

## РАЗДЕЛ 1. ТЕОРИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Политическая лингвистика. 2022. № 1 (91).  
*Political Linguistics*. 2022. No 1 (91).

УДК 349.3:811.111'42:811.111'38  
ББК ШП43.21-51+ШП43.21-55  
doi: 10.26170/1999-2629\_2022\_01\_01

ГСНТИ 16.41.21

Код ВАК 12.00.05; 10.02.04; 10.02.19 (5.9.6; 5.9.8)

Анастасия Игоревна Золотайко<sup>1</sup>✉, Анатолий Прокопьевич Чудинов<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Уральский юридический институт МВД России, Екатеринбург, Россия, liani@list.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-9513-7987>

<sup>2</sup> Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия, ap\_chudinov@mail.ru✉, <https://orcid.org/000-0001-5436-5273>

### Хештег в полицейском интернет-дискурсе

**АННОТАЦИЯ.** В настоящей статье предлагается обзор наиболее частотных, доминантных и продуктивных хештегов в американском полицейском интернет-дискурсе. Для осуществления анализа были использованы механизмы автоматического подсчета данных по функционированию хештегов (*hashtag generators*), предлагаемые рядом специализированных статистических платформ, дифференцирующие распространенность хештегов на основании количества постов, в которых они фигурируют, количества активных пользователей, их пола и возраста, языка, а также способности генерировать релевантные хештеги. Анализ тегов, соотносящихся с полицейской повесткой, позволил выделить следующие основные группы: номинативные конструкции персоналий и мест происшествий, номинации самих протестов (прошедших и грядущих), общественная рефлексия в ответ на события. Каждая группа включает в себя подгруппы, или кластеры тегов, связанных с наиболее продуктивным хештегом. Уделяется внимание структурным особенностям образования маркеров поиска информации по теме конфликта гражданского населения США и представителей правоохраны. Авторы отмечают скорость их распространения и способность к формированию эмотивного вектора восприятия обсуждаемого события. На взгляд авторов, представляется возможным утверждать о способности хештегов стимулировать формирование различных движений и влиять на социально-политическую повестку в стране.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** полицейский дискурс, правоохранительные органы, полицейские, хештеги, общественные движения, Интернет, интернет-пространство, интернет-технологии, интернет-коммуникация, интернет-дискурс, интернет-тексты, английский язык

**БЛАГОДАРНОСТИ:** статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ и ЭИСИ «Коммуникативная стратегия дискредитации „чужих“ в современной политической коммуникации, в том числе в социальных сетях и мессенджерах: метафоры, ярлыки, языковая игра, пост-правда, фейки, дипфейки и фактоиды» (№21-011-31072/21).

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Золотайко, А. И. Хештег в полицейском интернет-дискурсе / А. И. Золотайко, А. П. Чудинов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 1 (91). — С. 12-19. — DOI: 10.26170/1999-2629\_2022\_01\_01.

## THEORY OF POLITICAL LINGUISTICS

Anastasiya I. Zolotayko<sup>1</sup>✉, Anatoliy P. Chudinov<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup> Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Ekaterinburg, Russia, liani@list.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-9513-7987>

<sup>2</sup> Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia, ap\_chudinov@mail.ru✉, <https://orcid.org/000-0001-5436-5273>

### Hashtags in Police Internet Discourse

**ABSTRACT.** This article provides an overview of the most common, dominant, and productive hashtags in American police Internet discourse. To carry out the analysis, the authors use the mechanisms for automatic calculation of data on the functioning of hashtags (*hashtag generators*) offered by a number of specialized statistical platforms, differentiating the prevalence of hashtags based on the number of posts in which they appear, the number of active users, their gender and age, language, and the ability to generate relevant hashtags. Analysis of tags related to the police agenda made it possible to identify the following main groups: nominative constructions of personalities and places of incidents, nominations of the protests (past and future), and public reflection in response to events. Each group includes subgroups or clusters of tags, associated with the most productive one. The authors pay attention to the structural features of the formation of information search markers on the topic of the conflict between the US civilian population and representatives of law enforcement. The authors note the speed of their spread and the ability to form an emotive vector of perception of the event under discussion. In the authors' opinion, it seems possible to assert the ability of hashtags to stimulate the formation of various movements and influence the socio-political agenda in the country.

**KEYWORDS:** police discourse, law enforcement bodies, police, hashtags, social movements, Internet, Internet space, Internet technologies, Internet communication, Internet discourse, Internet texts, English language

© Золотайко А. И., Чудинов А. П., 2022

**ACKNOWLEDGMENTS:** research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and the Social Research Expert Institute (EISI) within scientific project №21-011-31072/21 “Communicative Strategies of Discreditation of the “Alien” in Modern Political Communication Including Social Networking Sites and Messengers: Metaphors, Labels, Language Games, Post-Truth, Fakes, Deepfakes and Factoids”.

