



DOI: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-774-788
УДК 811.134.2'373:32

Научная статья / Research article

Хештег как лингвокогнитивная единица испанского политического дискурса

М.В. Ларионова¹✉, А.В. Демкина²

¹Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации,
119454, Российская Федерация, Москва, пр-т Вернадского, 76

²Посольство Российской Федерации в Аргентинской Республике,
1741, Аргентинская Республика, Буэнос-Айрес, ул. Родригес Пенья, С1021АВК
✉larionova.m@list.ru

Аннотация. Представлены результаты анализа дискурсивных особенностей функционирования хештегов в испанском политическом дискурсе на материале интернет-публикаций правительства, министерств и ведомств Испании, посвященных противодействию коронавирусной инфекции. Цель исследования состоит в осмыслении хештега как дискурсивной единицы с точки зрения теоретического языкознания, теории дискурса, когнитивистики и прагмалингвистики. Выявлены значимые лингвокогнитивные параметры функционирования хештегов в испанской политической коммуникации, обуславливающие силу их речевого и прагматического воздействия как инструмента для структурирования политической повестки в интересах адресанта и средства манипулятивного воздействия на сознание и поведение адресата. В контексте междисциплинарного подхода к изучению хештега как многоаспектного явления дискурсивной действительности в испанской политической коммуникации используется комплекс методов системного лингвистического исследования — лингвокогнитивный, прагмалингвистический, семантический, сравнительно-сопоставительный и контекстуальный, а также дискурс-анализ. Уточняется статус хештега в качестве самостоятельной категории дискурса, иными словами единицы значимой информации, которая целостно передает оформленное содержание в среде интернет-коммуникации. В соответствии с функциональным критерием обосновывается следующая таксономическая классификация хештегов: хештеги-прототипы ситуации или события, хештеги-концепты, хештеги-метафоры, хештеги-императивы и хештеги-перформативы. Ключевые когнитивно-прагматические и языковые характеристики хештега включают: метатекстовую структуру, семиотическую поликодовость, гипертекстуальность, интерактивность, интенциональность, манипулятивный потенциал, упрощенный синтаксис, частотное употребление перформативных и императивных глаголов для интенсификации призыва к действию, эмоциональность, эмпатийность, использование механизма «игры слов» для облегчения запоминания ключевого сообщения, повторы, ритмичность.

Ключевые слова: политический дискурс, лингвокогнитивистика, прагматика, хештег, дискурсивная единица, прагмалингвистика

© Ларионова М.В., Демкина А.В., 2021



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

История статьи:

Дата поступления: 01.02.2021

Дата приема в печать: 15.02.2021

Для цитирования:

Ларионова М.В., Демкина А.В. Хештег как лингвокогнитивная единица испанского политического дискурса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2021. Т. 12. № 3. С. 774—788. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-774-788

UDC 811.134.2'373:32

Hashtag as a Linguocognitive Unit of Spanish Political Discourse

Marina V. Larionova¹✉, Anastasia V. Demkina²

¹Moscow State Institute of International Relations (MGIMO-University)
Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation,
76, Vernadsky ave., Moscow, Russian Federation, 119454

²The Embassy of the Russian Federation in the Argentine Republic,
1741, Rodriguez Peña, Buenos Aires, Argentine Republic, C1021ABK
✉larionova.m@list.ru

Abstract. The article presents an analysis of the discursive features of the hashtags functioning in the current Spanish political discourse which are retrieved from Spanish government, ministries and bodies web publications dedicated to combating coronavirus infection. The purpose of the research is to understand and treat hashtags as a discursive unit in terms of theoretical linguistics, discourse theory, cognitive science and pragmalinguistics. The paper reveals significant linguocognitive parameters of the hashtags functioning in Spanish political communication and determines the impact of their verbal and pragmatic influence as a tool for structuring the political agenda in the interests of the sender and manipulative means influencing the consciousness and behavior of the addressee. The interdisciplinary approach is applied together with a set of systemic linguistic research methods — cognitive, pragmalinguistic, comparative, semantic, contextual and discourse analysis. The article clarifies the status of hashtags as an independent category of discourse, in other words, a unit of meaningful information that seamlessly conveys the designed content in the Internet communication, which includes political discourse. In accordance with the functional criterion, the following taxonomic classification of hashtags is substantiated: hashtags-prototypes of a situation or event, hashtags-concepts, hashtags-metaphors, hashtags-imperatives and hashtags-performatives. Key cognitive-pragmatic and linguistic characteristics of hashtags include: metatext structure, semiotic polycode, hypertextuality, interactive essence, intentionality, manipulative potential, simplified syntax, frequent use of performative and imperative verbs to intensify a call to action, emotionality, empathy, use of a language game mechanism to facilitate memorization of a key message, repetitions, rhythm.

Key words: political discourse, cognitive linguistics, pragmatics, hashtag, discursive unit, pragmalinguistics

Article history:

Received: 01.02.2021

Accepted: 15.02.2021

For citation:

Larionova, M.V. & Demkina, A.V. (2021). Hashtag as a Linguocognitive Unit of Spanish Political Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 12(3), 774—788. doi: 10.22363/2313-2299-2021-12-3-774-788

Введение

В условиях развития цифровых технологий политический дискурс усложняется и получает новое измерение за счет повышения роли инструментов интернет-коммуникации. Пандемия коронавируса во многом способствует вынужденному переходу политиков на дистанционную работу, позволяющую сфокусироваться на электронной коммуникации с электоратом, и это существенно трансформирует современный испанский политический дискурс. Одним из перспективных когнитивно-языковых инструментов нового арсенала политической коммуникации в глобальной сети является феномен хештега, дискурсивный потенциал которого требует научного осмысления. Практически ни одна социально-политическая стратегия, ситуация или событие, значимые для политического актора, не обходятся без хештегов как обязательного компонента политической интернет-коммуникации.

