светлокожими полицейскими в отношении афроамериканцев, а также хештег #LoveWins, которым была промаркирована легализация однополых браков в Соединённых Штатах. В список основных хештегов года вошел #RefugeesWelcome, который был посвящён сирийским беженцам, и #PlutoFlyby, ознаменовавший успех миссии NASA по запуску космического корабля к Плутону [Tjournal ...].

В 2016 году в категорию «The Top 10 Global Conversations of 2016», согласно данным Twitter, попали следующие хештеги: #GameOfThrones, #RIP, #Trump, #BlackLivesMatter, #Brexit, #Oscars, #Euro2016, #PokemonGo, #Election2016, #Rio2016 (хештеги расположены в порядке от наименее используемого #GameOfThrones к наиболее #Rio2016 [Twitter ...]). Согласно результатам исследования А. П. Атягиной, языковая компрессия в социальной сети Twitter выражается на графическом, словообразовательном, синтаксическом и семантическом уровнях, при этом можно отметить не только свойства, которые приближены к аналогичным явлениям в разговорной речи, но и специфические черты, свойственные виртуальному дискурсу [Атягина, 2014, с. 5].

Как видно из представленной информации по 2016 году, языковая компрессия реализуется не только на семантическом уровне, но и на графическом — сокращённые лексические единицы: #RIP (*Rest in Peace*), #Brexit (*BRITish exit* — аббревиация + словосложение), #Euro2016 (*Europe*), #Rio2016 (*Rio de Janeiro*). Кроме того, практически половина всех аббревиатур: #Trump, #BlackLivesMatter, #Brexit, #Election2016 — относится к политической тематике. Данный факт говорит о том, что хештеги являются отображением современной реальности, в информационном пространстве которой политика занимает важное место.

5. Сокращенные лексические единицы как неотъемлемый элемент формирования хештегов

Ещё одной популярной социальной сетью, где хештеги зачастую являются основным текстовым контентом, является Instagram. Согласно аналитической и поисковой платформе Webstagram, ориентирующейся на контент сети Instagram, были определены самые популярные хештеги 2016 года: #love, #instagood, #photooftheday, #tbt, #beautiful, #cute, #me, #happy, #followme, #fashion, #selfie, #picoftheday, #like4likes, #summer, #friends, #instadaily, #girl, #fun, #tagforlikes, #smile, #repost, #igers, #instalike, #food, #art, #family, #likeforlike, #nature, #instamood, #style, #nofilter, #follow4follow, #amazing, #life, #fitness, #bestoftheday, #vscocam, #sun, #beauty, #beach, #followforfollow, #swag, #music, #sky, #travel, #f4f, #pretty, #fl, #dog, #vSCO, #sunset, #photo, #hair, #tflers, #foodporn, #party, #lol, #cool, #girls, #cat, #makeup, #ootd, #baby, #night, #instagram, #funny, #instapic, #iphoneonly, #hot, #instacool, #healthy, #yummy.

Касательно языковой компрессии следует обратиться к названию социальной сети Instagram, которое было образовано посредством блендинга **Instant Telegram**, что детерминировано языковой компрессией на лексическом уровне. Соответственно все лексемы, в составе которых присутствует основа *insta*, также подвержены компрессии: #instagood, #instadaily, #instalike, #instamood, #instapic, #instagram, #instacool.

Кроме того, в вышепредставленной подборке велико количество как сокращений, так и аббревиатур: #tbt, #picoftheday, #igers, #vscocam, #f4f, #fl, #vSCO, #tflers, #lol, #ootd. Особенно актуален вопрос их перевода на другие языки. Так, исследователь И. С. Самохин говорит о том, что в большинстве случаев при переводе аббревиатур в Интернете используется обычная транслитерация. В итоге получается набор букв, который не соотносится с полным англоязычным названием [Самохин и др., 2018, с. 153]. Вследствие этого значительная часть представленных выше аббревиатур требует разъяснения из-за отсутствия данных сокращений как в монолингвальных словарях английского языка (Dictionary.cambridge.org; Merriam-webster.com; Oxfordlearnersdictionaries.com; Dictionary.reference.com; Collinsdictionary.com), так и в билингвальных словарях и электронных переводчиках (googletranslate.com; multitrans.com; lingvolive.com). В первом случае следует применять приём дешифрования лексической единицы, тогда как во втором более уместным в силу социолингвистических факторов будет использование приёма экспликации. В данном исследовании мы продемонстрируем оба этих способа на примере вышеприведенных лексических единиц.

Хештег *#TBT* является аббревиатурой, которая используется в социальной сети Instagram, расшифровывающейся как *Throw Back Thursday* — «Возврат в Четверг» или «Заброшенный Четверг». Данный хештег используется при публикации старых фотографий, что воспринимается как определённый возврат в прошлое.

