

ГРИШИНА Е. А.

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ
МАЛОФОРМАТНОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ХЭШТЕГА**

Аннотация. В статье рассматривается явление малоформатности текста в интернет-коммуникации. На примере англоязычного хэштег-текста выявлен ряд лексических средств реализации малоформатности, в число которых вошли аббревиатуры, акронимы, инициализмы и графические сокращения. В результате исследования было установлено, что данные лексические средства выполняют ряд функций в англоязычном хэштег-тексте.

Ключевые слова: хэштег, малоформатность, интернет-коммуникация, аббревиатура, языковая компрессия.

GRISHINA E. A.

**LANGUAGE MEANS OF IMPLEMENTING
COMPACTNESS OF ENGLISH HASHTAG**

Abstract. The article explores the phenomenon of text compactness in Internet communication. Considering the English hashtag, lexical means of implementing compactness, such as abbreviations, acronyms, initialisms and graphical shortenings, are identified. As a result of the study, it was found that abbreviation performs a number of functions in English hashtags.

Keywords: hashtag, compactness, Internet communication, abbreviation, language compression.

Хэштег – это комбинация символа «решетка» (#) и текстовой информации для обозначения тематической принадлежности сообщения или публикации в социальных сетях. Термин «хэштег» образован от англоязычного слова «hashtag» (от англ. hash – решетка + tag – метка). Впервые хэштег стал использоваться в сетях IRC (англ. Internet RelayChat) для маркировки сообщений, принадлежащих определенной теме [1; 2]. Широкое распространение хэштег получил благодаря росту популярности социальных сетей в мире.

В лингвистике хэштег стал основой такого понятия как хэштег-текст. По определению Ю. С. Наволоки, хэштег-текст – это «письменное сообщение любой протяжённости, состоящее из одного или нескольких хэштегов, принадлежащее одному участнику коммуникации, имеющее свою прагматическую установку (т.е. рассчитанное на воздействие на адресата) и обладающая такими свойствами, как цельность, связность, континуум, завершенность, информативность» [3, с. 570].

Главная особенность хэштегов, заключается в их малоформатности, т.е. способности передать большой объём информации с использованием минимального количества языковых

единиц [3]. Другими словами, в малоформатных текстах осуществляется процесс языковой компрессии, который заключается в сжатии или сокращении лексических единиц, морфологических форм и синтаксических конструкций с сохранением объема передаваемого сообщения. Интернет-коммуникация является наиболее распространенным местом реализации явления малоформатности. Использование хэштегов в социальных сетях позволяет экономить время, символы при написании сообщений, а также придать коммуникации неформальный и индивидуальный характер. В этой связи возникает необходимость выявить языковые средства, позволяющие реализовать малоформатность как текстовую особенность хэштега.

Материалом исследования послужили англоязычные актуальные хештеги, функционирующие в сети Интернет. Для отбора использовался специализированный сайт tagdef.com. Данный ресурс позволяет осуществлять поиск хэштегов, проводить мониторинг их популярности, а также на нем представлены дефиниции к большинству хэштегов с помощью пользователей [4]. Степень популярности хэштега определяется голосованием пользователей. Общий объем анализируемого материала составляет 58 примеров хэштегов, отобранных методом сплошной выборки.

Проведенный анализ показал, что аббревиация является наиболее частотным языковым средством, которое используется для образования хэштега. Аббревиатуры – это сокращение слов или выражений, которые состоят из первых букв слов фразы. К популярным и общепринятым аббревиатурам относятся, например, NATO (North Atlantic Treaty Organization), NASA (National Aeronautics and Space Administration) и др.

Современные лингвисты делят аббревиатуры на 2 большие группы: формальные и неформальные.

Формальные аббревиатуры – общепринятые сокращения, применяемые в различных сферах профессиональной деятельности, а также в официальных документах. По данным сайта tagdef.com, к популярным хэштегам, образованном по модели формальной аббревиатуры, относятся сокращения, которые встречаются в политической сфере.

- (1) #usa (related to the United States of America)
- (2) #eu (European Union, economic and political union of 27 states)
- (3) #un (United Nations with headquarters in New York City)
- (4) #uk (related to the United Kingdom)
- (5) #g7 (Group of Seven)
- (6) #wto (World Trade Organization)

Неформальные аббревиатуры – это краткая форма слова, выражения или фразы, которые распространены в повседневной жизни и используются в неформальной обстановке, например, в переписке в социальных сетях, чатах или разговорной речи. Часто неформальные аббревиатуры имеют локальный характер, т.е. понятны определенной группе людей. Сегодня в хэштегах можно найти огромное количество неформальных сокращений, типичных для интернет-коммуникации. Приведем примеры наиболее частотных хэштегов, образованных по данной модели [4].

(7) #b4 (Before)

(8) #lol (Laughing Out Loud, to tag something as funny)

(9) #asap (As Soon As Possible)

(10) #thx (stands for "Thanks")

(11) #cu (See You)

(12) #hru (How Are You?)

(13) #idk (I Don't Know)

(14) #bff (Best Friends Forever)

В ходе анализа популярных хэштегов было отмечено использование словообразовательных моделей некоторых разновидностей аббревиатур.

1. Акронимы. Они представляют собой объединение первых букв выражение или фразы. Образованная комбинация букв используется в качестве отдельного слова и полностью произносится [4].