**FOR CITATION:** Zolotaiko A. I., Chudinov A. P. (2022). Hashtags in Police Internet Discourse. In *Political Linguistics*. No 1 (91), pp. 12-19. (In Russ.). DOI: 10.26170/1999-2629\_2022\_01\_01.

## ВВЕДЕНИЕ

Развитие конфликта между гражданским населением и сотрудниками правоохранительных органов США длится не один десяток лет, знаменуясь вспышками противостояний, протестов, принятием новых мер по деэскалации социального напряжения, ужесточению требований к кадрам, сокращению персонала и т. д. С 2014 г. мир стал свидетелем наиболее резонансных событий с участием полиции, где расовое меньшинство предстало в качестве жертвы, а офицеры — в качестве хладнокровных убийц [Золотайко 2016: 168]. Позднее события 2020 и 2021 гг. показали, что конфликт далек от разрешения, при этом давление на сотрудников было столь велико, что современная система правоохраны оказалась бессильна перед требованиями общества пересмотреть подход к осуществлению своей деятельности.

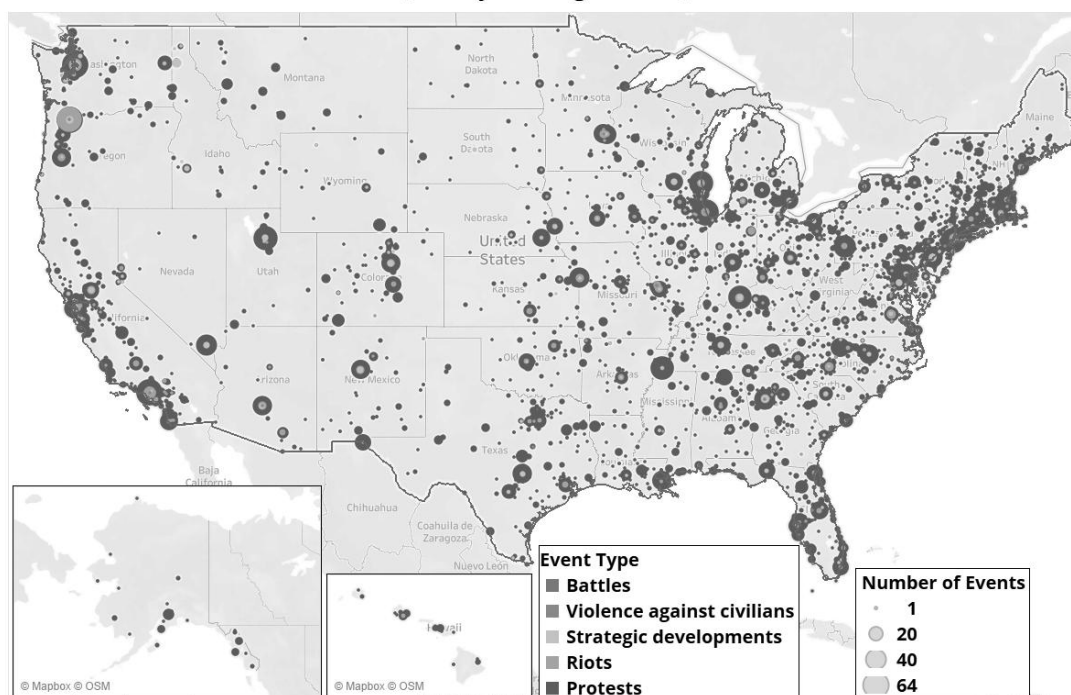
Оценить масштаб рассматриваемой проблемы представляется возможным с помощью данных сервиса ACLED (The Armed Conflict Location & Event Data Project — информационный проект о местоположении и

событиях вооруженных конфликтов) по протестам, прошедшим в период с конца мая по август 2020 г. [Acleddata.com 2021 www].

Предоставленные ACLED данные учитывают и причину развернувшихся демонстраций, среди которых наиболее выраженными оказались протесты движения Black Lives Matter и вызванные ограничениями в связи с пандемией COVID-19 (рис. 1).

