

АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО МЕНТАЛИТЕТА ЧЕРЕЗ ХЭШТЕГ #ЗАГОТОВКИНАЗИМУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТИКТОК

Болова Д.А.

Научный руководитель: Быльева Д.С.

Россия, г. Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация. В данной статье рассматриваются публикации под хэштегом #заготовкиназиму в социальной сети ТикТок и анализируются тематические профили. Ставится вопрос, зачем люди делают заготовки, как они мотивируют публикацию постов со своими рецептами, как пользователи реагируют на подобные видео в своих рекомендациях, в каком количестве имеют место негативные комментарии и есть ли публикации со схожей тематикой в иноязычных частях соцсети. Анализируется также и половозрастной состав авторов. Всё это помогает сформулировать ответ на главный вопрос – как сквозь публикации под хэштегом «заготовки на зиму» можно определить особенности русского менталитета и жизни россиян.

Ключевые слова: заготовки на зиму; соленья; менталитет; россияне; хэштег; профиль.

Функции еды в современном человеческом обществе весьма разнообразны. Прием пищи уже давно перестал быть чисто физиологической потребностью, существующей для удовлетворения элементарной биологической потребности питания, существующей не только у людей и животных, но и у растений. Теперь она играет также иную роль – формы, опосредствующей социальное общение людей [4, с. 5].

В этнографии и этнологии пища анализируется как социокультурный феномен, этническая традиция, важнейший элемент материальной культуры народов [3, с. 211]. А с социологической точки зрения, питание представляет собой не столько естественный биологический процесс, сколько деятельность по созданию индивидуальных и социальных смыслов. Это многогранный феномен, он имеет физиологические, культурные, эмоциональные и другие аспекты. Будучи таковым, потребление еды становится «лабораторией для понимания социальных отношений» [7].

Следовательно, помочь понять социальные отношения в российском обществе и выявить особенности его менталитета может русская национальная кухня. Подходящий объект исследования – заготовки на зиму, являющиеся характерным блюдом для русской кухни. Для анализа отражения жизни россиян в сети Д.С. Быльева предлагает использовать метод нетнографии [1, с. 138].

Любовь к заготовкам на зиму – одна из черт русского менталитета. Так сложилось, что люди с давних времен квасили, солили и мариновали почти все дары природы: капусту, огурцы, свёклу, морковь, горох, груши, чеснок, яблоки,

кабачки и баклажаны. Соления зачастую выступали не как прихоть, а как необходимость, ибо выживать без них в холодный зимний период было значительно сложнее. Эта привычка, несмотря на то, что теперь в магазине круглый год можно найти свежие фрукты и овощи, существует и поныне: если у среднестатистического жителя постсоветского пространства появилась возможность сделать на зиму заготовки, то он обязательно ею воспользуется. А некоторые слои населения, живущие в основном за счёт своего огорода, вынуждены даже искать и добиваться такой возможности, дабы сэкономить зимой.

Нельзя утверждать, что заготовки делают только россияне. Эта черта присуща ещё и жителям Армении, Польши, Сербии, Италии, Греции, Монголии и Болгарии. Однако в таких масштабах, как в странах ближнего зарубежья и России, соленья не делают больше нигде. Тот факт, что заготовки так популярны в бывших союзных республиках, объясняется их во многом схожими менталитетами, общим прошлым и постоянным взаимовлиянием.

А вот жители таких стран, как США, Великобритания, Германия не считают нужным делать варенья, компоты и соленья. Люди предпочитают не тратить на это свое время, у них нет ни подходящих условий, ни инвентаря, они в принципе не очень любят консервированную еду и больше не занимаются огородом в прежних масштабах. Если же возникла необходимость, то готовые соленья и варенья можно купить в большинстве магазинов.

Первая задача – поиск схожих публикаций в иноязычных частях социальной сети. В итоге, в англоязычной части ТикТока не было найдено никаких видео со схожей тематикой. Хэштег «pickles» выдал в основном мемы про маринованные огурцы, а не рецепты их приготовления, а «provisionforthewinter» вообще не дал результатов. То же самое и с меткой «jam». В испаноязычной части хэштег «perinillos», так же означающий соленья, не выдал стоящих результатов. Был найден только один пост, в котором действительно был рецепт маринованных огурцов, а не очередные мемы или видео на отвлекенную тему. Хэштег «mermelada» (варенье) выдал только несколько публикаций, где пользователи пробовали варенье разных марок, домашнее варенье никто не делал. По запросам на корейском «절인 것», на немецком «Gurken» и шведском «ättiksgurka» так же не найдено ничего по теме солений.

