

## ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ХЕШТЕГОВ В БЛОГОСФЕРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РОДИТЕЛЬСКИХ БЛОГОВ)

### LINGUISTIC FUNCTIONS OF HASHTAGS IN BLOGGING (AS EXEMPLIFIED IN ENGLISH PARENTING BLOGS)

*M. Biyanova*

*Summary.* Nowadays hashtags are mandatory elements of Internet discourse. Having appeared in the framework of microblogging of social networks, hashtags continue to expand into other genres of Internet communication (blogs, electronic media) and beyond virtual reality. Making literature review on the functioning of the sign in microblogs, the author suggests to supplement basic functions of hashtags (highlight the main idea of the message, information organization function, quick search) with two more: the text forming the character appraisal and commenting of information (modal function). The author suggests that blogs differ from microblogs in terms of the volume of messages and the way the text is organized, they represent a slightly different "habitat" for hashtags, therefore, the transformation of their functions is possible. Linguistic analysis of hashtag functioning in English parent blogs allowed the author to distinguish four functions peculiar to hashtags in blogs. The most common is the implementation of link messaging. The brand marketing function of hashtags in blogs is due to the fact that commercial companies are now actively using hashtags to promote their products, this trend is carried over into sponsored blog posts. In the topic-marking function, the hashtag competes with two other ways of marking topics: a vertical bar and square brackets. The stylistic function of hashtags, which allows to give the statement expressive character, is rarely presented in blogs. The author also comes to the conclusion that hashtag, being a multifunctional symbol, actualizes a different set of functions in different systems of written communication.

*Keywords:* blog, microblog, hashtag, Internet discourse, written communication, linguistic function, the implementation of messaging, brand marketing, topic-marking, stylistic function.

*Бианова Мария Вадимовна*

*Доцент, ФГБОУ ВО «Глазовский государственный педагогический институт им. В. Г. Короленко», г. Глазов  
m.biyanova@mail.ru*

*Аннотация.* Обязательным элементом интернет-дискурса в настоящее время являются хештеги. Появившись в рамках микроблогов социальных сетей, хештеги продолжают экспансию в другие жанры интернет-коммуникации (блоги, электронные СМИ) и за пределы виртуальной реальности. Предметом исследования данной статьи является лингвистический функционал хештегов и их востребованность в блогосфере. Делая литературный обзор о функционировании данного знака в микроблотах, автор статьи предлагает дополнить базовые функции хештегов (выделение главной мысли сообщения, тематическая группировка информации, обеспечение быстрого поиска) еще двумя: текстообразующий характер и оценочное комментирование информации (модальная функция). Автор предполагает, что, отличаясь от микроблогов по объему сообщений и способу организации текста, блоги представляют из себя несколько иную «среду обитания» для хештегов, следовательно, возможна трансформация их функций. Лингвистический анализ функционирования хештегов в англоязычных родительских блогах позволил автору выделить четыре функции, свойственные хештегам в блогах. Самой распространенной является реализация обмена сообщениями с помощью ссылок. Рекламная функция хештегов в блогах связана с тем, что коммерческие компании в настоящее время активно используют хештеги для продвижения своих продуктов, данная тенденция переносится и в спонсорские сообщения блогов. В функции рубрикации хештеги синонимичны еще двум способам маркирования рубрик: с помощью вертикальной черты и квадратных скобок. Стилистическая функция хештегов, позволяющая придать высказыванию экспрессивный характер, в блогах представлена редко. Автор также приходит к выводу, что хештег, являясь многофункциональным символом, в разных системах письменной коммуникации актуализирует разный набор функций.

*Ключевые слова:* блог, микроблог, хештег, интернет-дискурс, письменная коммуникация, лингвистическая функция, реализация обмена сообщениями, рекламная функция, функция рубрикации, стилистическая функция.

