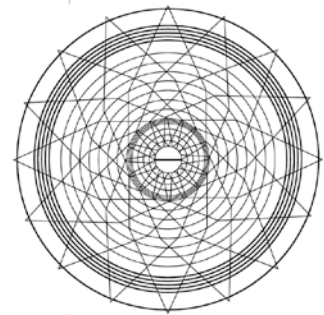


## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



# ХЭШТЕГ КАК ПРЕДИКАТ КОНТЕКСТА КОММУНИКАТИВНОГО ПОТОКА В КОММУНИКАТИВНОМ СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ TWITTER

**Автор: Макаров Е. Б.**

студент-магистр факультета социологии (профиль «Социология управления»), БФУ имени И. Канта (Калининград, Россия)  
[Makarov.eu@gmail.com](mailto:Makarov.eu@gmail.com)

**Научный руководитель: Щекотуров А. Б.**

кандидат социологических наук, научный сотрудник Института гуманитарных наук в БФУ имени И. Канта (Калининград, Москва)  
[ASHCHekoturov@kantiana.ru](mailto:ASHCHekoturov@kantiana.ru)

**Аннотация:**

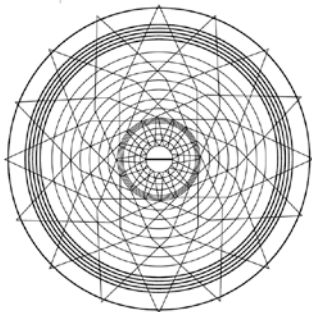
Следующее теоретическое исследование делает попытку проинтерпретировать мета-коммуникативную функцию символа Hashtag в коммуникативном пространстве популярного интернет-сервиса Twitter через предложенную автором модель коммуникативного потока, основанную на теории коммуникации Лумана. Сначала будет предложен теоретический подход к описанию таких понятий, как коммуникативное пространство и коммуникативный поток.

Через определение лингвистической интерпретации понятия пространства сделаем шаг в направлении социологического упоминания и значения этого определения; переход от языкового пространства к социальному и далее коммуникативному.

Далее в исследовании анализируется и раскрывается понятие коммуникативного потока: от устоявшегося определения у Кастельса к трехкомпонентной концепции коммуникации Лумана. Выделяя исключительную важность роли контекста в потоке коммуникации, автор предлагает определение коммуникативного потока и его характеристики.

Следующим пунктом мы отобразим значение и функцию символа Hashtag в Twitter и его значение как для самой онлайн платформы, так и для пользователей.

Основываясь на модели коммуникативного потока, описанного в предыдущих пунктах, автор предлагает операционализацию принятых в Twitter понятий, таких как: Message, Tweet, Retweet, Like и др. Отдельно рассмотрим предикативную функцию символа Hashtag.



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б, Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

В заключении приводятся мысли о смысле коммуникативного потока в конструировании формы повседневного процесса взаимодействия акторов и определение его содержания, в основном, через контекст, наглядным примером для чего может играть роль хэштега в современной медиасреде.

**Ключевые слова:** коммуникация, коммуникативное пространство, коммуникативный поток, Луман, Латур, hashtag, хэштег, твиттер, Twitter

### **Теоретическое обоснование коммуникативного пространства и коммуникативного потока**

Для того чтобы понять суть взаимоотношений таких материй, как информация, коммуникация, коммуникативное пространство и коммуникативный поток лучше всего подойдёт метафорическое сравнение с дождём. Дождь, попадая на землю, заполняет все возможные неровности топографического пространства; скатываясь с деревьев, камней, травы, домов и других возвышенностей, маленькие ручейки и капли соединяются в потоки в тех местах, где для этого есть подходящие условия на поверхности земли. Так информация, как дождь, попадает в пространство, где возможно понимание потенциального смысла, содержащегося в информационном сообщении, в смысловое или, лучше сказать, коммуникативное пространство, и посредством коммуникативных актов, как ручейков, через средства коммуникации, понимаемая нами информация образует малые, большие или глобальные коммуникативные потоки.

#### ***Коммуникативное пространство***

Коммуникативный – предикат пространства, определяющий, о каком пространстве мы говорим или думаем.

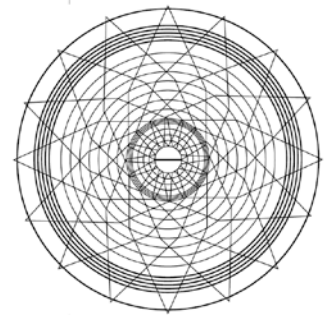
Термины коммуникативное пространство, коммуникативный ведут свою этимологию от слова коммуникация, у которого большое количество определений в различных отраслях гуманитарного знания. Интересно, что в самом латинском значении слова (*communico*) - «делать общим, сообщать, воздействовать, связывать, присоединять, общаться» и образованным от него (*communicatio*) - «сообщение, передача» (Дворецкий 1976: 213) содержится достаточно определений, делающих его универсальным и незаменимым для социологии, да, впрочем, как и для всех наук. Возможно, «*communico*» послужит точкой конвергенции для общей теории всех наук, давней мечте учёных. Обобщая, мы видим, что это не просто слово, дающее наименование, это слово - таксономический класс, в нём содержится динамическая сущность процесса и содержания, оно является обозначающим обозначаемое.

