

Политическая лингвистика. 2022. № 6 (96).
Political Linguistics. 2022. No 6 (96).

УДК 81'42
ББК Ш105.51
doi: 10.26170/1999-2629_2022_06_05

ГСНТИ 16.21.33

Код ВАК 10.02.19 (5.9.8)

Мария Борисовна Ворошилова^{1✉}, Саодат Махмадкуловна Тиллоева^{2✉}

¹ Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Россия, shinkari@mail.ru[✉], <https://orcid.org/0000-0001-7578-352X>

² Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия, saodat9@mail.ru[✉], <https://orcid.org/0000-0002-8511-7894>

Статус хештега в модели креолизованного текста

АННОТАЦИЯ. Данная статья, посвященная вопросам структуры и модели креолизованного текста, уточняет такой компонент интернет-текста, как хештег, который определяется как «синтаксический конструкт, используемый в публикациях в социальных сетях». Отличительной особенностью хештега является специальный символ «решетка». Авторы отмечают, что в современном дискурсе качественный анализ коммуникативного и когнитивного потенциала хештегов требует выявления адекватного целям исследования основания для их классификации. Исследователи чаще используют принцип деления хештегов по их функциональной направленности, распределяя по следующим типам: «серьезные» и шуточные хештеги, хештеги категорий, хештеги, выделяемые по степени частотности и продуктивности. Говоря о сложной модели креолизованного текста в интернет-дискурсе, авторы отмечают, что зачастую хештег выполняет функцию ключа, указывающего на сферу-источник или сферу-мишень прецедентного высказывания, давая читателю полную схему прецедентного образа, то есть исключение хештега из модели креолизованного интернет-текста может приводить к потере смысла или некорректной интерпретации. В заключение делается вывод о принципиальной важности хештега для современной информационной политики применительно к интернет-дискурсу, когда оппоненты в информационной войне являются представителями одной культуры, единой истории и единых культурных кодов, а значит, хештег может рассматриваться как корректно подобранный ключ к прочтению и интерпретации публикаций.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Интернет, интернет-пространство, интернет-технологии, интернет-коммуникация, интернет-ресурсы, интернет-дискурс, интернет-тексты, креолизованные тексты, хештег, прецедентные тексты, информационная война, языковые средства.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Ворошилова Мария Борисовна, кандидат филологических наук, доцент; Пятигорский государственный университет; 357532, Россия, г. Пятигорск, пр-т Калинина, 9; e-mail: shinkari@mail.ru.

Тиллоева Саодат Махмадкуловна, доктор филологических наук, профессор кафедры профессионально-ориентированного и языкового образования, Уральский государственный педагогический университет; 620091, Россия, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: saodat9@mail.ru.

БЛАГОДАРНОСТИ. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-20091, <https://rscf.ru/project/22-18-20091/> в Пятигорском государственном университете.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Ворошилова, М. Б. Статус хештега в модели креолизованного текста / М. Б. Ворошилова, С. М. Тиллоева. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 6 (96). — С. 46–52. — DOI: 10.26170/1999-2629_2022_06_05.

Mariya B. Voroshilova^{1✉}, Saodat M. Tilloeva^{2✉}

¹ Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia, shinkari@mail.ru[✉], <https://orcid.org/0000-0001-7578-352X>

² Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, saodat9@mail.ru[✉], <https://orcid.org/0000-0002-8511-7894>