**В** настоящее время одним из обязательных элементов интернет-дискурса стали хештеги — «слова или словосочетания, предваряемые символом «#», используемые в социальных сетях и приложениях, особенно в Твиттере, для категоризации сообщений по определенной теме» [14 — здесь и далее перевод наш — М. В.]. С лингвистической точки зрения хештеги изучаются чаще всего в рамках микроблогов социальных сетей, таких как Твиттер [1; 5], Инстаграм [7; 8] и других. Б. Солис рассматривает хештеги как вышедшее за пределы виртуальной реальности явление: «Хештеги пере-

текают от одной формы коммуникации к другой за пределы микроблога» [11]. Подтверждением тому являются исследования функционирования хештегов в современных электронных СМИ [2; 3; 4], исследования рекламных возможностей этого символа [9]. Более того, встречаются упоминания о выходе хештега в устную речь [13].

Такая экспансия знака свидетельствует о расширении реализуемых им функций. Именно поэтому актуален анализ хештегов как лингвистического явления в системе письменной интернет-коммуникации. **Новиз-**

на исследования состоит в том, что функционирование хештегов в блогосфере до настоящего момента не становилось предметом лингвистического исследования. Отличаясь от микроблогов по объему сообщений и способу организации текста, блоги будут представлять из себя несколько иную «среду обитания» для хештегов, следовательно, возможна трансформация их функций. Таким образом, **цель** нашей статьи состоит в выявлении особенностей функционирования хештегов в блогосфере. Эта цель предусматривает решение следующих **задач**: сбор эмпирического материала, вычленение основных видов хештегов в блогосфере, их систематизация.

Специалистами, изучающими этот знак, уже сделаны определенные выводы о его функционировании в микроблогах. Так, Богуславской В. В. и Богуславским И. В. названы три основных свойства хештега:

- ◆ выделение главной мысли сообщения при помощи ключевых слов;
- ◆ тематическая группировка информации;
- ◆ обеспечение быстрого поиска по интересующим темам [2].

А. П. Атягина выделяет следующие основные функции хештегов в Твиттере: 1) обозначение модели ситуации в целях компрессии; 2) включение в общий контекст/тренды; 3) актуализация и экспрессия; 4) самопрезентация; 5) продвижение (товаров, услуг, идей) [1]. Ю. Е. Галямина рассматривает следующие функции данного лингвистического феномена: 1) функция тематического маркера, 2) функция оценочного имени, 3) предикативно-классифицирующая функция, 4) модальная функция, 5) хэштег как маркер самого себя [5]. О текстообразующем характере хештегов пишут Ю. С. Наволока [7] и А. Ю. Церюльник [8].

Ю. В. Щурина описывает коммуникативный потенциал хештегов в микроблогах социальных сетей на основании их функциональной направленности:

1. «серьезные» хештеги (выполняющие номинативные, социальные, экономические задачи),
2. шуточные хештеги (реализующие эстетические или творческие задачи):
  - ◆ общеизвестные, популярные;
  - ◆ авторские, или внутренние [10].

Краткий обзор исследований функционирования хештега в микроблогах позволяет нам предположить, что в дополнение к «базовым» функциям хештеги прирастают еще, как минимум, двумя:

- ◆ текстообразующий характер;
- ◆ оценочное комментирование информации (модальная функция).

Материалом для настоящего исследования послужили 50 топовых родительских блогов Британских сообществ Mamsnet и Britmums; материал отбирался путем сплошной выборки сообщений за 2017 г. — первое полугодие 2019 года. Несмотря на то, что авторы блогов являются активными пользователями социальных сетей, не все они используют хештеги в постах своих блогов. В 16 из 50 блогов нашей выборки знак хештега не используется. Анализ функционирования хештегов в блогосфере позволил нам выделить следующие функции хештегов: реализация обмена сообщениями, рекламная функция, функция рубрикации, стилистическая функция. Далее рассмотрим их подробнее.