Сделаем малую ремарку смыслового значения: часто в русскоговорящем пространстве предикаты, коммуникативный и коммуникационный, носят синонимичный характер. Однако, в оригинальном словаре Даля 1905 года, слово коммуникация (комуникація / коммуникація) имеет значения: сообщение,

## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



пути, дороги, средства связи мест, а образованное от него прилагательное коммуникационный (коммуникаційный) суть относящийся к сообщениям (Даль 1905: 377). Следовательно, в русскоязычной традиции понимание коммуникации, в первую очередь, соотносится с инфраструктурными объектами, такими как линии связи, дороги, мосты и др., т.е. коммуникационное пространство – физическое статичное пространство, оснащенное линиями связи. В то время как для меня, благодаря работам Бейтсона, Хабермаса, Лумана, коммуникативный подразумевает процесс intersubjectивного, межсубъектного или субъект-объектного взаимодействия.

Далее обратимся к авторитетному источнику – оксфордскому словарю английского языка, в котором у слова коммуникативный (communicative), есть своё значение - «желающий, жаждущий или имеющий возможность сообщать информацию» (willing, eager, or able to talk or impart information) (Оксфордский словарь английского языка, электронный ресурс). Тогда коммуникативное пространство будет являться определённой средой, (определяющейся наличием условий поддержания устойчивого состояния) и удовлетворяющей потребность акторов в передаче и/или обмене сообщениями.

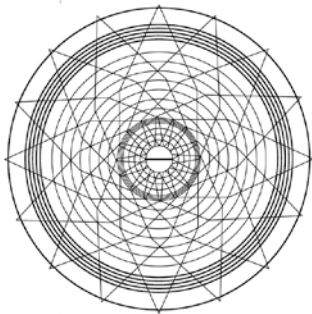
Обратимся к другим источникам. В русскоязычных специализированных энциклопедических изданиях коммуникативное пространство ассоциируется с пространством языковым (например, «Словарь социолингвистических терминов» (Василевич 2006: 92)), а языковое пространство имеет следующие определения:

1. Насыщенность и частота социального взаимодействия между членами одноязычной или многоязычной социальной групп. (По Дж. Гамперцу)
2. Совокупность лингвистических кодов в национальных и административных образованиях.
3. Распространение языка или его форм на определённом географическом пространстве – ареал языка.

Отдельно в словаре подчеркивается, что в научной литературе на русском языке наибольшее распространение имеет второе значение определения.

Коммуникативное пространство имманентно соотносится с языковым и является одним из его синонимов (Этноязыковое пространство, языковое пространство, языковая ситуация (Там же, с. 271)). Это, во многом, связано с лингвистическим поворотом в гуманитарных науках в начале XX века, в котором пересматриваются заложенные в философии картезианским (cogito) и кантианским (вещь в себе), принципами познания объекта, на место сознания приходит язык. То, как мы видим и понимаем мир – это то, как мы можем описать его, на том языке, которым владеем. Человек, как представитель определённой группы, рождается и взаимодействует с представителями данной языковой группы, он является носителем языка в пространстве обитания этой общности (см. определение номер 3 выше) и за её пределами.

Основоположник структурной лингвистики швейцарец Фердинанд де Соссюр в курсе по общей лингвистике, который он читал в Женевском



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

университете с 1906-1911 годы, последовательно излагал свои идеи, копившиеся у него долгие годы. Он пишет о языке как о грамматической системе, виртуально существующей у совокупности индивидов, ибо языка не существует отдельно, в полной мере он эксплицируется лишь в коллективе (Соссюр 1999: 21).

Данное высказывание Соссюра подталкивает нас сделать очевидный шаг от лингвистического аспекта к практическому или прагматическому аспекту языкового взаимодействия, т.е. к интересубъективному взаимодействию. Индивиды как физические носители языка составляют самые разные независимые совокупности, общности и группы, но которые являют собой множества, расположенные в пространстве, определяющем их жизнедеятельность. В контексте гуманитарных наук такое пространство характеризуется как социальное и его основные эпистемологические принципы отражены в философии и социологии.

Социология пространства - термин, который впервые предложил Георг Зиммель в своей статье 1903 года. Филиппов А. приводит в социологическом обзоре за 2009 год цитату Зиммеля: «Пространство — это не более чем форма созерцания, способ синтеза данных ощущения» (Филиппов 2009: 4). Т.е. пространство ощущается как процесс, и это, возможно, лишь мыслительный процесс, определяющий границы содержащихся в нём данных, но не сами эти данные. Это высказывание можно представить как метонимический перенос – вселенная в моей голове.

И далее Филиппов пишет, что идея социологии пространства возникла в рамках прикладных исследований в направлении социологии города. К проблематике пространства обратились представители Чикагской школы в 1920 году. К концу 60-х и началу 70-х тема пространства в социологии считалась забытой (Там же: 4).

