

УДК 811.161.1'276.6+811.111'276.6

Гастрономический аспект репрезентации концепта «Родина» в русско- и англоязычной версиях социальной сети Instagram

Лавицкий А.А., Череватый С.Ю.

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени
П.М. Машерова», Витебск

Исследование концептов входит в сферу научных интересов различных парадигм, где представлены разные подходы к пониманию данного феномена, его реконструкции и описанию. Одним из самых распространенных способов изучения концептов является анализ текстового материала, что, по нашему мнению, не позволяет достоверно описать образные концептуальные представления. Проведенные ранее исследования показали, что гастрономические представления — одни из ключевых для русскоязычного концепта «Родина» и его англоязычного варианта («Motherland»).

Цель статьи — описать гастрономические образные представления рассматриваемых концептов.

Материал и методы. В качестве практического материала исследования были использованы гастрономические изображения из русско- и англоязычной версий социального мессенджера Instagram, имеющие хэштеги с компонентами «Родина» и «Motherland». В первом случае методом сплошной выборки нами было отобрано за период с 01.10.2017 г. по 31.12.2017 г. 125 изображений, во втором — только 43. Достоверность результатов работы основывается на применении статистических методов, метода сплошной выборки материала, а также методах моделирования, сопоставления и контент-анализа.

Результаты и их обсуждение. На материале изображений, опубликованных в открытых аккаунтах социального мессенджера Instagram, систематизированы гастрономические образные представления носителей англо- и русскоязычной лингвокультур, ассоциативно связанные с концептами «Motherland» и «Родина». Данный компонент полевой структуры русскоязычного концепта видится более вариативным и включает шесть тематических групп иллюстраций, самыми частотными среди которых стали продукты, указывающие на достаток и благосостояние. Для англоговорящей языковой личности доминантными являются образные представления о местах приема пищи (пабы, рестораны, кафе), а также алкогольных напитков (всего были выделены четыре тематические группы).

Заключение. Русскоязычный концепт «Родина» имеет глубокие и вариативные ассоциативные связи с гастрономическими образами, что отличает его от лингвокультурного концепта «Motherland», функционирующего в сознании англоязычной языковой личности. Для русскоязычной лингвокультуры гастрономические представления Родины символизируют достаток и благополучие, а также имеют компонент национальной принадлежности. Концепт «Motherland» локализован к объектам питания, ассоциативно связан с элементами приема пищи и алкогольными напитками.

Ключевые слова: концепт, образность, концепт «Родина», концепт «Motherland», Instagram, гастрономия.

(Ученые записки. — 2018. — Том 26. — С. 184–188)

Gastronomy Aspect of the Representation of the Concept of Motherland in the Russian and English Language Versions of Instagram Social Network

Lavitski A.A., Cherevati S.Yu.

Educational Establishment «Vitebsk Sate P.M. Masherov University», Vitebsk

The study of concepts is included into the sphere of research interests of different scientific paradigms where various approaches to understanding this phenomenon, its reconstruction and description are presented. One of the most widely spread ways of concept studies is analysis of the test material, which, we believe, doesn't make it possible to reliably describe concept images. The research performed earlier pointed out that gastronomy representations are one of the key Russian language concept of Motherland (Rodina) as well as of its English language variant.

Адрес для корреспонденции: e-mail: anton_lavitski@mail.ru — А.А. Лавицкий

The purpose of the research is to describe gastronomy image representations of the concepts under consideration.

Material and methods. *As practical material gastronomy images from the Russian and English language versions of Instagram social messenger, which have hash tags with «Rodina» and «Motherland» components, were used. In the first case we selected 125 images for the period of 01.10.2017 to 31.12.2017 with the application of the method of overall selection. In the second case – only 43. The reliability of the findings is based on the use of statistic methods, the method of overall material selection as well as modeling methods, comparison and content analysis.*

Findings and their discussion. *On the basis of images published in open accounts of Instagram social messenger gastronomy images of the bearers of the Russian and English language cultures, which are associated with the concepts of Motherland and Rodina, are systematized. This component of the field structure of the Russian language concept is thought to be more varied and includes six thematic groups of illustrations the most frequent of which is food that indicates wellbeing. For the English speaking linguistic personality images of meals places (pubs, restaurants, cafes) as well as beverage places (four topical groups were identified) dominate.*

