

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2024.53.29>

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ СЕНСУАЛЬНЫХ ПАРАМЕТРОВ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ МЕДИА-ДИСКУРСЕ

Научная статья

Верзина Я.Д.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0002-6294-1506;¹ Владивостокский государственный университет, Владивосток, Российская Федерация¹ Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (novikova.yad[at]mail.ru)

Аннотация

В статье рассматривается актуализация сенсорных параметров гастрономического медиа-дискурса на материале видео-рецептов кулинарных блогеров, говорящих на английском языке (Дженнаро Контальдо, Шерил Ли и Глен Поуэлл). В статье представлены жанровые особенности гастрономического медиа-дискурса, одной из которых является проявление сенсорных параметров. К сенсорным параметрам относятся вкус, запах, текстура, цвет и количество. Манифестация сенсорных параметров характерна речи всех видео-блогеров, что говорит об универсальности данного аспекта в рамках гастрономического медиа-дискурса. Выявлены две основные функции актуализации сенсорных параметров: привлечение зрителей к готовке и уточнение параметров приготовления. Разница проявления сенсорных параметров зависит от условий реализации дискурса.

Ключевые слова: гастрономический медиа-дискурс, сенсорные параметры, дискурс, дискурсивный анализ.

REPRESENTATION OF SENSUAL PARAMETERS IN GASTRONOMIC MEDIA DISCOURSE

Research article

Verzina Y.D.^{1,*}¹ ORCID : 0000-0002-6294-1506;¹ Vladivostok State University, Vladivostok, Russian Federation¹ Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russian Federation

* Corresponding author (novikova.yad[at]mail.ru)

Abstract

The article examines the actualization of sensual parameters of gastronomic media discourse on the material of video recipes of cooking bloggers speaking in English (Gennaro Contaldo, Cheryl Lee and Glen Powell). The article presents genre features of gastronomic media discourse, one of which is the manifestation of sensual parameters. Those include taste, smell, texture, colour and quantity. Manifestation of sensual parameters is characteristic of the speech of all video-bloggers, which indicates the universality of this aspect within the framework of gastronomic media discourse. Two main functions of the actualization of sensual parameters have been identified: attracting viewers to cooking and clarifying cooking parameters. The difference in the manifestation of sensory parameters depends on the conditions of discourse implementation.

Keywords: gastronomic media discourse, sensory parameters, discourse, discourse analysis.

Введение

Гастрономический дискурс как отдельный вид институционального дискурса исследователи стали выделять только в начале двадцать первого века по причине развития интереса к области гастрономии и передаче кулинарного опыта. Н.П. Головницкая отмечает, что гастрономический дискурс включает в себя лично-ориентированную коммуникацию [4, С. 15], что в своем определении данного типа дискурса подтверждает А.В. Олянич: «лично-ориентированный тип так называемой глоттонической коммуникации, носящей институциональный характер» [9, С. 157]. Согласно В.И. Карасику, дискурс с точки зрения социолингвистики делится на два типа – персональный и институциональный. Если первый тип характерен одному конкретному человеку и его внутреннему миру, то второй – сразу группе лиц, объединенных единым типом социального института и статусно-ролевыми отношениями [5, С. 6-11]. Гастрономический дискурс носит институциональный характер, так как является характерным типом дискурса, основанном на определенном типе коммуникации (глоттонической), которая объединяет людей в рамках гастрономической сферы.

Медиа-дискурс сам по себе существует очень давно, со времени появления газет и радиовещания. Однако особое внимание исследователей он привлек в начале двадцатых годов двадцать первого века, что может быть связано с двумя причинами. Во-первых, достаточное развитие технологий позволило более широкому кругу людей обрести доступ к средствам массовой информации. Погружаясь в общение с помощью средств массовой информации, коммуниканты становятся участниками медиа-дискурса. Вторая причина может быть связана с мировой пандемией, в связи с которой многим пришлось перейти на способы онлайн-коммуникации, и средства онлайн-вещания стали популярны как никогда. Согласно В.Н. Бабаяну, медиадискурс «это публичное, устное или письменное коммуникативное взаимодействие, которое происходит через некий канал вещания (например, печатные источники информации; телевизионные и радио-каналы, интернетсайты), дискурс которого ориентирован как на присутствующего

(эксплицитного), так и на неприсутствующего (имплицитного/ потенциального) читателя, слушателя или зрителя» [1, С. 128–129].

