

## СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХЕШТЕГА #BLACKLIVESMATTER

*В.В. Катермина, Е.А. Яченко*

**Ключевые слова:** хештег, семантический анализ, интернет-коммуникация, социальное движение, Black lives matter.

**Keywords:** hashtag, semantic analysis, internet communication, social movement, Black lives matter.

DOI 10.14258/filichel(2021)4-10

**В** настоящее время хештег считается особым лингвистическим феноменом. Хештеги не только объединяют неоднородный контент и связывают совершенно разных пользователей, но и обеспечивают «узнавание» информации о крупном явлении или движении, передаваемой с помощью хештега в сжатом виде, а также позволяют интерпретировать хештег за счет восстановления ассоциативных связей и коннотаций [Рябченко, Катермина, Гнедаш, Малышева, 2018, с. 143]. Мы считаем, что хештеги обладают большим потенциалом в интернет-коммуникации и являются благоприятным полем для лингвистического анализа. Многие современные социальные движения используют хештеги для быстрого и широкого распространения своих идей и приобретения популярности в online-пространстве. Причем значительная часть движений зарождается и развивается именно в нем, а затем конвертирует накопленный социальный капитал в offline [Рябченко, Катермина, Гнедаш, Малышева, 2018, с. 140]. К ним мы можем отнести и движение Black lives matter, которое оказалось в центре мирового внимания в 2020 г.

Интернет-коммуникация стала неотъемлемой частью жизни почти каждого человека. По мнению Л.Ю. Щипициной, интернет-коммуникация «...представляет собой один из исторических этапов в развитии коммуникационных средств», отличительной чертой которого является компьютерная опосредованность [Щипицина, 2010, с. 41]. Интернет радикально изменил сферу публичной коммуникации, увеличив число её субъектов и расширив их свободу в презентации своих мнений и доступ к информационным ресурсам и аудитории. Интернет-коммуникация обладает рядом особенностей, в частности, к ним относится языковая компрессия. «Она способствует лаконичности, динамичности текста, обогащению его неявно выраженными подтекстовыми смыслами, избавляет текст от ненужного повторения информа-

ции, поскольку опускается, редуцируется именно то, что менее информативно значимо [Атягина, 2012, с. 10]. При совершении действий с контентом интернет-пользователи опосредованно или намеренно совершают социальные действия, которые влияют на социально-политические процессы [Рябченко, Катермина, Гнедаш, Малышева, 2018, с. 145]. То же самое происходит при совместной классификации сообщений с помощью хештегов, или меток, связанных с классифицируемым информационным объектом посредством логики [Рябченко, Малышева, 2018, с. 364]. Хештег теперь не только отмечает отдельные твиты и посты, но и извлекает из них главную мысль или созданный образ и накапливает прагматический и манипулятивный потенциал [Емельяненко, 2013].

Говоря о первоначальной функции хештегов, важно отметить, что удобство их использования обуславливается тем, что возрастает плотность информационного потока и возникает потребность в управлении объемами информации и их фильтрации. Нами согласно данным, полученным с помощью графов, были систематизированы хештеги, наиболее часто встречающиеся в одном контексте с хештегом *#blacklivesmatter*, а также проведен их семантический анализ. Мы опираемся на тот факт, что «облако хэштегов представляет собой многослойный и многовекторный конструкт, непредвзято определяющий понятие, выраженное родительским хэштегом» [Рябченко, Малышева, 2018, с. 365]. Хештеги объединяют между собой контент, продуцируемый самими разными интернет-пользователями, а сочетание различных хештегов в одном контексте формирует единое содержательное поле. Каждый хештег «соотносится через множество переходов со всеми другими, создавая сомкнутую сеть, отражающую непрерывность концептуальной сети человеческого сознания» [Беловодская, 2019].