(15) #unesco (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization is an agency of the United Nations)

(16) #nato (North Atlantic Treaty Organization: Military Alliance of nations in North America and Europe)

(17) #sos (SOS is the "help" abbreviation "Save Our Souls", and is the maritime distress signal. Use #sos to ask for help)

(18) #fifa (Fédération Internationale de Football Association)

(19) #aids (Acquired Immunodeficiency Syndrome)

2. Инициализмы. Это тип аббревиатур, читающийся по буквам. Инициализмы составляют большую часть аббревиатур в английском языке [5].

(20) #fbi (an agency of the US Department of Justice that serves as both a federal criminal investigative body & an internal intelligence agency. The FBI has investigative jurisdiction over violations of more than 200 categories of federal crime. Its motto is "Fidelity Bravery Integrity")

(21) #imf (International Monetary Fund)

(22) #ceo (Chief Executive Officer)

(23) #diy (Do It Yourself, meaning to make, build, assemble, sew, design, or otherwise do something yourself, rather than buying a finished product or having an expert or professional do it)

(24) #tbt (Throwback Thursday!)

(25) #imho (In My Humble Opinion)

(26) #ootd (outfit of the day. . .it is used on fashion blogs and sites all the time)

(27) #icymi (In Case You Missed It)

(28) #wcv (Woman Crush Wednesday)

(29) #fb (Follow Back)

(30) #iykyk (If You Know, You Know)

3. Графические сокращения. Эти сокращения имеют неполную форму написания, но при чтении произносятся полностью [6].

(31) #dr (Doctor)

(32) #mrs (Missis)

(33) #mr (Mister)

В результате анализа словообразовательных моделей популярных хэштегов были выявлены их частотные функции в интернет-коммуникации.

1. Хэштеги-аббревиатуры, которые используются в контексте неформального общения. Эта группа хэштегов включает в себя как общепринятые, так и сленговые сокращения [4].

(34) #brb (Be Right Back)

(35) #btw (By The Way)

(36) #lmk (Let Me Know)

(37) #ttyl (Talk To You Later)

2. Хэштеги-деловые сокращения или аббревиатуры, которые широко применяются в официальной переписке [5].

(38) #b2b (Business to Business)

(39) #crm (Customer Relationship Management)

(40) #pr (Public Relations)

(41) #ceo (Chief Executive Officer)

3. Хэштеги-аббревиатуры, которые являются сокращениями географических объектов, единиц измерения, локаций, месяцев, дней недели и др [4].

(42) #blvd (Boulevard)

(43) #ave (Avenue)

(44) #wed (Wednesday)

(45) #fri (Friday)

(46) #feb (February)

(47) #apr (April)

Исходя вышесказанного, можно сделать вывод о том, что аббревиатуры реализуют в хэштегах ряд важных функций.

1. Функция языковой компрессии, основной задачей которой является сжатие информации. Это позволяет экономно распоряжаться временем и пространством при написании текста.

2. Функция престижа, которая способна привлекать огромное количество пользователей и повышать значимость создаваемого контента. Чем популярнее используемый хэштег, тем больше пользователей просматривают контент, за которым он закреплён.

3. Рекламная функция. Использование аббревиатур в хэштегах дает возможность привлечь внимание потребителей к бренду или продукту, другими словами способствовать его продвижению [6].

(48) #bmw (Bayerische Motoren Werke)

(49) #kfc (Kentucky Fried Chicken)

(50) #lg (Lucky-Goldstar)

4. Оперативная функция. Аббревиатуры в хэштегах могут использоваться для обозначения каких-либо общественно-значимых событий. Это позволяет собрать новости и посты, которые связаны с этим событием [6].

(51) #covid19

(52) #election2020

(53) #oscar2022

(54) #grammys2022

5. Коннотативная функция, которая позволяет выразить через хэштег эмоцию или личное отношение к теме [6].

(55) #lol (Laughing Out Loud, to tag something as funny)

(56) #rofl (Rolling On Floor Laughing)

(57) #omg (Oh My God)

(58) #wth (What The Hell)

Таким образом, аббревиация является ключевым словообразовательным средством реализации малоформатности хэштега. Кроме того, аббревиация в англоязычном хэштеге выполняет широкий спектр функций, среди которых можно отметить коннотативную функцию, функцию языковой компрессии, рекламную функцию, функцию престижа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ильина И. А. Хэштег как лингвистический феномен // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. – 2016. – № 3 (55). – С. 4–44.
2. Кан Е. В. Хэштеги как новое лингвистическое явление // Филологический аспект. – Нижний Новгород, 2017. – № 1 (21). – С. 91–98 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://scipress.ru/philology/articles/kheshtegi-kak-novoe-lingvisticheskoe-yavlenie.html?ysclid=lf1nig16ou690518825> (дата обращения: 30.11.2023).
3. 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) – С. 568–573.
4. Tagdef [Электронный ресурс]. – Режим доступа: tagdef.com (дата обращения 01.12.2023).
5. VKontakte [Электронный ресурс]. – Режим доступа: vk.com (дата обращения 02.12.2023).
6. YouTube [Электронный ресурс]. – Режим доступа: youtube.com (дата обращения 02.12.2023).