Особый исследовательский интерес в этой связи вызывает механизм продвижения политической и социальной повестки, связанной с разворачивающимися в реальном пространстве событиями, через инструменты виртуальной интеракции пользователей сети Интернет: мессенджеры, микроблоги, социальные платформы и т. д. В 2007 г. впервые был использован символ решетчатый #, получивший однозначную номинацию hashtag, который впоследствии превратился в основной способ поиска информации по любой интересующей пользователя теме. Рассматривая хештег как инструмент влияния в современном медиaprостранстве, И. В. Фадеева отмечает, что «„Facebook“,

**Political Violence, Demonstrations, & Strategic Developments in the US  
(24 May - 22 August 2020)**



**Рис. 1**

„Instagram“, „Twitter“, „Одноклассники“ и другие социальные платформы одобрили использование символа „#“ в качестве технологии маркировки контента. В более широком смысле хэштег — это ярлык, используемый для распространения сообщений по темам в блогах и социальных сетях. Сообщения, содержащие определенный хэштег, становятся помеченными и позволяют пользователям Интернета находить релевантную информацию с помощью инструмента поиска» [Фадеева 2021: 178]. С точки зрения лингвистической науки данному явлению посвящен ряд исследований отечественных и зарубежных авторов [Highfield, Leaver 2014; Herzfeldt, Rauschnabel, Sheldon 2019; Tatomirovic 2021; Purba 2021; Кайгородова 2015; Ильина 2016; Щурина 2016; Кан 2016; Богуславская 2017; Волконская, Вахрушева, Паутова 2017 и др.].

В настоящей статье предпринимается попытка проанализировать и классифицировать наиболее популярные хештеги, связанные с американской полицией, с 2014 г. по настоящий день в неинституциональном полицейском интернет-дискурсе. Для осуществления анализа были использованы механизмы автоматического подсчета данных по функционированию хештегов — генераторы хештегов / *hashtag generators*, предлагаемые рядом специализированных статистических платформ (Display Purposes, Google Trends, Keyhole, Talkwalker и др.), дифференцирующие распространенность хештегов на основании количества постов, в которых они фигурируют, количества активных пользователей, их пола и возраста, языка, на котором они внедряются, а также способности генерировать релевантные хештеги. К примеру, от популярного маркера контента по антиполицейским протестам в связи с неоправданной жестокостью *#policebrutality* ответвляется около 40 продуктивных аналогичных хештегов:

*#policebrutality*  
*#stoppolicebrutality*  
*#endpolicebrutality*  
*#nopolicebrutality*  
*#hkpolicebrutality*  
*#policebrutalityawareness*  
*#hongkongpolicebrutality*  
*#fuckpolicebrutality*  
*#policebrutalitymatters*  
*#antipolicebrutality*  
*#againstpolicebrutality*  
*#nomorepolicebrutality*  
*#mothersagainstpolicebrutality*  
*#policebrutalitysurvivor*  
*#policebrutalityawarness*  
*#saynotopolicebrutality*

*#policebrutalitymuststop*  
*#djciscoagainstopolicebrutality*  
*#policebrutalityneedstostop*  
*#notopolicebrutality*  
*#fightpolicebrutality*  
*#endpolicebrutalitynow*  
*#policebrutalityisreal*  
*#policebrutalitymustend*  
*#marchagainstopolicebrutality*  
*#protestpolicebrutality*  
*#vetransagainstopolicebrutality*  
*#utahagainstopolicebrutality*  
*#policebrutalitymustfall*  
*#policebrutalitymustgo*  
*#policebrutalityoncivilians*  
*#stoppolicebrutalityandmurder*  
*#policebrutalityisunacceptable*  
*#policebrutalityprotest*  
*#standupagainstopolicebrutality*  
*#spanishpolicebrutality*  
*#peopleagainstopolicebrutality*  
*#policebrutalitystatistics*

Анализ хештегов, соотносящихся с полицейской повесткой, позволил выделить следующие основные группы: номинативные конструкции персоналий и мест происшествий, номинации самих протестов (прошедших и грядущих), общественная рефлексия в ответ на события. Каждая группа включает в себя подгруппы, или кластеры тега, связанных с наиболее продуктивным хештегом. Сюда можно отнести прецедентные тексты и феномены (цитаты из речи участников инцидентов), предикативные конструкции (призывы к каким-либо действиям), текстовые трансформации (интеграция цифр в тегах («2» — «too» (тоже), «4» — «for» (для/за) и т. д.), сокращения слов, телескопия, аббревиация и т. д.).

## 1. НОМИНАТИВНЫЕ КОНСТРУКЦИИ ПЕРСОНАЛИЙ И МЕСТ ПРОИСШЕСТВИЙ

### #TamirRice

Тамир Райс, темнокожий 12-летний мальчик из Огайо, был смертельно ранен полицией Кливленда после сообщений о том, что он играл с пистолетом на детской площадке (как оказалось, это был игрушечный пистолет для страйкбола).