Хештег *#PICOFTHE DAY* является одним из самых узнаваемых в сети Instagram. Он используется в категории «люди» и переводится с английского языка как ‘прикол дня’, характеризуя тем самым какое-либо знаменательное событие, которое произошло в день публикации. И если в приведённом хештеге используется лишь афереза лексемы *picture*, трансформируемая в *pic* с полным сохранением конструкции *OFTHE DAY*, то в хештеге *#OOTD*, который расшифровывается *Outfit Of The Day*, конструкция *OFTHE DAY* уже подвергается процессу аббревиации *OTD*. Английская же лексическая единица *Outfit* переводится на русский лексемой *Одежда*. *OOTD (Outfit Of The Day)* выступает в роли распространённого сокращения, применяемого в форме хештега, являясь аналогом сокращения *#WIWT (What I Wore Today* — То, что я носил сегодня), и используется в контексте моды.

Хештег *#LOL* (от англ. *laughing out loud* — громко смеясь) является популярным англоязычным акронимом, интернет-мемом. В большинстве случаев данная сокращённая лексическая единица используется для выражения эмоционального состояния адресанта.

Синкопированная конструкция *#IGERS* восходит к инициальной лексической единице *Instagrammers* (в переводе с англ. *инстаграммеры*, обозначает людей, которые используют социальную сеть Instagram).

Хештеги *#VSCO CAM* и *#VSCO* очень широко распространены в социальной сети Instagram, так как обозначают приложение компании Visual Supply Company, занимающееся редактированием фотографий на смартфоне. Интересная особенность данного хештега заключается в том, что выставление данных двух меток происходит автоматически и не является инициативой коммуниканта.

Хештег *#F4F* расшифровывается как *Follow for follow* и приглашает реципиентов коммуникации к взаимному общению, а точнее — к взаимной подписке на аккаунты в социальных сетях. Аналогичным по цели, с точки зрения теории речевых актов, является хештег *#LFL (Like for like)*, который побуждает реципиентов текста ставить взаимные лайки для продвижения своего профиля. Хештег *#TFLERS* также используется для получения большего числа лайков и расшифровывается как *Tags for likes*, обозначая в переводе с английского языка «теги для получения лайков». Хештеги

применяются для группировки фотографий, видео или же текстовых сообщений, и после публикации хештег трансформируется в конкретную ссылку, перейдя по которой у пользователя сети Интернет появляется возможность увидеть сгруппированные фотографии.

В процентном соотношении сокращения занимают значительное место, почти четвертую часть, среди всех наиболее используемых хештегов в сети Instagram. Результаты соотношения количества аббревиатур ко всем хештегам представлены на диаграмме (рис. 1).

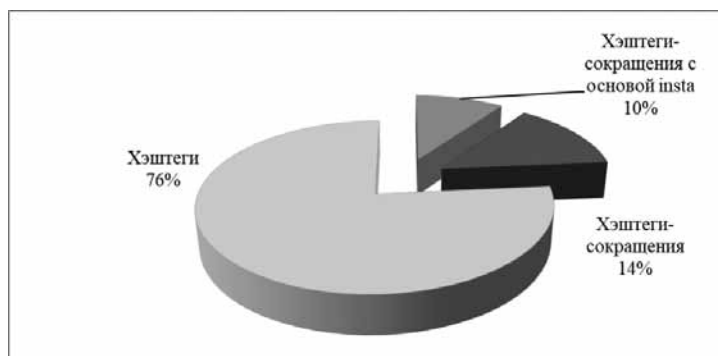


Рис. 1. Соотношение хештегов-сокращений к общему числу наиболее популярных хештегов Instagram

6. Хэштеги, подверженные процессу сокращения, в текстах политической тематики

В большинстве случаев лингвистические стереотипы медиашума применяются в политических целях. Сильнее всего данный феномен проявляется в ходе борьбы политических партий, во время бунтов, митингов, революций для создания ситуации нестабильности (события в Тунисе, Ираке, Египте и т. д.) [Кобрин, 2015, с. 75—78]. Для этого используется максимально эффективный набор лингвистических стереотипов, в наибольшей степени публикация медиатекстов, которые подвержены процессу маркировки актуальными хештегами. Хэштеги точно определяют то явление или процесс, которые являются наиболее значимыми для миллионов людей: *#Jan25*, *#Egypt*, *#Libya* и т. п. Наибольшей популярностью они обладают именно в социальной сети Twitter, где устная и письменная речь максимально приближены друг к другу. В соответствии с этим хэштеги можно трактовать в контексте разработанного М. М. Бахтиным явления хроното-

па, представляющего «существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений» [Бахтин, 1975, с. 234].