Движение Black lives matter возникло в 2013 г. после убийства Джорджем Циммерманом подростка-афроамериканца Трейвона Мартина. Тот факт, что убийцу оправдали в суде, вызвал общественный резонанс. Создателем хештега *#blacklivesmatter* стала Патрис Куллорс, одна из основательниц движения, а Опал Томети, другая основательница, запустила одноименный веб-сайт и аккаунты в социальных сетях, а в 2016 г. была создана мировая сеть Black Lives Matter Global Network. Движение Black Lives Matter достаточно аморфно, у него нет формального руководства или иерархии. Сам хештег *#blacklivesmatter* актуализируется и входит в мировые тренды каждый раз, когда происходит несправедливое (согласно мнению общественности) убийство темнокожего человека.

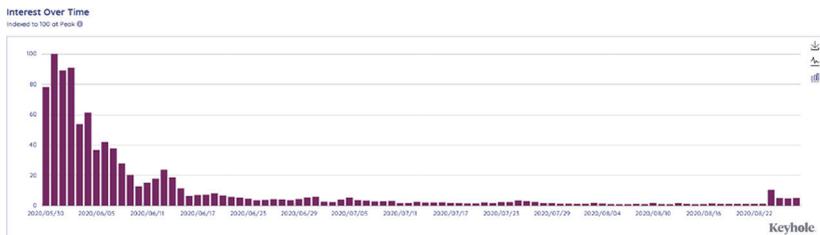


Рис. 1. Частота использования хештега #Blacklivesmatter за май-август 2020 г. согласно сервису Keyhole

С помощью сервиса OSoMe: the IUNI observatory on social media нами было сгенерировано два графа корреляции хештега #blacklivesmatter с другими в популярной социальной сети Twitter (первый граф показывает корреляцию хештегов на неделе с 25 по 31 мая, второй — с 1 по 7 июня, данные периоды выбраны неслучайно: именно в это время наблюдается наиболее активное использование согласно сервису Keyhole). Каждая вершина графа обладает множеством устойчивых связей с другими, благодаря чему создается единое плотное поле хештегов.

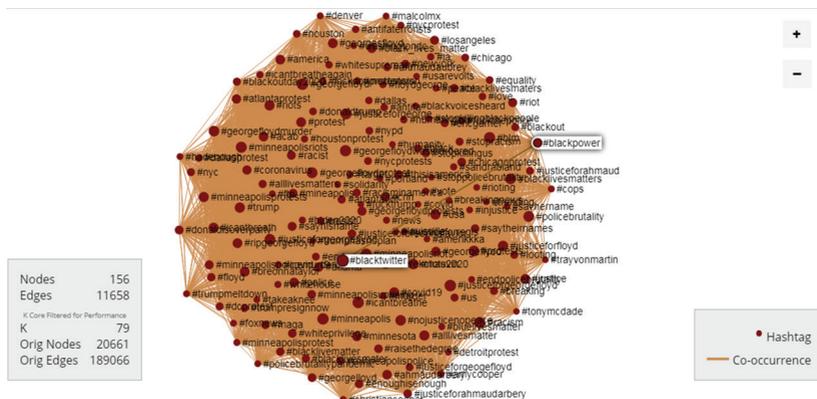


Рис. 2. Пример графа, полученного с помощью сервиса OSoMe: the IUNI observatory on social media (25–31 мая)

Сам исследуемый хештег встречается в разных вариантах написания: собственно #blacklivesmatter, #black\_lives\_matter с нижним подчёркиванием, #blacklivesmatters (грамматически неверный вариант с глаголом в форме единственного числа), #blm (в данном случае мы наблюдаем аббревиацию, позиционирующую движение как бренд),

*#blacklivesmatter* нус с сокращенным названием города и некоторых других. Также сторонники движения связываются посредством использования хештегов *#blackpower* и *#blacktwitter*.

Итак, согласно тематике, можно разделить коррелирующие хештеги на 16 групп.