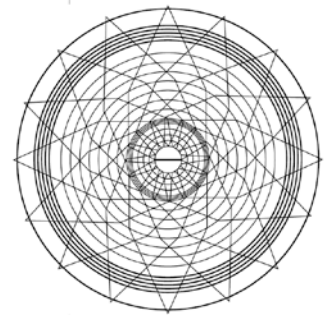
На сегодняшний день возвращение к социологии пространства носит, как и в случае Чикагской школы, в большей степени, прикладной характер, социологи обращаются к локальному, территориальному. Во многих городах, на периферии или в центрах, появляются и реализовываются проекты по реорганизации заброшенной инфраструктуры времён деиндустриализации в зоны комфортного обитания: рекреационные зоны, технопарки, культурные объект и арт-пространства. Для данного исследования важно, что в топографическое пространство реорганизованных зон имплицитно коммуникативное пространство, т.е. оснащается необходимыми техническими средствами коммуникации.

Например, умный дом (умное здание), в английском значении Smart House (Smart Home), дом, оборудованный системой автоматизации (Building Automation System (BAS)) – это компьютерная система контроля, встроенная в здание, позволяющая управлять (коммуницировать) с объектами и системами дома от кофеварки до солнечных панелей, установленных на крыше. Умное здание – это совмещение двух гетерогенных сред, пространства физического и

## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



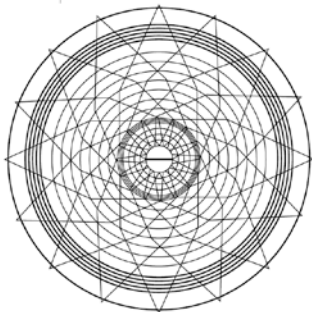
информационного; материальный объект дом трансформируется в коммуникативный объект и сам становится средством коммуникации и источником коммуникативного потока.

К этому хочется добавить высказывание профессора Филиппова А. о том, что коммуникация становится доминирующей формой взаимодействия в глобальном контексте, в то время как материальная среда – это рационально конструируемый артефакт; при таких условия традиционная география имеет значение лишь в рамках теории действия (Филиппов 2008: 162). Это референтно относит к вопросу о доминировании виртуального и символического над материальным и социальным; но перейдем к основному вопросу, к которому, в той или иной мере, мы будем возвращаться в течении всей работы над данным текстом. Как возможно асинхронное взаимодействие между людьми без непосредственного физического контакта? Для этого требуется особая среда или пространство, отдифференцированное от материальной и социальной среды; такое пространство должно позволять социальным субъектам оказывать манипулятивное действие, не путать с воздействием, которое позволяет осуществлять бессознательное “жонглирование” чужим сознанием, а осуществлять дистанционное управление и контроль, получая обратную связь от сознающих субъектов. Такой особой средой для нас стало пространство коммуникативное.

Добавлю также слова Филиппова А. о том, что социальные представления о пространстве складываются у наблюдателя в двух направлениях: первое - это пространство взаимодействия, естественное для участников взаимодействия, и второе - пространство как смысловая тема, как нечто обсуждаемое и структурирующее коммуникацию (Там же: 5).

Из сказанного можно сделать вывод, что коммуникация о пространстве, где пространство является источником смысла может формировать коммуникативный поток (например, прогноз погоды в регионе). Извлекая информацию из данных метеосводки, мы получаем первичную коммуникация в контексте прогноза погоды, обсуждая дальнейшие планы на день, как погодные условия изменят комфортное для нас пребывание в окружающей среде в контексте прогноза, мы говорим о пространстве во всех его значениях. И, более того, контекст прогноза погоды формирует и определяет коммуникацию о коммуникации, т.е. вторичный коммуникативный процесс (Почепцов 2001: 295) или мета-коммуникативный поток.

Липпман рассуждает о том, что наше мнение о пространстве значительно больше того, что мы наблюдаем и ощущаем благодаря тому, что мы можем реконструировать события на основании сообщений других людей и собственного воображения (Липпман 2004: 40). Таким образом, пространство вне досягаемости нашего манипулятивного действия, которое конструируется благодаря коммуникации, может иметь сущность коммуникативного пространства.



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б, Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

### ***Коммуникативный поток***

Термин коммуникативный поток не имеет широкого распространения в сфере гуманитарных наук; при упоминании этого понятия на ум приходит работа Мануэля Кастельса (Кастельс 2000). В его видении потоки являются выражением доминирующих процессов в экономической, политической и символической жизни нашего общества, а также определяются как целенаправленные и повторяющиеся, запрограммированные последовательности взаимодействия и обмена между физически разделёнными социальными акторами. Потоки ограничены пространством, в котором осуществляется разделённая во времени материальная организация социальных практик (Кастельс 2000: 386).

Таким образом, разделяя онтологическое основания данной терминологии о существовании потока, как целенаправленного процесса между акторами и пространства определяющего его, можно развить в дальнейшем взаимозависимость потоков и пространства в сетевой структуре информационных общностей, для которых больше привычны такие понятия, как потоки данных или информационные потоки, между которыми также существует определённая разница.