Хештег (от англ. *hashtag*, *hash* — символ ‘решетки’ — #, *tag* — ‘ярлык’) — это совокупность слов или словосочетаний, которые публикуются в Интернете с предварающим символом # (‘решетка’, исп. ‘*almojadilla*’) и служат своеобразным интерактивным дискурсивным маркером, рубрикаторм для облегчения тематического поиска по ключевым словам в разнообразных видах новых медиа, для группировки и фильтрации информации. В политической интернет-коммуникации в силу своего дискурсивного функционала хештег, представляющий самостоятельное законченное сообщение или интегрируемый в текст интернет-публикации, используется в качестве инструмента управления поведением и убеждениями электората и является способом воздействия на концептуальную картину мира адресата, позволяя адресанту-политику расставлять выгодные для себя акценты и формировать тем самым альтернативную реальность.

Тематическое структурирование информации через хештегирование особым образом группирует и идентифицирует адресатов. В роли интерактивного объединяющего текста-символа хештег создает возможность провоцировать и поддерживать определенные новости и дискуссии в политической коммуникации в течение продолжительного периода времени, а также инициировать и регулировать политические действия, например, манифестации, протесты, митинги и др. В силу своих когнитивно-языковых и прагматических свойств хештег в политическом дискурсе служит эффективным ресурсом для структурирования политической повестки дня в интересах адресанта и средством манипулятивного воздействия на сознание и поведение адресата. Поэтому анализ, систематизация и таксономическая классификация хештегов с точки зрения их когнитивно-прагматических особенностей и дискурсивных функций, представляются безусловно актуальными.

Актуальность, цель и материалы исследования

Актуальность исследования обусловлена необходимостью осмысления категории хештега с точки зрения теоретического языкознания, теории дискурса, когнитивистики и прагмалингвистики. Важность системного анализа хештега как самостоятельной дискурсивной единицы определяется многофункциональностью и частотностью его употребления в пространстве современного испанского политического дискурса. Цель исследования состоит в выявлении значимых лингвокогнитивных и функционально-прагматических параметров хештегов в испанской политической коммуникации, обуславливающих силу их дискурсивного и речевого воздействия. Материалами исследования являются примеры использования хештегов испанскими государственными органами — правительством, министерствами и ведомствами (министерством здравоохранения, правительством Мадрида, национальной полицией и др.) в рамках коммуникационных кампаний, посвященных борьбе с пандемией коронавируса в таких социальных сетях, как Twitter, Facebook, Instagram.

Методы исследования. Теоретические основания исследования

Исходя из необходимости применения междисциплинарного подхода к осмыслению такого многоаспектного явления дискурсивной действительности, как хештег, используется комплекс методов системного лингвистического исследования — лингвокогнитивный, прагмалингвистический, семантический, контекстуальный, сравнительно-сопоставительный, а также дискурс-анализ.

В последние десятилетия вопросы структуры, развития и трансформации элементов политического дискурса с позиций когнитивистики, политической лингвистики, теории дискурса и дискурс-анализа в рамках философских концепций постмодернизма и постструктурализма не выходят из поля зрения отечественных и зарубежных ученых [1—14].

Исследованиям функционирования политического дискурса в электронных СМИ и интернет-коммуникации посвящены многочисленные, в том числе междисциплинарные, труды философов, психологов, лингвистов, когнитивистов, политологов, антропологов и дискурсологов [15—22]. Проблема функционирования хештега как самостоятельной коммуникативной единицы политического дискурса, очевидно, носит междисциплинарный характер. В силу коммуникативного, когнитивно-прагматического и языкового своеобразия, мультифункциональности и сложности информационно-коммуникационного контекста, в котором он употребляется, дискурсивный статус хештега требует особого теоретического и таксономического осмысления.

Изначально хештеги использовались в качестве интерактивного метатекстового инструмента для выделения ключевых слов в неформатированном тексте в попытке маркировать ту или иную тему с целью повысить ее

обсуждаемость [16]. Однако в настоящее время их функции выходят за рамки собственно семантического маркера: гипертекстуальный потенциал хештега в дискурсивном поле позволяет не только в смысловом, но и в формальном синтаксическом плане объединять несколько сообщений одного адресанта, создавая своего рода дискурсивный нарратив. Если один и тот же хештег используется несколькими авторами, то он может функционировать не только как маркер диалогической связанности нескольких сообщений разных адресантов, но и как рубрикатор серии независимых публикаций, не образующих единого текстового и/или дискурсивного пространства и не объединенных между собой какими-либо средствами текстовой связности, кроме темы.