М. Г. Овчинникова анализирует хештеги с позиций приоритета и эффекта популярности, значимости в социальной сети Twitter, так как они позволяют создавать информационную волну, которая состоит из сообщений какой-либо конкретной тематики. Данная информационная волна создает тренд. Пользователь сети способен включиться в обсуждение темы на любом из этапов, ответив на предыдущее сообщение. Этот ответный текст предоставляет возможность «впрыгнуть» в информационный поток в любое время, в отличие от хронологически последовательных, упорядоченных комментариев в блогах [Овчинникова, 2013, с. 148].

Как было уже отмечено выше, одним из основных событий 2016 года стали выборы в США, особое внимание уделялось персоне Дональда Трампа. Так, главный лозунг кампании Трампа «*Make America great Again*» («Сделаем Америку снова великой») имел манипулятивный характер, что подтверждается многочисленными дебатами. Судя по всему, речь велась о возвращении «золотого века» США. Тем не менее специалисты по политическим связям с общественностью и лингвисты отмечают, что лозунг Хилари Клинтон «*Stronger Together*» («Сильнее вместе») был намного слабее, чем «Сделаем Америку снова великой», во многом потому, что последний мог легко превратиться в удобные хештеги-сокращения #MAGA, которые сыграли особую роль в продвижении Трампа в социальных сетях [Мишулина, 2018, с. 25—28]. Данный факт подчёркивает не только особую семиотическую силу, которую транслируют хештеги в медиапространстве, но и показывает, что хештегирование, являясь компрессией на семантическом уровне, стремится к еще большей компрессии на графическом уровне.

Для подтверждения важной роли хештегов в политическом дискурсе в процессе современной виртуальной коммуникации (а также их компрессии на графическом уровне) в данной работе мы решили проанализировать данные о хештегах, используемых представителями Республиканской и Демократической партии в конгрессе США в 2018 году. К десяти хештегам, которые наиболее часто используют демократы, относятся #netneutrality, #goptaxscam, #sotu, #dreamers, #daca, #familiesbelongtogether, #neveragain, #scotus, #trumpshutdown, #keepfamiliesaltogether [Statista 1 ...] (рис. 3). Среди хештегов, которые применяют республиканцы, можно выделить десять наиболее частотных: #taxreform, #taxcutsandjobsact, #betteroffnow, #utpol, #sotu, #schumershutdown, #opioidcrisis, #scotus, #sayfie, #ohio [Statista 2 ...] (рис. 2).

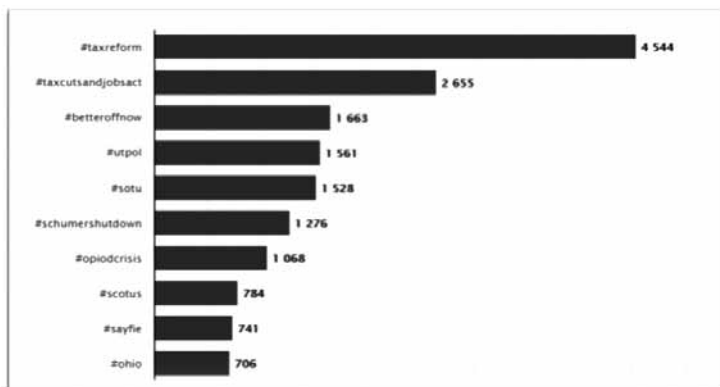


Рис. 2. Основные хештеги, используемые членами Республиканской партии в Конгрессе США в 2018 году

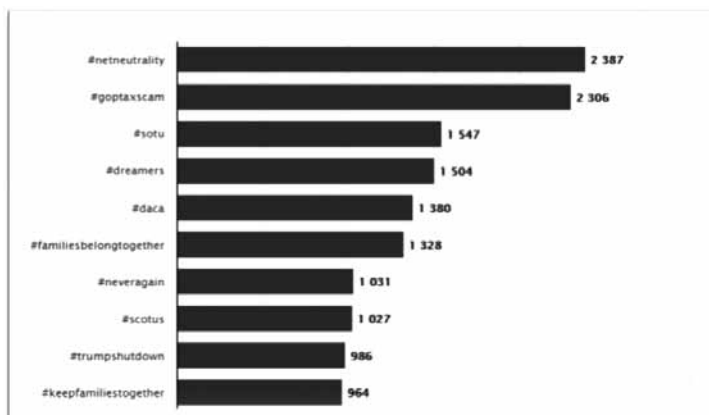


Рис. 3. Основные хештеги, используемые членами Демократической партии в Конгрессе США в 2018 году

Из вышепредставленных диаграмм видно, что большое количество хештегов, используемых как республиканцами, так и демократами, либо имеют в своей структуре сокращения, либо сами являются сокращениями, что подтверждает компрессию на графическом уровне. Для лучшего понимания семантической составляющей хештегов, которые представляют собой сокращённые лексемы, рассмотрим подробно каждый из них.

