

ПОНЯТТЯ ТА ПРИРОДА ХЕШТЕГ-ДИСКУРСУ В ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Хештег-дискурс становить відносно новий феномен цифрової комунікації, що виник із появою символу # (хештег) на платформі Twitter у 2007 році та набув широкого поширення в усіх соціальних мережах. Цей тип дискурсу характеризується специфічною організацією комунікативного простору, де хештеги виконують роль структурних та семантичних організаторів інформаційних потоків.

Природа хештег-дискурсу визначається його гібридним характером, що поєднує риси усного та писемного мовлення, публічної та приватної комунікації [2, с. 35]. Хештеги функціонують одночасно як метадані, що забезпечують індексацію контенту, та як дискурсивні маркери, що експлікують авторську позицію, емоційний стан або комунікативні інтенції [3, с. 98]. Семантична структура хештега може варіюватися від простої номінації теми (#освіта, #наука) до складних метафоричних конструкцій (#ЗнанняЦеСила) та навіть цілих висловлювань (#ЯкЖитиДалі).

Функціональний потенціал хештег-дискурсу реалізується через кілька ключових механізмів. По-перше, хештеги забезпечують тематичну організацію контенту, створюючи віртуальні простори обговорення певних тем [5, с. 47]. По-друге, вони виконують ідентифікаційну функцію, маркуючи приналежність до певних соціальних груп або дискурсивних спільнот [4, с. 122]. По-третє, хештеги слугують інструментом соціальної мобілізації, як це спостерігалось у випадках #MeToo, #BlackLivesMatter чи #ClimateAction, де дискурс навколо хештега переростав у масштабні суспільні рухи [1, с. 2].

Важливою характеристикою хештег-дискурсу є його інтертекстуальність та інтердискурсивність. Один хештег може об'єднувати

тисячі текстів різних авторів, створюючи полілог, де кожен новий внесок стає частиною спільного дискурсивного поля. При цьому зберігається паралельне існування множинних інтерпретацій та точок зору, що робить хештег-дискурс принципово поліфонічним [2, с. 40].

Лінгвістичний аналіз хештег-дискурсу виявляє його специфічні структурні особливості: відсутність пробілів між словами (#НаукаУкраїни), використання капіталізації для розмежування компонентів (#Science4Future), поєднання різних мов у межах одного хештега (#UkraineСильна), аббревіації та словотворчої креативності [5, с. 63]. Ці особливості свідчать про формування особливої мовної практики, адаптованої до технічних обмежень та комунікативних потреб цифрового середовища [2, с. 43].

Прагматичний вимір хештег-дискурсу пов'язаний із стратегіями впливу на аудиторію [3, с. 102]. Хештеги використовуються для підвищення видимості контенту, формування певного іміджу автора, маніпулювання громадською думкою та навіть для політичної пропаганди. Водночас вони можуть виконувати демократизуючу функцію, надаючи голос маргіналізованим групам та сприяючи горизонтальним формам комунікації [4, с. 312].

Хештег-дискурс являє собою складний багатовимірний феномен цифрової комунікації, що поєднує технологічні, лінгвістичні та соціокультурні аспекти [2, с. 44]. Його природа визначається діалектикою між індивідуальним висловлюванням та колективним дискурсом, між спонтанністю та організованістю, між локальним та глобальним [4, с. 387]. Розуміння механізмів функціонування хештег-дискурсу є важливим для аналізу сучасних форм суспільної комунікації та процесів формування громадської думки [5, с. 89].

Перспективи подальшого дослідження пов'язані з аналізом еволюції хештег-дискурсу в різних соціокультурних контекстах, вивченням кроссплатформних особливостей використання хештегів, дослідженням їх ролі

у формуванні цифрової ідентичності та розробкою методології критичного аналізу хештег-дискурсу в контексті медіаграмотності [3, с. 103].

Література

1. Boyd D. Social media: A phenomenon to be analyzed / D. Boyd, N. Ellison // Social Media + Society. – 2015. – Vol. 1(1). – P. 1–2.
2. Горошко О. І. Лінгвістика Інтернету: формування дисциплінарної парадигми / О. І. Горошко, Т. Є. Жадько // Жанри і типи тексту у науковому і медійному дискурсі. – 2013. – Вип. 10. – С. 29–45.
3. Іванова І. Б. Дискурс соціальних мереж: лінгвопрагматичний аспект / І. Б. Іванова // Мовні і концептуальні картини світу. – 2018. – Вип. 62. – С. 95–103.
4. Потапенко С. І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний та мотиваційний аспекти / С. І. Потапенко. – Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2009. – 391 с.
5. Zappavigna M. Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web / M. Zappavigna. – London: Bloomsbury, 2012. – 256 p.

DOI <https://doi.org/10.32837/11300.31016>

Громко Тетяна

Національний університет «Одеська політехніка»

ЕПІСТЕМІЧНІ МАРКЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕРЕКЛАДУ АВТОРСЬКОГО ЗНАННЯ

Питання **мовної репрезентації знання** у науковому дискурсі посідає одне з центральних місць у сучасних міждисциплінарних дослідженнях, що поєднують лінгвістику, когнітивні науки, філософію мови та перекладознавство. **Епістемічні маркери** – це лексико-граматичні одиниці, що передають ступінь упевненості, припущення чи сумніву автора щодо істинності висловлення. За М. Афзалом [1], частотність і функції цих маркерів