

Научная статья

УДК 811.111

DOI: <https://doi.org/10.18721/JHSS.15101>



## СТРУКТУРНЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДИРЕКТИВНОГО ГИПЕРТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ ХЭШТЕГОВ ПРОТЕСТНОГО ДВИЖЕНИЯ OCCUPY WALL STREET)

А.В. Алексеев  

Московский государственный институт международных отношений (МГИМО),  
Москва, Российская Федерация

 [alexander1990alekseev@gmail.com](mailto:alexander1990alekseev@gmail.com)

**Аннотация.** Социальные сети отображают реакцию индивида и общества на события, отдельную группу среди которых представляют социально-политические протесты, создавая и транслируя новые лозунги протестных кампаний, призывы и акции. Важное внимание в данном контексте должно быть уделено коммуникационному потенциалу гипертекстов и их семантическим особенностям в сетях Интернета второго поколения в период глобальной цифровизации социума. Неотъемлемой частью данной работы является история исследования процесса хэштегирования как отечественными, так и зарубежными учёными. Цель статьи состоит в описании директивного потенциала гипертекста на примере протестных движений в современном медиaprостранстве американского социума и установлении механизмов формирования текстовой составляющей социально-политических протестов на примере движения #OccupyWallStreet в 2011 году в США. В качестве материала исследования были взяты цифровые лексические единицы протестных движений (#BellLetsTalk, #DeleteUber; #DeleteFacebook; #OccupyWallStreet; #SaveOurOceans; #TakeAKnee, #Maga (#MakeAmericaGreatAgain), #Resist), являющихся важными социально-политическими движениями, согласно исследователям Университета Беркли. Формирование исследовательского корпуса осуществлялось с помощью целенаправленной выборки. Исследование проводилось с помощью методов прагмасемантического анализа, метода лингвистического наблюдения, а также элементов статистического анализа. В результате анализа было выявлено, что директивный элемент функционирует в сфере сетей Интернета второго поколения как на семантическом уровне, объединяя сигнификат, денотат и медиафайлы, связанные с основной цифровой лексемой, так и на синтаксическом уровне при наличии глаголов повелительного наклонения. Личный вклад автора состоит в предоставлении новой парадигмы исследования лексических единиц, используемых в протестных акциях в рамках семантики на примере контекстуального анализа движения #OccupyWallStreet.

**Ключевые слова:** гипертекст, протестные движения, директивные речевые акты, языковая компрессия, социальные сети.

**Для цитирования:** Алексеев А.В. Структурные и прагматические особенности директивного гипертекста (на материале хэштегов протестного движения Occupy Wall Street) // Terra Linguistica. 2024. Т. 15. № 1. С. 7–19. DOI: 10.18721/JHSS.15101



## STRUCTURAL AND PRAGMATIC FEATURES OF DIRECTIVE HYPERTEXT (ON THE BASIS OF THE HASHTAGS OF OCCUPY WALL STREET PROTEST MOVEMENT)

A.V. Alekseev  

Moscow State Institute of International Relation (MGIMO),  
Moscow, Russian Federation

 [alexander1990alekseev@gmail.com](mailto:alexander1990alekseev@gmail.com)

**Abstract.** Social networks reflect the reaction of individuals and society to events, a separate group of which are represented by socio-political protests, creating and broadcasting new slogans of protest campaigns, calls and actions. In this context, special attention should be paid to the communication potential of hypertexts and their semantic features in second-generation Internet networks during the period of global digitalization of society. An integral part of this work is the history of research on the hashtagging process by both domestic and foreign scientists. The purpose of this article is to determine the directive power of protest movements in the modern media space and to understand the mechanisms of formation of the textual component of socio-political protests. The material of this study was a range of digital lexical units of protest movements (#DeleteUber; #BellLetsTalk; #DeleteFacebook; #SaveOurOceans; #OccupyWallStreet; #TakeAKnee), which are important socio-political movements, according to researchers at the University of California, Berkeley. The research corpus was formed using purposeful sampling. The study was conducted using pragmasemantic analysis, linguistic observation, as well as elements of statistical analysis. As a result of the analysis, it was revealed that the directive potential functions in the field of second-generation Internet networks both at the semantic level, combining the signification, denotation, media files associated with the main digital lexeme, and at the syntactic level with the presence of imperative verbs. The author's personal contribution is to provide a new paradigm for the study of lexical units within the framework of semantics and highlight the directive factor of lexemes used in protest actions on the basis of contextual analysis of #OccupyWallStreet movement.

**Keywords:** hypertext, protest movements, directive speech acts, language compression, social networks.

**Citation:** Alekseev A.V., Structural and pragmatic features of directive hypertext (on the basis of the hashtags of Occupy Wall Street protest movement), *Terra Linguistica*, 15 (1) (2024) 7–19. DOI: 10.18721/JHSS.15101

### Введение

В современном мире социум находится на этапе интенсивного развития информационных технологий и цифровизации. Достижения прогресса всё в большей степени выступают как неотъемлемая часть жизни человека и общества. Социальные сети и платформы сети Интернет коренным образом изменили формы коммуникации людей и процесс интеракции социальных институтов. Интеграция основополагающих сфер жизни человека: политики, экономики, культуры, науки и искусства, — приняла качественно новый вид. Соцсети отображают реакцию индивида и социума на различные события, отдельной группой среди которых могут являться политические процессы. Периодически эта реакция формирует новые лозунги, призывы, акции, объединения и протесты, раскрытие коммуникативного потенциала которых возможно через анализ гипертекстов в Интернете второго поколения [1–2].