Хештег *#goptaxscam* имеет в своём составе сокращение *GOP* — *Grand Old Party* (переводится с английского как «Великая Старая Партия» / «Республиканская партия»). *Tax scam* переводится как «налоговая афера». Закономерен тот факт, что данный хештег используется демократами для создания негативного образа партии республиканцев в медиасфере.

Под хештегом *#sotu* (*State of the Union address* — Послание о положении Союза) следует понимать ежегодное послание Президента США Конгрессу, в котором глава государства выражает свою оценку ситуации в Соединённых Штатах и излагает законодательные инициативы. Данное событие является значительным для всего населения, поэтому его стараются осветить как можно ярче как республиканцы, так и демократы.

Программа *DACA* (*Deferred Action for Childhood Arrivals*) была запущена Баракком Обамой для того, чтобы разрешить детям нелегальных иммигрантов, проживающим в США, избежать депортации и получить разрешение на работу. Данная тема является одной из самых злободневных в США, так как республиканцы негативно отзываются о данной программе, в то время как демократы её яро поддерживают, внедряя в медиасферу ещё один хештег-сокращение *#daca*.

Два последних хештега-сокращения, на которых следует подробно остановиться, также являются достаточно популярными в процессе медиадискурса: *#scotus* и *#utpol*.

Первая лексическая единица *#scotus* расшифровывается как *Supreme Court of the United States* — «Верховный суд США». Самое интересное заключается в том, что рейтинг использования данного сокращения у республиканцев аналогичен показателю у демократов (на обеих диаграммах 7-е место по использованию среди других аббревиатур).

Касательно второго хештега поясним, что в Twitter должностные лица напрямую взаимодействуют с жителями Юты, часто используя хештеги *#utpol* (политика Юты) и *#utleg* (законодательная власть Юты); на Facebook многие должностные лица заводят страницы для личного общения. Те, кто хочет принять участие в политической жизни, могут баллотироваться в партийные делегаты на окружных собраниях, добровольно участвовать в кампании или присоединиться к группе защиты интересов.

Для понимания значимости процесса сокращения хештегов, используемых американскими политиками в конгрессе, были проанализированы приведённые выше лексемы. Выяснено, что 44 % хештегов (*#scotus* [7 %] + *#daca* [10 %] + *#sotu* [11 %] + *#goptaxscam* [16 %]), используемых представителями демократической партии, являются сокращёнными лексическими единицами (рис. 4).

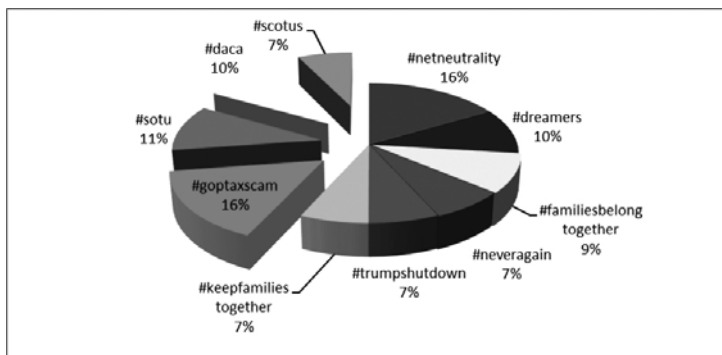


Рис. 4. Соотношение сокращений-хештегов к общему числу хештегов (Демократическая партия) в 2018 году

Относительно хештегов, используемых представителями республиканской партии, следует отметить, что процент употребления ими сокращений ниже по сравнению с демократами, тем не менее он является довольно высоким, составляя практически четверть всех хештегов — 23% (*#scotus* [5 %] + *#sotu* [9 %] + *#utpol* [9 %]). Для чистоты исследования расчеты производились с учетом каждого использования хештега (рис. 5).

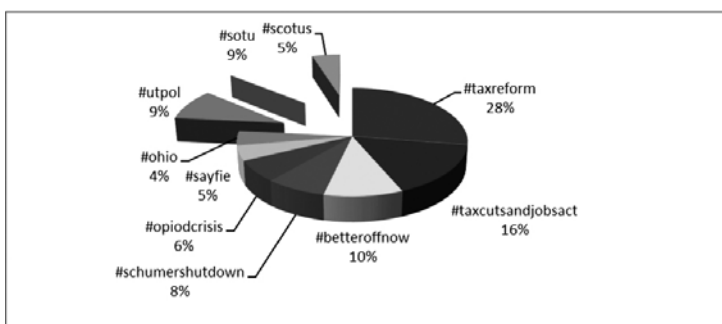


Рис. 5. Соотношение сокращений-хештегов к общему числу хештегов (Республиканская партия) в 2018 году

7. Заключение

В настоящем исследовании мы рассмотрели явление языковой компрессии, проявляющейся в одной лексической единице на двух разных уровнях: графическом и семантическом. Сокращение лексических еди-

ниц как формообразующий процесс в современной виртуальной коммуникации является первым уровнем компрессии. Данный феномен требует внимания особенно сейчас, когда интенсивными темпами развиваются социальные сети, главенствующую роль в которых занимают хештеги, являющиеся результатом языковой компрессии уже на семантическом уровне. Именно комбинация сокращённых лексем в составе хештегов маркирует основные политические и социальные явления.