Зато в русскоязычной части социальной сети ТикТок по хэштегу «заготовкиназиму» получилось найти огромное количество публикаций, где авторы делятся своими рецептами маринованных огурцов, помидоров, баклажан, рецептами варенья из разных ягод и даже способами закрутки икры (рис. 1). Запросы «варенье», «лечо» и даже «помидоры» (хотя то, что помидоры должны быть именно маринованными, указано не было), выдали видео с рецептами на любой вкус. Следовательно, различные сезонные заготовки интересны в большей степени русскоязычным пользователям, чем остальной части мира.

Далее, 100 первых публикаций под данным хэштегом было проанализировано. В результате выявлено, что 27% таких видео выложены профилями, непосредственно посвященными тематике солений и маринадов. 31% посвящен вообще даче и ведению хозяйства, 24% – приготовлению разной пищи, а не только заготовок. Остальные 18% – личные аккаунты пользователей. Факт того,

что именно в русском ТикТоке можно найти целые профили, посвященные теме заготовок, означает, что россияне серьезно относятся к этому занятию и тратят свои силы и время на съемку и монтаж видео, на ведение аккаунта и на ответы многочисленным подписчикам в комментариях. Естественно, что для многих такие профили уже даже успели стать источником заработка. Однако люди готовы вести подобные аккаунты даже если они не приносят никакой прибыли. Многие делают это «для души», чтобы чувствовать себя полезными обществу. Такие пользователи не гонятся за количеством подписчиков и популярностью, в то же время ведя очень уютные страницы с подробной и полезной информацией и качественными видео. Именно такие профили лучшим образом отражают внутреннее состояние своего владельца, чьи идеи, мысли, привычки и жизнь во многом схожи с жизнями тысяч его земляков.

Почему русский человек занимается заготовками на зиму? Причины бывают разные. Из 64 публикаций, в которых прямо или косвенно объясняется необходимость делать варенья и соленья, 32% называют богатый урожай, который негде хранить; с 4% поделились друзья; 17% мотивируются любовью членов семьи к соленьям; 11% – желание питаться качественным продуктом; и 36% – попытка сэкономить.

Газета.ру пишет, что 85 % российских семей запасаются заготовками, и 35% из них в ходе опроса поясняют, что делают консервы ради экономии семейного бюджета [6]. Действительно, соленья могут одновременно заметно сокращать расходы и быть хорошим источником витаминов зимой. Ведь несмотря на то, что фрукты и ягоды существуют в холодный период года, они значительно дороже, чем в сезон. И если делать соленья, тем более из дачного урожая, то экономия существенная.

Для доказательства этого суждения проведен анализ выбранных ста видео и выявлены наиболее популярные объекты заготовок. Это помидоры – 19%, баклажаны – 19%, огурцы – 15%, лечо – 11% и малина – 10%. Остальные 36% – 8 разных реже встречающихся видов. Далее оценена стоимость в зимний период и в сезон более востребованных продуктов для солений, маринадов и варений. Например помидоры, самый популярный ингредиент, зимой стоят 220-230 р. за 1кг., в то время как летом они стоят 60-80р. Следовательно, покупать их зимой будет дороже на 266%. Покупка огурцов выйдет дороже на 200%, малина на 45% и баклажаны на 100%. Итог: заготовление фруктов и овощей в сезон определенно поможет сэкономить в будущем.

Другим интересным проявлением российского менталитета являются реакции пользователей на такие посты в своей ленте. Исследование первых двадцати комментариев под тридцатью наиболее популярными публикациями показало, что около 81% из них носят положительный характер, а остальные 19% – отрицательный.

В отзывах, классифицированных как положительные, люди благодарят авторов за их труд, за вкусный рецепт, хвалят умения. Встречаются и те, кто с юмором относится к случайному попаданию такого видео в свои рекомендации. Пользователь пишет: «Как я упустила момент, когда я стала сохранять видео с рецептом лечо??» и получает от других людей «+++». Другая смешная ре-

акция: «Мне уже 27 лет, уже давно пора научиться закатывать огурчики.» Благодаря этому становится понятно, что заготовки четко ассоциируются с определенным возрастом и все их воспринимают как один из этапов взросления.