Гипертекст является в настоящее время обязательным атрибутом в большинстве крупных социальных сетей, частной разновидностью которого становится процесс хэштегирования (*с англ. hashtag, hash — решетка и tag — метка*), возникновение которого приходится на 90-е годы прошлого века в IRC сети. Однако одним из первых знаков, интегрирующих в себе цифровую среду и текст, стало коммерческое @, которое на протяжении длинного отрезка времени употреблялось



для маркирования ответов в Интернете (электронные доски объявлений, тематические чаты, блоги и т.п.). Согласно З.М. Сьюарду, символ @ появился в Twitter (*По данным Роскомнадзора соц-сеть X (бывшая Twitter) заблокирована на территории РФ*) лишь 2 ноября 2006 года. Первый твит был отправлен Р.С. Андерсоном, креативным директором стартап-компании мобильных платежей Square<sup>1</sup>. Возникновение @ для пометки ответа стало основополагающим событием в истории социальной сети X (в результате ребрендинга Twitter был переименован).

Лексическая единица, выраженная по форме хэштегом, является неотъемлемой составляющей гипертекста, транслируемой по каналам соцсетей. Формат интеграции ключевой лексемы или текста со знаком решётки модифицирует хэштег до гиперссылки, содержащей комплекс текстовой информации, фотографий, аудио и видео контента. В таком виде становится возможным приобретение обширного пласта данных согласно целевой тематике. Более того, мультимодальная природа хэштега состоит в том, что коммуниканты в соцсетях сами выкладывают корреспонденцию лексему, которая впоследствии становится достоянием общественности, преобразуясь в культурный артефакт. Также гипертекстовая сущность сообщений соцсетей способствует более оперативной навигации в медиа дискурсе в целях поиска информации. На сегодняшний день в связи с развитием теории графов и анализом больших данных анализируемый феномен становится прерогативой как для коммуникантов соцплатформ, так и объектом исследования социальных инженеров, маркетологов и политтехнологов. Цель статьи заключается в описании директивного потенциала протестных движений в современном медиапространстве американского социума в 2011 году и установлении механизмов формирования текстовой составляющей социально-политических протестов на примере цифровой лексической единицы #OccupyWallStreet, которая представляет одно из наиболее важных социально-политических движений, согласно исследователям Университета Беркли (<https://moveme.berkeley.edu/>). Достижение обозначенной цели предполагает решение следующих задач: 1) установить элементы семантики лексической единицы #OccupyWallStreet; 2) проанализировать информацию относительно прагматингвистической природы хэштегированных лексических единиц (#BellLetsTalk, #DeleteUber; #DeleteFacebook; #OccupyWallStreet; #SaveOurOceans; #TakeAKnee, #Maga (#MakeAmericaGreatAgain), #Resist); 3) описать систему реализации директивных компонентов лексем #BellLetsTalk, #DeleteUber; #DeleteFacebook; #OccupyWallStreet; #SaveOurOceans; #TakeAKnee, #Maga (#MakeAmericaGreatAgain), #Resist в сфере сетей Интернета второго поколения.

### Постановка проблемы

Первым хэштегом в Twitter становится цифровая лексическая единица #barcamp для обозначения ряда технологических конференций. Пик популярности процесса хэштегирования датируется 2007 г., когда в соцсети Twitter были использованы указанные выше средства для системы сообщений. Затем в штаб-квартире Twitter К. Мессина начал интенсивно продвигать данную идею в своем блоге, создав дизайн алгоритма действий данной функции в его соцсети. Сам К. Мессина называл их «каналами». Сочетание же «хэштег» приписывают писателю и ведущему научному сотруднику GigaOM Media С. Бойду<sup>2</sup>. Согласно исследованию Л.С. Патрушевой, к настоящему моменту хэштеги прошли долгий эволюционный путь, а их главная функция (индексация текста для быстрого поиска) отходит на второй план [3, с. 472]. Хэштег с течением времени становится как идентификатором социально-политических трансформаций, так и инструментом формирования имиджа и рекламы.

Начиная с 2006 года Twitter демонстрирует стремительный рост [4, с. 121]. В процессе использования соцсети Twitter было установлено, что платформа становится важным средством

<sup>1</sup> Seward, Z.M., 2013, 'The first-ever hashtag, @-reply and retweet, as Twitter users invented them', Quartz, 15 October, 2013, viewed 28 April 2014, from <http://qz.com/135149/the-first-ever-hashtag-reply-and-retweet-as-twitter-users-invented-them/>

<sup>2</sup> Seward, Z.M., 2013, 'The first-ever hashtag, @-reply and retweet, as Twitter users invented them', Quartz, 15 October, 2013, viewed 28 April 2014, from <http://qz.com/135149/the-first-ever-hashtag-reply-and-retweet-as-twitter-users-invented-them/>



коммуникации, особенность которого заключается в том, что сжатая подача новостей в микроблоге полностью трансформировала восприятие реципиентами данных новостей мира на самых разных уровнях.

Далеко не все коммуниканты в сети, включая руководителей, изначально полагали, что гипертекстовая подача информации через хэштегированные лексемы станет распространённой среди пользователей, отмечая децентрализацию данного феномена. Важным этапом на пути принятия гипертекстовой природы сообщений стала публикация цифровой лексемы *#sandiegofire* для распространения новостей о лесных пожарах, проходивших в 2007 году [5]. В настоящее время хэштег обычно применяется коммуникантами для маркировки тем различной тематики, начиная от шуток и заканчивая социально-политическими протестными кампаниями.