К первой группе относятся хештеги, маркирующие основную локацию движения Black lives matter, то есть топонимы: *#america #usa #amerikkka #denver #losangeles #chicago #newyork #houston #washingtondc #minneapolis #portland #dallas #louisville #minnesota #atlanta #newyorkcity #la #нус*.

Следующая группа хештегов связана с предыдущей, так как в ней также присутствует компонент-топоним, однако к нему добавлен компонент, обладающий семей «протест, бунт», что позволяет отследить географию протестного движения: *#atlantaprotest #atlantariot #minneapolisprotests #minneapolisriot #minneapolispolice murder #minneapolisuprising #houstonprotest #chicagoprotest #dallasprotest #nycprotests #dcprotest #detroitprotest #seattleprotests #bostonprotest(s) #washingtondcprotest #laprotests #losangelesprotests*. Таким образом, можно заметить, что, помимо Миннеаполиса — города, в котором 25 мая 2020 г. произошло убийство Джорджа Флойда, ставшее триггером для активизации социального движения Black lives matter, протесты охватили другие крупные города, а в начале июня протестное движение приобрело общенациональный характер, о чем свидетельствует добавление также таких хештегов, как *#usaprotest #usarevolts #usariot #usaonfire*. Помимо этого, стоит отметить, что география движения выходит за границы США, так как коррелирующими хештегами являются следующие: *#blacklivesmatteruk #londonriots #uk #london #ukprotests #blacklivesmatterberlin #blacklivesmatteraustralia #brooklyn*.

В третьей группе собраны хештеги, маркирующие референтов — участников ситуации, ставшей триггером для движения Black lives matter в 2020 году. Референтом большей части хештегов является афроамериканец Джордж Флойд (жертва): *#georgesfloyd #georgefloyd #floyd #floydgeorge #georgeflyod #georgefloydmurder #georgefloydwasmurdered #justiceforgeorge #justiceforfloyd #georgefloydprotest #ripgeorgefloyd #justiceforgeorgefloyd #georgefloydmemorial #derekchauvin* (референт последнего хештега — полицейский Дерек Шовин, по чьей вине погиб вышеупомянутый мужчина). Следует отметить разнообразие написания хештегов, относящихся к референту, включая и неправильное написание имени. Е.А. Гончарова отмечает, что «вследствие недостаточной интегрированности текстов в гипертекст, сообщения, появляющи-

еся в Твиттере, быстро теряют свою актуальность» [Гончарова, 2019, с. 54], поэтому упор делается на быстроту отправки сообщения, что ведёт к пренебрежению орфографией.

В четвёртую группу объединены хештеги, референтами которых выступают другие жертвы-афроамериканцы: *#ahmaudarbery* *#justiceforahmaud* *#breonnataylor* *#justiceforbreonnataylor* *#justiceforregis* *#tonymcdade* *#ericgarner* *#sandrabland* *#trayvonmartin* *#justicepouradama*. Первые два хештега отмечают Ахмада Арбери, убитого во время пробежки в феврале 2020 г. Референт следующих двух хештегов — Бреона Тейлор была застрелена полицейскими в марте 2020 г. *#justiceforregis* относится к Регис Корчински-Паке, которая разбилась после инцидента 31 мая 2020 г. в Торонто. Тони Макдэйд был застрелен в конце мая 2020 г. Эти хештеги используются для создания дополнительных инфоповодов. Примечательно, что также актуализируются хештеги, референты которых погибли достаточно давно. Эрик Гарнер был убит в июле 2014 г. в ходе задержания полицией. Сандра Блэнд погибла в июле 2015 г. после задержания полицией. Трейвон Мартин был убит в феврале 2012 г. Адама Траоре умер в июле 2016 г. в отделении полиции во Франции. Таким образом, использование имени собственного, особенно в сочетании с популярным компонентом “justice for”, подогревает интерес общественности к проблеме и намекает на то, что расовая несправедливость — явление продолжительное. К данной группе также можно отнести хештеги *#christiancooper* *#amuscooper*, которые выступают в качестве маркеров инцидента с темнокожим орнитологом, видеозапись инцидента стала вирусной.