В данной работе посредством количественного анализа было доказано, что хештеги обладают одновременно высокой графической ёмкостью и огромным семантическим потенциалом. Приведены примеры хештегов, появление которых было обусловлено основными событиями последних лет.

Мы приходим к выводу, что хештеги-сокращения не только выступают как популярный вид сокращений вообще, но и являются весьма распространённым явлением в текстах политической тематики в медиасфере. Этот факт проиллюстрирован хештегами-сокращениями, разработанными политическими партиями США в процессе их деятельности. В рамках нашего исследования мы установили, что соотношение хештегов-сокращений к общему числу наиболее популярных хештегов Instagram в 2016 году составляет 24 %. Количественные показатели в размере 23 % хештегов-сокращений к общему числу наиболее распространённых хештегов у республиканской партии и 44 % соответственно у демократов в 2018 году ещё раз подтверждают данную идею.

Изучение данного вида лексических единиц, образующих обширные семантические поля и отражающих заметные социальные явления, представляется перспективным в связи с развитием не только языкознания, политической лингвистики, социолингвистики, лексикографии, но и компьютерной лингвистики, нейролингвистического программирования, а также с решением задачи анализа больших данных.

Источники и принятые сокращения

1. W3techs — *W3techs*, Historical trends in the usage of content languages for websites [Electronic resource]. — Access mode : https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language.

2. TJournal — *TJournal* О. Жигулина [Electronic resource]. — Access mode : <https://tjournal.ru/flood/56862-year-on-twitter-2015>.

3. Twitter — *Twitter* — The Top 10 Global Conversations of 2016 [Electronic resource]. — Access mode : <https://twitter.com/i/moments/803736358330077184>.

4. Statista I. — *Statista*, Top hashtags used by Democratic members of the United States Congress in 2018 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.statista.com/statistics/862161/top-hashtags-used-congress-usa-democrats/>.

5. Statista 2. — *Statista*, Top hashtags used by Republican members of the United States Congress in 2018 [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.statista.com/statistics/861448/top-hashtags-used-congress-usa-gop/>.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Алексеев А. В.* Директивные аббревиатуры как компонент современной виртуальной коммуникации / А. В. Алексеев, А. В. Ленец // *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета*. — 2017. — Т. 7. — № 2. — С. 98—110.
2. *Арнольд И. В.* Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. — Москва : Высшая школа, 1986. — 295 с.
3. *Атягина А. П.* Твиттер как новая дискурсивная практика в сети интернет / А. П. Атягина // *Вестник Омского университета*. — 2012. — № 4. — С. 203—208.
4. *Бахтин М. М.* Вопросы литературы и эстетики / М. М. Бахтин. — Москва : Художественная литература, 1975. — 504 с.
5. *Горбунова И. В.* Английские лексические новообразования в русскоязычном сегменте сети Интернет / И. В. Горбунова // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. — 2010. — № 4. — С. 13—18.
6. *Добросклонская Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов : опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. — 2-е изд., стереотип. — Москва : УРСС, 2005. — 286 с.
7. *Дюжикова Е. А.* Парадокс «идентичности» инициально-словных сокращений современного английского языка / Е. А. Дюжикова, О. В. Афанасьева // *Вестник Московского государственного областного университета. Серия : Лингвистика*. — 2017. — № 6. — С. 50—58.
8. *Иванова Д. И.* Аутентичность личности Интернет-пользователя в процессе Интернет-социализации / Д. И. Иванова // *Перспективы науки и образования*. — 2015. — № 2 (14). — С. 124—127.
9. *Ильина И. А.* Хештег как лингвистический феномен / И. А. Ильина // *Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики*, 2016. — № 3. — С. 41—44.
10. *Ищенко И. Г.* Семантические аспекты сокращений в современном английском языке / И. Г. Ищенко, Ю. И. Шеховцова // *Вестник Амурского государственного университета. Серия : Гуманитарные науки*. — 2011. — № 54. — С. 133—136.
11. *Кобрин Н. В.* Роль хэштегов в формировании лингвистического стереотипа в твиттере / Н. В. Кобрин // *Современные тенденции развития науки и технологий*. — 2015. — № 6—5. — С. 75—78.
12. *Крылова В. С.* Образование неологизмов английского языка в социальной сети Twitter / В. С. Крылова, Е. А. Будник // *Приоритетные научные направления : от теории к практике*. — 2014. — № 11. — С. 143—147.
13. *Лебедева С. В.* Хэштэг в языке и речи : сущность проблемы / С. В. Лебедева, Н. В. Астахова // *Теория языка и межкультурная коммуникация*. — 2019. — № 1 (32). — С. 103—111.
14. *Манерова К. В.* Сокращения в современном немецком языке как результат словообразовательной редукции / К. В. Манерова // *Acta Linguistica Petropolitana. Труды института лингвистических исследований*. — 2010. — Т. 6. — № 2. — С. 451—458.