Процесс хэштегирования был зафиксирован Твиттером в июле 2009 года. В 2011 году процесс хэштегирования начал широко распространяться на платформе Google+ и в Instagram (Соцсети Facebook и Instagram запрещены на территории РФ<sup>3</sup>). В социальной сети Facebook (запрещена на территории РФ<sup>3</sup>) идея и функционал хэштегирования были полномасштабно реализованы только в июне 2013 года (Socialmedia Today 2014)<sup>4</sup>. Так, социальные сети постепенно стали новой эмпирической базой для филологов, социологов и политологов. Актуальность исследования хэштегов заключается в том, что популярность прозрачно можно оценивать в контексте количественного подсчёта лайков, репостов и просмотров, что предоставляет больше возможностей для прозрачности проведения кейс-метода.

### Семантические особенности гипертекста

Процесс хэштегирования в частности и гипертекста в целом становится в настоящее время всё более важным с позиции семантики. Базовая картина семантики лексической единицы становится понятной при рассмотрении её в рамках концепции семантического треугольника (треугольник Готлоба Фреге (или треугольник Огдена-Ричардса)), согласно которой существует триада элементов, объединяющая сигнификат, денотат и слово (знак, символ и т.п.) [6]. Эта теория становится, с нашей точки зрения, более многоаспектной, т.к. гипертекст представляет собой не просто лексему, а цифровую лексическую единицу. Этот термин мы вводим для описания нового феномена в лингвистике. Цифровая лексема представляет собой лексическую единицу, которая включает различные медиа файлы (фото, изображения, аудио, видеоряд, гипертекстовые тексты и т.п.), и активно функционирует в медиакommunikации. Под лексемой следует понимать не только слово, но и устойчивое словосочетание, способное обозначать предметы, явления, их признаки и т.п. [7, с. 96]. Стоит отметить, что лексическая единица представляет единый конструкт по форме, обладая свойствами высказывания. Цифровой компонент выражается гипертекстовой структурой.

Анализируя феномен гипертекста, Е.С. Клочкова в своей работе подчёркивала эффективную организацию мультимодальной информации [8, с. 15]. Информационная эра полностью изменила многие процессы в различных областях жизни социума, а пересмотр основополагающей теории обусловлен новым положением общества, в котором формат гипертекста, хэштегов и других цифровых лексем становится обязательным компонентом коммуникации. Продемонстрируем семантическую структуру цифровых лексических единиц в сравнении с лексемами, функционирующими вне Интернета (на примере протестного движения *Oromo protests*).

На рис. 1 представлен семантический треугольник протестного движения *Oromo protests* (протесты племени *Оромо* (племя в Эфиопии) в 2014–2015 годах) — движения, отстаивающего права племени *Оромо* для привлечения внимания к протестам студентов *Оромо* против плана властей

<sup>3</sup> Решением Тверского районного суда города Москвы от 21.03.2022 по делу N 02-2473/2022 деятельность американской транснациональной холдинговой компании Meta Platforms Inc. по реализации продуктов социальных сетей *Facebook* и *Instagram* на территории Российской Федерации запрещена по основаниям осуществления экстремистской деятельности.

<sup>4</sup> Socialmedia Today, 2014, History of hashtags, viewed 24 April 2014, from <http://socialmediatoday.com/irfan-ahmad/1897096/history-hashtags-infographic>



Рис. 1. Семантический треугольник движения Oromo Protests  
Fig. 1. Semantic triangle of the Oromo protests movement

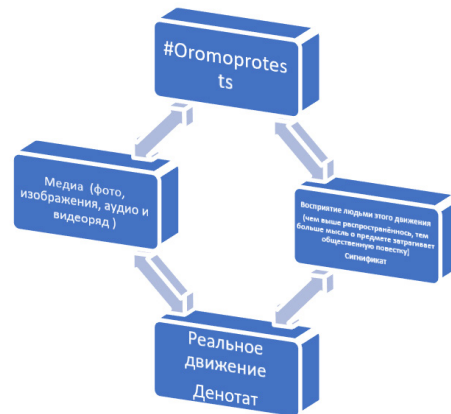


Рис. 2. Семантический ромб хэштега #Oromoprotests  
Fig. 2. Semantic diamond of the hashtag #Oromoprotests

Эфиопии по расширению Аддис-Абебы и присоединения территорий, принадлежащих фермерам и жителям Оромо. На рис. 2 представлена уже цифровая лексема *#Oromoprotests*, которая, являясь гипертекстом, связана с рядом фото, аудио и видео файлов, большое число которых функционирует в информационном пространстве и является обязательной частью цифровой лексемы.

Лингвистическая компрессия на семантическом уровне в современном виртуальном дискурсе может быть рассмотрена в узком смысле (вербальная информация, которая может быть неявной и явной) и в широком смысле (текст воспринимается в сочетании с аудио, видео и графическими рядами). Также следует подчеркнуть, что языковая компрессия представляет собой процесс, который приводит к структурированию семиотически лаконичной единицы, которая обладает гипертекстовой природой.

Исследователями отмечается, что всё больше формируется актуальных лексических единиц, достаточно важную часть которых представляют лексемы, подверженные процессу языковой компрессии [9–12]. Платформы Интернета второго поколения становятся важными частями современного мира, предоставляя обширный набор текстов для анализа, которые впоследствии свободно верифицируются. В медиaprостранстве вообще и в социальных сетях в частности



трансляторами гипертекста становятся лексемы, которые представляют хэштегированные лексические единицы, раскрывающие тематику определённых событий и явлений [13, с. 417].