Hashtag Status in the Creolized Text Model

ABSTRACT. This article, dealing with the issues of the creolized text structure and model, clarifies such a component of the Internet text as a hashtag, which is defined as “a syntactic construct used in publications on social networking sites”. A distinctive feature of the hashtag is the special hashtag symbol “#”. The authors note that in the modern scientific discourse, a qualitative analysis of the communicative and cognitive potential of hashtags requires the identification of a basis adequate to the objectives of the study for their classification. Researchers more often use the principle of dividing hashtags by their functional orientation, distributing them into the following types: “serious” and humorous hashtags, category hashtags, and hashtags distinguished by the degree of specificity and productivity. Speaking about the complex model of the creolized text in Internet discourse, the authors note that the hashtag often performs the function of a key indicating the source sphere or the target sphere of a precedent statement, giving the reader a complete scheme of the precedent image, that is, the exclusion of the hashtag from the model of the creolized Internet text can lead to the loss of meaning or incorrect interpretation. The authors make a conclusion that the hashtag is of fundamental importance for the modern information policy in relation to Internet discourse, when the opponents in the information warfare are representatives of the one and the same culture, possess common history and common cultural codes, which means that the hashtag can be considered as a correctly selected key to reading and interpreting publications.

KEYWORDS: Internet, Internet space, Internet technologies, Internet communication, Internet resources, Internet discourse, Internet texts, creolized texts, hashtag, precedent texts, information warfare, language means.

© Ворошилова М. Б., Тиллоева С. М., 2022

AUTHOR'S INFORMATION: Voroshilova Mariya Borisovna, Candidate of Philology, Associate Professor, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia.

Tilloeva Saodat Makhmadkulovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Professionally-Oriented and Language Education, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

ACKNOWLEDGMENTS: The reported study was funded by the Russian Science Foundation, research project No. 22-18-20091.

FOR CITATION: Voroshilova M. B., Tilloeva S. M. (2022). Hashtag Status in the Creolized Text Model. In *Political Linguistics*. No 6 (96), pp. 46-52. (In Russ.). DOI: 10.26170/1999-2629_2022_06_05.

Структура современного информационного потока стремительно меняется, и «анализ динамики позволяет сделать простое предположение о том, что текст и технологический прогресс движутся сонаправленно» [Шульга 2009: 274]. Именно поэтому тема нашего исследования — модель креолизованного текста — остается актуальной, несмотря на то что об интернет-текстах, в том числе креолизованных текстах в интернет-пространстве [Гладкая 2017; Левченко, Изгаршева 2018; Нежур 2012; Поварницына 2015 и др.], написано много.

Одним из ключевых в современном научном семиотическом дискурсе остается вопрос о структуре, или модели, креолизованного текста. Ученые анализируют как компоненты, создающее единую модель, так и связи между ними [Моисеева 2018; Булатова 2013; Ворошилова 2013; Швец 2020; Лату 2022 и др.]. Но если говорить о креолизованном тексте в интернет-пространстве, то до сих пор незаслуженно остался без внимания исследователей такой компонент, как хештег.

Хештег как «синтаксический конструкт, используемый в публикациях в социальных сетях с начальным символом „решетка“» [Ильина 2016: 42], известен уже более двадцати лет, а в 2012 г. он был признан «словом года» [Емельяненко 2013]. «Впервые хештеги были использованы в сетях IRC для маркировки тем и групп: в целях обозначения отдельных сообщений, относящихся к какой-либо группе, а также как принадлежность к определенной теме или „каналу“. Популярность хештегов возросла одновременно с ростом популярности Twitter» [Щурина 2015: 101].

Вместе с популярностью хештега растет и его значимость в процессе прочтения текста, в результате чего он довольно быстро попадает в поле зрения ученых наравне с иными элементами информационного пространства в целом и текста в частности [Таранова, Суханова 2021; Рукша 2017; Мусихина 2020; Трефилов 2019 и др.]. Сегодня хештег даже попал в исследовательское поле лингвистов-экспертов, которые ведут спор: «Можно ли считать хештег утверждением?» [Акинина www].

Действительно, первоначально выступая как форма индексирования, хештег довольно быстро становится важным смысловым компонентом. Как верно отметил Бен Циммер, лингвист Американского диалектологического общества: «Стиль и объемы интернет-переписки и общения таковы, что требуют уложить максимальный объем информации в минимальную форму. Чтобы было удобно и быстро читать, а потом так же оперативно и четко отвечать. Но четкость требует осмысления. Так постепенно хештег стал не просто отделять твиты и посты, а вычленять из них главную мысль или созданный образ и, выделяя их знаком #, оформлять в ударные слово или фразу. Наиболее удачные и точные из них подхватывали другие интернет-пользователи. Разбираемые на цитаты хештеги превращались в афоризмы и, перешагивая через Сеть, перебирались в мир» [цит. по: Слово за решеткой www].