**Обмен сообщениями с помощью ссылок** — самая распространенная функция хештегов в блогосфере. Пользователи объединяются для решения какой-либо социальной проблемы или обсуждения какого-либо вопроса (пример 1). Блогеры приглашают читателей вступить в беседу, поставив знак хештега с нужным словом или фразой в конце своего сообщения. Слово, написанное после знака решетки, автоматически становится ссылкой, что позволяет просматривать все существующие сообщения, помеченные таким же знаком. Найджел, автор блога DIY Daddy, так описывает преимущества, которые дает присоединение постов: «Linky's are a great way to find new blogs to read, discover new content and they're also a great way to raise your blogs profile.» (<https://www.diydaddyblog.com/that-friday-linky-78>) — «Это прекрасный способ найти новые блоги для чтения, открыть для себя новое содержание и отличное средство повысить статистику собственного блога». Кейт, автор блога The Mum Conundrum, так поясняет цель создания веб-ссылки #ItsOK:

**Обмен сообщениями с помощью ссылок** — самая распространенная функция хештегов в блогосфере. Пользователи объединяются для решения какой-либо социальной проблемы или обсуждения какого-либо вопроса (пример 1). Блогеры приглашают читателей вступить в беседу, поставив знак хештега с нужным словом или фразой в конце своего сообщения. Слово, написанное после знака решетки, автоматически становится ссылкой, что позволяет просматривать все существующие сообщения, помеченные таким же знаком. Найджел, автор блога DIY Daddy, так описывает преимущества, которые дает присоединение постов: «Linky's are a great way to find new blogs to read, discover new content and they're also a great way to raise your blogs profile.» (<https://www.diydaddyblog.com/that-friday-linky-78>) — «Это прекрасный способ найти новые блоги для чтения, открыть для себя новое содержание и отличное средство повысить статистику собственного блога». Кейт, автор блога The Mum Conundrum, так поясняет цель создания веб-ссылки #ItsOK:

(1) The #ItsOK gang consists of: Moi (obvs), Nicole — Tales from Mamaville, Carly — Mom of Two Little Girls, Helen — Twins, Tantrums & Cold Coffee, and Jacqui, from One Messy Mama. The five of us take it in turns to host the linky each week in that order <...> So, why do we run it? <...> *The linky is a safe place where you won't be judged for not being perfect (perfection is relative, anyways), but appreciated for being the best parent YOU can be* (<https://themumconundrum.com/the-itsok-bloggers-linky-whats-it-all-about>).

(1) Команда #ItsOK состоит из: Меня (понятное дело), Николь — Tales from Mamaville, Карли — Mom of Two Little Girls, Хелен — Twins, Tantrums & Cold Coffee и Жак из One Messy Mama. Мы впятером по очереди размещаем на своих ресурсах сообщения по этой теме каждую неделю в этом порядке. <...> Почему мы этим занимаемся? <...> *Эта веб-ссылка — безопасное место, где вас не судят за то, что вы не совершенны (совершенство относительно, в любом случае), но це-*

**нят за то, что вы можете проявить СВОИ лучшие родительские качества.**

Блогер может создавать цикл сообщений по определенной теме индивидуально, как например Карли (Mum of Two Little Girls), которая запустила в своем блоге серию историй о семейных путешествиях:

(2) Welcome back to my #RealMomsWhoTravel series where I share the real life stories of real moms, who love to travel with their kids and family. This week I am excited to introduce you to Shannan from Captivating Compass <...> Here is Shannan's interview as part of the #RealMomsWhoTravel series. (<https://momoftwolittlegirls.com/captivating-compass-realmomswhotravel>).

(2) Добро пожаловать в мой цикл историй #RealMomsWhoTravel, в котором я делюсь настоящими историями настоящих мам, любящих путешествовать со своими детьми и семьей. На этой неделе я рада представить вам Шаннан из Captivating Compass <...> Вот интервью с Шаннан в качестве одной из историй цикла #RealMomsWhoTravel.