### **История исследования процесса хэштегирования**

Лингвистические особенности гипертекстовой силы при проведении социальных протестов свидетельствуют о том, что данный феномен представляет интерес с точки зрения социальной инженерии. Ресурсы Интернета и большая база открытых данных по многим социальным сетям и платформам способны способствовать данному исследованию. Также следует указать то, что вычислительные процессы, используемые для предоставления статистических данных относительно различных случаев, связанных с применением процесса хэштегирования в виртуальной коммуникации, можно затем будет верифицировать. В то же время необходимо отметить, что факт исследования материала требует обширной работы исследователя, т.к. коммуникация в контексте Интернет-дискурса должна быть рассмотрена как с лингвистической, так и с экстралингвистической точки зрения, принимая во внимание полиаспектность изучаемого явления, его мультимодальность и междисциплинарность на пересечении таких наук, как политология, социология, философия и культурология. В соответствии с этим ниже будет представлен ряд работ, которые охватывают феномен хэштегирования с различных точек зрения.

Согласно Г.В. Колшанскому, в теории коммуникации коммуникативная система подразделяется на элементы – «единицы». Эта система также состоит из передающих устройств или адресантов, кодирующих текст коммуникационного канала, который является транслятором информации, и принимающих устройств (адресатов), принимающих текст и декодирующих его. Полноценной единицей коммуникации, по определению лингвиста, становится лишь единица, объединяющая два обязательных признака: структурная организованность и способность предоставления полноценной информации [14]. В связи с этим лексема, выраженная хэштегом, становится единицей медиа коммуникации, так как отображает конкретный отрезок речи, самостоятельно передающий сообщение [15].

П.М. Калеффи в исследовании «Хэштег: новое слово или новое правило?» исследовала хэштегирование как новый морфологический процесс в рамках словообразования на основе корпуса английских и итальянских хэштегов. Она систематизировала английские хэштегированные лексемы на восемь основных типов. Первым кластером в данной таксономии стали лексемы, представляющие комбинацию символа # и акронима или аббревиатуры, что подтверждает наше мнение о высокой степени важности гипертекста как в процессе хэштегирования, так и в целом в виртуальной коммуникации. Калеффи описывает хэштегирование в качестве нового действенного инструмента словообразования, который может быть применён для формирования инновационных лингвистических конструктов путем объединения нескольких лексем вместе. В своей модели учёный учитывает число лексем в хэштеге и его позицию в посте коммуниканта, акцентируя внимание на комбинации аббревиатур, цифр и букв, символов или лексем и лексических сочетаний [16, с. 69].

Важный вклад в контексте словообразовательного потенциала подчёркивает и И. Махфуз. Махфуз обращает важное внимание на факт того, что "хэштеги стимулируют коммуникантов формировать собственный язык" (хэштег как параязык) [17, с. 84]. Исследуя процесс хэштегирования и формирования новых лексем, Ю.С. Наволока отмечает, что хэштеги как новые формы текста формируются, опираясь на свои уникальные правила и особенности [18]. С.А. Бурикова и Е. Овчинникова в своей работе видят в данном утверждении непосредственную связь с идеей В.Г. Адмони о текстах малого формата [19, с. 268].

В своей статье М. Заппавигна рассмотрела природу хэштегов в качестве технологически дискурсивных инструментов. Она определяет хэштеги как «коммуникацию с возможностью поиска», так как они способствуют «возможности поиска» как лингвистическому действию по



структурированию сообщества. При применении хэштега другие коммуниканты в социальных сетях будут использовать его ещё много раз, формируя «фолксономию» или виртуальное интернет-сообщество, занимающееся совместной «маркировкой» [20, с. 788].

В рамках таксономии по вектору интенции Т.А. Смол (2011) разделила хэштеги на информирующие и комментирующие (мнения/ суждения), определив, что около 71% твитов в Твиттере были информирующими хэштегами [21, с. 895]. Б. Циммер, с другой стороны, обратил внимание на использование хэштегов для иронии “как средства для самостоятельного сарказма”<sup>5</sup>. Р. Пейдж классифицировала хэштеги на три категории в зависимости от типа предложения или контента, который окружает конкретный хэштег: императивный, декларативный и вопросительный. Р. Пейдж было установлено, что знаменитости используют хэштеги в качестве саморекламы для двух типов сообщений: сообщения, связанные с профессиональной сферой; сообщения, связанные с национальными событиями [22].

### Методология исследования

В процессе настоящего исследования были применены методы лингвистического наблюдения, прагмасемантического и статистического анализа. Под лингвистическим наблюдением понимается анализ и фиксация языкового материала в его функционировании – в устной или письменной речи [23, с. 24]. Наблюдение сопровождается фиксацией наблюдаемых явлений (в нашем случае установление директивной иллокуции в лексемах, освещающих тематику протестных движений) в компьютерной форме. В дальнейшем происходит обобщение зафиксированных в результате лингвистического наблюдения данных и приводятся выводы о значениях и функциях зафиксированных в ходе наблюдения языковых единиц, которые подвергаются в дальнейшем прагмасемантическому анализу.

В настоящей работе, с позиции ТРА (теории речевых актов), мы сделали акцент на лексемах, которые выражены по форме хэштегами и выступают в роли директивов. Потенциал направления адресата для совершения определённого действия по поддержке социально-политической кампании является, на наш взгляд, наиболее актуальной темой. Трансформация лозунгов в виртуальной коммуникации в реальные протестные движения становится на сегодняшний день значительной силой формирования политической и социальной жизни. Протестные движения в соцсетях благодаря процессу хэштегирования лозунгов становятся неотъемлемым элементом как современности, так и будущих политических и экономических трансформаций в социуме.

В связи с указанными выше данными, директивная составляющая хэштегов становится приоритетной, т.к. именно хэштеги способствуют реализации коммуникантами протестных настроений как в виртуальном дискурсе, так и в их последующих действиях и акциях в реальной жизни. Отдельно в контексте прагмалингвистики стоит отметить немалую роль инфлюэнсеров, от статуса которых зависит перлокутивный эффект определённого используемого хэштега.