Сегодня уже очевидно, что хештег используют не только для объединения отдельных сообщений по теме или типу, как метку «своих» или привязку к реальному месту, его функционал значительно шире. Так, например, А. П. Атягина выделяет следующие основные функции хештегов:

- 1) обозначение модели ситуации в целях компрессии;
- 2) включение в общий контекст/тренды;
- 3) актуализация и экспрессия;
- 4) самопрезентация;
- 5) продвижение (товаров, услуг, идей) [Атягина 2014: 14].

В современном научном дискурсе качественный анализ коммуникативного и когнитивного потенциала хештегов требует выявления адекватного целям исследования основания для их классификации. Исследователи чаще используют принцип деления хештегов по их функциональной направленности, выделяя, например, следующие типы:

- 1) «серьезные» хештеги, которые выполняют номинативные, социальные, экономические задачи, и шуточные — направленные на реализацию эстетических или творческих задач. «Именно последние реализуют функции экспрессивности и самопрезентации» [Щурина 2015: 103];

2) хештеги категорий (характерной особенностью таких тегов является четкая направленность на целевую аудиторию с возможностью таргетинга) и хештеги взаимодействия — эти метки призывают совершить действие: поставить «лайк» или подписаться на бартерных условиях [Ильина 2016: 45–46];

3) по степени частности и продуктивности хештеги делят: на общеизвестные, популярные, которым соответствует значительное количество публикаций, и авторские, или внутренние хештеги, которые заведомо не войдут в топ, более того, такая цель автором и не преследуется [Щурина 2015: 103].

Значимость хештега растет вместе с его частотностью. Современные исследователи рассматривают хештег уже не просто как символ, специальный знак или элемент текста, а как самостоятельную единицу. Например, Е. В. Пожидаева, О. А. Карамалак рассматривают такой феномен, как мем-хештег [Пожидаева 2018; Щурина 2015].

Ю. С. Наволока делает еще один шаг и призывает анализировать хештег-текст: «Детально разобрав составляющие хештег-текстов и изучив их структуру и смысловое содержание, можно утверждать, что это новый особый формат текста, образованный по своей собственной „нестандартной“ схеме, но обладающий такими же свойствами, как и общепринятый текст» [Наволока 2018: 569]. Мы согласны с нашими коллегами, что современные ученые фиксируют случаи относительной самостоятельности хештегов, но все же настаиваем на сохранении представлений о более тесной связи хештега с элементами, в которых и ради которых он функционирует. Что является ядром текста поста в социальной сети: фото или текст, составленный из хештегов? Имеем ли мы право в данном случае рассматривать хештег-текст как ядро, а фото — лишь как иллюстрацию? Может ли хештег-мем существовать вне связи с дискурсом?

Любой креолизованный текст, коим бесспорно является пост в социальной сети (в рамках настоящего этапа исследования мы будем в первую очередь говорить о социальной сети «ВКонтакте»), может быть корректно проанализирован только в дискурсе. Как мы ранее уже отмечали в исследованиях, «важнейшими принципами, обуславливающими эффективность предложенной (дискурсивной. — М. В., С. Т.) методики, являются целостность и дискурсив-

ность: использование отдельных элементов предложенной модели интерпретации не позволит получить достоверные результаты, так же как и недопустим анализ отдельных элементов текста или текста вне дискурса его существования» [Ворошилова 2009: 292].

При таком подходе нередко возникает вопрос: где же границы креолизованного текста? В контексте настоящего исследования ответ на него очевиден — это границы поста в социальной сети, причем в структуру текста включается не только основной текст сообщения, изображение или видео, но и хештеги, гиперссылки, отметки людей и локаций и т. д.