Обмен сообщениями часто создается ради развлечения. Примерами таких групп могут служить следующие хештеги: #MySundayPhoto (Onedad3girls); #LivingArrows, #TheOrdinaryMoments (whattheredheadsaid); #MeAndMineProject (tobygoesbananas.co.uk); #LittleLoves (coffeeworksleeprepeat); #ThatFridayLinky (diydaddyblog).

**Рекламная функция.** Блогеры активно сотрудничают с различными коммерческими брендами, публикуя спонсорский контент в разных форматах — это могут быть отзывы на товары или услуги, бесплатная раздача, история, рекламное сообщение и прочие. Обязательным условием публикации служит упоминание о том, что пост был спонсирован определенной компанией. В связи с тем, что коммерческие компании в настоящее время активно используют хештеги для продвижения своих продуктов, данная тенденция переносится и в спонсорские сообщения блогов.

Так, в одном из своих спонсируемых постов Найджел описывает участие своей семьи в рекламной акции #DirtIsGood. Целью данной акции, которую проводит компания Персил, является убедить родителей в пользе пребывания на свежем воздухе всей семьей и игр на свежем воздухе (и в частности, игр с грязью) для развития детей:

(3) "We were invited to Bluestone Wales as part of their #DirtIsGood campaign. The campaign is all about getting outdoors as a family, and I couldn't think of a more perfect location than Bluestone Wales." ([https://](https://www.diydaddyblog.com/bluestone-national-park-with-persil-uk-presstrip)

[www.diydaddyblog.com/bluestone-national-park-with-persil-uk-presstrip](https://www.diydaddyblog.com/bluestone-national-park-with-persil-uk-presstrip)).

(3) «Мы были приглашены в Блюстоун Уэльс в рамках их кампании #DirtIsGood. Кампания заключается в том, чтобы проводить время на природе всей семьей, и я считаю, что лучшего места, чем Блюстоун Уэльс не найти.»

В следующем примере, описывающем участие блогера в промоакции сети магазинов Aldi, название последней сопровождается хештегом:

(4) As part of my recent collaboration with Aldi they challenged me to the #AldiChallenge and complete my weekly family shop with them to see if they could save me money (<https://www.boorooandtiggertoo.com/5-reasons-why-you-should-shop-at-aldi-aldichallenge>).

(4) В качестве части моего недавнего сотрудничества с компанией Aldi я приняла участие в #AldiChallenge и совершила еженедельную семейную покупку в их магазине чтобы выяснить, смогу ли я сэкономить деньги, если буду совершать покупки у них.

**Функция рубрикации.** С помощью хештега некоторые авторы маркируют названия рубрик, которые ведут регулярно в своем блоге, например:

(5) FAMILY TRAVEL | 7 WAYS TO USE TEEBEE TRAVEL TOY BOX+ #GIVEAWAY (<https://www.boorooandtiggertoo.com/teebee-travel-toy-box>).

(5) Семейное путешествие | 7 способов использовать TEEBEE TRAVEL TOY BOX+ #бесплатная раздача

В блоге Луизы (Little Hearts, Big Love) имеются две постоянные рубрики, отмеченные хештегами #30DaysWild и #365daysofgratitude. Первая рубрика посвящена наблюдению за природой с детьми, во второй рубрике автор каждый день делится фотографией того, за что она благодарна этому дню (<https://littleheartsbiglove.co.uk>).

Наблюдается тенденция маркировать заголовок рекламного поста обозначением AD (advertisement — реклама). Это слово имеет варианты оформления: с помощью хештега (пример 6), с помощью вертикальной черты (пример 7), с помощью квадратных скобок (пример 8):

(6) BACK TO SCHOOL WITH TESCO #AD (<http://www.tobyandroo.com/back-school-tesco-ad>).

(6) СНОВА В ШКОЛУ С ТЕСКО #AD.

(7) How I Stay Healthy as a Parent | AD (<https://whattheredheadsaid.com/how-i-stay-healthy-as-a-parent-ad>).