15. *Мартине А.* Основы общей лингвистики / А. Мартине // Новое в лингвистике. — Москва : Издательство иностранной литературы, 1963. — Выпуск 3. — С. 366—566.
16. *Мастерских И. А.* Взаимосвязь НТП и цикличности мировой экономики / И. А. Мастерских // Инновационные технологии в кооперативном образовании как фактор развития экономики : материалы международной научно-практической конференции профессионально-преподавательского состава и аспирантов (22—24 апреля 2009 г.). — Белгоро : Кооперативное образование, 2009. — Ч. 2. — С. 77—84.
17. *Овчинникова М. Г.* Коммуникация и идентификация в социальных сетях : факторы, типы, национально-культурная специфика (на материале социальной сети Твиттер) / М. Г. Овчинникова // Вестник Пермского университета. Политические науки. — 2013. — № 2. — С. 143—156.
18. *Патрушева Л. С.* Хештегирование как новый коммуникативный процесс / Л. С. Патрушева // Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. — 2018. — Т. 28, № 3. — С. 471—475.
19. *Полетаева Е. Д.* Инициализмы как продуктивный тип сокращения в англо-русском научно-учебном тексте экономического дискурса / Е. Д. Полетаева // Молодой ученый. — 2016. — № 2. — С. 926—929.
20. *Ракитина Н. Н.* Когнитивный аспект исследования аббревиатур в политическом дискурсе / Н. Н. Ракитина // Когнитивные исследования языка. — 2010. — № 6. — С. 449—451.
21. *Рахманова И. Ю.* Разнообразие форм английских усечений, соотнесённых с одним прототипом / И. Ю. Рахманова, Т. А. Чиглинцева // Мир лингвистики и коммуникации : электронный научный журнал. — 2015. — № 39. — С. 53—58.
22. *Самохин И. С.* Отдельные слабые стороны современного машинного перевода (на примере веб-службы “google translate”) / И. С. Самохин, Н. Л. Соколова, М. Г. Сергеева // Научный диалог. — 2018. — № 10. — С. 148—157. — DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-148-157.
23. *Селезнева В. В.* Английский разделительный вопрос как лингвоэкологичный феномен межличностного общения / В. В. Селезнева, Е. А. Евсикова, А. Ш. Тарвердян // Научный диалог. — 2019. — № 7. — С. 107—123. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-7-107-123.
24. *Ярмашевич М. А.* Аббревиация в современных европейских языках : структурный, семантический и функциональный аспекты : автореферат диссертации ... доктора филологических наук : 10.02.19 / М. А. Ярмашевич. — Саратов, 2004. — 42 с.
25. *Bellman G.* Zur lexikalischen Kürzung im Deutschen / G. Bellman // Kwartalnik Neofilologiczny. — 1977. — Vol. 24. — S. 112—114.
26. *Daer A. R.* Rhetorical Functions of Hashtag Forms Across Social Media Applications. / A. R. Daer, R. Hoffman, S. Goodman // Communication. Design Quarterly Review. — 2014. — № 3 (1). — Pp. 12—16.
27. *Domínguez-Rodríguez A.* Corpus-Based Study of Abbreviations in Eighteenth-Century English Grammars / A. Domínguez-Rodríguez // English Studies. — 2016. — Vol. 97, Iss. 5. — Pp. 528—545.
28. *Höflich J. R.* Das Handy als “personliches Medium”. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche [Electronic resource] / J. R. Höflich. — Access mode : http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_Hoflich.pdf.

29. *Salomova G.* The reflection features of abbreviations and acronyms of the English language / G. Salomova // The Second International conference on development of pedagogical science in Eurasia 2014. — Vienna : East West, 2014. — Pp. 174—176.

30. *Şauciuc C. E.* Compounding by abbreviation — Logos and acronyms (a case study of the novel orbitor) [Compunerea prin abreviere — sigle și acronime (cu referire la romanul orbitor)] / C. E. Şauciuc // Analele Universitatii din Craiova. — Ser. Stiinte Filologice, Lingvistica. — 2014. — Vol. 36, Iss. 1—2. — Pp. 135—143.

31. *Tat M. J.* Remembering txt but not text : The effect of context and lexicality on memory for text message abbreviations / M. J. Tat, T. Azuma // Applied Psycholinguistics. — 2015. — Vol. 37, Is. 2. — Pp. 435—459.