При таком подходе хештег — это важнейший связующий элемент модели креолизованного текста, который связывает текст не только с дискурсом, но и объединяет элементы внутри, нередко выступая в роли некоего ключа к прочтению. Наиболее точно описать данную функцию можно, используя классическую теорию прецедентности, когда хештег выступает в роли прецедентного феномена (такая позиция полно описана в работе [Щурина 2015]).

Действительно, популярный, общеизвестный хештег обладает всеми традиционными признаками прецедентной единицы [Караулов 1987]:

1) хорошо известен всем представителям данного этнолингвокультурного сообщества и зачастую выступает как идентификатор своих и чужих, как знак для объединения (например: #СвоихНеБросаем или #РусняНеЛюди и т. д.);

2) актуален в когнитивном плане, предполагающем некое общее и обязательное представление или инвариант восприятия, который и делает все апелляции к прецедентному феномену понятными, коннотативно окрашенными (например: #ЗаНашихСолдат и т. д.);

3) обращение к таким единицам постоянно возобновляется, что определено первоначальной задачей хештега — объединять посты с общей темой.

Но говоря о сложной модели креолизованного текста в интернет-дискурсе, нужно отметить, что зачастую хештег выполняет функцию ключа, указывающего на сферу-источник или сферу-мишень прецедентного высказывания, давая читателю полную схему прецедентного образа (как, например, на рис. 1).



Рис. 1

Ядром данного креолизованного текста является коллаж из двух картинок, на которых изображены памятник «Родина-мать зовет!» и ракета «Кинжал». С одной стороны, визуальный элемент указывает нам сферы-источники (которые также обозначены при помощи хештегов #РодинаМатьЗовет#Кинжал), с другой — при сочетании данных элементов создается новый метафорический образ, основным посылом которого является оправдание использования оружия в настоящее время, а скорее — наполнение его особым смыслом, некогда заложенным в

образ Родины-матери, известный каждому русскому человеку.

Данный образ возникает на сочетании двух сфер, четко обозначенных в хештегах к данному посту:

#РодинаМатьЗовет#Кинжал (сфера-источник)

+

#Денацификация#СвоихНеБросаем (сфера-мишень)

=

#РаботайтеБратья

Аналогичную схему мы видим и во втором примере (см. рис. 2).