(7) Как я сохраняю родительское здоровье | AD

(8) STUDIO #WEDOWOW | INTRODUCING THE NEW LOOK STUDIO AND AN EXCITING ANNOUNCEMENT [AD] (<https://www.boorooandtiggertoo.com/studio-wedowow-introducing-the-ambassadors>).

(8) СТУДИЯ #WEDOWOW | ПРЕДСТАВЛЯЮ НОВУЮ ФОТОСТУДИЮ И ЗАМАНЧИВОЕ ОБЪЯВЛЕНИЕ [AD]

Время покажет, какой из этих способов окажется самым удобным.

**Стилистическая функция.** В этом случае хештеги включаются в структуру текстовых сообщений. По словам Мишель Запавина: «Использование метакомментария не побудит другого микроблогера к поиску, но побудит возможность «воображаемого сообщества» микроблогеров, которые чувствуют то же самое» [12, с. 2]. Таким образом, цель такого хештега состоит не в поиске информации, а в повышении экспрессивности высказывания.

Данная функция свидетельствует о том, что хештеги приобретают творческий характер. С их помощью авторы выражают различные эмоции: юмор, волнение, печаль и другие. Однако, по сравнению с микроблогами, в данной функции в блогах они достаточно редки. Мы можем поделиться тремя примерами юмористического использования хештега:

(9) It would be so much healthier for the maternal nation if we all swept our bad days under the carpet and captioned every photo with #blessed. (<http://www.theunmumsyum.co.uk/a-response-to-that-mail-online-article.html>).

(9) Было бы гораздо более здоровьесберегающе для нашей материнской нации, если бы мы все смели наши плохие дни под ковер и подписывали бы каждую фотографию #счастливы.

В этой функции хештеги являются членами предложения. В следующих примерах (10, 11) хештеги употребляются в качестве атрибутива:

(10) It just turns out we are not a 'make the best of it' '#therainwontstopus' type of family. The rain did stop us (<http://www.theunmumsyum.co.uk/out-of-the-frying-pan.html>).

(10) Оказывается, мы не относимся к семьям типа «не вешать нос» «#наснеостановитдождь». Дождь-таки остановил нас.

(11) [...] Oh Alice is so awesome. As someone else said we need to start a #BeLikeAlice camapign!! (<https://justsayimgum.com/2017/07/10/be-you>).

(11) Элис просто чудо. Как кто-то сказал, нам нужно начать кампанию #БудьКакЭлис!!

Хештеги используются не только авторами блогов, но и читателями в комментариях к сообщениям, выполняя похожие функции.

В примере (12), читатель восхищается прочитанным сообщением, используя хештег для выражения своего отношения:

(12) This is a brilliant post and great advice for a new ish blogger like me. <...> Thanks for a lovely read #postsfromtheheart

(12) Это чудесное сообщение и прекрасный совет для начинающего блогера как я. <...> Спасибо за чудесный #постотвсегосердца

В следующем примере первый хештег автор использует в скобках как вводную конструкцию для иронии над своей неуклюжестью: идиома «two left feet» означает «быть плохим танцором», второй хештег является названием группы сообщений, в рамках которой и был опубликован комментируемый пост:

(13) Sounds like fun... Although my moves would even make Mr Blobby look good (#twoleftfeet) Thanks for linking up with #ItsOK xxx (<https://mummyofasquarepeg.home.blog/2019/02/20/how-zumba-improves-my-mental-health>).

(13) Очень интересно... Хотя на фоне моих движений даже Мистер Неуклюжий выглядел бы лучше (#плохойтанцор) Спасибо, что присоединились к #ItsOK xxx

Следующий комментарий написан к одному из постов в цикле сообщений, связанных хештегом #theordinarymoments:

(14) Such lovely memories, I'm sure your children will have lovely ones too. #theordinarymoments

(14) Такие прекрасные воспоминания, я уверена, что ваши дети тоже будут иметь прекрасные воспоминания. #theordinarymoments

Все вышеизложенное позволяет нам прийти к следующим **выводам**.