PROCESS OF CONTRACTING HASHTAGS IN MODERN VIRTUAL COMMUNICATION

© **Alexander V. Alekseev (2019)**, orcid.org/0000-0002-8193-8740, PhD in Philology, Associate Professor of the Department of English Language № 6, Federal state autonomous institution of higher education “Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs Russian Federation” (Moscow, Russia), alexander1990alekseev@gmail.com.

The article is devoted to the study of language compression, presented in one lexical unit at two different levels: graphic and semantic. The relevance of the study is due to the need to understand the basic social and political processes presented in the texts of modern virtual communication in order to identify the most important events at the present stage of development of society through linguistic analysis. The novelty of the study is that the analysis of hashtags in the English language is carried out for the first time from the perspective of the contraction process, examples of such linguistic facts are presented. Particular attention is paid to the processes of deciphering hashtags in the English language and the explication of the reduced lexical unit in the target language. It is emphasized that the principle of saving speech effort is most common in the texts of modern virtual communication. The question of the translingual aspect of the functioning of English-speaking hashtags that are subject to the process of contraction in speech is considered. Using statistical analysis, two main ideas have been proved regarding the linguistic nature of these language units: the contraction process is formative when they are created; the use of contracted hashtags in political texts seems to be a common and natural phenomenon in virtual discourse.

Key words: language compression; hashtags; abbreviation; virtual discourse; sociolinguistics; political contractions.

MATERIAL RESOURCES

Statista 1. — *Statista, Top hashtags used by Democratic members of the United States Congress in 2018.* Available at: <https://www.statista.com/statistics/862161/top-hashtags-used-congress-usa-democrats/>.

Statista 2. — *Statista, Top hashtags used by Republican members of the United States Congress in 2018.* Available at: <https://www.statista.com/statistics/861448/top-hashtags-used-congress-usa-gop/>.

TJournal — *TJournal O. Zhigulina.* Available at: <https://tjournal.ru/flood/56862-year-on-twitter-2015>.

Twitter — *Twitter — The Top 10 Global Conversations of 2016*. Available at: <https://twitter.com/i/moments/803736358330077184>.

W3techs — *W3techs, Historical trends in the usage of content languages for websites*. Available at: https://w3techs.com/technologies/history_overview/content_language.

REFERENCES

- Alekseyev, A. V., Lenets, A. V. (2017). Direktivnyye abbreviatory kak komponent sovremennoy virtualnoy kommunikatsii. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 7 (2): 98—110. (In Russ.).
- Arnold, I. V. (1986). *Leksikologiya sovremennogo angliyskogo yazyka*. Moskva: Vysshaya shkola. (In Russ.).
- Atyagina, A. P. (2012). Twitter kak novaya diskursivnaya praktika v seti internet. *Vestnik Omskogo universiteta*, 4: 203—208. (In Russ.).
- Bakhtin, M. M. (1975). *Voprosy literatury i estetiki*. Moskva: Khudozhestvennaya literatura. (In Russ.).
- Bellman, G. (1977). Zur lexikalischen Kürzung im Deutschen. *Kwartalnik Neofilologiczny*, 24: 112—114. (In Germ.).
- Daer, A. R., Hoffman, R., Goodman, S. (2014). Rhetorical Functions of Hashtag Forms Across Social Media Applications. *Communication. Design Quarterly Review*, 3 (1): 12—16.
- Dobrosklonskaya, T. G. (2005). *Voprosy izucheniya mediatekstov: opyt issledovaniya sovremennoy angliyskoy mediarechi*. Moskva: URSS. (In Russ.).
- Domínguez-Rodríguez, A. (2016). Corpus-Based Study of Abbreviations in Eighteenth-Century English Grammars. *English Studies*, 97 (5): 528—545.
- Dyuzhikova, E. A., Afanasyeva, O. V. (2017). Paradoks «identichnosti» initialsno-slovnnykh sokrashcheniy sovremennogo angliyskogo yazyka. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika*, 6: 50—58. (In Russ.).
- Gorbunova, I. V. (2010). Angliyskiye leksicheskiye novoobrazovaniya v russkoyazychnom segmente seti Internet. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 4: 13—18. (In Russ.).
- Höflich, J. R. Das Handy als “personliches Medium”. *Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche*. Available at: http://www.uni-frankfurt.de/fb03/K.G/B1_2001_Hoflich.pdf. (In Germ.).
- Ivanova, D. I. (2015). Autentichnost lichnosti Internet-polzovatelya v protsesse Internet-sotsializatsii. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*, 2 (14): 124—127. (In Russ.).
- Ilina, I. A. (2016). Kheshteg kak lingvisticheskiy fenomen. *Uchenyye zapiski Sankt-Petersburgskogo universiteta tekhnologiy upravleniya i ekonomiki*, 3: 41—44. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28363488>. (In Russ.).
- Ishchenko, I. G., Shekhovtsova, Yu. I. (2011). Semanticheskiye aspekty sokrashcheniy v sovremennom angliyskom yazyke. *Vestnik Amurskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, 54: 133—136. (In Russ.).
- Kobrin, N. V. (2015). Rol' kheshtegov v formirovanii lingvisticheskogo stereotipa v twittere. *Sovremennyye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologiy*, 6—5: 75—78. (In Russ.).
- Krylova, V. S., Budnik, E. A. (2014). Obrazovaniye neologizmov angliyskogo yazyka v sotsialnoy seti Twitter. In: *Prioritetnyye nauchnyye napravleniya: ot teorii k praktike*, 11: 143—147. (In Russ.).