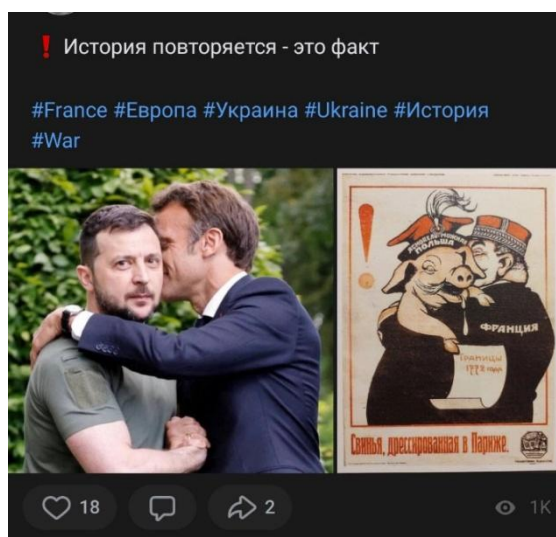


Рис. 2

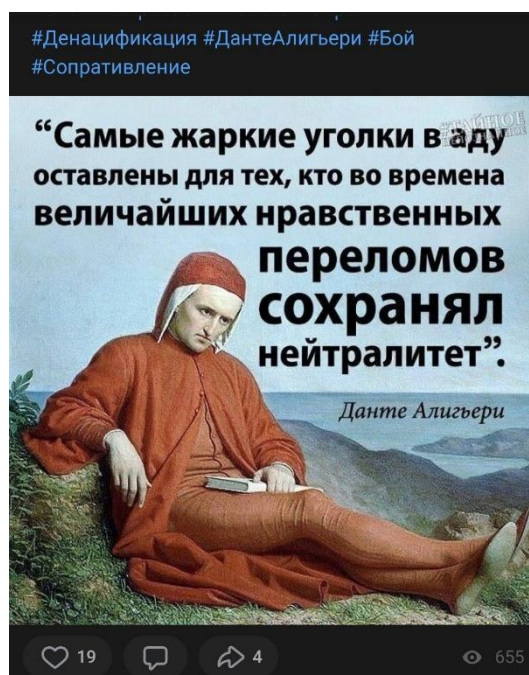


Рис. 3

В данном примере хештег раскрывает модель прецедентного образа, довольно полно представленного на визуальном уровне текста, а авторское высказывание лишь еще раз подтверждает его основной посыл: «История повторяется — это факт».

Примеры, когда хештег раскрывает полную модель прецедентного образа, не столь частотны, чаще хештег указывает лишь одну из сфер, например, сферу-мишень, которая представлена на ином уровне текста (визуальном или вербальном — рис. 3).

В представленном тексте ядром для читателя является креолизованный текст с цитатой Данте Алигьери: «Самые жаркие уголки в аду оставлены для тех, кто во времена величайших нравственных переломов сохранял нейтралитет». Прецедентное высказывание несет очень яркую и точную нравственную оценку действия, но не обозначает его объекта. Введение в текст поста хештега #Денацификация, обозначающего, по сути, сферу-мишень, позволяет нам восставить полный смысл высказывания.

Как мы видим в данном примере, прочтение текста без корректной интерпретации информации, обозначенной хештегом, невозможно. То есть исключение хештега из модели креолизованного интернет-текста может приводить к потере смысла или его некорректной интерпретации.

Данное наблюдение принципиально важно для современной информационной политики по отношению к интернет-дискурсу, в котором оппоненты в информационной войне являются представителями одной

культуры, единой истории и единых культурных кодов, а значит, только хештег дает нам возможность корректно подобрать ключ к прочтению и интерпретации конкретной публикации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акинина, А. Можно ли считать хештег утверждением? / А. Акинина. — URL: <https://akinina-lingexpert.ru/mozhno-li-schitat-heshteg-utverzhdeniem/>. — Текст : электронный.
2. Атягина, А. П. Твиттер как новая дискурсивная практика : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Атягина А. П. — Омск, 2014. — Текст : непосредственный.
3. Булатова, Э. В. Смысловая структура креолизованных медиатекстов малоформатных жанров / Э. В. Булатова, Т. Ю. Ефимова. — Текст : непосредственный // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2013. — Т. 119. — № 4. — С. 28–36.
4. Ворошилова, М. Б. «Действуй»: интерпретация креолизованных текстов в практике судебной экспертизы / М. Б. Ворошилова. — Текст : непосредственный // Медиалингвистика. — 2019. — Т. 6. — № 2. — С. 242–250. — DOI 10.21638/spbu22.2019.208.
5. Ворошилова, М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / М. Б. Ворошилова ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2013. — 194 с. — Текст : непосредственный.
6. Гладкая, Н. В. Логоэпистемы в креолизованных текстах интернет-дискурса / Н. В. Гладкая. — Текст : непосредственный // Russian Journal of Linguistics. — 2017. — Vol. 21. — № 2. — С. 424–437.
7. Емельяненко, В. Слова за решеткой / В. Емельяненко. — Текст : электронный // Русский мир (информационный портал). — 2013. — URL: <http://www.russkiymir.ru/media/magazines/article/99386/>.
8. Ильина, И. А. Хэштег как лингвистический феномен / И. А. Ильина. — Текст : непосредственный // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. — 2016. — № 3 (55). — С. 41–44.
9. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — Москва : Наука, 1987. — Текст : непосредственный.
10. Лату, М. Н. Мемы и демотиваторы о самоизоляции: коррелирующие смысловые компоненты и типы семантиче-

ских отношений / М. Н. Лату. — Текст : непосредственный // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. — 2022. — Т. 21. — № 4. — С. 20–37.

