

Бумакова Мария Викторовна

студентка

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный

университет профсоюзов»

г. Санкт-Петербург

ПОНЯТИЙНЫЙ И ОБРАЗНЫЙ КОМПОНЕНТЫ КОНЦЕПТА «PUB» В СЕТЕВОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ДИСКУРСЕ

***Аннотация:** в данной статье автором представлен анализ структуры концепта «PUB» на основе материала сообщений социальной сети Twitter. На основе анализа выделены ключевые компоненты концепта «PUB», проанализирована их относительная значимость, составлены авторские схемы.*

***Ключевые слова:** концепт, сетевой дискурс, лингвокультурология, контент-анализ, Великобритания.*

Паб, в силу различных исторических и социальных причин, является одним из важнейших элементов британской культуры. Как утверждает выдающийся антрополог Кейт Фокс, пабы посещают более трёх четвертей взрослого населения Великобритании, из них одна треть – завсегдатаи, бывающие в пабе как минимум раз в неделю. Для многих паб – это второй дом. Уместно говорить о формировании внутри паба специфического социального микроклимата [6, с. 111], в котором образуется особая система норм и правил поведения. В то же время следует учитывать древность традиции. Появление пабов восходит к периоду романизации Британских островов (I в. до н.э. – I в. н.э.) [1, с. 38], а история отдельных пабов зачастую насчитывает несколько сотен лет.

Таким образом, анализ концепта «PUB» представляет несомненный научный интерес с точки зрения лингвокультурологии, позволяет углубить понимание данного понятия и способствует развитию межкультурной компетенции у изучающих язык и культуру Великобритании.

В рамках отечественной лингвокультурологии изучению пабов посвящены работы Е.В. Волковой и М.Б. Бумаковой, исследующие названия британских

пабов, содержащих антропимы, и раскрывающие в результате их анализа социальные категории, обладающие для британцев особым историко-культурным значением [1, с. 40]. Также проводился гендерный анализ названий пабов, содержащих антропимы, показавший особенности репрезентации женских имен в названиях пабов [8, с. 14–15]. Однако исследование концепта «PUB» на материале сетевого англоязычного дискурса еще не проводилось в рамках отечественной лингвистики.

В данной статье мы придерживаемся лингвокультурологического подхода в определении концепта, под которым мы понимаем «многомерное смысловое образование, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны» [2, с. 91]. Под сетевым дискурсом мы понимаем часть Интернет-дискурса, представленную жанром социальных сетей.

Анализ словарных дефиниций 14 англоязычных толковых словарей позволил выделить ядерные семы, входящие в состав лексемы «pub» и являющиеся ключевыми в понятийной составляющей концепта: «establishment», «alcohol», «entertainment», «socializing». Данные компоненты могут быть представлены в виде следующей схемы.

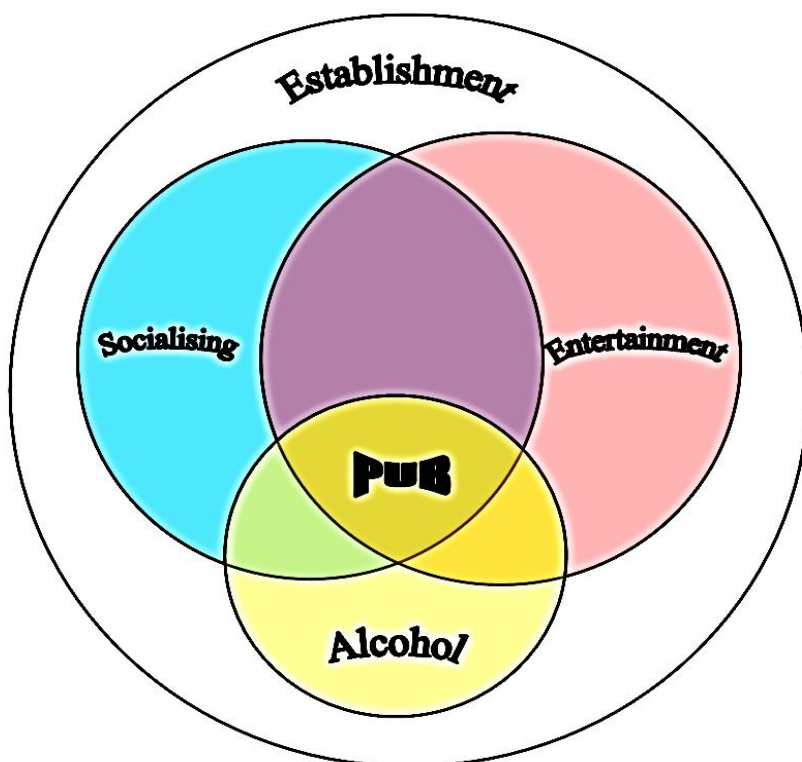


Рис. 1

Для определения типичных образов и ситуаций, связанных с исследуемым концептом, нами был проведен контент-анализ текстов 1000 сообщений, опубликованных в социальной сети Twitter. В ходе анализа были выявлены и подсчитаны наиболее часто повторяющиеся в текстах языковые средства, которые затем были поделены на ряд тематических групп:

– группа «Alcohol», включающая упоминания употребления спиртных напитков, – 364 упоминаний;

– группа «Food&Drink», упоминания приемов пищи и безалкогольных напитков, – 134 упоминаний;

– группа «Social network», упоминания круга общения людей в пабе, – 448 упоминаний;

– группа «Activities», упоминания различных видов деятельности в пабе, – 971 упоминание. При этом, подавляющая часть видов деятельности относится к подгруппе развлечений («Entertainment» – 846).