Conclusion. *The Russian language concept of Rodina has deep and varied associations with gastronomy images which makes it different from the linguistic and cultural concept of Motherland functioning in the consciousness of the English language personality. For the Russian language linguistic culture gastronomy images of Rodina symbolize wellbeing and have the component of national identity. The concept of Motherland is localized to the meals places and is associated with the elements of meals and beverages.*

Key words: *concept, imagery, the concept of Rodina, the concept of Motherland, Instagram, gastronomy.*

(Scientific notes. – 2018. – Vol. 26. – P. 184–188)

Социальный опыт человека содействует когнитивной обработке информации, существенную роль в которой играет концептуализация. Это определило выбор темы настоящей статьи, относящейся к области лингвокультурологии и лингвострановедения и посвященной изучению особенностей восприятия одного из базовых концептов для большинства наций – концепта «Родина».

Большие успехи в изучении проблематики концептологии и ее воздействия на языковую среду были достигнуты уже к концу XX – началу XXI века. Значительный вклад в эту область научного познания был сделан российскими и отечественными учеными в исследованиях С.А. Аскольдова, В.И. Карасика, В.А. Масловой, Ю.С. Степанова, В.Н. Телия и др.

Однако несмотря на то, что количество лингвистических работ, посвященных проблемам концепта, достаточно велико, единого мнения по поводу понимания и трактовки данного феномена не существует. Это обусловило наш интерес к заявленной проблематике.

Традиционно в описании концептов ученые основываются на контекстуальном анализе текстового материала. Однако концептуальные представления обладают не только буквенно-звуковой структурой, но и образной составляющей, описание которой имеет методологические особенности. Логичным, с нашей точки зрения, является использование в этом случае моделирования. Данный подход нельзя назвать инновационным, но разработанные ранее графические модели концептов базировались на уже отмеченных методах семантического и стилистического анализа фактического текстового материала. Мы же в своей работе принимаем принципиально иную позицию исследования образной составляющей

концепта: в качестве практического материала нами были применены изображения, ассоциативно связанные в сознании языковой личности с рассматриваемым концептом.

Цель статьи – подробно описать гастрономические образные представления рассматриваемых концептов.

Материал и методы. Материалом исследования послужили гастрономические изображения из русско- и англоязычной версий социального мессенджера Instagram, имеющие хэштеги с компонентами «Родина» и «Motherland». В первом случае методом сплошной выборки нами было отобрано за период с 01.10.2017 г. по 31.12.2017 г. 125 изображений, во втором – только 43. Достоверность результатов работы основывается на применении статистических методов, метода сплошной выборки материала, а также методах моделирования, сопоставления и контент-анализа.

Результаты и их обсуждение. Тенденция постоянного увеличения объема интерактивного коммуникативного взаимодействия в Интернете является сегодня аксиомой и не требует доказательств. Это касается практически всех видов опосредованного общения: деловой переписки, официально-правовых сообщений, межличностных контактов. Такое положение дел, разумеется, отразилось и на языковой структуре, функционально-стилистических особенностях коммуникации, нормах орфографии, пунктуации, лексическом составе языка и т.д.

Еще более интересным, с исследовательской точки зрения, являются усиление графической составляющей Интернет-сообщения, использование специальных изображений (стикеров), что создает особую образную среду, меняет структуру представления и восприятия информационного посыла. Особенно очевидно это отображено

в системе организации коммуникативного взаимодействия в социальных сетях, среди которых выделяется Instagram как особая платформа, ориентированная на обмен изображениями и короткими видеоматериалами.

Instagram не всегда определяют как социальный мессенджер, так как первоначально по задумке разработчиков – это бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей [1].

Мы, в свою очередь, полагаем, что данная формулировка не отвечает современным реалиям. Так, в лексикографических источниках термин *социальная сеть* «используется для обозначения наблюдаемых образцов социальных отношений между индивидуальными единицами анализа» [2, с. 421]. В преломлении к Интернет-коммуникации можно заключить, что социальная сеть – это система организации социального взаимодействия сетевых пользователей. Таким образом, Instagram обладает основными категориальными свойствами социальной сети. Кроме того, популярность Instagram (по данным различных Интернет-сайтов его ежедневно посещает минимум 500 миллионов человек), использование его в качестве средства массового информирования, а также особый функционал расчленения информационных потоков и их тематической систематизации принимаются нами как дополнительное доказательство предложенной гипотезы.

Ключевой отличительной особенностью Instagram от других социальных сетей является ориентация на информирование и обмен информацией в виде изображений, в первую очередь, фотографических. Подобная форма коммуникативного взаимодействия представляет особый интерес, так как рассчитана на минимальную обратную связь в форме краткого комментария, оценки.