### #ЭрикГарнер

Эрик Гарнер, отец шестерых детей из Статен-Айленда, умер 17 июля 2014 г. от удушающего приема, осуществленного офицером полиции Нью-Йорка. Мужчина был задержан и обвинен в незаконной продаже сигарет на тротуаре. Смерть Гарнера была записана на видео, которое разместили на *You Tube*, получившем сотни тысяч просмотров и вызвавшем бурную реакцию всей страны.



Kenia Maravilla (she/her/ella) @LaKeniaem · Nov 3  
 #YesOn24 passes in Cleveland, creating a civilian oversight board!  
 #TamirRice #JusticeforTamirRice

...



Citizens for a Safer Cleveland @SaferCLE · Nov 3

Real accountability.  
 Real justice.  
 Real safety for all of us.

Thanks for coming out, Cleveland! 🙌🏽

#YesOn24 #Issue24 #SaferCLE

Рис. 2

### #MikeBrown

Убийство полицией безоружного подростка-афроамериканца Майкла Брауна вызвало волну демонстраций по всей Америке.

### #Ferguson

Хештег репрезентирует большую группу поисковых запросов, относящихся ко всему, что связано с делом Майкла Брауна, и стал универсальной фразой для противодействия агрессивной полицейской деятельности.

#### 1.1. Прецедентные тексты и феномены (цитаты из речи участников инцидентов)

##### #shawshooting, #16times

#shawshooting обозначает инцидент, связанный с гибелью подростка в Сент-Луисе от рук офицера не при исполнении, который произошел через два месяца после смерти Майкла Брауна и всего в 12 милях от Фергюсона. Организаторы протестов часто собирают демонстрации на месте #shawshooting (показной стрельбы) и маркируют сообщения в социальных сетях и мессенджерах хештегом #16times (16 раз) или #16shots (16 выстрелов), чтобы выразить возмущение в ответ на непрекращающиеся проявления превышения должностных полномочий и злоупотребления властью сотрудниками американской полиции.

##### #ICantBreathe, #ICantBreatheUntil

Популярный хештег включает жалобы пострадавших от действий полиции Эрика Гарнера и Джорджа Флойда. «Я не могу дышать» и «Мы не можем дышать» — это скандирование, которое звучит почти на всех антиполицейских протестах. Хештег #ICantBreathe теперь часто используется для обозначения общей борьбы за справедливость против применения силы полицией.

##### #7minutes

Хештег призван продемонстрировать хладнокровие и безразличие полицейских, подобное их поведению на видео, запечатлевшем смерть Эрика Гарнера от удушающего захвата офицера полиции Нью-Йорка,

где 7 минут рядом с его бездыханным телом спонялось несколько сотрудников.

Протестующие часто устраивают сидячие забастовки и семь минут молчания в память о Гарнере.

#### 1.2. Текстовые трансформации (интеграция цифр в тегах, сокращения слов, телескопия, аббревиация)

#NY2Ferguson, #NYC2Ferguson, #Ferguson2Atlanta... #Ferguson2[location]

Хештег представляет собой своеобразную адресную модель: на первом месте — адресант послания (город/локация/социальная группа), в центре — цифра 2 (в данном случае идентифицирующая предлог направления *to*, созвучный исконному произношению числа), в конце — адресат. Многие города по всему миру создают свои собственные локализованные хештеги, чтобы выразить солидарность с теми, кто в Фергюсоне борется за правосудие в деле Майкла Брауна. Это также способ призывать к протестам в определенном районе или группировать фотографии и информационные выкладки под одним хештегом.

#### 1.3. Предикативные конструкции (призывы к каким-либо действиям)

##### #shutitdown

Хештег «shutitdown» (упраздните ее) был распространен в попытке нарушить статус-кво и привлечь внимание к случаям применения силы полицией и означает своего рода акцию гражданского неповиновения.

##### #FeedFerguson

Этот хештег был запущен для поддержки демонстрантов, устроивших голодовку после смерти Майкла Брауна.

##### #OpFerguson

Хештег для обозначения акций анонимных хактивистов (компьютерных хакеров, действующих с целью протеста против какого-либо общественного явления или в рядах какого-либо социального движения) в поддержку всего, что связано с событиями в Фергюсоне.



Рис. 3

## 2. ОБЩЕСТВЕННАЯ РЕФЛЕКСИЯ В ОТВЕТ НА СОБЫТИЯ

### #iftheygunnedmedown

Данный хештег отражает размышления пользователей Сети о том, в каком свете СМИ изображают жертв «полицейского беспредела». Авторы постов прикрепляют две фотографии самих себя и предлагают остальным предположить, какая из них с наибольшей вероятностью оказалась бы в новостных сводках с учетом их расовой принадлежности.