Немецкий социолог-конструктивист Николас Луман рассматривает коммуникацию как структуру, основанную на трёх компонентах: информация, сообщение, понимание; коммуникация возникает в результате различения сообщения и информации и понимания этого различия (Луман 2004: 103-104).

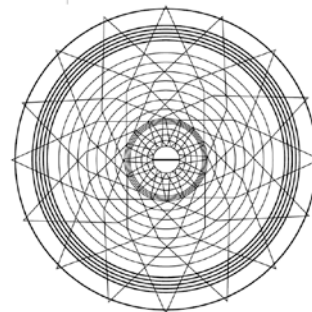
В рамках концепции Н. Лумана, поток данных - это носитель потенциальной информации или функциональный эквивалент сообщения; информация выделяется единовременно, путём различия в процессе наблюдения; понимание - последний компонент в структуре коммуникации, по Луману, делающий весь процесс осознанным (Там же: 210). Можно предположить, что коммуникативные потоки возникают в точках «интереса», в которых информация, содержащаяся и передающаяся в сообщении, обретает смысл через различение; смыслом такого различения может служить контекст, который интересует наблюдателя (актора, коммуниканта) в различные моменты времени (Там же: 73). Бейтсон Г. сравнивает контекст с ключом, который используют люди для различения модальностей сообщений (Бейтсон 2000: 172). Также, пишет он, что коммуникативная реальность контекстов определяется степенью их эффективности в качестве сообщений, в той системе, которую мы изучаем и где эти контексты отражены и эта система - сеть цепей прохождения сообщений [Там же: 203]. Таким образом выведем следующее определение:

*Коммуникативный поток – контекст, в котором передаются сообщения о содержащейся информации.*

## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



Фактически, контекст носит предикативный характер, так как изменяя контекст, меняется интерпретация сообщения и, следовательно, получаемая информация. Основываясь на этом можно сделать обобщение такого вида:

Информация=Р (Сообщение); где Р – предикат сообщения.

И тогда, если в сообщении говорится о потоке и Р=дождь, то мы имеем в виду дождевой поток, погоду, осадки и получаем определённый контекст и для дальнейшего дискурса, но при Р=коммуникация, мы получаем информацию о коммуникативном потоке. Но в данной работе будет, в основном, использоваться понятие контекст как наиболее удовлетворяющее требованиям описания процессов в коммуникативных потоках.

Исходя из вышесказанного, можно вывести формулу коммуникативного потока:

*Коммуникативный поток (КП) = Контекст (Информация / Сообщение)*

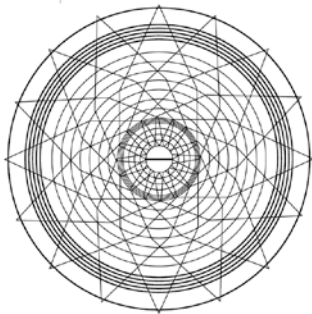
Тогда, например, коммуникативный поток в научной структуре возникает в контексте какой-либо научной теории, если мы хотим получить информацию путём интерпретации сообщений, получаемых от объекта (факта, феномена), когда все акторы понимают смысл, но в тоже время, они могут иметь разногласия по поводу полученной информации или интерпретации сообщений; тогда проводятся повторные исследования (например, за время  $\Delta t_1$ ) или анализ (за время  $\Delta t_2$ ), проводятся конференции и другие мероприятия ( $\Delta t_n$ ), результаты исследования публикуются в открытых источниках, вовлекая новых акторов и порождая новые интерпретации, образуя альтернативные источники, вливающиеся в основной поток коммуникации, делая его более насыщенным или, по другому говоря - информативным.

Здесь мы подошли к ещё одному важному аспекту коммуникативного потока – наличие источника или источников - точки интереса, в которых в определённое время формируется смысл передаваемых сообщений, из которых, зная контекст, можно извлекать информацию провоцируя дальнейший аутопоэзис коммуникации. Как уже писалось выше, чем больше источников, тем поток становится более объёмным и интенсивным. В данной работе, под источником, будет пониматься субъект, осуществляющий многоуровневое взаимодействие в сетевой структуре рассматриваемого объекта с целью формирования коммуникативного потока. Данную зависимость можно представить в виде:

*Источник = Контекст (Информация / Сообщение)](t)*

Тогда, с учётом источника, обобщенная формула коммуникативного потока будет иметь вид:

*Коммуникативный поток (КП) = Контекст  $\Sigma$  Источник<sub>i</sub> (t<sub>n</sub>)=Контекст  $\Sigma$  (Информация<sub>i</sub> / Сообщение<sub>i</sub>)](t<sub>n</sub>)*



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б, Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

Важно при анализе коммуникативного потока изучать не только контекст или информацию, содержащуюся в сообщении, но и источники: изучая источник, можно понять, какой смысл вкладывают акторы сетевой коммуникации в свои сообщения.