Образный компонент концепта «pub» может быть представлен в форме следующей схемы.

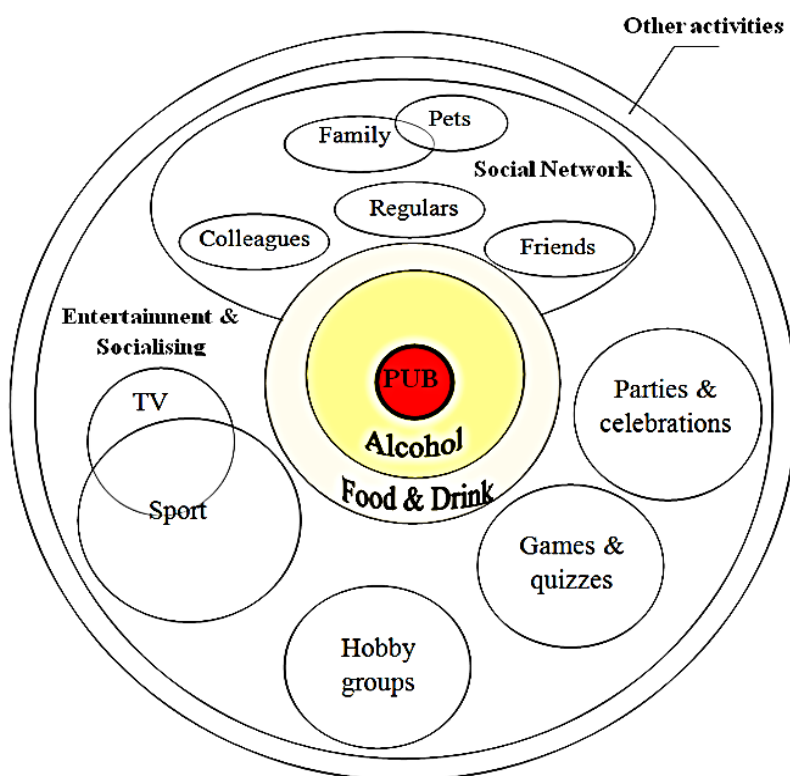


Рис. 2

Таким образом, выделенные группы соотносятся с элементами понятийного компонента концепта: круг общения напрямую связан с элементом «socializing», тогда как группа «Activities» одновременно относится к элементам «entertainment» и «socializing», которые неразрывно связаны внутри структуры концепта, так как все виды деятельности в пабе неотрывно связаны с процессами коммуникации, в их ходе происходит общение между людьми, устанавливаются и поддерживаются различные социальные контакты и связи.

Сравнение количественного соотношения данных групп позволяет нам сделать вывод о том, что группа «Alcohol» отнюдь не является ключевой, хотя и является одним из основных компонентов структуры концепта «pub». Гораздо большее значение имеют компоненты «entertainment» и «socializing», что также подтверждается анализом сообщений людей о своем поведении во время так называемого «Dry January» («Сухого января»), когда люди, даже отказываясь от спиртного, не переставали регулярно посещать пабы с целью социального общения.

Ядро концепта составляет наименование концепта – «PUB». По ассоциативному ряду элементы «Alcohol» и «Food&Drink» последовательно располагаются наиболее близко к ядру. Однако, по количественному представлению они значительно уступают элементам «entertainment» и «socializing», которые обладают наибольшей ценностью для британцев. Как уже было отмечено, элементы «entertainment» и «socializing» неразрывно связаны и пересекаются друг с другом, тогда как элемент «Alcohol» пересекается с ними лишь частично, так как люди могут регулярно посещать пабы, не покупая при этом алкоголя. К крайней периферии отнесена прочая возможная деятельность в пабе (e.g. работа).

Таким образом, нами была рассмотрена и составлена структура концепта «pub», согласно его репрезентации в сетевом дискурсе англоязычных социальных сетей на основе материала тысячи сообщений микро-блога Twitter. Проведенный анализ позволяет нам заключить, что паб действительно является неотъ-

емлемой и одной из наиболее значимых составляющих, присущих исключительно британской культуре, и образует в сознании жителей Великобритании особый лингвокультурный концепт.

Список литературы

1. Волкова Е.В. Культурно-историческое значение отдельных социальных групп в Великобритании (на основе анализа названий пабов, содержащих антропонимы) / Е.В. Волкова, М.В. Бумакова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2015. – №6. – Ч. 1. – С. 38–40.
2. Карасик В.И. Языковая кристаллизация смысла. – М.: Гнозис, 2010. – 351 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.
4. Карасик В.И. Языковые ключи. – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.
5. Попова З.Д. Когнитивная лингвистика / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2010. – 314 с.
6. Ушаков А.А. Интернет-дискурс как особый тип речи // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2010. – №4. – С. 170–174.
7. Fox K. Passport to the Pub: The Tourist' Guide to Pub Etiquette. London: The Do-Not Press, 1996. – 80 p.
8. Fox K. Watching the English. – London: Hodder and Stoughton Ltd, 2005. – 424 p.
9. Volkova E.V. Women in British Pub Names: Linguistic and Cultural Analysis / E.V. Volkova, M.V. Bumakova // Proceedings of Academic Science: Materials of the X International Scientific and Practical Conference. Sheffield: Science and Education, Ltd., 2014. – Vol. 4. Philological Sciences. Psychology and Sociology. History. – P. 10–15.