В рамках теории речевых актов стоит отметить директивную составляющую цифровых лексических единиц, выраженных хэштегами. В то же время необходимо рассматривать каждую цифровую лексему отдельно, т.к. помимо латентной формы призыва данные единицы имеют определённую синтаксическую форму, которая также отражает директивную составляющую исследуемого феномена хэштегирования, что осуществимо с помощью контекстуального анализа.

### Результаты исследования

В настоящее время существует ряд протестных социально-политических протестных хэштегов, которые, согласно феномену, описанному выше, уже имеют директивный вектор:

<sup>5</sup> Zimmer, B. (2011, September 23). The art of the self-mocking hashtag. Word routes: Exploring the pathways of our lexicon. Retrieved from [shorturl.at/kuDV9](http://shorturl.at/kuDV9)



#22PushupChallenge;	#FastFashion;	#noDAPL;
#ALS;	#FakeNews;	#OccupyWallStreet;
#ArabSpring;	#ISIS;	#OscarsSoWhite;
#BellLetsTalk;	#LGBTQRights;	#Resist;
#BlackLivesMatter;	#MAGA (Make America Great Again);	#SaveOurOceans;
#ClimateChange;	#MarchForOurLives;	#TakeAKnee;
#DeleteUber;	#MeToo;	#WhoMadeMyClothes;
#DeleteFacebook;	#NoBanNoWall;	#WomensRights;
#DREAMers;		#WomensMarch.

Некоторые из представленных выше хэштегированных лозунгов (#ArabSpring; #LGBTQRights; #noDAPL; #WomensRights; #WomensMarch и т.п.) подразумевают лакуну лексического сочетания *I Stand For* (я выступаю за). Например, лексическое сочетание #WomensRights имеет общий посыл с директивной иллюкуцией *I Stand For Womens Rights* (Я выступаю за права женщин). #NoDAPL означает в свою очередь *I Stand For no Dakota Access Pipeline* (Я выступаю за отсутствие трубопровода Dakota Access (доступ Дакоты)). Несмотря на данные лакуны, директивная иллюкуция данных лексических сочетаний является очевидной для пользователей соцсетей. В то же время следует отметить лексему #ISIS (*Islamic State of Iraq and Syria*), функционирующую в соцсетях и призывающих пользователей вступать в организацию ИГИЛ<sup>6</sup>. Здесь мы можем отметить отсутствие лексемы Join что также транслировало бы директивную иллюкуцию (*Join ISIS – Присоединяйтесь к ИГИЛ*), призывающую пользователей сети к осуществлению преступной и экстремистской деятельности.

Другие лозунги в социальных сетях #ALS, #FastFashion, #FakeNews демонстрируют противоположную ситуацию, когда коммуниканты, называя тематику повестки, выступают против явления, зафиксированного в данной повестке. Так, под лексическим сочетанием #ALS следует понимать боковой амиотрофический склероз. Используя лексему #ALS в медиaprостранстве, пользователи соцплатформ вступают за борьбу с данным заболеванием (*I stand against amyotrophic lateral sclerosis – Я против бокового амиотрофического склероза*).

Следует отметить, что анализ данных движений позволяет установить синтаксические особенности построения словосочетаний, вошедших в единые хэштегированные лексемы. В результате проведённого анализа было выявлено, что большая часть хэштегов имеет в своей структуре глагол повелительного наклонения, определяющий директивный вектор самой лексемы, представленной в форме определённого словосочетания (#BellLetsTalk, #DeleteUber, #DeleteFacebook; #OccupyWallStreet; #SaveOurOceans; #TakeAKnee, #Maga (#MakeAmericaGreatAgain), #Resist). Так, цифровая лексическая единица #BellLetsTalk транслирует социальную повестку, организованную телекоммуникационной компанией *Bell Canada*. Данная акция изначально не была нацелена на массовые протесты, однако транслировала озабоченность общества проблемой стигматизации психических заболеваний. Использование повелительного наклонения (*Let's Talk/ давайте говорить*) в цифровой лексической единице выражает значение побуждения, т.е. требуемое действие. Подобное использование глаголов повелительного наклонения зафиксировано и в других протестных акциях.

Цифровая лексема #DeleteUber была использована в ходе событий, последовавших за запретом на поездки, введённого президентом Д. Трампом в 2017 году, когда компании такси выступили против запрета на поездки и на час приостановили все услуги такси в аэропорту Дж. Ф. Кеннеди в Нью-Йорке. Uber публично заявил в Твиттере, что рост цен будет прекращен.

<sup>6</sup> Решение Верховного Суда РФ от 29 декабря 2014 г. N АКПИ14-1424С — признать международные организации "Исламское государство" и Джебхат ан-Нусра (Фронт победы) террористическими и запретить их деятельность на территории Российской Федерации





Цифровое лексическое сочетание *#DeleteUber* (Удалите Uber) также содержит в себе глагол повелительного наклонения, как и *#DeleteFacebook*, употребляемый в виртуальном пространстве после того, как в 2018 Cambridge Analytica и Facebook<sup>7</sup> были уличены в сборе информации о миллионах пользователей приложения без согласия.

Движение под хэштегированный лексемой *#OccupyWallStreet* (*Захвати Уолл-Стрит*) началось с акции протеста в Нью-Йорке в 2011 года. Движение выдвинуло на первый план социальные проблемы (неравенство доходов, распределение богатства), которые, по мнению демонстрантов, были созданы финансовым районом Уолл-стрит. Кампания, распространённая на социальных платформах в гипертекстовом виде *#SaveOurOceans* (Сохрани) сконструирована в форме конкурса TikTok, который в итоге обещает внесение денежного вклада на защиту морской жизни и океанов за счет сокращения пластиковых отходов. В данной лексеме также присутствует глагол повелительного наклонения *Save / Cnacu*. Призыв *#TakeAKnee* (встань на колено) в социальных сетях против дискриминации по национальному признаку также обладает аналогичной синтаксической структурой.