Можно выделить следующие характеристики коммуникативного потока (КП):

- продолжительность – КП имеет начало (основной источник, первое сообщение) и конец, но КП может быть продолжен, тогда мы наблюдаем фазу затухания и возобновления;
- объём – по количеству источников, вовлечённых акторов и плотности контекста;
- искажения – точки, где случайно или намеренно искажается контекст.

Функция коммуникативного потока - сохранять смысл коммуникации вне зависимости от времени и физического расположения акторов в пространстве, на всех уровнях и при всех типах коммуникации.

Обобщая сказанное, можно предложить ещё одно определение коммуникативного потока – это «расстояние», которое преодолел смысловой конструкт сообщения в определённом контексте за время существования источника в коммуникативном пространстве.

### **В коммуникативном пространстве Twitter**

#### **Хэштегизация**

В августе 2017 года Twitter отпраздновал десятилетие символа хэштег (#), символ решётка # («round» или «hash» в англоязычной среде), который используется на телефонах и для группировки тематически родственных сообщений (Tweets), идея подобного использования символа - хэштег # была взята из ранних интернет-чатов Internet Relay Chat (IRC).

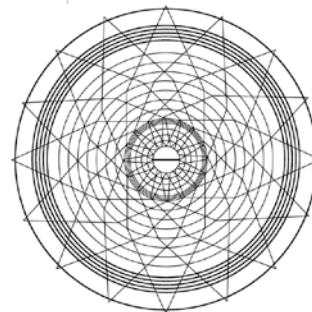
Символ # стал одним из самых востребованных в коммуникативном пространстве интернета и был перенесён в повседневную жизнь и в повседневное общение. Однако, несмотря на популярность платформы Twitter и миллионы зарегистрированных пользователей, компания Twitter Inc. продолжает фиксировать ежеквартальные и ежегодные убытки с начала своего существования (таблица 1). О неопределённом положении компании говорит и тот факт, что никто из гигантов рынка: Facebook, Google, Microsoft так и не сподобились приобрести компанию, хотя разговоры и обсуждения и велись неоднократно.



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter



*Таблица 1. Ежегодный отчёт о доходах Twitter Inc (TWTR), по данным <https://investing.com>*

| Отчётный период          | Чистая прибыль (млн. \$) |
|--------------------------|--------------------------|
| 2013 год                 | -645,32                  |
| 2014 год                 | -577,82                  |
| 2015 год                 | -521,03                  |
| 2016 год                 | -456,87                  |
| 2017 год (за 3 квартала) | Около -200               |

Основатель компании Биз Стоун пишет о том, что благодаря силе и влиянию Twitter, хэштег позволяет каждому увидеть, что происходит в мире и о чём говорят люди, а также возможность присоединиться к диалогу из любой точки планеты (Twitter Blog. The hashtag at 10 years young.). И это так, потому что сервис Twitter больше всего напоминает модернизированный чат и, как и написано выше, откуда и была взята идея хэштега.

Основной факт, который нельзя игнорировать, состоит в том, что Twitter упростил способ доставки определённых смысловых конструктов путём сообщений, следующих в генерализованном контексте, который технически формируется в системе через подстановку символа # (хэштег) к слову-символу, маяку, определяющему направление течения смысла в коммуникативном потоке. И к этому процессу самовыражения, технически, может быть причастен любой желающий, в этом суть востребованности платформы Twitter.

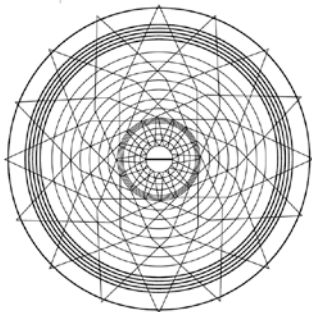
«Когда что-то происходит в мире – это происходит в Twitter», - гласит слоган компании<sup>1</sup>. Это отчасти правда, потому что, благодаря «силе и влиянию Twitter», как пишет владелец компании, иногда и всё чаще то, что происходит в Twitter, в реальном мире не происходит и этим пользуются определённые акторы для преследования своих целей, и это ещё одна веская причина существования сервиса.

### **Twitter - пространство проводников и посредников**

Очень трудно определить реальное коммуникативное пространство Twitter, которое включает в себя не только официально зарегистрированные административно-технические здания, помещения, серверы, юридические лица, работников компании (35+ офисов от Нью-Йорка до Нью-Дейли<sup>2</sup>) и

<sup>1</sup> When something happens in the world, it happens on Twitter [12]

<sup>2</sup> <https://about.twitter.com/>



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

пользователей платформы (330 млн. пользователей<sup>3</sup>), но и ежедневный курс акций Twitter Ink и сообщения, содержащиеся в других СМК и документах.