С языковой точки зрения принято считать, что виртуальное пространство политического дискурса включает в себя такие вербальные единицы дискурса, как текст, высказывание, речевой акт [17]. По своим когнитивно-языковым характеристикам хештег обладает теми же категориальными признаками, что и любой другой вербальный текст (цельность, связность, завершенность, информативность), выступающий как компонент дискурса. Поэтому, с одной стороны, мы разделяем тезис о том, что хештег в поле цифровой коммуникации есть «новый особый формат текста, образованный по своей собственной “нестандартной” схеме, но обладающий такими же свойствами, как и общепринятый текст» [18], с другой, — видим необходимость указать на онтологическое своеобразие хештега как **метатекста** [4. С. 43—50], который соотносится с ситуацией общения, репрезентирует и структурирует дискурс, и его семиотическую трактовку как **интертекста**, генерирующего новые смыслы через формальную или смысловую референцию от одного дискурсивного сообщения к другому [23, 24]. Это качество отличает хештег от других единиц дискурса, и, в конечном счете, позволяет трактовать его как самостоятельную дискурсивную вербальную функциональную единицу.

Дискурсивная уникальность хештега заключается в том, что он сочетает в себе категориальные свойства трех базовых единиц дискурса — текста, высказывания и речевого акта. Его характеризуют метадискурсивность, интертекстуальность и гипертекстуальность, интенциональность, иллюкутивность и часто перлокутивность. При этом хештег реализует ряд собственных функций, обусловленных особенностями интернет-коммуникации.

Представляется возможным, на наш взгляд, дискурсивно интерпретировать хештег в рамках разработанного М.М. Бахтиным понятия хронотопа, реализующего «существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений» [3. С. 234]. Выступая как смысловое объединение пространственных и временных координат, хештег, как и хронотоп, включает в себе определенное единство пространства, времени и смысла, функционируя как модус существования смысла.

Дискурсивный потенциал хештега дает возможность адресанту максимально эффективно актуализировать когнитивно-языковые ресурсы этой единицы дискурса. Так, хештеги в политическом дискурсивном пространстве нередко используются в качестве инструмента фреймирования и/или

рефреймирования политической коммуникации в когнитивном плане, задавая направление и поддерживая дискуссии в политическом пространстве, а также иницируя политические действия. Интерпретируя фрейм как своего рода когнитивно-дискурсивную референтную рамку, структурирующую и унифицирующую «конструкцию знания» [25. С. 54], которая обобщает «определенный фрагмент человеческого опыта» [26. С. 65], подчеркнем, что в политическом дискурсе процесс создания фреймов заставляет участников коммуникативной ситуации действовать в изначально зафиксированных пределах [15; 27. С. 93], которые устанавливаются благодаря селекции, категоризации, импликации и конструированию смыслов, детерминируемых коммуникативной ситуацией или событием [27].

Структура и языковые особенности хештегов в испанском политическом дискурсе

В испанской политической коммуникации ряд хештегов появляется естественным образом, их регулярно создают пользователи в случае необходимости употребления в собственной публикации. Другие хештеги специально разрабатываются политическими лидерами, партиями или движениями для достижения определенных коммуникационно-политических целей. Такие хештеги особенно интересны с точки зрения изучения когнитивно-прагматического потенциала их функционирования в политическом дискурсе, поскольку демонстрируют широкую палитру когнитивных и коммуникативных возможностей с учетом стоящих коммуникационных задач.

В значительной мере в структурном плане хештеги опираются на механизм языковой компрессии, даже во внешней форме отсутствие пробелов между словами существенно экономит используемое в интернет-коммуникации пространство. В написании хештегов испанская королевская академия языка допускает чередование заглавных и строчных букв, облегчающее синтагматическое членение, а также использование знака нижнего подчеркивания для разделения слов [28. Р. 127]. Однако эти правила носят рекомендательный характер, поэтому графическое оформление хештегов остается вариативным: *#CoronavirusEspaña* — *#КоронавирусИспания*, *#Coronavirusmadrid* — *#Коронавирусмадрид*, *#coronavirusmadrid* — *#коронавирусмадрид*¹. С одной стороны, графика хештегов обусловлена первоначальным местом их создания и распространения — спецификой социальных сетей, требующих от пользователей краткости, ограниченного количества знаков, а с другой, является отличительной структурной чертой хештегов, выделяя их вместе с предваряющим символом # на фоне других текстовых блоков. Мультимедийность интернет-пространства дискурса обуславливает поликодовую репрезентацию информации, включающую текст, цветовые, графические или имиджевые изображения, аудио- и видеофайлы, эмодзи-символы,

¹ В статье в русском переводе хештегов сохраняется орфография оригинала.

смайлы, изображающие эмоции, и др. Таким образом хештег сочетает концептуально и функционально взаимодействующие текстовые и метатекстовые семиотические свойства, которые транслируют информацию, структурируют его дискурсивный потенциал и являются условием коммуникативной успешности.

В целях таксономической классификации по когнитивно-языковым и прагматическим функциям хештеги можно условно разделить на несколько таксонов: хештеги-прототипы ситуации или события, хештеги-концепты, хештеги-метафоры, хештеги-императивы и хештеги-перформативы. Компонент-классификатор — **прототип, концепт, метафора, императив или перформатив** — задает референтную рамку, фрейм хештега и актуализирует его дискурсивный потенциал. Принадлежность хештега к одной из упомянутых групп не означает, что в нем не могут присутствовать характеристики других таксонов в силу комплексного характера данного феномена.