11. Левченко, М. Н. Креолизованный текст в системе Интернет / М. Н. Левченко, А. В. Изгаршева. — Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного областного университета. — 2018. — № 4. — С. 200–216.

12. Мишиева, Е. М. Функционирование дискурсивных маркеров в молодежной онлайн-коммуникации / Е. М. Мишиева. — Текст : непосредственный // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. — 2016. — № 1 (13). — С. 84–91.

13. Моисеева, И. Ю. Психолингвистическое исследование структуры креолизованного текста / И. Ю. Моисеева, Э. П. Аргунеев ; Оренбургский государственный университет. — Оренбург : [б. и.], 2018. — 97 с. — Текст : непосредственный.

14. Мусихина, Н. Е. Под хештегом интеллигентность: концепт *интеллигентность* в дискурсе масс-медиа / Н. Е. Мусихина. — Текст : непосредственный // Риторические традиции и коммуникативные процессы в эпоху цифровизации : материалы XXIII Международной научной конференции, Москва, 6–8 февр. 2020 года / под общ. ред. Ч. Б. Далецкого, А. Ю. Платко. — Москва : Московский государственный лингвистический университет, 2020. — С. 756–767.

15. Наволока, Ю. С. Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети «Инстаграм») / Ю. С. Наволока. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2018. — № 12-3 (90). — С. 568–573.

16. Нежур, Е. А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета / Е. А. Нежур. — Текст : непосредственный // Теория языка и межкультурная коммуникация. — 2012. — № 2 (12). — С. 47–52. — Текст : непосредственный.

17. Поварнищина, М. В. Специфика креолизованных текстов в массовой интернет-коммуникации / М. В. Поварнищина. — Текст : электронный // Universum: Филология и искусствоведение. — 2015. — № 6 (19). — URL: <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2219> (дата обращения: 08.10.2018).

18. Пожидаева, Е. В. Хэштеги в социальных сетях: интенции и аффордансы (на примере группы сообщений на английском языке по теме «food» (Пища / еда)) / Е. В. Пожидаева, О. А. Карамалак. — Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2018. — № 55. — С. 106–118.

19. Рукша, Е. Г. Анализ новостного фона и его влияния на валютный рынок накануне референдума о Brexit / Е. Г. Рукша. — Текст : непосредственный // Беларусь 2030 : государство, бизнес, наука, образование : материалы 4-й Международной научной конференции, Минск, 26 окт. 2017 г. / Белорусский государственный университет. — Минск : Право и экономика, 2017. — С. 70–72.

20. Суханова, А. А. О деятельности феминисток в интернет-пространстве (сетевой феминизм) / А. А. Суханова. — Текст : непосредственный // Форум молодых ученых. — 2021. — № 6 (58). — С. 698–706.

21. Таранова, Ю. В. Цифровые коммуникации креативных пространств с учетом новых вызовов / Ю. В. Таранова. — Текст : непосредственный // Российская школа связей с общественностью. — 2020. — № 18–19. — С. 208–224.

22. Трефилова, Е. А. Проблема идентификации пропагандистского контента с помощью компьютерных технологий (на примере Twitter) / Е. А. Трефилова. — Текст : непосредственный // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения : сборник материалов Международного научного форума. Санкт-Петербург, 18–19 апр. 2019 г. : в 2 т. / ответственный редактор В. В. Васильева. — Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та, 2019. — С. 83–85.

23. Швец, Н. Г. Семантическая модель взаимосвязи вербальных и невербальных составляющих креолизованного текста / Н. Г. Швец. — Текст : непосредственный // Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1: Филология. — 2020. — № 3(106). — С. 105–112.

24. Шульга, О. А. Основные жанровые разновидности интернет-текстов / О. А. Шульга. — Текст : непосредственный //

Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. — 2009. — № 3. — С. 274–276.