Чтобы стать частью коммуникативного пространства Twitter, актер должен пройти стадии регистрации и идентификации, после чего пассивный наблюдатель может стать активным актором-посредником или оставаться наблюдателем-проводником. В терминологии Бруно Латура проводники (intermediaries) – это акторы, переносящие (transport) причинно-следственную связь, значение или силу, но не участвующие в их преобразовании, и не важно, насколько сложным может быть при этом сам актер (например, компьютер), он является лишь связующим звеном между посредниками, и, если он не проявит себя как действующий актер, его можно не учитывать. Посредники же наоборот: изменяют, искажают, переводят и преобразуют передаваемые ими значения и смыслы (Латур, электронный ресурс: 134-136). Они и являются самым важным звеном в пространстве или потоке коммуникации, в пространстве Twitter посредники (такие как: политики, учёные, спортсмены, звёзды кино) создают точки интереса – источники, через них транслируют наблюдаемые факты или события, распознаваемые ими как имеющие значение, при этом источник посредника создаёт информационный поток, к которому могут присоединяться другие акторы предусмотренной в Twitter функции – читать (Follow), точнее, эта функция позволяет потоку сообщений от источника вливаться в поток, сформированный авторизованным сетевым актором, на основе его предпочтений, стереотипов и контекстов (в созданном при регистрации в платформе личном коммуникативном пространстве). В потоке сообщений наблюдатель производит различие, в результате чего часть сообщений для наблюдателя становится информацией, с которой он может совершить ряд вторичных действий или вторичный коммуникативный акт. В рамках семиотической концепции коммуникативных уровней (Конецкая В. П.) функции коммуникации делятся на: информационную – сообщать информацию; экспрессивную – возможность давать оценочную информацию; прагматическую – передаёт коммуникативную установку, воздействует на актора (Конецкая, электронный ресурс). Исходя из этих значений, используя предусмотренные функции платформы Twitter, актер может, как проводник, используя функцию ретвит (Retweet) передать сообщение другим пользователям (информационная и прагматическая функции); ответ (Reply) на сообщение, высказать своё мнение, дать оценку, пообещать выполнить действие (информационная, экспрессивная и прагматическая функции); выразить своё одобрение полученной информации (Like) (соответственно, экспрессивная функция).

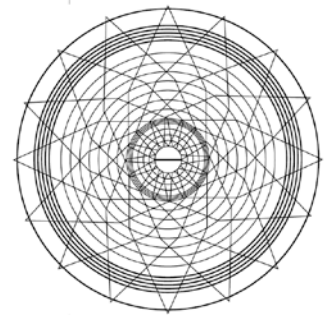
Однако, как посредник может быть источником, так и проводник, но для второго важен лишь процесс перевода (transportation); проводник не вкладывает субъективный смысл в переводимые сообщения, важен контекст послания, релевантный символической позиции источника в генерализованном

<sup>3</sup> По данным [www.statista.com](http://www.statista.com) на начало 2018 года.

## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



смысловом поле, например: политика, наука, спорт и другие развлечения. Источник-проводник конкурирует за диспозицию в коммуникативном пространстве Twitter и другими схожими системами, с другими проводниками. Источники с большим количеством подписчиков (Followers) имеют возможность извлекать большую прибыль, исходя из своих лидерских позиций.

Проведём также интерпретацию и операционализацию и других понятий, используемых в коммуникативном сетевом пространстве Twitter.

На сегодняшний день для СМК и коммуникативных сетевых пространств наиболее релевантным понятием коммуникативного потока, по моему мнению, является таймлайн (Timeline), или в русскоговорящей среде чаще используют слово «лента». Согласно глоссарию Timeline – это поток (Stream) сообщений (Tweets) в реальном времени (Глоссарий Twitter, электронный ресурс).

Tweet – это единица сообщения; сумма сообщений (Tweets) образует массив данных, содержащих потенциальную информацию.

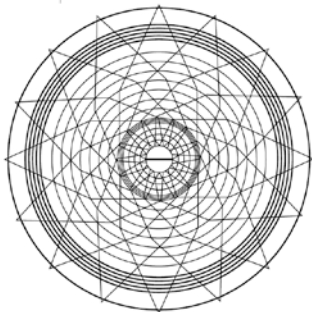
Retweet, Reply, Like - единица информации, коммуникативный акт. Действие, совершаемое акторами в пространстве Twitter и в потоках, коммуникативный акт, характеризуется различием информации в массиве сообщений. Т.е. если актер выполнил одно из вышеуказанных действий, то это означает, что в потоке потенциальной информации, содержащейся в сообщениях (Tweets), он выделил, выразил своё отношение или усвоил информацию – совершил коммуникативный акт.

Источник в Twitter соответствует вкладке People. Посредники и проводники – сетевые акторы, создающие потоки сообщений (ленту) в определённом контексте с помощью специального символа # (#политика, #наука, #спорт).

### **# - символ – посредник - предикат**

Хэштег (#) - символ-посредник, ставится перед словом или другим символом, являющимся смысловым классом для явлений, фактов или событий, характеризующих данный класс (например, #политика для политических событий); хэштег трансформирует символ в контекст и позволяет группировать релевантные данному контексту сообщения в виде ленты, в зависимости от времени появления сообщения, т.е. создавать коммуникационные и информационные потоки.