Функциональный потенциал хештегов в системе письменной интернет-коммуникации за короткое время расширился от чисто технической функции (категоризация сообщений по определенной теме) до текстообразующей. Это могло произойти, по нашему мнению, за счет распространения знака за пределами той среды, где он первоначально был исполь-

зован. В разных системах письменной коммуникации актуализируются разные функции знака. В блогосфере знак выполняет, по нашим наблюдениям, функцию реализации обмена сообщениями, рекламную функцию, функцию рубрикации, стилистическую функцию. Рас-

ширение языкового и тематического материала исследования позволит составить более полное представление о функционировании хештегов в блогосфере. В этом, по нашему мнению, и состоит перспектива дальнейшей работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атягина А. П. Твиттер как новая дискурсивная практика: автореф. дисс. ... к. ф. н. Омск, 2014. — 22 с.
2. Богуславская В. В., Богуславский И. В. Медiateкст и хэштеги: цифровая трансформация СМИ // Гуманитарный вектор, 2017. — Т. 12. — № 5. — С. 51–58.
3. Волконская М. Ю., Вахрушева М. А., Паутова К. А. Феномен хэштегов в современных электронных СМИ // Современные информационные и коммуникационные технологии в глобальном мире: вызовы и возможности: междунар. науч.-практ. конф. / гл. ред. Л. В. Савченко. Симферополь: Ариал, 2017. — С. 39–42.
4. Вольф О. А. Функции хэштега в журналистском медiateксте (на примере постов газеты «ШАНС» в социальной сети «ВКонтакте») // Язык. Коммуникация. Культура: I Междунар. заочная науч.-практ. конф.: сб. ст. — М., 2017. — С. 24–27.
5. Галямина Ю. Е. Лингвистический анализ хэштегов Твиттера // Современный русский язык в интернете / ред. Я. Э. Ахпкина, Е. В. Рахилина. М.: Языки славянской культуры, 2014. — С. 13–22.
6. Кан Е. В. Хэштеги как новое лингвистическое явление // Филологический аспект: междунар. науч.-практ. журн., 2017. — № 1. — С. 90–98.
7. Наволока Ю. С. Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети «Инстаграм») // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2018. — № 12 (90). — Ч. 3. — С. 568–573.
8. Церюльник А. Ю. Использование хэштега в инстаграм-блогах // Международный научно-исследовательский журнал. Филологические науки, 2018. — № 6 (72). — Ч. 2. — С. 110–115.
9. Чеховская С. А., Иванова В. М. Вирусный маркетинг // Бизнес-образование в экономике знаний. Иркутск: Иркутский государственный университет, 2015. — № 2. — С. 16–19.
10. Щурина Ю. В. Коммуникативно-игровой потенциал хэштегов // Вестник Череповецкого государственного университета, 2015. — № 8 (69). — С. 100–104.
11. Solis B. The Hashtag Economy. — Режим доступа URL: <http://www.briansolis.com/2011/06/hashtag-this-the-culture-of-social-media-is/> (дата обращения 07.06.2019).
12. Zappavigna M. Searchable talk: the linguistic functions of hashtags // Social Semiotics, 2015. — Режим доступа URL: [https://www.researchgate.net/publication/272642111\\_Searchable\\_talk\\_the\\_linguistic\\_functions\\_of\\_hashtags](https://www.researchgate.net/publication/272642111_Searchable_talk_the_linguistic_functions_of_hashtags) (дата обращения 08.06.2019).
13. [www.allthingslinguistic.com](https://allthingslinguistic.com). — Режим доступа <https://allthingslinguistic.com/post/133891547975/hashtag-in-spoken-english> (дата обращения: 15.06.2019).
14. [www.lexico.com](https://www.lexico.com) — Режим доступа <https://www.lexico.com/en/definition/hashtag> (дата обращения: 23.05.2019).

© Биянова Мария Вадимовна ( m.bianova@mail.ru ).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»