Аббревиатура *#Maga* (*#MakeAmericaGreatAgain* — сделаем Америку снова великой) является лозунгом Дональда Трампа, его президентской кампании 2016 года, приближающейся кампании 2024 года и Республиканской политической партии в целом. В данном случае директивную иллокуцию возможно отметить лишь после расшифровки аббревиатуры, в составе которой заложен также глагол повелительного наклонения. Интересным лозунгом также становится хэштегированная цифровая лексическая единица *#Resist*, которую следует рассматривать в контексте политики трампистов. Данное лексическое сочетание является сокращённой формой лозунга (*#ResistTrump*), относящегося к протестам и кампаниям (как онлайн, так и офлайн) против президента США Дональда Трампа и его администрации. В данном случае также присутствует глагол в повелительном наклонении, выражающий директивную иллокуцию коммуникантов, которые распространяют данную цифровую лексему в процессе современной виртуальной коммуникации.

На основании представленной выше подборки было подсчитано, что директивный вектор реализуется в 31% случаях на семантическом и на синтаксическом уровнях одновременно. Данный факт является важным для понимания сущности феномена цифрового протеста в современной виртуальной коммуникации, где реализация директива становится основополагающей для построения эффективной стратегии социально-политической протестной кампании в рамках социальной инженерии с точки зрения лингвистики.

Нами было решено выбрать цифровую лексическую единицу *#OccupyWallStreet* для определения широты её директивной иллокуции и места в современном виртуальном дискурсе ввиду масштабов её реализации. Исследовав синтаксическую структуру, которая была описана выше, мы обратимся к семантической характеристике данной цифровой лексической единицы. Для этого проанализируем *#OccupyWallStreet* в рамках семантического ромба, представленного выше. Здесь следует отметить, что данная цифровая лексическая единица может быть оформлена посредством языковой компрессии на графическом уровне в виде *#OWL*. Для наглядности мы продемонстрируем примеры использования данных цифровых лексем:

— *I love #OccupyWallStreet. As John said, «One hero cannot do it». Each one of us have to be heroes» And you are. Thank you/ love, yoko*

(@yokoono)

— *Я люблю #OccupyWallStreet. Как сказал Джон: «Один герой не сможет этого сделать». Каждый из нас должен быть героем». И вы ими являетесь. Спасибо/с любовью, yoko (никнейм автора).*

(@yokoono) Перевод здесь и далее наш А.А.

<sup>7</sup> Решением Тверского районного суда города Москвы от 21.03.2022 по делу N 02-2473/2022 деятельность американской транснациональной холдинговой компании Meta Platforms Inc. по реализации продуктов социальных сетей Facebook и Instagram на территории Российской Федерации запрещена по основаниям осуществления экстремистской деятельности.



Как мы видим в данном примере выражается латентная форма призыва к осуществлению протестной акции. Автор считает героями демонстрантов, что и утверждает в своём сообщении. Схожий посыл даёт и аббревиатура, которая используется в форме хэштега:

– *#OWS isn't selling out to any candidate or any billionaires. By the people for the people. It's a movement, not a market scheme.*

@JackSahko

– *#OWS не продается ни одному кандидату или миллиардерам. От людей для людей. Это движение, а не рыночная схема.*

@JackSahko

Протесты племени Оромо в начале текста данной работы были предложены нами в качестве примера для освещения трансформации семантического треугольника Огдена-Ричардса в систему из четырёх компонентов в рамках гипертекстовой природы лексических единиц в медиапространстве. При апробации данной гипотезы в отношении движения Occupy Wall Street мы пришли к следующим заключениям. Само лексическое сочетание *#OccupyWallStreet* является первым элементом семантики, представляя собой слово (согласно теории Огдена-Ричардса). Реальное движение *#OccupyWallStreet*, которое является предметом нашего анализа и реализовывалось как на социальных платформах, так и на улицах Нью-Йорка, представляет собой денотат. Все протесты, происходящие с 17 сентября по 15 ноября 2011 года, измерялись сотнями демонстрантов, к которым также следует добавить тысячи протестующих в социальных сетях. Восприятие и поддержка участниками движения *#OccupyWallStreet* являются сигнификатом данного события.

Четвертым компонентом семантического ромба становятся файлы различного формата в социальной сети, фото демонстрантов<sup>8</sup>, видео на Youtube<sup>9</sup>, а также большой набор текстовой информации, которая привязана к цифровой лексической единице *#OccupyWallStreet* посредством гипертекстовых связей.

Синергия синтаксических и семантических характеристик в одной цифровой лексеме означала зарождение протестных движений в США, реализуемой через социальные сети и платформы. Дискурс в виртуальном пространстве сформировал социально-политический феномен, который впоследствии был использован социальными инженерами во многих других странах мира.

### Заключение

Гипертекстовая сущность медиакommunikации выходит сегодня на иной уровень, отличающийся нелинейностью подачи информации. Немалую роль в данном процессе играют социально-политические протестные движения, например, социально-политическая протестная акция *#OccupyWallStreet*. В процессе настоящего исследования мы пришли к нескольким выводам о структурных и прагматических особенностях директивного гипертекста.