Действительно, если верить анализу публикаций, то 68% из них сделаны пользователями возрастной категории 40 лет +, и лишь 32% – младше 40 лет. Кроме того выявлено, что 94% постов выложены женщинами, и только 6% – мужчинами.

А вот в отрицательных комментариях люди нередко критикуют автора, делятся своим рецептом, который, по их мнению, лучше и проще, дают непрошенные советы и иногда вступают в споры. Стабильно под каждой публикацией, под которой не отключены комментарии, среди десятков положительных отзывов можно найти хотя бы один негативный. Вплоть до странного замечания: «Моя мама делала по-другому». Это – проявление негативизма и любви к спорам, присущих народу.

Итак, заготовки на зиму – любимое занятие большинства россиян. Жители сел все еще активно занимаются собирательством и огородничеством. Это отражено, например, в этнографии села Черноруд, находящегося в Иркутской области. Автор утверждает, что почти все семьи заготавливают ягоды, в основном, смородину и бруснику, солят грибы и даже сушат дикий лук. Жители выезжают ради этого в тайгу на 25 км целыми семьями. С огорода, который есть почти у всех, люди собирают огурцы, помидоры, капусту, морковь, свеклу и смородину для будущих заготовок [5, с. 7-9].

Несмотря на это, есть сведения, что доля людей, делающих маринады и соленья, с каждым годом сокращается. Однако же свой огород предпочитают вести 89% владельцев дач и приусадебных участков, и 88% респондентов, имеющих его, делают соленья и варенья, консервы. Кроме того, более 75% тех, кто ходит в лес за грибами и ягодами тоже занимаются заготовками [2].

Нигде больше в мире не готовят соленья, варенья и компоты с такой любовью и в подобных масштабах, как в России, сумевшей кое-как сохранить особенности своей национальной культуры. Поэтому именно через этот тег можно понять важные особенности русского менталитета и жизни страны в целом. Например, что россияне часто руководствуются принципом «все свои» и охотно делятся с другими тем, что у них есть в избытке, умеют при необходимости правильно экономить, чтут традиции, имеют особое отношение к жизни и отличную от всего мира судьбу.

Библиографический список:

1. Быльева Д.С. Исследование жизни человека в сети: нетнография, виртуальная этнография и другие методы // Материалы I Междунар. науч.-практ. конф. Иркутск, 21 сент. 2020 г. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2020. С. 135-140.

2. Золотарев А. Жители России стали меньше делать заготовок на зиму [Электронный ресурс]. URL: <https://riafan.ru/1338898-zhiteli-rossii-stali-menshe-delat-zagotovok-na-zimu> (дата обращения: 01.11.2020).

3. Носкова А.В. Питание: методологические подходы к исследованию и повседневные практики. // Вестник МГИМО Университета. Социологические науки. 2014. №6(39). С. 209-218.

4. Токарев С.А. К методике этнографического изучения материальной культуры // Этнографическое обозрение. 1970. №4. С. 3-17.

5. Хандагурова М.В., Харинский А.В., Казанцева Е., Голева О., Литвиненко С., Пихтина Е., Бородин Д. Материалы по этнографии села Черноруд (по результатам студенческой полевой этнографической практики 2002.) // Известия Лаборатории древних технологий. История и Археология. 2003. № 1(1). С. 156-170.

6. Шерункова О. Не умереть с голоду: как россияне готовятся к зиме [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/10/14/12754886.shtml> (дата обращения: 02.11.2020).

7. Warde A. Consumption. Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture. London: Sage, 1997.

ANALYSIS OF THE RUSSIAN MENTALITY THROUGH THE HASHTAG #ZAGOTOVKIKINAZIMU IN THE SOCIAL NETWORK TIKTOK

Bolova D.A.

Scientific adviser: Bylyeva D.S.

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russia

Abstract. *This article discusses publications under the hashtag # stub-kinazimu on the TikTok social network and analyzes thematic profiles. The question is asked why people make preparations, how they motivate the publication of posts with their recipes, how users react to such videos in their recommendations, how many negative comments are there, and whether there are publications with similar topics in foreign language parts social network. The gender and age composition of the authors is also analyzed. All this helps to formulate the answer to the main question – how through the publications under the hashtag "preparations for the winter" one can determine the peculiarities of the Russian mentality and the life of Russians.*

Keywords: *Blanks for the winter; pickles; mentality; Russians; hashtag; profile.*