Кроме того, в совместном употреблении с *#blacklivesmatter* актуализируется хештег *#sayhername*, возникший в 2015 г. для привлечения общественного внимания к дискриминации темнокожих женщин. По аналогии создаются новые хештеги *#sayhisname* и *#saytheirnames*, призывающие помнить имя каждой жертвы, так как сама по себе номинация обладает достаточной силой воздействия.

Следующая группа объединяет хештеги, референтом которых является другой, но уже менее определенный участник ситуации — полиция: *#police* *#nypd* (*New York Police Department*). В этой же группе собраны и сленговые выражения (включая нецензурные) *#cops* *#acab* (*all cops are bastards*) *#fuckthepolice* (*#ftp*), которые обладают эмоционально-оценочным компонентом. Кроме того, сюда же можно отнести хештеги *#policestate* *#neverforget1984*, являющиеся отсылкой к антиутопии Джорджа Оруэлла «1984» (дается ассоциация на контроль населения силами полиции).

В шестой группе собраны хештеги, являющиеся маркерами политического дискурса, такие как *#donaldtrump*, *#vote*, *#maga* (хештег, запущенный в ходе предвыборной кампании Трампа, сокр. от Make America Great Again) *#whitehouse* *#biden2020* *#antifa* *#antifaterrorists* (последние два хештега относятся к так называемому Антифа, движению против насилия и т.д.). Актуализируются такие хештеги, как *#QAnon* *#anonymous*, ранее маркировавшие одну из конспирологических теорий, в которой главной фигурой является Трамп). Референтом большей части хештегов является президент США Дональд Трамп. Эти хештеги отличаются особо негативной коннотацией и демонстрируют накал недовольства политикой и личностью президента: *#dictatortrump* *#racist* *#trumpdictatorship* *#trumpincitesviolence* *#trumphasnoplan* *#trumpmeltdown* *#fucktrump*. Некоторые хештеги являются яркими политическими лозунгами, направленными против Трампа: *#trumpresignnow* *#trumpout* *#americaortrump* *#voteouthate*. Отдельного упоминания заслуживает «бум» хештегов, маркирующих укрытие президента США в бункере во время протестов: *#bunkertrump* *#bunkerboy* (название вирусной песни) *#bunkerdon* *#bunkerbabytrump* *#cowardinchief* *#babygate* (временная стена, возведенная вокруг Белого дома). «Имена-этикетки становятся средством создания определенным образом окрашенного представления об обозначаемом персонаже или явлении. Массовое употребление того или иного хештега в такой функции становится медийным событием и попадает на страницы СМИ» [Галямина, 2014, с. 17].

В группе номер семь находятся хештеги с общей семой «протест, бунт»: *#protesters* *#riot(s)* *#protest* *#rioting* *#resist* *#riots2020* *#protests2020* *#blmp protest*. В одном поле оказываются такие, казалось бы, противоположные по значению хештеги, как *#peacefulprotest* и *#revolution*: ключевое слово в первом — «мирный», второй же обладает противоположным значением (в самой дефиниции слова “revolution” делается акцент на насильственное, жестокое действие).

Также *#blacklivesmatter* коррелирует с хештегами, которые употребляются как маркеры пандемии, которая совсем недавно была самым центром обсуждений общественности: *#coronavirus* *#covid* *#covid\_19* *#covid19* *#lockdownextension*. Отдельно стоит отметить хештег *#policebrutalitypandemic*, в котором присутствует игра слов, связывающая две острые проблемы 2020 г.

Далее мы выделяем хештеги, являющиеся маркерами новостей о параде сексуальных меньшинств, который проходит ежегодно в июне: *#pride* *#pridemonth* *#pride2020*. В 2020 г. не обошлось без столкновений

демонстрантов с полицией, что объясняет тот факт, почему данные хештеги находятся в одном поле с *#blacklivesmatter*.