Так, в ходе кампании по борьбе с пандемией коронавируса в социальных сетях испанское правительство активно использовало:

- **хештеги-прототипы**, преимущественно отдельные лексемы, например, топонимы или имена собственные, реже, словосочетания, которые маркируют некую актуальную политическую ситуацию или событие, указывая на любой его актанта или сирконстанта (субъект, объект, место, время): #COVID-19 — #КОВИД-19², #coronavirus — #коронавирус, #Cuarentena — #Карантин, #Confinamiento — #Самоизоляция, #CovidEspaña — #КовидИспания³, #AragónCultural — #ПрекращениеКультурнойЖизни⁴, #EstadoDeAlarma — #ЧрезвычайноеПоложение⁵;

- **хештеги-концепты**, которые соотносятся не столько с предметной, сколько с когнитивно значимой и релевантной в политическом контексте прагматической информацией и выступают как способ категоризации политических явлений или ситуаций: #IngresoMínimoVital — #ПрожиточныйМинимум, #SeguridadSocial — #СоциальнаяЗащита⁶;

- **хештеги-метафоры**, которые номинируют политическую реальность, создавая новые смыслы, и в качестве когнитивной модели, основанной на аналогии, задают траекторию мышления, определяющую видение мира и интерпретацию реалий и реальности: #Desescalada — #СнятиеОграничений⁶,

² Pedro Sánchez. @sanchezcastejon. Twitter. <https://twitter.com/sanchezcastejon/status/1330583421429702657> (дата обращения: 26.07.2020).

³ Ministerio de Sanidad. @sanidadgob. Twitter. <https://twitter.com/sanidadgob/status/1242403314802835458> (дата обращения: 26.07.2020).

⁴ Adelante Andalucía. @AdelanteAND. Twitter. <https://twitter.com/AdelanteAND/status/1248629716333907970> (дата обращения: 26.07.2020).

⁵ Vicepresidencia de Derechos Sociales y Agenda 2030. @VSocialGob. Twitter. <https://twitter.com/VSocialGob/status/1273538057245995013?s=20> (дата обращения: 21.06.2020).

⁶ La Moncloa. @PalaciodelaMoncloa. Facebook. <https://es-es.facebook.com/PalaciodelaMoncloa/> (дата обращения: 26.06.2020).

#PaísRenovable — *#ВозобновляемаяСтрана*⁷, *#NuevaNormalidad* — *#НоваяНормальность*⁸, *#FinEstadodealarma* — *#КонецЧрезвычайногоПоложения*⁹, *#LoDeQuédateEnCasa* — *#ТоЧтоНадоОстатьсяДома*¹⁰, *#SonrisaVirus* — *#УлыбкаВирус*, *#AplausoSanitario* — *#АплодисментыМедработникам*, *#EscudoSocialCoronavirus* — *#СоциальныйЩитКоронавирус*¹¹;

- **хештеги-императивы**, которые в эксплицитной или имплицитной форме отражают семантически императивную структуру политического дискурса и прагматику его воздействующего потенциала: *#NoLoTiresPorLaBorda* — *#НеПренебрегайЭтим*¹², *#QuédateEnTuCasa* — *#ОставайсяУСебяДома*;

- **хештеги-перформативы**, которые выступают как дискурсивное средство превращения явления действительности, ситуации, события в факт сознания, а также через дискурс репрезентируют осуществление поступка: *#SalimosMásFuertes* — *#ВыйдемБолеСильными (из пандемии)*, *#YoMeQuedoEnCasa* — *#ЯОстаюсьДома*, *#EsteVirusLoParamosUnidos* — *#ЭтотВирусМыОстановимВместе*, *#TodoSaldráBien* — *#ВсеБудетХорошо*, *#JuntosLoConseguiremos* — *#ВместеМыЭтогоДобьемся*, *#AhoraTocaLucharJuntos* — *#СейчасПришлоВремяБоротьсяВместе*¹³, *#SomosTuPolicía* — *#МыТвояПолиция*, *#EstamosPorTí* — *#Мы(Работаем)ДляТебя*¹⁴.

В политическом интернет-дискурсе, ориентированном на широкую аудиторию, хештеги обеспечивают возможность кратко и емко отразить актуальную позицию ведущих акторов — политических лидеров, партий, министерств и ведомств, диктующих официальный курс действующей власти, — в частности, по отношению к пандемии, констатировать эффективность предпринятых мер, а также призывать адресатов — граждан страны, электорат — к определенным действиям. В условиях постоянно меняющейся ситуации вокруг коронавируса различные виды хештегов стали для правительства универсальной дискурсивной формой реакции на кризисные изменения. Возможность через хештег фреймировать политическую ситуацию, меняя оценки и расставляя необходимые акценты, консолидировать актуальную в конкретных условиях политическую повестку дня, объединять и мобилизовывать

⁷ La Moncloa. @desdelamoncloa. Twitter. <https://twitter.com/desdelamoncloa/status/1275390366162747392?s=20> (дата обращения: 25.06.2020).

⁸ Delegación del Gobierno en Madrid. @DGobiernoMadrid. Twitter. <https://twitter.com/DGobiernoMadrid/status/1275053232453300226?s=20> (дата обращения: 25.06.2020).

⁹ Delegación del Gobierno en Madrid @DGobiernoMadrid <https://twitter.com/DGobiernoMadrid/status/1275047840096620544?s=20> (дата обращения: 25.06.2020).

¹⁰ @Yolanda_Diaz . Twitter. https://twitter.com/Yolanda_Diaz_/status/1244308922875461637 (дата обращения: 31.03.2020).

¹¹ @PODEMOS. Twitter. <https://twitter.com/podemos>. (дата обращения: 20.02.2020).