Гастрономический медиа-дискурс представляет собой особый вид дискурса, в своей основе имеющий глоттоническую коммуникацию, представленную в формате видео-рецептов. Если целью гастрономического дискурса является успешная глоттоническая коммуникация, построенная на передаче опыта и успешном освоении реципиентом кулинарной культуры другого человека или народа, то гастрономический медиа-дискурс нацелен на передачу кулинарного опыта с помощью средств массовой информации в формате отложенной коммуникации [2, С. 10]. Данный вид дискурса имеет свои жанрообразующие характеристики, сочетание которых формирует его основу:

1. Отложенная коммуникация.

Согласно К. А. Мельниковой и В. Н. Бабаяну, медиа-дискурс диалогичен по своей структуре, поскольку построен на коммуникации источника информации (в нашем случае видеоблогера, демонстрирующего рецепт приготовления блюда) и реципиента (зрителя видеоролика) [7, С. 173]. Однако данная коммуникация будет нести отложенный характер, присущий автономному виду медиа-дискурса [1, С. 128]. Подобный вид коммуникации предполагает, что зритель может ознакомиться с сообщением автора канала в любое удобное для него время в формате записи, а также оставить комментарий под видео, на который потом может ответить и сам автор канала, поддерживая коммуникацию со зрителями, и другие зрители. Однако прямая коммуникация в режиме реального времени невозможна. Именно поэтому многие блогеры имитируют прямое общение со зрителями, обращаясь к ним напрямую и отвечая на их возможные вопросы, сокращая таким образом дистанцию между ведущим и зрителем, стараясь обойти препятствие в виде отложенной коммуникации.

2. Вербализация последовательных действий блогера.

Основная цель видео-рецептов – научить зрителя готовить. Поэтому блогеры наглядно демонстрируют последовательные шаги в приготовлении блюда, сопровождая их подробным описанием того, что именно они делают. Подобные описания могут не только научить зрителя новой технике приготовления, но и помогут не сбиться во время приготовления блюда, поскольку, когда зритель решает повторить видео-рецепт, он включает его как инструкцию. Подобные пошаговые описания являются необходимым атрибутом кулинарного видеоблога.

3. Передача сенсорного опыта.

Сенсорными параметрами является те параметры нашего опыта, которые мы познаем с помощью органов чувств. Данные параметры невозможно в полной мере передать с помощью видеоизображения, поэтому блогеры описывают их для зрителей, опираясь на собственные наблюдения и ощущения [3, С. 402].

Именно описанию сенсорных параметров в рамках гастрономического медиа-дискурса и посвящено наше исследование. К подобным параметрам мы относим вкус, запах, текстуру, цвет и количество (если не применяются общепризнанные системы измерения). Мы предполагаем, что наличие ярких описаний ощущений, недоступных зрителю при просмотре, может побудить зрителя к приготовлению блюда, а значит заинтересовать в гастрономии и в канале определенного блогера, успешно применяющего подобные описания.

Целью исследования является характеристика сенсорных параметров как жанрообразующего фактора реализации гастрономического медиа-дискурса.

Методы и принципы исследования

Методы исследования включают в себя дискурсивный и сравнительно-сопоставительный анализ.

Материалом исследования является речь трех кулинарных блогеров, видеоролики которых размещены на платформе бесплатного видео-хостинга YouTube. Основными сенсорными параметрами, на актуализацию которых мы обращали внимание при анализе, являются вкус, запах, текстура, цвет и количество. Все три блогера ведут блоги на английском языке, хотя являются представителями разных культур – Италии, Шотландии и Канады. На каждом из каналов были отобраны самые популярные видеорецепты, общей длительностью 1 час 11 минут 39 секунд:

1. Дженнаро Контальдо, 20 минут 15 секунд видеоматериала (3 видеоролика), канал «Gennaro Contaldo» (Италия, 635 тысяч подписчиков) [12].