25. Zappavigna, M. Discourse of Twitter and Social Media: How we use language to create affiliation on the web / M. Zappavigna. — New York : [s. n.], 2012. — Text : unmediated.

REFERENCES

1. Akinina, A. (n.d.). *Mozhno li schitat' heshteg utverzheniem?* [Can a hashtag be considered a statement?]. Retrieved from <https://akinina-lingexpert.ru/mozhno-li-schitat-heshteg-utverzheniem/> (In Russ.)

2. Atjagina, A. P. (2014). *Twitter kak novaja diskursivnaja praktika* [Twitter as a new discursive practice] [Abstract of dis. of Cand. of Philol. Sciences]. Omsk, 2014. (In Russ.)

3. Bulatova, Je. V., & Efimova, T. Ju. (2013). Smyslovaja struktura kreolizovannyh mediatekstov maloformatnyh zhanrov [The polycode media-text semantic structure of small genre]. *Izvestija Ural'skogo federal'nogo universiteta. Serija 1: Problemy obrazovanija, nauki i kul'tury*, 119(4), 28–36. (In Russ.)

4. Voroshilova, M. B. (2019). «Dejstvuj»: interpretacija kreolizovannyh tekstov v praktike sudebnoj jekspertizy [“Go Ahead”: interpretation of creolized texts in forensic expertise]. *Media Linguistics*, 6(2), 242–250. (In Russ.). DOI: 10.21638/spbu22.2019.208

5. Voroshilova, M. B. (2013). *Politicheskij kreolizovannyj tekst : Kljuchi k prochteniju* [Political creolized text: keys to reading]. Ekaterinburg: Ural St. Ped. Univ., 194 p. (In Russ.)

6. Gladkaja, N. V. (2017). Logoeπισtemy v kreolizovannyh tekstah internet-diskursa [Logoeπισtisms in creolized texts of Internet discourse]. *Russian Journal of Linguistics*, 21(2), 424–437. (In Russ.)

7. Emel'janenko, V. (2013). *Slova za reshetoj* [Words behind the hash]. Russkij mir (inform. portal). Retrieved from <http://www.russkiymir.ru/media/magazines/article/99386/> (In Russ.)

8. Il'ina, I. A. (2016). Hjeshteg kak lingvisticheskij fenomen [Hashtag as a linguistic phenomenon]. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo universiteta tehnologii upravlenija i jekonomiki*, 3(55), 41–44. (In Russ.)

9. Karaulov, Ju. N. (1987). *Russkij jazyk i jazykovaja lichnost'* [Russian language and linguistic personality]. Moscow: Nauka. (In Russ.)

10. Latu, M. N. (2022). Memy i demotivatory o samoizoljaczii: korreliirujushhie smyslovye komponenty i tipy semanticheskikh odnoszenij [Memes and demotivators about self-isolation: correlating semantic components and types of semantic relations]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija 2: Jazykoznanie*, 21(4), 20–37.

11. Levchenko, M. N., & Izgarsheva, A. V. (2018). Kreolizovannyj tekst v sisteme Internet [Creolized text in the Internet system]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*, 4, 200–216. (In Russ.)

12. Mishieva, E. M. (2016). Funkcionirovanie diskursivnyh markerov v molodezhnoj onlajn-kommunikaczii [Functioning of discursive markers in youth online communication]. *Uchenye zapiski nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki*, 1(13), 84–91. (In Russ.)

13. Moiseeva, I. Ju., & Arguneev, Je. P. (2018). Psiholingvisticheskoe issledovanie struktury kreolizovannogo teksta [Psycholinguistic study of the structure of a creolized text]. Orenburg: Orenburg St. Univ., 97 p. (In Russ.)