¹² La Moncloa. @desdelamoncloa. Twitter. <https://twitter.com/desdelamoncloa/status/1274981421615058945?s=20> (дата обращения: 25.06.2020).

¹³ Ministerio de Salud Pública. @SaludPública. Twitter. <https://twitter.com/SaludPublicaEs/status/1273643727928598528?s=20> (дата обращения: 20.06.2020).

¹⁴ Policía Nacional. @policia. Twitter. <https://twitter.com/policia/status/1275775934759440387?s=20> (дата обращения: 25.06.2020).

электорат, делает этот дискурсивный инструмент незаменимым в контексте усилившегося из-за карантина превалирования электронных каналов политической коммуникации над традиционными. Так, по данным официального статистического ресурса Text Analytics, за одну неделю со 2 по 11 апреля 2020 г. на платформе Twitter в Испании, национальная аудитория которой насчитывает 4,5 миллионов человек, использовались **80 305 различных хештегов, самыми популярными из которых стали #COVID-19 — #КОВИД-19, #coronavirus — #коронавирус, #YoMeQuedoEnCasa — #ЯОстаюсьДома, #QuedateEnCasa — #ОставайсяДома.** За тот же период наибольшее число обращений и публикаций в **Twitter** касается аккаунтов политических акторов: председателя испанского правительства Педро Санчеса (@sanchezcastejon), возглавляемой им партии (@PSOE), а также лидера оппозиции Пабло Касадо, главы Народной партии Испании (@pablocasado)¹⁵.

Свойства хештега как самостоятельной единицы испанского политического дискурса

Возможность трактовать хештег в качестве самостоятельной единицы испанского политического дискурса обусловлена рядом причин.

Во-первых, широкий и особый функционал хештега как метатекста не позволяет приравнять его по когнитивно-коммуникативным возможностям ни к одной традиционной дискурсивной единице — тексту, высказыванию и речевому акту. Имманентная дискурсивному механизму хештега способность «объединения различных тем, позиций, потоков, объединения сторонников или противников, в рамках большого объема дискурса в Интернете» [20] открывает возможность для расширения функционального поля данного феномена. Хештеги, сохраняющие в интернет-коммуникации мобилизационный потенциал традиционных политических призывов и лозунгов, выполняют широкий спектр функций: идентификационную, объединительную, мобилизационную, игровую, эстетическую, экспрессивную и наконец, функции самопрезентации и продвижения политических акторов [21; 22; 30]. В политическом дискурсе, где хештеги рассматриваются, прежде всего, как политико-идентификационный маркер [21], то есть гипертекст, другие коммуникативные возможности хештегов также чрезвычайно востребованы. Хештеги функционируют как гиперссылка, рубрикатор, структурирующий информационный поток, дискурсивный механизм консолидации и самоидентификации адресатов сообщения, способ фреймирования и рефреймирования политической повестки, инструмент манипулятивного воздействия. Эти дискурсивные возможности оказываются особенно востребованными в условиях пандемии коронавируса, актуализировавшей значимость цифровой коммуникации.

¹⁵ La comunicación en tiempos del coronavirus (II): Análisis temático de Twitter en España. <https://www.meaningcloud.com/es/blog/comunicacion-coronavirus-analisis-twitter> (дата обращения: 14.01.2021).

Во-вторых, специфические языковые параметры хештегов определяют сложность и уникальность этого языкового явления в испанском политическом дискурсе. К наиболее частотным прагмалингвистическим характеристикам можно отнести:

- активное употребление глаголов, в том числе перформативной семантики (*#ProhibidoDespedir* — *#ЗапрещеноУвольнять (в период пандемии)*¹⁶);
- использование упрощенных синтаксических конструкций, замена слов на цифры (*#SiempreConMascarilla* — *#ВсегдаСМаской*¹⁷, *#TurismoSeguroYSostenible* — *#БезопасныйИУстойчивыйТуризм*¹⁸, *#Fase2* — *#Этап2*¹⁸);
- инклюзивность, мобилизационность, эмпатийность, эмоциональность (*#EsteVirusLoParamosUnidos* — *#ЭтотВирусМыОстановимВместе*, *#EnNuestroRecuerdo* — *#ВНашейПамяти (о жертвах коронавирусной инфекции)*, *#TeLoPonemosFácil* — *#МыДелаемЭтоПроцеДляТебя (покупки во время карантина)*, *#EspañaTeEspera* — *#ИспанияТебяЖдет*¹⁸, *#AmpliarEscudoSocial* — *#РасширитьСоциальныйЩит*¹⁹ (увеличить государственные меры поддержки граждан во время пандемии);
- оригинальность языковой формы, использование механизма «игры слов» (*#DiMaMá* — *#DuMaPy*²⁰ (Акроним от «*Distancia, Mascarilla, Manos*» — «Дистанция, Маска, Руки»); *#Abuelémonos* — *#ДавайтеНеЗабытьОБабушкахИДедушках* (окациональный глагол, с помощью которого испанская ассоциация педиатров *Asociación Española de Pediatría* призывает к общению разделенных из-за пандемии внуков с бабушками и дедушками через соцсети)²¹;
- повтор, ритмичность (*#AplausoSanitario* *#AplausoColectivo* — *#АплодисментыМедработникам* *#ВсеобщиеАплодисменты*²²).