2. Шерил Ли, 20 минут 52 секунды видеоматериала (3 видеоролика), канал «What's For Tea?» (Шотландия, 153 тысячи подписчика) [11].

3. Глен Поуэлл, 30 минут 32 секунды видеоматериала (2 видеоролика), канал Glen And Friends Cooking (Канада, 618 тысяч подписчиков) [13].

Основные результаты

Дженнаро Контальдо, будучи известным итальянским поваром, ведущим блог на английском языке, ярко манифестирует сенсорные параметры, подчеркивая эмотивную составляющую жеста и интонацией.

В процессе описания вкуса блюда повар прибегает к разнообразному репертуару стилистических средств, таких как метафоры, эпитеты, аллюзии. С помощью метафор повар описывает особенно гармоничное сочетание вкусов: «Rosemary and a couple of bay leaves. What a marriage!», «Full of flavour, full of lava, I can taste all the herbs». Также повар прибегает к использованию оценочных эпитетов с явно выраженной положительной коннотацией, таких как «incredible» (2 использования), «unbelievable» (3), «nice» (9) и «lovely» (12). В одном из своих видео повар пробует спагетти карбонара и комментирует свои впечатления посредством аллюзии на мультфильм «Леди и Бродяга», который запомнился зрителям сценой, где главные персонажи ужинали спагетти: «Lady and the Tramp. The Tramp is eating». Таким образом, повар сравнивает себя с тем самым Бродягой из мультфильма. Подобная отсылка вызывает к ностальгическим чувствам зрителя, поскольку сам мультфильм был выпущен в 1955 году, и является классической картиной известной мультипликационной компании.

Описывая аромат, Дженнаро Контальдо обычно прибегает к коротким восторженным восклицаниям: «Celery! Odore! The smell! The aroma!»; «Oh my goodness!». Блогер обращается напрямую к зрителю, выражая свое восхищение

запахом: «I wish you could smell!». Однако особое внимание данному сенсуальному параметру повар уделяет всего однажды: «You will ask me: «My God, that is a big chili! How, how do I know how much chili you're going to use?» Easy, you just give them a little cut here on the side, and then under your eyes you break it, you smell it. If you smell strong... This is not strong. If you smell it strong, it means it's strong, but not this one.» Этот случай является исключительным, поскольку такое подробное описание становится частью мастер-класса, своего рода инструкцией, в которой главную роль играет обоняние.

Обращая внимание на текстуру блюда или ингредиентов, повар часто прибегает к слову «creamy» (5 случаев использования в 3 видео). Это слово используется в речи повара при приготовлении соусов и имеет исключительно положительную коннотацию: «I wanna that creamy, can you see that creamy? Come, have a look at that lovely creamy». Помимо этого, повар описывает текстуру, когда говорит о нарезке или подготовке продукта: «Just take this parsley and roughly chop», «So, first of all let me just slice some of the garlic, really nice, it's almost like a big chunk», «I always used the whisk because I could loosen the meat, because sometime the mincemeat can become a very lumpy».

Упомянув количество используемых ингредиентов, повара не всегда точно указывают количество, порой ориентируясь на свои ощущения и вкус. По этой причине количественные показатели также могут быть отнесены к сенсуальным параметрам наравне со вкусом, запахом и текстурой блюда, так как часто определяются «на глаз», по ощущениям. Дженнаро Контальдо в своих описаниях обращается к достаточно размытым формулировкам: «A stock. You need about two finger above the mix», «Have a nice knob of a butter, a big one». Повар не дает никаких грамматик, когда речь идет о сыре: «Parmesans...don't be afraid», «Lots, lots of parmesan», «Come on, gadget! Put them all inside, come on, plenty I need it!», «Ау, at this look! Come on, rain, rain, rain!», во всех приведенных примерах повар параллельно натирает сыр на терке. Данными примерами можно продемонстрировать его отношение к сыру, поскольку этого продукта он никогда не жалеет в своих блюдах. Количественные показатели представлены посредством эпитетов, лексических повторов и метафоры.