### #alivewhileblack

Используя хештег #alivewhileblack, афроамериканцы публикуют истории о том, как они сталкиваются с расовой дискриминацией со стороны полиции в повседневной жизни.

### #WeHearYou

Созданный шефом полиции Нью-Йорка Джоанн Яффе, этот хештег вызвал бурю гнева в «Твиттере». На первый взгляд безобидный твит — «Полиция Нью-Йорка стремится восстановить общественное доверие» с тегом #wehearyou (мы вас слышим) — немедленно побудил граждан со всего мира отреагировать тысячами гневных твитов и постов.

### #thisendstoday, #thisstopstoday

Данные хештеги — «this ends today» или «this stops today» («это должно быть прекращено сегодня же / немедленно») призваны побудить общественность к борьбе с неправомерной деятельностью полиции США в свете вынесенных решений коллежиями присяжных по делам Эрика Гарднера, Майкла Брауна, Джорджа Флойда и др.

### #worldiswatching

#Worldiswatching — хештег, нацеленный на привлечение мирового внимания к происходящим в США событиям. Слоган «Мир все видит/наблюдает» скандируют на демонстрациях в День защиты человеческих прав 10 декабря.

## 3. НОМИНАЦИИ САМИХ ПРОТЕСТОВ (СОСТОЯВШИХСЯ И ГРЯДУЩИХ)

### 3.1. Состоявшиеся демонстрации и акции

#### #FergusonOctober, #MoralMonday

Данные хештеги включают в свою структуру наименование локаций, в которых происходили протесты, и время (месяц или день недели).

#### #stolenlives

Данный хештег был запущен в качестве обозначения акции в память о погибших при взаимодействии с американской полицией: пользователи публиковали на всевозможных социальных платформах фото своих столов, накрытых ко Дню благодарения, за которыми стояли пустые стулья погибших членов семьи.

#### #NotOneDime, #BrownFriday, #BlackoutBlackFriday

Группа хештегов, направленных на дискредитацию акций корпоративной Америки (Черная пятница — день шопинга), представители которой игнорируют требования борцов за социальную справедливость в угоду прибыли. Протестующие призывают воздержаться от покупок и присоединиться к всеобщей скорби, запуская посты с маркером #NotOneDime («ни единой монеты», «dime» — монета номиналом в 10 центов).

### 3.2. Грядущие демонстрации и акции

#### #Justice4All

Универсальный хештег для всех планируемых акций протеста, удобный для скандирования как на улицах, так и в виртуальном пространстве — «Справедливость для всех».

#### #MillionsMarchNYC / #MillionsMarch [location]

Хештег, призванный вывести максимально возможное количество людей на

улицы. В конце «Марша миллионов» указывается место проведения запланированного мероприятия.

Перечисленные хештеги представляют собой наиболее часто встречающиеся маркеры в американском полицейском дискурсе, являются продуктивными и генерируют множество ответвляющихся тегов. Например, с #TamirRice в 2021 г. связаны еще 10 популярных меток (рис. 4).