Существенна роль хештегов и в разграничении пользователей на сторонников и противников тех или иных политических вопросов. В этом случае актуализируется базовая константа политического дискурса — оппозиция «свой — чужие», идеологический механизм, по мнению Т. ван Дейка, дифференцирующий и поляризирующий социальные группы [14. Р. 248, 255]. Фактически употребление хештегов подчеркивает, «кто не с нами, тот против нас»: те, кто используют актуальный хештег, делают его частью своей

¹⁶ Unidas Podemos. @ahorapodemos. Instagram. https://www.instagram.com/p/B-QCu8jKkH9/?utm_source=ig_web_copy_link (дата обращения: 27.06.2020).

¹⁷ Comunidad de Madrid. @ComunidadMadrid. Facebook. <https://es-es.facebook.com/ComunidadMadrid/> (дата обращения: 26.06.2020).

¹⁸ La Moncloa. @PalaciodelaMoncloa. Facebook. <https://es-es.facebook.com/PalaciodelaMoncloa/> (дата обращения: 26.06.2020).

¹⁹ Unidas Podemos. @ahorapodemos. Instagram. https://www.instagram.com/p/B_F7Q9DjBmt/?utm_source=ig_web_copy_link (дата обращения: 27.06.2020).

²⁰ Policía de Burgos. @policiadeburgos. Twitter. <https://twitter.com/PoliciadeBurgos/status/1275316871055781888?s=19> (дата обращения: 26.06.2020).

²¹ Un ‘hashtag’ para unir a nietos y abuelos en tiempos del coronavirus. https://elpais.com/elpais/2020/03/28/sesenta_y_tantos/1585380586_442718.html (дата обращения: 14.01.2021).

²² Unidas Podemos. @ahorapodemos. Instagram. https://www.instagram.com/p/B9w27qNq4Ay/?utm_source=ig_web_copy_link (дата обращения: 27.06.2020).

коммуникации в онлайн-пространстве, действуют в фарватере политического или социального тренда, а те, кто избегают этого хештега или придумывают ему антонимичный аналог, являются очевидными противниками.

Частотность употребления хештегов политическими акторами и социальными активистами обусловлена тем, что хештеги, призывая адресата к идентификации, к действию, к проявлению своих убеждений и эмоций, служат эффективным инструментом манипуляции в политическом дискурсе. Современные исследования дискурсивного потенциала хештегов в политической коммуникации демонстрируют, что сообщения с хештегами вызывают более сильную эмоциональную и социальную реакцию со стороны аудитории, чем публикации без них [19].

Результаты исследования. Анализ результатов

Проведенное исследование дает основание сформулировать основные свойства и функции хештега как самостоятельной вербальной функциональной единицы дискурса, которая целостно передает оформленное содержание в интернет-коммуникации, включающей политический дискурс. В соответствии с выполняемыми когнитивно-прагматическими функциями хештеги подразделяются на следующие группы-таксоны: **хештеги-прототипы** ситуации или события, **хештеги-концепты**, **хештеги-метафоры**, **хештеги-императивы** и **хештеги-перформативы**. К отличительным когнитивно-прагматическим характеристикам хештега относятся метатекстовая структура, семиотическая поликодовость, гипертекстуальность, интерактивность, интенциональность, манипулятивный потенциал, упрощенный синтаксис, частотное употребление перформативных и императивных глаголов для интенсификации призыва к действию, эмоциональность, эмпатийность, использование механизма «игры слов» для облегчения запоминания ключевого сообщения, повторы, ритмичность.

В информационной сфере развитие цифровых технологий трансформирует отношения между языком и социальными условиями его существования. Качественные изменения в политической коммуникации неизбежно приводят к появлению новых дискурсивных единиц и категорий. В интернет-дискурсе хештег как способ и форма вербализации действительности репрезентирует событие, ситуацию, концепцию или идею, которые представляются значимыми для большого числа пользователей. С помощью хештегов, обладающих иллюкутивной и перлюкутивной динамикой, дискурсивные коммуниканты осуществляют взаимосвязанные действия, как речевые, так и внеязыковые, с целью достижения поставленной цели. Функционируя как дискурсивный инструмент воздействия на концептуальную картину мира, хештег позволяет адресанту формировать альтернативную реальность, отвечающую его политическим интересам. Когнитивно-языковые и поликодовые техники существенно облегчают восприятие и запоминание хештега, что вместе с его текстовой и метатекстовой структурой обеспечивает выполнение гипертекстовой функции, гарантирует легкость воспроизведения и тиражирования.

Заключение

Таким образом, исследование институциональных хештегов, тематически посвященных борьбе с коронавирусом в пространстве испанского политического дискурса, их таксономия и систематизация в соответствии с дискурсивным функционалом позволяют сделать вывод об очевидной эффективности хештега как дискурсивного когнитивно-языкового инструмента в целях структурирования политической повестки и мобилизации общества. Представляется перспективным дальнейшее изучение дискурсивных характеристик и особенностей функционирования хештегов как самостоятельных дискурсивных единиц, играющих существенную роль в интернет-коммуникации.