Установлено, что семантический треугольник, раскрывающий сущность цифровых лексических единиц в процессе современной виртуальной коммуникации, дополняется четвертым компонентом, реализуемым с помощью медиа и текстов, объединённых гипертекстовыми связями. Проанализирован широкий пласт информации (26 протестных движений) относительно прагматической природы хэштегированных лексических единиц и обоснована важность директивных интенций в процессе медиа коммуникации для реализации протестных повесток в социуме. Определено, что директивный компонент реализуется в сфере сетей Интернета второго

<sup>8</sup> Автор – Жером Лефиллиатр. «Indignés» (возмущенный) с Уолл-стрит. 10.04.2011, 17:13 (URL: [https://www.challenges.fr/monde/les-indignes-de-wall-street\\_328228](https://www.challenges.fr/monde/les-indignes-de-wall-street_328228))

<sup>9</sup> Автор – Сэм Седер. From the Majority Report, live M-F 11:30am EST and via daily podcast at (Из отчета большинства в прямом эфире с понедельника по пятницу в 11:30 утра по восточному стандартному времени и в ежедневном подкасте на) (URL: <http://Majority.FM/>). 4 октября 2011 года. Также доступно на сайте Youtube: Live Occupy Wall Street Update: One Police Plaza & Brooklyn Bridge (URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8WbUGoPD8mw&t=17s>)



поколения на семантическом уровне и синтаксическом уровне. Семантический уровень реализации цифровой лексической единицы объединяет в себе денотат, сигнификат и медиафайлы, связанные с рассматриваемой цифровой лексической единицей. На синтаксическом уровне отмечается использование глаголов повелительного наклонения. На основании решённых задач нам удалось продемонстрировать многоаспектность директивного потенциала протестных движений в современном медиaprостранстве и установить механизмы формирования текстовой составляющей социально-политических протестов на примере цифровой лексической единицы *#OccupyWallStreet*.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Беляков А., Соколов А. Миронова С.** Трансформация протестных повесток 2019–2020 годов в социальных сетях // *Journal of Sociology: Bulletin of Yerevan University*. 2021. Т. 12, № 1. С. 3–19.
2. **Richardson D.** 2018, *#WalkAway* Founder Is Latest to Spread 'Facebook Ban' Disinformation. URL: <http://observer.com> (дата обращения: 16.01.2024)
3. **Патрушева Л.С.** Хештегирование как новый коммуникативный процесс // *Вестник Удмуртского университета. Серия «История и филология»*. 2018. Т. 28, № 3. С. 471–475.
4. **White C.M.** *Social media, crisis communication, and emergency management. Leveraging Web 2.0 technologies*. New York. CRC Press, Taylor & Francis Group, 2011. 329 p.
5. **Zak E.** 2013, How Twitter's hashtag came to be // *BLOGS WSJ*. URL: <http://blogs.wsj.com/digits/2013/10/03/how-twitters-hashtag-came-to-be/> (дата обращения: 16.01.2024)
6. **Ogden C.K., Richards I.A.** *The meaning of the meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism*. London, New York, 2001. 386 p.
7. *Толковый переводоведческий словарь / Л.Л. Нелюбин. 3-е изд., перераб. М.: Флинта: Наука, 2003. С. 96.*
8. **Клочкова Е.С.** Функционально-коммуникативный потенциал гипертекстовых элементов в англоязычной научной статье // *Terra Linguistica*. 2022. Т. 13, № 3. С. 15–22. DOI: 10.18721/JHSS.13302
9. **Бредихин С.Н., Серебрякова С.В., Лиховид А.А.** Способы компрессии когнитивной информации в научно-популярном тексте // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2019. № 3. С. 139–145.
10. **Самборук Л.А.** Языковая экономия в современном англоязычном интернет-пространстве (на материале публикаций о предвыборной кампании в США) // *Современные исследования социальных проблем*. 2020. Т. 12, № 5. С. 305–319.
11. **Huong B.** Abbreviations in the language of modern mass media // *Bulletin of the Moscow State Regional University (Russian philology)*. 2019. С. 17–26. DOI: 10.18384/2310-7278-2019-3-17-26
12. **Stecula B., Stecula K., Kapczyński A.** Compression of Text in Selected Languages – Efficiency, Volume, and Time Comparison // *Sensors*. 2022. 22 (17): 6393. Pp. 1–17. DOI: 10.3390/s22176393
13. **Alekseev A.V.** Hypertext as a result of semantic compression in the texts of web 2.0 // *Mir Nauki, Kultury, Obrazovaniya*. 2021. No. 1 (86). Pp. 416–419. DOI: 10.24412/1991-5497-2021-186-416-419
14. **Колшанский Г.В.** *Коммуникативная функция и структура языка*. М.: Наука, 1984. 175 с.
15. *Русский язык: энциклопедия / гл. ред. Ф.П. Филин. М.: Сов. энцикл., 1979. С. 80.*
16. **Caleffi P.** The 'hashtag': A new word or a new rule? // *Skase Journal of Theoretical Linguistics*. 2015. No. 12 (2). Pp. 46–69.
17. **Mahfouz I.** The Linguistic Characteristics and Functions of Hashtags: #Is it a New Language? // *Arab World English Journal*. 2020. No. 6. Pp. 84–101. DOI: 10.24093/awej/call6.6
18. **Наволока Ю.С.** Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети "Инстаграм" (запрещена на территории РФ)) // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2018. № 12-3 (90). С. 568–573.
19. **Burikova S., Ovchinnikova E.** Hashtag as modern text format in linguistics // *LAPLAGE EM REVISTA*. 2021. No. 7. Pp. 261–268. DOI: 10.24115/S2446-6220202172709p.261-268
20. **Zappavigna M.** Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter // *New Media & Society*. 2011. No. 13 (5). Pp. 788–806. DOI: 10.1177/1461444810385097



21. **Small T.A.** What the hashtag? // *Information, Communication & Society*. 2011. No. 14 (6). Pp. 872–895. DOI: 10.1080/1369118X.2011.554572
22. **Page R.** The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags // *Discourse & Communication*. 2012. No. 6 (2). Pp. 181–201. DOI: 10.1177/1750481312437441
23. **Стернин И.А.** Метод, методика, прием // *Вопросы психолингвистики*, 2008. № 7. С. 24–25.