В результате анализа зафиксировано, что чаще всего для описания количества блогер использует фразу «a little bit» (26 случаев в проанализированном материале), при этом о точном значении фразы судить достаточно сложно. Сам повар комментирует неопределенность количества при использовании «a little bit» следующим образом: «When I say «little bit» it's quite a bit». Следовательно, судить о том, какое именно количество ингредиента нужно использовать, зритель может только следуя за видеорядом ролика. Возможно, это одна из тактик, побуждающая зрителей к просмотру, в том числе многократному, на случай, если кто-то захочет повторить рецепт. Сам видеоролик не сопровождается описанием рецепта с точным количеством необходимых для его приготовления продуктов.

Дженнаро Контальдо уделяет особенное внимание визуальному аспекту, демонстрируя зрителю то, что не в силах передать через экран. Например, замешивая соус в пасту, он наглядно демонстрирует, каким должен быть результат: «Look at this beauty, look at that, this is what I'm talking about!». Или, понюхав только что разрезанный лимон, повар протягивает его камере, будто желая поделиться впечатлениями: «Oh my goodness! I wish you could smell!». Таким образом, повар не только описывает собственные действия и впечатления вербально, но также и подкрепляет эмотивную составляющую описания сенсуальных параметров посредством невербальной коммуникации, методом демонстрации. Бывают случаи, когда повар намеренно прибегает исключительно к невербальной реакции, например, разводит руками, мотает головой, уходит из кадра, доедая приготовленное блюдо. Подобные реакции встречаются именно в процессе дегустации блюд. В таких случаях молчание повара воспринимается острее, будто бы он лишился дара речи, а его жесты только дополняют картину, отражая его восторг.

Повар из Шотландии Шерил Ли выделяется среди остальных видеоблогеров нетрадиционным форматом своих роликов – она записывает процесс приготовления практически от первого лица, когда камера фиксирует только ее руки и рабочую поверхность стола. Само же описание рецепта Шерил Ли накладывает после, уже в процессе монтажа видеорецепта. Данный формат значительно усложняет описание сенсуальных параметров блогером, поскольку звуковая дорожка записывается отдельно и уже после приготовления блюда. Такой подход приводит к тому, что в видеороликах полностью отсутствует описание запахов.

Описания вкуса, в свою очередь, носят отложенный характер и для самого блогера, так как она делится впечатлениями о блюде не в сам момент дегустации, а спустя какое-то время: «These tatties were lovely, I actually used King Edward's and they were delicious, very buttery», «It was so nice», «Wonderful and so rich», «It's very tasty».

Описывая ингредиенты, блогер также отмечает их вклад во вкусовую составляющую блюда: «I would recommend using the fennel seeds, it is going to give your stew, you know, a lovely sort of background flavor and they're lovely in this recipe», «I've I use the gravy granules, it thickens up nicely but it's not too thick and it gives a really nice flavour». Блогер не комментирует сам вкус готового блюда, но поясняет значимость отдельно-взятых ингредиентов.

Формат видеорецептов Шерил Ли предполагает, что, создавая отдельно аудиодорожку к готовой видеозаписи, блогер имеет больше времени на составление текста, а также различные варианты его редактирования. Таким образом, мы можем предположить более высокую степень подготовленности текста и меньшую степень спонтанности. Ролики Шерил Ли наполнены подробными описаниями самого процесса приготовления, из чего мы можем сделать вывод, что для нее на первом месте стоит сам процесс готовки и ясные пошаговые инструкции. Подробность инструкций может быть связана с тем, что блогер не может активно продемонстрировать отдельные детали визуально, если на них не было уделено должное внимание во время съемок, поэтому она подчеркивает множество деталей приготовления в формате наложенного аудио.