Библиографический список

1. Демьянков В.З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. 2002. № 3. С. 32—43. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.infolex.ru> (дата обращения: 22.04.2020).
2. Михалева О.Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия. М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
3. Бахтин М.М. Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике // Вопросы литературы и эстетики. М.: Художественная литература, 1975. С. 234—407.
4. Иванов Н.В. Интертекст — метатекст: культура, дискурс, язык // Языковые контексты: структура, коммуникация, дискурс. Материалы межвузовской научной конференции по актуальным проблемам языка и коммуникации. Военный университет. М.: Книга и бизнес, 2007.
5. Карасик В.И. Адресная специализация в публичном политическом дискурсе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. Т. 9. № 1. С. 32—49. doi: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-32-49
6. Ларионова М.В., Сливчикова Ю.В. Современная Испания: новая политическая реальность — новый политический дискурс // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2019. № 59. С. 53—66.
7. Чудинов А.П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации. М.: Флинта, 2006.
8. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград, 2000.
9. Шейгал Е.И. Жанровое пространство политического дискурса. 2010. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.filologija.vukhf.lt/5-10/doc/1.2%20Sheigal%20RED_VM.doc (дата обращения: 22.12.2020).
10. Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. 2007. № 1. P. 238—266.
11. Dijk T.A. van. Discourse semantics and ideology // Discourse & Society. 1995. 6 (2). P. 243—289.
12. Dijk T.A. van. What is Political Discourse Analysis. Amsterdam, 1998. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.discourse-in-society.org> (дата обращения: 26.12.2020).
13. Дейк Т.А. Ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. М.: ЛИБРОКОМ, 2013.
14. Howarth D., Norval A. y Stavrakis Y. Discourse Theory and Political Analysis: Identities, Hegemonies and Social Change. Manchester: Manchester University Press, 2000.
15. Lakoff G. No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Madrid: Foro Complutense, 2007.
16. Anderson M., Hitlin P. The hashtag #BlackLivesMatter emerges: Social activism on Twitter // Pew Research Center. 2016. № 15. P. 1—34.

17. Красина Е.А. Дискурс, высказывание и речевой акт // *Russian Journal of Linguistics*. 2016. Т. 20. № 4 (20). С. 91—102.
18. Наволока Ю.С. Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети «Инстаграм») // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2018. №12—3 (90). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/heshteg-tekst-kak-novyy-format-teksta-v-internet-prostranstve-na-primere-sotsialnoy-seti-instagram> (дата обращения: 03.12.2020).
19. *Ha Rim Rho E., Mazmanian M. Political Hashtags & the Lost Art of Democratic Discourse // Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '20)*. Association for Computing Machinery, New York, USA. New York, 2020. pp. 1—13. DOI: 10.1145/3313831.3376542
20. Bonilla Y., Rosa J. #Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States // *American Ethnologist*. 2015. 42 (1). P. 4—16.
21. Новикова С.А. Российские хэштеги микроблога «Твиттер» как политико-идентификационный маркер // *Социум и власть*. 2014. № 5 (49). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskie-heshtegi-mikrobloga-tvitter-kak-politiko-identifikatsionnyy-marker> (дата обращения: 03.12.2020).
22. Атягина А.П. Твиттер как новая дискурсивная практика в сети Интернет // *Вестник Омского университета*. 2012. № 4 (66). С. 203—209.
23. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1994.
24. Крестева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // *Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму*. М.: ИГ Прогресс, 2000. С. 427—457.
25. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания // *Новое в зарубежной лингвистике*. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 52—92.
26. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М.: URSS, 2000.
27. Яноу Д., ванн Хульст М. Фреймы политического: от фрейм-анализа к анализу фреймирования // *Социологическое обозрение*. 2011. Т. 10. № 1—2. С. 87—110.
28. *Bezos López, J. Manual del español urgente*. Fundéu BBVA. Barcelona: Editorial Debate, 2015.
29. *Larionova M.V., Demkina A.V. Lógica y pragmática del marco 'feminismo' en discurso de Unidos Podemos // Andamios*. enero-abril 2020. Vol. 17(42). P. 407—421.
30. Щурина Ю.В. Коммуникативно-игровой потенциал хэштегов // *Вестник Череповецкого государственного университета*. 2015. № 8 (69). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/komunikativno-igrovoy-potentsial-heshtegov> (дата обращения: 03.04.2020).

References

1. Demyankov, V.Z. (2002). Political discourse as a subject of political science philology. *Political Science. Political Discourse: History and Contemporary Research*. 3, 32—43. [Electronic resource] URL: <http://www.infolex.ru> (accessed: 22.04.2020). (In Russ.).
2. Mikhaleva, O.L. (2009). *Political discourse: Specificity of manipulative influence*. Moscow: LIBROKOM publ. (In Russ.).
3. Bakhtin, M.M. (1975). Forms of time and chronotope in the novel. Essays on historical poetics. In *Questions of literature and aesthetics*. Moscow: Art. Lit. pp. 234—407. (In Russ.).
4. Ivanov, N.V. (2007). Intertext — metatext: culture, discourse, language. In *Language contexts: structure, communication, discourse. Materials of the interuniversity scientific conference on actual problems of language and communication*. Military University. Moscow: Book and Business. (In Russ.).
5. Karasik, V.I. (2018). Addressee specialization in public political discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 9(1), 32—49. doi: 10.22363/2313-2299-2018-9-1-32-49 (In Russ.).
6. Larionova, M.V. & Slivchikova, Yu.V. (2019). Modern Spain: New Political Reality — New Political Discourse. *Tomsk state university journal of philology*, 59, 53—66. (In Russ.).