10 most popular hashtags relating to #tamirrice in 2021

Use this list to find new related hashtags for your posts

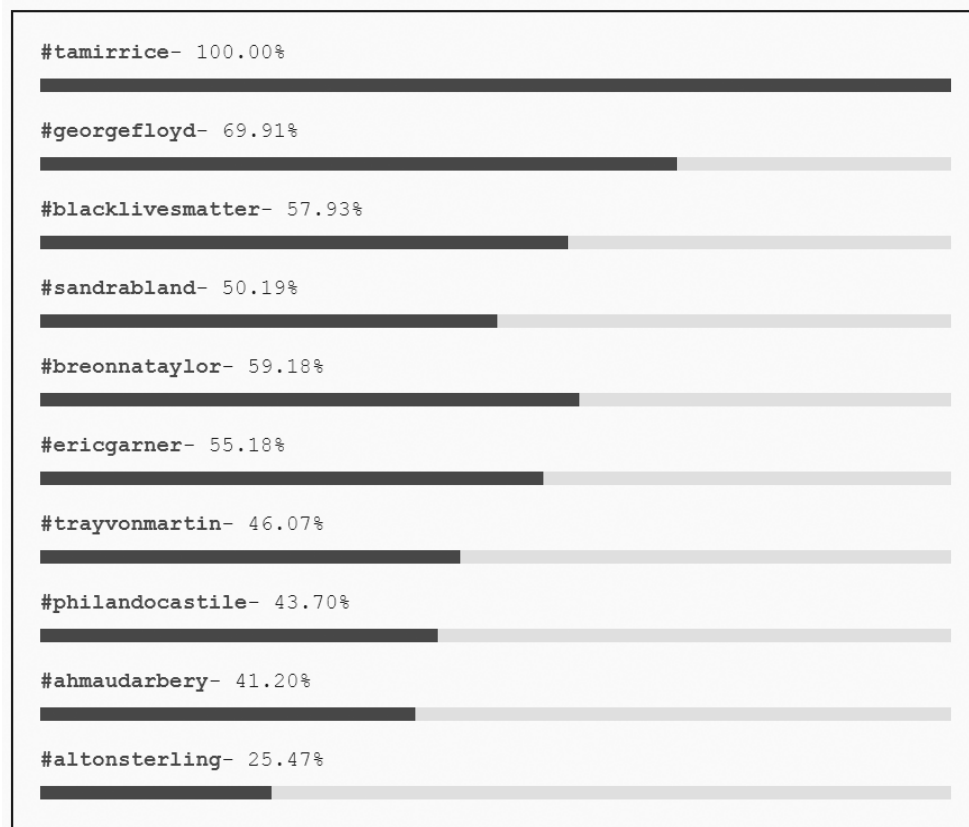


Рис. 4

#### Most Influential Hashtags

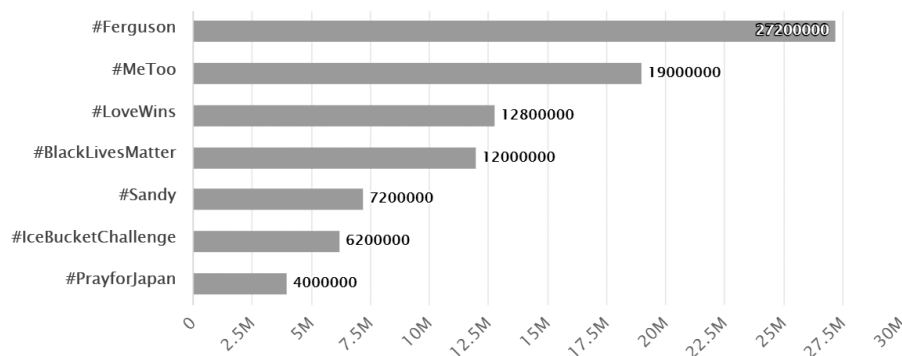


Рис. 5

Из всех представленных хештегов с 2014 г. по настоящий момент наиболее распространены, активны и популярны на всех социальных платформах и мессенджерах #Ferguson (более 27 млн постов) и #BlackLivesMatter (12 млн постов) (рис. 5).

## ВЫВОДЫ

Следует отметить, что среди всех рассмотренных хештегов наибольшей распространенности достигают упрощенные номинативные конструкции, отмечающие главных участников инцидентов или места, связанные с ними, и предикативные конструкции призыва к действию, запоминанию или осознанию чего-либо. Краткость меток как основная тенденция языка в виртуальной коммуникации позволяет добиться установления прочных ассоциативных связей между ними и событием и упростить поиск соответствующей тематической информации. Хештеги также передают сложные эмоциональные реакции, контекст и языковые стили. Примечательна скорость их распространения и способность к формированию эмотивного вектора восприятия обсуждаемого события. Так, несмотря на наличие определенного количества хештегов в поддержку американской полиции, подавляющее большинство постов негативно окрашены, содержат критику представителей правоохранительной системы США. Более того, по мере того, как профиль пользователя, например в «Twitter» или «Instagram», становится все более развернутым и активно используемым в личных или профессиональных целях, выбор хештегов все больше интерпретируется публикой как часть личности данного пользователя, т. е. отражение его гражданской позиции, взглядов, интересов и т. п. Это также верно и для корпоративных учетных записей. В контексте конфликта между гражданским населением и сотрудниками правоохранительных органов США используемые в сети хештеги обозначают то, как общество его воспринимает и какую сторону занимает исходя из принципа консолидации, т. е. идентификации с содержанием тега и объединением в группы на этой основе. В связи с этим представляется возможным утверждать о способности хештегов стимулировать формирование различных движений и влиять на социально-политическую повестку в стране.

## ИСТОЧНИКИ

1. Demonstrations & political violence in America: new data for summer 2020 // Aclldata.com : site. — URL: <https://aclldata.com/2020/09/03/demonstrations-political-violence-in-america-new-data-for-summer-2020/> (date of access: 10.06.2021). — Text : electronic.
2. Anderson, M. An analysis of #BlackLivesMatter and other Twitter hashtags related to political or social issues / M. Ander-

son, S. Toor, L. Rainie, A. Smith. — Text : electronic // Pewresearch.org. — URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/07/11/an-analysis-of-blacklivesmatter-and-other-twitter-hashtags-related-to-political-or-social-issues/> (date of access: 07.09.2021).