## REFERENCES

- [1] **Beliakov A., Sokolov A. Mironova S.** Transformatsiia protestnykh povestok 2019–2020 godov v sotsial'nykh setiakh [Transformation of protest agendas in 2019–2020 on social networks], *Journal of Sociology: Bulletin of Yerevan University*, 12 (1) (2021) 3–19.
- [2] **Richardson D.** #WalkAway Founder Is Latest to Spread 'Facebook Ban' Disinformation, 2018, Available at: <http://observer.com> (accessed 16.01.2024)
- [3] **Patrusheva L.S.** Kheshtegirovanie kak novyi kommunikativnyi protsess, *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya «Istoriia i filologiya»*. [Hashtagging as a new communicative process], *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya «Istoriia i filologiya»*, 28 (3) (2018) 471–475.
- [4] **White C.M.** Social media, crisis communication, and emergency management. Leveraging Web 2.0 technologies, CRC Press, Taylor & Francis Group, New York, 2011.
- [5] **Zak E.** How Twitter's hashtag came to be, *BLOGS WSJ*. 2013, Available at: <http://blogs.wsj.com/digits/2013/10/03/how-twitters-hashtag-came-to-be/> (accessed 16.01.2024).
- [6] **Ogden C.K., Richards I.A.**, The meaning of the meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism. London, New York, 2001.
- [7] *Tolkovyĭ perevodovedcheskii slovar' / L.L. Neliubin*. 3-e izd., pererab. Moskva: Flinta: Nauka, 2003.
- [8] **Klochova E.S.** Functional and communicative potential of hypertext elements in an English-language scientific article, *Terra Linguistica*, 13 (3) (2022) 15–22. DOI: 10.18721/JHSS.13302
- [9] **Bredikhin S.N., Serebriakova S.V., Likhovid A.A.** Sposoby kompressii kognitivnoi informatsii v nauchno-populiarnom tekste [Methods of compression of cognitive information in popular science text], *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki*. 3 (2019) 139–145.
- [10] **Samboruk L.A.** Linguistic economy in the modern English-language Internet space (based on publications about the election campaign in the USA), *Sovremennye issledovaniia sotsial'nykh problem*, 12 (5) (2020) 305–319.
- [11] **Huong B.** Abbreviations in the language of modern mass media, *Bulletin of the Moscow State Regional University (Russian philology)*, 3 (2019) 17–26. DOI: 10.18384/2310-7278-2019-3-17-26
- [12] **Stecula B., Stecula K., Kapczyński A.** Compression of Text in Selected Languages – Efficiency, Volume, and Time Comparison, *Sensors*. 22 (17): 6393 (2022) 1–17. DOI: 10.3390/s22176393
- [13] **Alekseev A.V.** Hypertext as a result of semantic compression in the texts of web 2.0, *Mir nauki, kul'tury i obrazovaniia*. 1 (86) (2021) 416–419. DOI: 10.24412/1991-5497-2021-186-416-419
- [14] **Kolshanskiĭ G.V.** Kommunikativnaia funktsiia i struktura iazyka [Communicative function and structure of language], Nauka, Moscow, 1984.
- [15] *Russkii iazyk: entsiklopediia / gl. red. F.P. Filin*. M.: Sovetskaia entsiklopediia, Moskva, 1979.
- [16] **Caleffi P.** The 'hashtag': A new word or a new rule?, *Skase Journal of Theoretical Linguistics*, 12 (2) (2015) 46–69.
- [17] **Mahfouz I.** The Linguistic Characteristics and Functions of Hashtags: #Is it a New Language?, *Arab World English Journal*, 6 (2020) 84–101. DOI: 10.24093/awej/call6.6
- [18] **Navoloka Iu.S.** Hashtag-text as a new text format in the Internet space (on the example of the social network “Instagram”), *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. 12-3 (90) (2018) 568–573.
- [19] **Burikova S., Ovchinnikova E.** Hashtag as modern text format in linguistics, *LAPLAGE EM RE-VISTA*. 7 (2021) 261–268. DOI: 10.24115/S2446-6220202172709p.261-268
- [20] **Zappavigna M.** Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter, *New Media & Society*, 13 (5) (2011) 788–806. DOI: 10.1177/1461444810385097
- [21] **Small T.A.** What the hashtag?, *Information, Communication & Society*. 14 (6) (2011) 872–895. DOI: 10.1080/1369118X.2011.554572
- [22] **Page R.** The linguistics of self-branding and micro-celebrity in Twitter: The role of hashtags, *Discourse & Communication*. 6 (2) (2012) 181–201. DOI: 10.1177/1750481312437441



[23] **Sternin I.A.** Metod, metodika, priem [Method, methodology, technique], Voprosy psikholingvis-tiki. 7 (2008) 24–25.

#### **СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT AUTHOR**

**Алексеев Александр Владимирович**  
**Alexander V. Alekseev**  
E-mail: alexander1990alekseev@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-8193-8740>

*Поступила: 26.01.2024; Одобрена: 04.03.2024; Принята: 05.03.2024.*  
*Submitted: 26.01.2024; Approved: 04.03.2024; Accepted: 05.03.2024.*