7. Chudinov, A.P. (2006). *Metaphorical mosaic in modern political communication*. Moscow: Flinta. (In Russ.).
8. Sheigal, E.I. (2000). *Semiotics of political discourse*. Volgograd. (In Russ.).
9. Sheigal, E.I. (2010) Genre space of political discourse. [Electronic resource] URL: http://www.filologija.vukhf.lt/5-10/doc/1.2%20Sheigal%20RED_VM.doc (accessed: 22.12.2020). (In Russ.).
10. Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238—266.
11. Dijk, T.A. van. (1995). Discourse semantics and ideology. *Discourse & Society*, 6(2), 243—289.
12. Dijk, T.A. van. (2013). *Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication*. Moscow: LIBROKOM. (In Russ.).
13. Dijk, T.A. Van. (1998). *What is Political Discourse Analysis. Amsterdam*. [Electronic resource] URL: <http://www.discourse-in-society.org> (accessed: 26.12.2020).
14. Howarth, D., Norval, A. & Stavrakis, Y. (2000). *Discourse Theory and Political Analysis: Identities, Hegemonies and Social Change*. Manchester: Manchester University.
15. Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Foro Complutense.
16. Anderson, M. & Hitlin, P. (2016). The hashtag #BlackLivesMatter emerges: Social activism on Twitter. *Pew Research Center*, 15, 1—34.
17. Krasina, E.A. (2016). Discourse, utterance and speech act. *RUDN Russian Journal of Linguistics*, 20(4), 91—102. (In Russ.).
18. Navoloka, Yu.S. (2018). Hashtag text as a new text format in the Internet space (on the example of the social network Instagram). *Philological Sciences. Questions of theory and practice*. 12—3(90). [Electronic resource] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/heshteg-tekst-kak-novyy-format-teksta-v-internet-prostranstve-na-primere-sotsialnoy-seti-instagram> (accessed: 03.12.2020). (In Russ.).
19. Ha Rim Rho E. & Mazmanian, M. (2020). Political Hashtags & the Lost Art of Democratic Discourse. In: *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '20)*. Association for Computing Machinery, New York, USA. New York. pp. 1—13. DOI: 10.1145/3313831.3376542
20. Bonilla, Y. & Rosa, J. (2015). #Ferguson: Digital protest, hashtag ethnography, and the racial politics of social media in the United States. *American Ethnologist*, 42, 4—16.
21. Novikova, S.A. (2014). Russian hashtags of the Twitter microblog as a political identification marker. *Socium and Power*, 5(49). [Electronic resource] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskie-heshtegi-mikrobloga-tvitter-kak-politiko-identifikatsionnyy-marker> (accessed: 03.12.2020). (In Russ.).
22. Atyagina, A.P. (2012). Twitter as a new discursive practice. *Herald of Omsk University*, 4(66), 203—209. (In Russ.).
23. Bart, R. (1994). *Selected Works: Semiotics. Poetics*. Moscow: Progress. (In Russ.).
24. Kristeva, Y. (2000). Bakhtin, word, dialogue and novel. *French semiotics: From structuralism to poststructuralism*. Moscow: IG Progress. pp. 427—457. (In Russ.).
25. Fillmore, Ch. (1988). Frames and semantics of understanding. In: *New in foreign linguistics. Cognitive aspects of language*. XXIII. Moscow: Progress. pp. 52—92. (In Russ.).
26. Kobozeva, I.M. (2000). *Linguistic semantics*. Moscow: URSS. (In Russ.).
27. Yanow, D. & Van Hulst M. (2011). Frames of the political: from frame analysis to framing analysis. *Sociological Review*, 10(1—2), 87—110. (In Russ.).
28. Bezos López, J. (2015). *Manual del español urgente*. Fundéu BBVA. Barcelona: Editorial Debate.
29. Larionova, M.V. & Demkina, A.V. (2020). Lógica y pragmática del marco ‘feminismo’ en discurso de Unidos Podemos. *Andamios*, 17(42), 407—421. DOI: 10.29092/uacm.v17i42.749
30. Shchurina, Yu.V. (2015). Communicative-game potential of hashtags. *Bulletin of the Cherepovets State University*, 8(69). [Electronic resource] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/komunikativno-igrovoy-potentsial-heshtegov> (accessed: 03.04.2020). (In Russ.).

Сведения об авторах:

Ларионова Марина Владимировна, к. филол. н., доцент, доцент кафедры испанского языка Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации»; сфера научных интересов: испанский медийный дискурс; *e-mail*: larionova.m@list.ru ORCID 0000-0001-6466-7363, eLIBRARY SPIN-код: 365-254

Демкина Анастасия Владимировна, к. филол. н., атташе Посольства Российской Федерации в Аргентинской Республике; *сфера научных интересов*: испанский политический дискурс; *e-mail*: a.v.dyomkina@yandex.ru ORCID 0000-0002-3233-8503, eLIBRARY SPIN-код: 4460-2010

Information about authors:

Marina V. Larionova, Ph.D. in Philology, Assistant-Professor, Associate Professor of the Department of Spanish Language, the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation”; *Research interests*: Spanish media discourse; *e-mail*: larionova.m@list.ru ORCID 0000-0002-3233-8503, eLIBRARY SPIN-код: 4460-2010

Anastasia V. Demkina, Ph.D. in Philology, Attaché of the Embassy of the Russian Federation in the Argentine Republic, 1741, Rodriguez Peña str., Buenos Aires, Argentine Republic, C1021ABK; *Research interests*: Spanish political discourse; *e-mail*: a.v.dyomkina@yandex.ru ORCID 0000-0002-3233-8503, eLIBRARY SPIN-код: 4460-2010