14. Mushiina, N. E. (2020). Pod heshtegom intelligentnost': koncept *intelligentnost'* v diskurse mass-media [Under the hashtag intelligence: the concept of intelligence in the discourse of mass media]. In Ch. B. Daleckiy, & A. Ju. Platko (Eds.), *Ritoricheskie tradicii i kommunikativnye processy v jepohu cifrovizaczii* (Materials of the XXIII International Scientific Conference, Moscow, February 6–8. 2020, pp. 756–767). Moscow: Moscow St. Ling. Univ. (In Russ.)

15. Navoloka, Ju. S. (2018). Hjeshteg-tekst kak novyj format teksta v internet-prostranstve (na primere social'noj seti «Instag-ram») [Hashtag text as a new text format in the Internet space (on the example of the Instagram social network)]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12-3(90), 568–573. (In Russ.)

16. Nezhura, E. A. (2012). Novye tipy kreolizovannyh tekstov v kommunikativnom prostranstve interneta [New types of creolized texts in the communicative space of the Internet]. *Teorija jazyka i mezhkul'turnaja kommunikaczija*, 2(12), 47–52. (In Russ.)

17. Povarnicyna, M. V. (2015). Specifika kreolizovannyh tekstov v massovoj internet-kommunikacii [Specificity of creolized texts in mass Internet communication]. *Universum: Filologija i iskusstvovedenie*, 6(19). Retrieved Aug. 8, 2022, from <http://7universum.com/ru/philology/archive/item/2219> (In Russ.)

18. Pozhidaeva, E. V., & Karamalak, O. A. (2018). Hjeshtegi v social'nyh setjah: intencii i affordansy (na primere gruppy soobshhenij na anglijskom jazyke po teme "food" (Pishha / eda)) [Hashtags in social networks: intentions and affordances (on the example of a group of messages in English on the topic "food" (pishha / eda))]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologija*, 55, 106–118. (In Russ.)

19. Ruksha, E. G. (2017). Analiz novostnogo fona i ego vlijanija na valjutnyj rynek nakanune referendumu o Brexit [Analysis of the news background and its impact on the currency market on the eve of the Brexit referendum]. In *Belarus' 2030 : gosudarstvo, biznes, nauka, obrazovanie* (Materials of the 4th International Scientific Conference, Minsk, 26 October, 2017, Belarusian State University, pp. 70–72). Minsk: Pravo i jekonomika. (In Russ.)

20. Suhanova, A. A. (2021). O dejatel'nosti feministok v internet-prostranstve (setevoj feminizm) [On the activities of feminists in the Internet space (network feminism)]. *Forum molodyh uchenyh*, 6(58), 698–706. (In Russ.)

21. Taranova, Ju. V. (2020). Cifrovye kommunikacii kreativnyh prostranstv s uchetom novyh vyzovov [Digital communications of creative spaces taking into account new challenges]. *Rossijskaja shkola svjazej s obshchestvennost'ju*, 18–19, 208–224. (In Russ.)

22. Trefilova, E. A. (2019). Problema identifikacii propagandistskogo kontenta s pomoshh'ju komp'yuternyh tehnologij (na primere Twitter) [The problem of identifying propaganda content using computer technologies (on the example of Twitter)]. In V. V. Vasil'eva (Ed.), *Media v sovremennom mire. 58-e Peterburgskie chtenija* (Collection of materials from the International Scientific Forum, pp. 83–85). St. Petersburg: Izdatel'stvo Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta. (In Russ.)

23. Shvec, N. G. (2020). Semanticheskaja model' vzaimosvjazi verbal'nyh i neverbal'nyh sostavljajushchih kreolizovannogo teksta [Semantic model of the relationship between verbal and non-verbal components of a creolized text]. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Serija 1: Filologija*, 3(106), 105–112. (In Russ.)

24. Shul'ga, O. A. (2009). Osnovnye zhanrovye raznovidnosti internet-tekstov [Main genre varieties of Internet texts]. *Uchenye zapiski Zabajkalskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filologija, istorija, vostokovedenie*, 3, 274–276. (In Russ.)

25. Zappavigna, M. (2012). *Discourse of Twitter and Social Media: How we use language to create affiliation on the web*. N. Y., 2012.