3. Highfield, T. A methodology for mapping Instagram hashtags / T. Highfield, T. Leaver. — Text : electronic // Firstmonday.org. — URL: <https://firstmonday.org/article/view/5563/4195> (date of access: 12.08.2021).

4. Police brutality // displaypurposes.com. — URL: <https://displaypurposes.com/hashtags/hashtag/policebrutality> (date of access: 07.09.2021). — Text : electronic.

5. Tatomirovic, T. Hashtag as a popular culture phenomenon / T. Tatomirovic. — Text : electronic // Academia.edu. — URL: [https://www.academia.edu/32536732/HASHTAG\\_AS\\_A\\_POPULAR\\_CULTURE\\_PHENOMENON\\_Tanja\\_Tatomirovic](https://www.academia.edu/32536732/HASHTAG_AS_A_POPULAR_CULTURE_PHENOMENON_Tanja_Tatomirovic) (date of access: 24.07.2021).

6. Zuckerman, A. 41 Hashtags statistics for 2020/2021: Twitter, Instagram & Facebook data / A. Zuckerman. — Text : electronic // Comparecamo.com. — URL: <https://comparecamo.com/hashtags-statistics/#TOC6> (date of access: 12.08.2021).

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

7. Богуславская, В. В. Медиапространство и хэштеги: цифровая трансформация СМИ / В. В. Богуславская, И. В. Богуславский. — Текст : непосредственный // Гуманитарный вектор. — 2017. — Т. 12. — № 5. — С. 51–58.
8. Золотайко, А. И. Расовое стереотипирование и война с полицией / А. И. Золотайко. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2016. — № 6 (60). — С. 168–173.
9. 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.
10. Кайгородова, М. Е. Хэштег как новый тип медиадискурса / М. Е. Кайгородова. — Текст : непосредственный // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе : межвуз. сб. науч. тр. — Орел : Орловский государственный институт культуры, 2015. — С. 111–117.
11. Кан, Е. В. Словообразовательная специфика хэштегов в спортивном интернет-дискурсе поклонников фигурного катания / Е. В. Кан. — Текст : непосредственный // Язык. Текст. Дискурс. — 2016. — № 14. — С. 368–372.
12. Наволока, Ю. С. Хэштег-текст как новый формат текста в интернет-пространстве (на примере социальной сети «Instagram») / Ю. С. Наволока. — Текст : непосредственный // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2018. — № 12. — Ч. 3. — С. 568–573.
13. Фадеева, И. В. Хэштег как инструмент влияния в современном медиапространстве / И. В. Фадеева. — Текст : непосредственный // Международный научно-исследовательский журнал. — 2021. — № 9 (111). — Ч. 3. — С. 177–181.
14. Щурина, Ю. В. Хэштег как составляющая дискурсивной практики в сети Интернет / Ю. В. Щурина. — Текст : непосредственный // Язык в различных сферах коммуникации : материалы II Междунар. науч. конф. — Чита : Забайкальский государственный университет, 2016. — С. 149–154.
15. Purba, K. Hashtags Influence Maximization: Choosing the most Influential Hashtags on Instagram / K. Purba. — Text : unmediated // International Journal of Computing. — 2021. — № 9. — P. 408–414.
16. Rauschnabel, P. A. What motivates users to hashtag on social media? / P. A. Rauschnabel, P. Sheldon, E. Herzfeldt. — Text : unmediated // Psychology and Marketing. — 2019. — № 36 (1). — P. 1–16.
17. Ta'amneh, I. A. The Importance of Using Hashtags on Raising Awareness about Social Issues / I. A. Ta'amneh, A. Al-Ghazo. — Text : unmediated // International Journal of Learning and Development. — 2021. — № 11 (4). — P. 10–23.

## MATERIALS

1. Demonstrations & political violence in America: new data for summer 2020. Aclldata.com. Retrieved June 10, 2021 from <https://aclldata.com/2020/09/03/demonstrations-political-violence-in-america-new-data-for-summer-2020/>
2. Anderson, M., Toor, S., Rainie, L., & Smith, A. (n.d.). An analysis of #BlackLivesMatter and other Twitter hashtags related to political or social issues. Pewresearch.org. Retrieved

September 7, 2021 from <https://www.pewresearch.org/internet/2018/07/11/an-analysis-of-blacklivesmatter-and-other-twitter-hashtags-related-to-political-or-social-issues/>