В своей речи блогер часто ссылается на описание текстур блюда или его составляющих, поскольку текстура может стать явным показателем готовности ингредиента или соуса: «You just want to let this simmer away for about half an hour until your potatoes are lovely and tender and just starting to break down», «As you can see, absolutely ideal. It's gotta be squidged down and some of that gravy will ooze out», «You just want to fry these or sautee them until they're softened».

Всего четыре раза блогер прибегает к описанию цвета блюда или его составляющих, трижды употребив формы слова brown и один раз gold. В 100% случаев она это делает с намерением продемонстрировать готовность ингредиентов или блюда в целом: «You want to bake these until they're golden», «So just make sure it's well browned on all sides».

Шерил Ли уделяет особое внимание количеству ингредиентов, она всегда упоминает их в речи, а также дублирует информацию на экран и в текстовом описании ролика. На экране количество ингредиентов упоминается в двух системах счисления для удобства зрителей из разных стран. Если количество продукта может варьироваться, блогер всегда об этом сообщает: «Just like a pinch, probably half a teaspoon to a teaspoon, depending on how how much you like». Также Шерил Ли является единственным блогером в нашей выборке, который упоминает количество порций, которые зритель получит в результате приготовления: «You'll need about six sausage links. This will do enough for about four adults, so you get good, you know, four good portions from this».

Однако необходимо отметить, что у Шерил Ли наименьшее количество подписчиков по сравнению с двумя другими поварами, и мы предполагаем, что одной из причин этого может быть недостаток описания таких сенсорных параметров, как вкус и запах, которые привлекают внимание зрителей и обеспечивают более высокую степень их эмоциональной вовлеченности.

Глен Поуэлл, канадский кулинарный блогер, известен своими просветительскими роликами в области кулинарии. Значительная часть видео блогера посвящена истории блюда и его особенностям, например в ролике «The End The Final KFC Recipe Video – Glen And Friends Cooking – KFC secret Ingredients revealed» обсуждению ингредиентов панировки курицы посвящено 72% видео (12:38 из 17:31), а в видео «We Made 1886 Coca Cola Recipe – Glen And Friends Cooking» блогер посвятил 32% видео обсуждению оригинального рецепта колы (4:20 из 13:26). Отличительной особенностью его видеорецептов является участие его жены – она появляется в кадре в конце каждого ролика, и они пробуют блюдо вместе, превращая дегустацию в дискуссию, отмечая плюсы и минусы и предлагая способы улучшить результат.

Описывая вкус, они с женой делятся своими искренними впечатлениями, совершенно не стараясь впечатлить зрителя. Поэтому их реакция может показаться не такой яркой, как у других блогеров, однако это реакция кажется более искренней и непосредственной, поскольку она не является отложенной и направлена не на зрителя, а на собеседника в моменте дегустации: «That's good», «That's tasty. If you told me it was kfc I'd totally buy into it», «It's juicy, which is the pressure fryer, but it's really flavorful».

Вкус в видеорецептах Глена Поуэлла в основном описывается посредством использования эпитетов. Во время дегустации домашней колы он и его жена шесть раз употребляют слово «sweet», так как именно сладость является излишней по мнению дегустирующих: «It's a lovely beverage, though. I would just make it less sweet.», «Yeah, I would chop off some of the sugar». Не смотря на то, что напиток для них слишком сладок, они также описывают его словом «освежающий», что создает противоречие значений: «Little too sweet for me. It's a refreshing beverage. I like it. I think it's too sweet.» Вероятно, Глен и его жена хотят дать напитку положительную оценку исходя не только из своих субъективных предпочтений, предполагая, что сладкая кола также может найти своего потребителя. Еще одним оценочным средством, подчеркивающим эмоциональность высказывания о вкусе блюд, которое используется достаточно часто, является единица «good» (8 случаев использования) в составе разнообразных эпитетов, состоящих из двух элементов: «pretty good», «really good», «damn good», «finger-licking good».