В хэштег (#) помещается смысл, который передаётся в сообщении, раскрывает его содержание или определяет предмет суждения, т.е. логически носит предикативный характер. Если предикат, используемый в хэштеге, помещён в сообщение и релевантен его содержанию, то вероятность коммуникации и извлечения информации из сообщения выше. Например, в сообщении (Tweet), где предикатом является #Политика, неуместно писать о пчёлах или геолокации; акторы, взаимодействующие с коммуникативным потоком в контексте политических смыслов, найдут такое сообщение нерелевантным и оно будет потеряно.



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б, Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

### **Заключение**

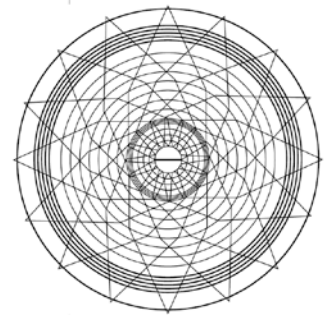
В конце мы приходим к основополагающему выводу о том, что информация не является данностью *sui generis*. Для того, чтобы что-то узнать или понять, надо, в первую очередь, обратить внимание на то, о чём ты хочешь узнать, и, во-вторых, примерно представлять, что ты хочешь узнать. Следовательно, получение информации требует усилий, нужно совершить действие (коммуникативное действие у Хабермаса) или участвовать в процессе (процесс различения у Лумана и процесс сигнал-отклик у Бейтсона). Чтобы быть понятными, все действия и процессы должны быть организованы, и для современных коммуникативных сетевых систем, одной из распространённых форм организации стал коммуникативный поток. Коммуникативный поток — это способ, который позволяет организовать непрерывное функционирование всех видов коммуникаций на стыке различных материальных и нематериальных сред и пространств: социального, темпорального, географического, - при помощи смыслов, определяющихся в пространстве коммуникативном. Модусом, организующим данную структуру и эксплицирующим смысловые конструкты, выступает контекст (можно встретить также понятие фрейм) как предикат, имеющий препозиционную форму. Контекст, генерализуясь в другом смысле, меняет информационное содержание сообщения.

Twitter - это и форма, и процесс, и средство коммуникации. У него есть функции коммуникативного пространства - детерминировать определённый «участок», придавая ему смысл и характеристики коммуникативного потока; коммуникация в нём начинается, длится, искажается благодаря контексту, предикативную функцию которого в системе выполняет символ хэштег, таким образом гипотеза доказана.

## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



## БИБЛИОГРАФИЯ

Бейтсон Г. (2000). Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии. Пер. с англ./ М.: Смысл.

Василевич. Е.М. (2006). Словарь социолингвистических терминов. М.

Даль В. И. (1905). Толковый словарь живого великорусского языка. Том второй. И – О. СПб: Товарищество М.О. Вольф.

Дворецкий И.Х. (1976). Латинско-Русский словарь. Около 50000 слов. Изд. 2е переработ. и доп. М. «Русский язык».

Кастельс М. (2000). Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ./ Под научн. ред. О.И. Шкаратана. М: ГУ-ВШЭ.

Конецкая В.П. Социология коммуникации. (Эл. изд.). Доступен по адресу URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/koneck/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/koneck/) (дата обращения: 1.09.2018)

Латур Б. «Пересборка социального. Введение в акторно-сетевую теорию». iBooks.

Липпман У. (2004). Общественное мнение. Пер. с англ. Т, В. Барчуновой/ Ред. пер. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение».

Луман Н. Л. (2004). Общество как социальная система. Пер. с нем./ А. Антоновский. М: Издательство «Логос».

Почепцов Г. Г. (2001). Теория коммуникации. Изд. «Рефл-бук».

Соссюр Ф. де. (1999). Курс общей лингвистики. Пер. с франц. Чистякова. С.В. / Под. общ. ред. Рут М.Э. - Екатеринбург: Из-во Урал. ун-та.

Филиппов А.Ф. (2009). Социология пространства. Социологическое обозрение. Т.8. №3.

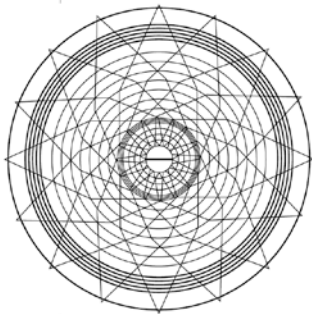
Филиппов. А.Ф. (2008). Социология пространства. Серия: Civitas Terrena. Изд.: Владимир Даль.

Глоссарий Twitter. Доступен по адресу URL:<https://help.twitter.com/en/glossary> (дата обращения: 1.09.2018)

Оксфордский словарь английского языка онлайн. Доступен по адресу URL:<https://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 1.09.2018)

The hashtag at 10 years young. Доступен по адресу

URL:[https://blog.twitter.com/official/en\\_us/topics/product/2017/the-hashtag-at-ten-years-young.html](https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/the-hashtag-at-ten-years-young.html) (дата обращения: 1.09.2018)



## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*

# HASHTAG AS A PREDICATE OF THE CONTEXT OF THE COMMUNICATIVE STREAM IN THE TWITTER COMMUNICATIVE NETWORK SPACE

**Makarov E.B.**

Undergraduate student, Faculty of Sociology, IKBFU  
(Kaliningrad, Russia)  
[Makarov.eu@gmail.com](mailto:Makarov.eu@gmail.com)

**Supervisor: Schekoturov A. B.**

candidate of sciences, research fellow, Institute of  
Humanity Studies, IKBFU (Kaliningrad, Russia)  
[ASHCHekoturov@kantiana.ru](mailto:ASHCHekoturov@kantiana.ru)

**Abstract:**

The theoretical research below is trying to interpret meta-communicative function of the symbol Hashtag in the communicative space of the popular internet service Twitter through the communicative stream model proposed by me on the base of the Luhmann's communicative theory.