В девятую группу нами были объединены хештеги-лозунги: *#stopkillingus #stopkillingblackpeople #stoppolicebrutality #endpolicebrutality #endracism #stopracism #takeaknee #raisethedegree #saynotoracism #antiracism #theshowmustbepaused #nojusticenopeace #blackvoicesheard*, без которых не обходится ни одно социальное движение. К концу второй недели к ним присоединяются более целенаправленные лозунги: *#abolishthepolice #police#thepolice #police#reform #police#reformnow #defundthepolice #scantwait*. Облачение лозунгов в форму хештегов способствует объединению разных людей и акций. Таким образом, данная лингвистическая единица приобретает особую культурную значимость [Solis, 2011].

Следующая группа хештегов семантически охватывает причины активизации движения и «называет» те проблемы, на которые обращено его внимание: *#hadenough #enoughisenough #murder #injustice #policeviolence #policebrutality #whitesupremacy #whiteprivilege #racisminamerica #systemicracism*. 4 июня был добавлен новый хештег *#bluefall*, обращающий внимание на жестокость полицейских. Сюда же мы можем отнести хештеги *#icantbreatheagain #icantbreathe*, которые являются отсылкой к словам, сказанным Джорджем Флойдом перед смертью. Вслед за ней можно выделить хештеги, несущие положительную коннотацию и вызывающие соответствующие ассоциации с движением у пользователей: *#peace #equality #love #humanrights #humanity #solidarity #justice #equalityforall #civilrights*.

Двенадцатая группа хештегов указывает на появление оппонентов движения: *#alllivesmatter #bluelivesmatter #whitelivesmatter*. Первый хештег символизирует недовольство тем шумом, которое собрало вокруг себя движение, авторы второго выступают против угнетения полицейских радикальными представителями движения, а третий хештег маркирует протест против угнетения светлокожих людей теми же радикальными представителями движения.

Также нами была выделена группа официальных хештегов новостных ресурсов, корреляция с которыми свидетельствует о том, что движение получило особый резонанс в средствах массовой информации: *#cnn #news #breakingnews #trending #foxnews #breaking*.

Наконец, стоит разобрать значение тех коррелирующих хештегов, которые не вошли в вышеупомянутые группы. Так, например, хештеги *#phillyexploisons* (относится к взрывам в Филадельфии, 2020) и *#looting* (пер. мародёрство) выступают в роли новостных маркеров, так же, как и хештеги *#blackout #internetshutdown #blackoutday2020* (относят-

ся к слухам об отключении электричества как способе государственного контроля).

Проанализировав графы коррелирующих хештегов в период наиболее активного употребления головного хештега *#blacklivesmatter* и изучив значение каждого хештега, мы можем проследить, как представлено социальное движение Black lives matter в интернет-сообществе и какова реакция интернет-пользователей на данное движение. Выделенные группы коррелирующих хештегов демонстрируют широкую географию социального движения, выходящую за пределы США, выделяют ключевых лиц, имена и названия которых активно используются для актуализации движения, указывают на причины его возникновения, отражают его характер, пересечение с другими движениями или явлениями, транслируют его главные идеи. Значительная часть хештегов интегрирует социальное движение в политический дискурс. Хештег — это тот инструмент, который помогает организовать социальное движение и сформировать представление о нём среди пользователей. Изучение хештегов является перспективным направлением лингвистических, политических и социологических исследований.

#### Библиографический список

Атягина А.П. Языковая компрессия в Twitter // Медиаскоп. 2012 №3. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1136>.

Беловодская А.А. Об исследовательском потенциале изучения хэштега как медиадискурсивного феномена // Медиалингвистика. 2019 № 6 (1) DOI: 10.21638/spbu22.2019.105.