Запах описывается Гленом Поуэллом редко (по одному случаю за ролик), из чего мы можем сделать вывод, что этот параметр является для него одним из наименее важных. Говоря о запахе, он прибегает к эпитетам, сравнениям и ономатопеи: «Is there an over-smell? There's a smell to it», «This stuff smells amazing. It's pretty much what you would expect from KFC, it's got that KFC... Definitely. This smells the same, obviously just a little bit stronger because it's not mixed with flour, but it's got that oomph».

Говоря о текстуре блюда или ингредиентов, блогер ссылается на текстуру как на показатель готовности: «Okay, the sugar syrup is dissolved. We didn't bring it up to a boil, we didn't really get it hot, just warm enough that the sugar crystals disappear into the water». Подобные описания помогают зрителю повторить рецепт самостоятельно.

Глен практически не ссылается на цвет продукта, только при дегустации колы они с его женой трижды отмечают цвет напитка: «You've got sort of a brownish tone», «The brown liquid», «It would be considered a cola brown beverage». Вероятно, они озвучивают цвет, так как камера не способна передать настоящий цвет напитка. Мы можем видеть, как Глен с женой поднимают стаканы на уровень глаз и уводят в сторону, приглядываясь, предположительно, в сторону света, чтобы убедиться в цвете напитка.

Количество всех ингредиентов блогер озвучивает в своих роликах, а также закрепляет подробный рецепт в описании ролика, где указывает все продукты в двух измерительных системах. Однако во время ролика блогер может прибегать к методу приблизительных исчислений – в подобных случаях он всегда это комментирует и демонстрирует наглядно на камеру: «We're only going to use tiny little bit of this for 2 gallons of coca-cola, very tiny little bit», «Some water in a big pot», «The first thing we need to do is measure tiny little amounts of these essential oils and mix them into this alcohol».

Заключение

Описание сенсорных параметров является важной составляющей гастрономического медиа-дискурса, способной погрузить зрителя в процесс готовки и дать представление о результате приготовления таким образом, чтобы сам зритель пожелал повторить рецепт самостоятельно, что и является главной целью большинства кулинарных блогеров – побудить зрителей повторить их блюда дома. Подобные описания способны не только привлечь зрителей к готовке, но и повысить количество подписчиков на канале блогера, если зрители останутся довольны просмотром или приготовленным блюдом по рецепту блогера.

В результате исследования нами было выделено четыре основных сенсорных параметра: вкус, запах, текстура и количество. Данные параметры не всегда можно прописать в рецепте с высокой точностью, поэтому блогеры прибегают к своим собственным методам их описания.

Меньше всего внимания блогеры уделяют цвету, поскольку именно эту характеристику можно передать с помощью изображения, и она не нуждается в дополнительных комментариях, кроме тех случаев, когда цвет становится маркером готовности блюда, как представлено у Шерил Ли. Глен Поуэлл отсылается на цвет при дегустации колы, потому что камера не способна передать настоящий цвет напитка, направленный на источник света. Данный случай является скорее исключением, чем правилом.

Актуализация сенсорных параметров выполняет две основные функции:

- 1) привлечение зрителей к готовке;
- 2) уточнение параметров приготовления.

Первая категория отличается яркой эмотивной окраской и в большинстве случаев проявляется при описании аромата или вкуса блюда и его составляющих. Вторая категория отличается точным и подробным описанием в силу своей цели помочь зрителю повторить представленный процесс приготовления. К таким параметрам относятся текстура и количество ингредиентов.

Исходя из нашего исследования, можно сделать вывод, что сенсорный опыт является важной составляющей гастрономического медиа-дискурса, поскольку его манифестация была обнаружена у всех трех блогеров. Актуализация сенсорных параметров в основном проявляется вербально, и только Дженнаро Контальдо прибегает в невербальным средствам, таким как жестикация и наглядная демонстрация. К вербальным методам описания сенсорных параметров можно отнести сравнения, метафоры, эпитеты, оноματοпею и аллюзию.