Однако незначительный по количественным характеристикам передачи данных канал воздействия на адресанта не обозначает его качественно невысокого уровня: негативный комментарий или оценка фотографии может самым серьезным образом нанести психологическую травму пользователю.

Как и в любой другой социальной Интернет-сети, существуют возможности поиска и выборки информации. В нашем проекте мы обратили внимание на одну из таких возможностей сортировки и систематизации сообщений: в Instagram удобнее всего воспользоваться поиском по хэштегу (возможна также выборка материала по имени, местоположению). В системе

социальной сетевой Интернет-коммуникации хэштег имеет особое функциональное значение – это способ классификации публикаций. Хэштег является собой универсальный способ создания гиперссылок (кликабельных ссылок) в описании информационного сообщения, публикаций. Данные ссылки имеют собственное графическое изображение (#текст) и цветовое выделение. Хэштег – удобный способ поисковой работы в Instagram, требующий выполнения особых условий его использования. Дело в том, что кроме поиска информации хэштеги могут иметь ряд дополнительных функций: привлечение новых пользователей и подписчиков, создание напоминаний и информирование об интересующих обновлениях.

Знаковая форма хэштегов, сопровождающих иллюстративное изображение в Instagram, имеет номинативное значение, то есть, если проводить параллели с концептом, является ядром концептуального представления. В этом случае логичным видится наше положение о том, что все изображения, объединенные одним тегом, – это ассоциативные реакции языковой личности, частотность которых определяет их положение в полевой структуре концепта. Разумеется, следует отметить, что при использовании в качестве практического материала для изучения образных представлений концепта публикаций в социальном мессенджере Instagram проблемным является определение ассоциативных связей между отдельными образными компонентами внутри концептуальной структуры. Однако это не влияет на реализацию конечной цели нашего исследования – представить образные ассоциативные элементы рассматриваемых вариантов концепта в их полевой структуре.

Для анализа и подробного описания образных представлений русскоязычных участников социальной сети Instagram, связанных с концептом «Родина», нами была проведена сплошная выборка практического материала. Работа на данном этапе научно-поисковой деятельности заключалась в сборе изображений, которые пользователи обозначенной социальной сети публиковали в своих открытых аккаунтах. Все отбираемые иллюстрации имели хэштег, центральным элементом которого была лексема «Родина».

В процессе поисковой работы было выявлено 29 видов соответствующих тематических хэштегов: #Родина, #Моя_Родина, #родинамоя, #НАША_РОДИНА, #РодинаОдна, #НаРодину, #нашаРОДИНА, #ЛюблюРодину, #Родина_зовет, #ТихаяРодина, #ГолосРодины, #Сила_Родины, #ЛучшаяРодина, #КРАСОТАэтоРОДИНА, #жизньРодины и др. Далее полученный материал был систематизирован тема-

тически. Одна из наиболее частотных групп опубликованных изображений была объединена в ассоциативный элемент «Гастрономия» (125 единиц). Количественно-качественная интерпретация результатов работы с данными иллюстрациями позволила выявить среди собранного практического материала шесть подгрупп:

1. Самыми многочисленными стали фотографии икры (43 единицы). Думается, что причина доминирования такой гастрономической характеристики Родины связана с национальными особенностями русскоязычных участников социальной сети Instagram, большинство из которых, разумеется, являются славянами. В славянской культуре икра – это деликатес и одновременно показатель материального благосостояния. Интересным представляется и тот факт, что в подавляющем большинстве на изученных фотографиях изображена красная икра (27 единиц), в 14 случаях – черная и только в двух – обе.

2. В еще одну частотную группу (37 единиц) вошли изображения мясных изделий, среди которых выделяются фотографии соленого сала (12), шашлыка (7). Довольно частотны также ресторанные мясные блюда.

3. Следующая подгруппа изображений включает фотографии, на которых представлен процесс приготовления пищи. Все снимки (19) сделаны на фоне печи, чаще с огнем.

4. Четвертая подгруппа менее многочисленна (14 единиц). В нее входят изображения национальных блюд различных народов и этносов (названия многих блюд можно узнать только из дополнительных тегов или в комментариях: каурма, куырдак, лагман, спряженина и др.).

5. Немногочисленную подгруппу (4 фотографии) составляют изображения напитков, чаще алкогольных.

6. Отдельно мы сгруппировали фотографии (8 единиц), которые представляются нам как единичные. Среди них есть изображение ресторана, фастфуда, самого приема пищи и др.