Галямина Ю. Е. Лингвистический анализ хештегов Твиттера // Современный русский язык в интернете. М., 2014.

Гончарова Е.А. Жанрообразующие характеристики Твиттер // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики, 2019 № 3. DOI: 10.29025/20796021-2019-3-51-58.

Емельяненко В. Слова за решёткой // Русский мир.ru, 2013. № 2. URL: <https://rusmir.media/2013/02/01/reshetka>.

Рябченко Н. А., Катермина В. В., Гнедаш А. А., Малышева О. П. Политический контент социальных движений в online-пространстве современных государств: методология анализа и исследовательская практика // Южно-российский журнал социальных наук. 2018 Т. 19. № 3.

Рябченко Н.А., Малышева О.П. Управление политическим контентом: семантический анализ тегов и хэштегов // VIII международная социологическая Грушинская конференция «Социолог 2.0: трансформация профессии». М., 2018.

Шипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М., 2010.

Solis B. *The Hashtag Economy*. Brian Solis. 2011. URL: <http://www.briansolis.com/2011/06/hashtag-this-the-culture-of-social-media-is>.

### References

Atjagina A.P. *Jazykovaja kompressija v Twitter*. [Language Compression in Twitter Messages]. In: *Mediascope*. [Mediascope]. 2012 No. 3 URL: <http://www.mediascope.ru/node/1136> (accessed 05.09.2020).

Belovodskaja A.A. *Ob issledovatel'skom potenciale izuchenija hjeshtega kak mediadiskursivnogo fenomena*. [About Research Potential of Studying Hashtag as Mediadiscourse Phenomenon]. In: *Medialingvistika*. [Medialinguistics]. 2019 No.6(1) DOI: 10.21638/spbu22.2019.105.

Galjamina Ju.E. *Lingvisticheskij analiz heshtegov Tvitterra*. [Linguistic Analysis of Hashtags in Twitter]. In: *Sovremennyj russkij jazyk v internete*. [Modern Russian on the Internet]. Moscow, 2014.

Goncharova E.A. *Zhanroobrazujushhie harakteristiki Tvitterra*. [Genre-forming characteristics of Twitter]. In: *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki*. [Current Issues in Philology and Pedagogic Linguistics]. 2019 No. 3 DOI: 10.29025/20796021-2019-3-51-58.

Emel'janenko V. *Slova za reshjotkoj*. [Words behind the Hash]. In: *Russkij mir.ru*. [Russian World.ru]. 2013 No. 2. URL: <https://rusmir.media/2013/02/01/reshetka> (accessed 05.09.2020).

Rjabchenko N.A., Katermina V.V., Gnedash A.A., Malysheva O.P. *Politicheskij kontent social'nyh dvizhenij v online-prostranstve sovremennyh gosudarstv: metodologija analiza i issledovatel'skaja praktika*. [Political content of social movements in the online space of modern states: methodology of the analysis and research practices]. In: *Juzhno-rossijskij zhurnal social'nyh nauk*. [South-Russian Journal of Social Sciences]. 2018 Vol.19. No.3

Rjabchenko N.A., Malysheva O.P. *Upravlenie politicheskim kontentom: semanticheskij analiz tegov i hjeshtegov*. [Managing Political Content: Semantic Analysis of Tags and Hashtags]. In: *VIII mezhdunarodnaja sociologicheskaja Grushinskaja konferencija «Sociolog 2.0: transformacija professii»*. [International Sociological Grushinskaja Conference „Sociologist 2.0: Transformation of Profession”]. Moscow, 2018.

Shhipicina L.Ju. *Komp'juterno-oposredovannaja kommunikacija: Lingvisticheskij aspekt analiza*. [Computer-assisted Communication: Linguistic Aspect of Analysis]. Moscow, 2010.

Solis B. *The Hashtag Economy*. 2011 URL: <http://www.briansolis.com/2011/06/hashtag-this-the-culture-of-social-media-is/>.