At the beginning will be proposed the theoretical approach to the description of such notions as communicative space and communicative stream.

Starting with linguistical interpretation of the notion I will move towards sociological mention of this notion; from language field towards social and the communicative one.

Then the notion of the communicative stream is analyzed and described: from the well-known Castells definition towards three-component conception of the Luhmann's communication. Underlining the exceptional importance of the role of the context in the communicative stream I will propose the definition of the communicative stream and its characteristics.

Next, I will examine the significance and the function of the symbol Hashtag in Twitter and its importance for the online platform itself and for the users.

Based on the above-mentioned communicative stream model I will propose the operationalization of the Twitter notions Message, Tweet, Retweet, Like etc. Separately I will examine the predicative function of the symbol Hashtag.

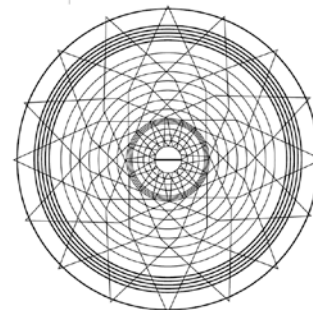
In conclusion I will reveal thoughts about meaning of the communicative stream in the construction of the everyday interaction process between actors and the definition of its content through the context mainly. Here the good example may be the role of Hashtag in the modern media environment.

**Keywords:** communication, communicative space, communicative stream, Luman, Latour, hashtag, Twitter

## [Научные Статьи]

Макаров Е. Б., Щекотуров А. Б.

*Хэштег как предикат контекста коммуникативного потока  
в коммуникативном сетевом пространстве Twitter*



## REFERENCES

Baetson G. (2000). *Ekologiya razuma. Izbrannye stat'i po antropologii, psikhologii i epistemologii* [Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychology, Evolution, and Epistemology.]. Moscow: Publ. Smysl. (In Russ.).

Castells M. (2000). *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* [The Information Age: Economy, Society and Culture]. Shkaratana O.I. (eds.). Moscow: HSE. (In Russ.).

Dal V.I. (1905). *Tolkovyi slovar' zhivogo velikoruskogo yazyka*. [Explanatory Dictionary of the Live Great Russian language]. Vol.II. I – O. Sankt-Petersburg: Publ. Tovarishchestvo M.O. Vol'f.

Dvoretzkiy I.Kh. (1976) *Latinsko-Russkii slovar'* [Russian-Latin Dictionary]. Okolo 50000 slov. Vol. II. pererabot. i dop. Moscow, Russkii yazyk [Russian Language].

English Oxford Living Dictionary. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com>

Filippov A.F. (2009). *Sotsiologiya prostranstva. Sotsiologicheskoe obozrenie*. [Sociology of Space. Sociological Review] T.8. No.3.

Filippov. A.F. (2008). *Sotsiologiya prostranstva* [Sociology of Space]. Ser. Civitas Terrena. Publ. Vladimir Dal'.

Konetskaya V.P. *Sotsiologiya kommunikatsii* [Sociology of Communication]. Available at: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/koneck/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/koneck/)

Latour B. *Peresborka sotsial'nogo. Vvedenie v aktorno-setevuyu teoriyu* [Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory] iBooks.

Lippman U. (2004). *Obshchestvennoe mnenie* [Public Opinion]. Levinson K.A. Petrenko K.V. (eds.). Moscow: Publ. Institut Fonda Obshchestvennoe mnenie. (In Russ.).

Luman N.L. (2004). *Obshchestvo kak sotsial'naya Sistema* [The World Society as a Social System]. Per. s nem. A. Antonovskii. Moscow: Publ. Logos.

Pocheptsov G.G. (2001). *Teoriya kommunikatsii*. Publ. Refl-buk.

*Slovar' sotsiolingvisticheskikh terminov* [Sociolinguistic Terms Dictionary]. Vasilevich. E.M. (eds.). (2006). Moscow.

Sossure F.de. (1999). *Kurs obshchei lingvistiki* [Course in General Linguistics]. Per. s frants. Chistyakova. S.V. Rut M.E. (eds.). Ekaterinburg: Publ. Ural. un-ta.

The hashtag at 10 years young. Twitter Blog. Available at: [https://blog.twitter.com/official/en\\_us/topics/product/2017/the-hashtag-at-ten-years-young.html](https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2017/the-hashtag-at-ten-years-young.html) (Date of Access: 1/9/2018)

Twitter Glossary. Available at: <https://help.twitter.com/en/glossary> (Date of Access: 1/9/2018)