Для анализа гастрономических особенностей англоязычного варианта изучаемого концепта выборка фактического материала проводилась на основе поисковых запросов хэштегов с элементом «Motherland» (всего было выявлено 17 единиц): #mymotherland; #MyMotherland; #my_motherland; #this_is_motherland; #ThesIsMotherland; #tothemotherland; #IloveMYmotherland; #My_native_Motherland; #scenery_motherland; #beautyofmotherland; #historical_motherland и др. Среди выделенных изображений тематическую связь с гастрономической тематикой имели 43 иллюстрации, определившие несколько иные образные представления рассматриваемого концепта. В первую очередь, это, разумеется, уже указанные количественные несоответствия

отобранных за одинаковый временной интервал единиц фотографического материала. Кроме того, качественная характеристика иллюстраций также позволяет установить отличия в ассоциативных связях носителей английского языка с концептом «Motherland». Так, систематизация собранного материала позволила нам выделить только четыре содержательно единые подгруппы фотографий:

1. Изображения мест общественного питания (пабов, ресторанов, кафе). Данная группа включает 19 единиц (44,2%).

2. Фотографии алкогольных напитков (9 единиц, 20,9%), среди которых 3 – виски, бренди или коньяк, 2 – пиво, 2 – вино, 1 – шампанское, 1 – мартини.

3. Изображения ресторанных блюд, составляющие 16,3% от общего числа отобранного материала (7 наименований).

4. 7 единиц – это единичные изображения (кухня, столовые приборы, специальная одежда (фартук, колпак), прием пищи, товарный знак ресторана быстрого питания, меню, детское питание).

Заключение. Проблемами концептов – особых квантов языкового сознания – занимаются различные научные направления: лингвокультурология, когнитивная лингвистика, лингвоаксиология и др. Указанные парадигмы накопили достаточный опыт в описании концептов, включающий средства, подходы, формы представления результатов и др. Концептуализация представлений об окружающей действительности является одним из главных способов сохранения и ретрансляции знаний. Несмотря на наличие индивидуальных особенностей в отображении фактов, явлений и феноменов, опытным путем, анализируя частотность, можно установить их ядро и участки ближней и дальней периферии.

Материалом исследовательской работы по реконструкции концептов традиционно выступают тексты различной жанровой или дискурсивной принадлежности. Однако при таком понимании проблемы неизбежно возникает методологическая лакуна: ученые едины во мнении о наличии сильной образной составляющей концепта, одновременно при этом они избегают детального анализа материала, имеющего образную форму представления (фотографии, изображения, иллюстрации). С одной стороны, это вполне обоснованно, так как данный вид информации сложно поддается аналитическому изучению: требуются дополнительная авторская интерпретация. С другой стороны, некоторые источники сегодня позволяют исследовать образную составляющую концепта. В частности, выбранная нами в качестве такого источника социальная сеть Instagram

благодаря своим технико-функциональным особенностям (использование хэштегов) в значительной мере помогает снять вопрос об отборе и правильной интерпретации фактического материала, которого, как показал наш опыт, социальный мессенджер предлагает в достаточном объеме.

Разработанная нами методика анализа образной составляющей англоязычного концепта «Motherland» и его русскоязычного варианта («Родина») предполагала не только выборку практического материала, имеющего хэштеги с соответствующим тематическим компонентом, но и его систематизацию. В настоящей публикации нами приведен детальный анализ изучения гастрономических особенностей рассматриваемых концептов.

В качестве выводов проведенной исследовательской работы следует назвать подтверждение гипотезы, включающей положение о наличии расхождений в образном представлении этих концептов в языковом сознании англо- и русскоговорящей языковой личности. Так, результаты

показывают, что количественные и качественные особенности в гастрономических образных представлениях носителей русского и английского языков имеют коренные отличия: для русскоязычного языкового сознания иллюстративные ассоциации с концептом «Родина» являются более широкими и многоаспектными, их ядро составляют национальные маркированные символы благополучия и достатка (икра, мясо). Для англоязычной ментальности фотографическая образность менее важна и основывается на локализации языковой личности.

Литература

1. Here's how to use Instagram [Electronic resource] / Business Insider. – 2010. – Mode of access: <http://www.businessinsider.com/instagram-2010-11>. – Date of access: 18.05.2018.
2. Аберкромби, Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер. – М.: Экономика, 2004. – 620 с.

Поступила в редакцию 29.05.2018 г.