- Lebedeva, S. V., Astakhova, N. V. (2019). Kheshteg v yazyke i rechi: sushchnost' problem. *Teoriya yazyka i mezhkulturnaya kommunikatsiya*, 1 (32): 103—111. Available at: <https://tl-ic.kursksu.ru/pdf/032-013.pdf>. (In Russ.).
- Manerova, K. V. (2010). Sokrashcheniya v sovremennom nemetskom yazyke kak rezultat slovoobrazovatelnoy reduksii. *Acta Linguistica Petropolitana. Trudy instituta lingvistsheskikh issledovaniy*, 6 (2): 451—458. (In Russ.).
- Martine, A. (1963). Osnovy obshchey lingvistiki. In: *Novoye v lingvistike*, 3. Moskva: Izdatel'stvo inostrannoy literatury. 366—566. (In Russ.).
- Masterskikh, I. A. (2009). Vzaimosvyaz' NTP i tsiklichnosti mirovoy ekonomiki. In: *Innovatsionnyye tekhnologii v kooperativnom obrazovanii kak faktor razvitiya ekonomiki: materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii professionalno-prepodavatelskogo sostava i aspirantov (22—24 aprelya 2009 g.)*, 2. Belgorod. 77—84. (In Russ.).
- Ovchinnikova, M. G. (2013). Kommunikatsiya i identifikatsiya v sotsialnykh setyakh: faktory, tipazhi, natsionalno-kulturnaya spetsifika (na materiale sotsialnoy seti Twitter). *Vestnik Permskogo universiteta. Politicheskkiye nauki*, 2: 143—156. (In Russ.).
- Patrusheva, L. S. (2018). Kheshtegirovaniye kak novyy kommunikativnyy protsess. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Istoriya i filologiya*, 28 (3): 471—475. (In Russ.).
- Poletayeva, E. D. (2016). Initsializmy kak produktivnyy tip sokrashcheniya v anglo-russkom nauchno-uchebnom tekste ekonomicheskogo diskursa. *Molodoy uchenyy*, 2: 926—929. (In Russ.).
- Rakhmanova, I. Yu., Chiglintseva, T. A. (2015). Raznoobraziye form angliyskikh usecheniy, sootnesennykh s odnim prototipom. *Mir lingvistiki i kommunikatsii: elektronnyy nauchnyy zhurnal*, 39: 53—58. (In Russ.).
- Rakitina, N. N. (2010). Kognitivnyy aspekt issledovaniya abbreviatur v politicheskom dis-kurse. *Kognitivnyye issledovaniya yazyka*, 6: 449—451. (In Russ.).
- Salomova, G. (2014). The reflection features of abbreviations and acronyms of the English language. In: *The Second International conference on development of pedagogical science in Eurasia*. Vienna: East West. 174—176.
- Samokhin, I. S., Sokolova, N. L., Sergeyeva, M. G. (2018). Some Weaknesses of Modern Machine Translation (by Example of Google Translate Web Service). *Nauchnyi dialog*, 10: 148—157. DOI: 10.24224/2227-1295-2018-10-148-157. (In Russ.).
- Şauciuc, C. E. (2014). Compounding by abbreviation — Logos and acronyms (a case study of the novel orbitor) [Compunerea prin abreviere — sigle si acronime (cu referire la romanul orbitor)]. *Analele Universitatii din Craiova. Ser. Stiinte Filologice, Lingvistica*, 36 (1—2): 135—143.
- Selezneva, V. V., Evsikova, E. A., Tarverdyan A. Sh. (2019). English Tag Question as Linguo-Ecological Phenomenon of Interpersonal Communication. *Nauchnyi dialog*, 7: 107—123. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-7-107-123. (In Russ.).
- Tat, M. J., Azuma, T. (2015). Remembering txt but not text: The effect of context and lexicality on memory for text message abbreviations. *Applied Psycholinguistics*, 37 (2): 435—459.
- Yarmashevich, M. A. (2004). *Abbreviatsiya v sovremennykh evropeyskikh yazykakh: strukturnyy, semanticheskii i funktsionalnyy aspekty: avtoreferat dissertatsii ... doktora filologicheskikh nauk*. Saratov. (In Russ.).