3. Highfield, T., & Leaver, T. (n.d.). *A methodology for mapping Instagram hashtags*. Firstmonday.org. Retrieved August 12, 2021 from <https://firstmonday.org/article/view/5563/4195>

4. *Police brutality*. Displaypurposes.com. Retrieved September 7, 2021, from <https://displaypurposes.com/hashtags/hashtag/policebrutality>

5. Tatomirovic, T. (n.d.). *Hashtag as a popular culture phenomenon*. Academia.edu. Retrieved July 24, 2021, from [https://www.academia.edu/32536732/HASHTAG\\_AS\\_A\\_POPULAR\\_CULTURE\\_PHENOMENON\\_Tanja\\_Tatomirovic](https://www.academia.edu/32536732/HASHTAG_AS_A_POPULAR_CULTURE_PHENOMENON_Tanja_Tatomirovic)

6. Zuckerman, A. (n.d.). 41 *Hashtags statistics for 2020/2021: Twitter, Instagram & Facebook data*. Comparecamo.com. Retrieved August 12, 2021, from <https://comparecamo.com/hashtags-statistics/#TOC6>

#### REFERENCES

7. Boguslavskaya, V. V., & Boguslavskij, I. V. (2017). Mediatekst i heshtegi: cifrovaya transformaciya SMI [Mediatext and hashtags: digital transformation of the media]. *Gumanitarnyj vektor*, 12(5), 51–58. (In Russ.)

8. Zolotajko, A. I. (2016). Rasovoe stereotipirovanie i vojna s policiej [Racial stereotyping and war against the police]. *Political Linguistics*, 6(60), 168–173. (In Russ.)

9. Il'ina, I. A. (2016). Heshteg kak lingvisticheskij fenomen [Hashtag as a linguistic phenomenon]. *Uchenye zapiski Sankt-Peterburgskogo universiteta tekhnologii upravleniya i ekonomiki*, 3(55), 41–44. (In Russ.)

10. Kajgorodova, M. E. (2015). Heshteg kak novyj tip mediadiskursa [Hashtag as a new type of media discourse]. In *Zhany i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse*:

*mezhdvuzovskij sbornik nauchnyh trudov* (pp. 111–117). Orel: Orlovskij gosudarstvennyj institut kul'tury. (In Russ.)

11. Kan, E. V. (2016). Slovoobrazovatel'naya specifiika heshtegov v sportivnom internet-diskurse poklonnikov figurnogo katanija [Derivational specificity of hashtags in the sports Internet discourse of figure skating fans]. *Yazyk. Tekst. Diskurs*, 14, 368–372. (In Russ.)

12. Navoloka, Yu. S. (2018). Heshteg-tekst kak novyj format teksta v internet-prostranstve (na primere social'noj seti "Instagram") [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(part 3), 568–573. (In Russ.)

13. Fadeeva, I. V. (2021). Heshteg kak instrument vliyaniya v sovremennom mediaprostranstve [Hashtag as an instrument of influence in the modern media space]. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal*, 9(111, part 3), 177–181. (In Russ.)

14. Shchurina, Yu. V. (2016). Heshteg kak sostavlyayushchaya diskursivnoj praktiki v seti Internet [Hashtag as a component of discursive practice on the Internet]. *Yazyk v razlichnyh sferah kommunikacii: materialy II Mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* (pp. 149–154). Chita: Zabajkal'skij gosudarstvennyj universitet. (In Russ.)

15. Purba, K. (2021). Hashtags Influence Maximization: Choosing the most Influential Hashtags on Instagram. *International Journal of Computing*, 9, 408–414.

16. Rauschnabel, P. A., Sheldon, P., & Herzfeldt, E. (2019). What motivates users to hashtag on social media? *Psychology and Marketing*, 36(1), 1–16.

17. Ta'amneh, I.A., & Al-Ghazo, A. (2021). The Importance of Using Hashtags on Raising Awareness about Social Issues. *International Journal of Learning and Development*, 11(4), 10–23.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

Zolotayko Anastasiya Igorevna — Candidate of Philology, Senior Lecturer of Department of Foreign Languages, Ural Law Institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation; Ekaterinburg, Russia.

Chudinov Anatoliy Prokop'evich — Doctor of Philology, Professor, Head of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:** Золотайко Анастасия Игоревна — кандидат филологических наук, преподаватель кафедры иностранных языков, Уральский юридический институт МВД России; 620017, Россия, Екатеринбург, ул. Корепина, 66; e-mail: liani@list.ru.

Чудинов Анатолий Прокопьевич — доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой межкультурной коммуникации, риторики и русского языка как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620091, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, офис 285; e-mail: ap\_chudinov@mail.ru.