Разница в проявлении сенсорных параметров зависит, прежде всего, от условий порождения дискурса, то есть от тех обстоятельств, в которых снимаются видеоролики: Дженнаро Контальдо снимает ролики в студии с оператором, которому он и демонстрирует наглядно многие аспекты, вероятно обращаясь к нему, как к своему зрителю, Шерил Ли снимает ролики самостоятельно, и её видео характерны отдельной записью видео- и аудиоматериала, Глен Поуэлл снимает ролики у себя на кухне, обязательно дегустируя блюда со своей женой. Все эти аспекты влияют на речевое поведение блогеров, а именно на подготовленность их речи, обращение к зрителям, эмотивность речи.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Бабаян В.Н. Способы реализации коммуникативного воздействия в медиадискурсе / В.Н. Бабаян // Верхневолжский филологический вестник. — 2022. — 2(29). — с. 126–132.
2. Буркова П.П. Кулинарный рецепт как особый тип текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук / П.П. Буркова. — Ставрополь, 2004. — 29 с.
3. Верзина Я.Д. Основные параметры дискурсивной личности кулинарного видеоблогера / Я.Д. Верзина // Универсальное и культурно-специфичное в языках и литературах: материалы VII международной научной конференции (24 марта 2023 года). — Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2023. — С. 400–406.
4. Головницкая Н.П. Лингвокультурные концепты «пицца» и «das Essen» в сопоставительном освещении (семантика русских и немецких глоттонических номинаций) / Н.П. Головницкая // Известия ВГПУ. — 2007. — 2 (20). — с. 14–18.
5. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр.; под ред. В.И.Карасика, Г.Г.Слышкина — Волгоград: Перемена, 2000. — с. 5–20.
6. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.
7. Мельникова, К.А. Политкорректный медиадискурс как способ достижения коммуникативной свободы общения / К.А. Мельникова, В.Н. Бабаян // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития: сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; редкол.: В.И. Дунай [и др.]. — Пинск: ПолесГУ, 2021. — Вып. 2. — С. 169–175.
8. Олянич А.В. Потребности – дискурс – коммуникация / А.В. Олянич — Волгоград: Волгоградский ГАУ, 2014. — 216 с.
9. Олянич А.В. Гастрономический дискурс / А.В. Олянич // Дискурс-Пи. — 2015. — 2 (19). — с. 157–159.
10. Солнышкина М.И., Кузьмина О.Д. Дискурс, как текст, погруженный в ситуацию общения // Сборник трудов международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора З.З.Гатиатуллиной «Сопоставительная тилология и межкультурная коммуникация на современном этапе». — Казань: Татарский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2009. — С. 340–343.
11. Cheryl Lee. What's For Tea? — URL: <https://www.youtube.com/@WhatsForTea> (accessed: 1.04.2024)
12. Gennaro Contaldo. — URL: <https://www.youtube.com/@gennarocontaldo> (accessed: 1.04.2024)

13. Glen Powell. Glen And Friends Cooking. — URL: <https://www.youtube.com/@GlenAndFriendsCooking> (accessed: 1.04.2024)

Список литературы на английском языке / References in English

1. Babajan V.N. Sposoby realizatsii kommunikativnogo vozdejstviya v mediadiskurse [Ways to Implement Communicative Influence in the Media Discourse] / V.N. Babajan // Verkhnevolzhsky Philological Bulletin. — 2022. — 2(29). — p. 126–132. [in Russian]

2. Burkova P.P. Kulinaryj recept kak osobyj tip teksta: na materiale russkogo i nemeckogo yazykov [A cooking recipe as a special type of text: based on the material of the Russian and German languages]: abstr. dis. ... of PhD in Philology / P.P. Burkova. — Stavropol, 2004. — 29 p. [In Russian]

3. Verzina Y.D. Osnovnye parametry diskursivnoi lichnosti kulinarного videoblogera [Core Parameters of the Discursive Personality of a Cooking Video Blogger] / Y.D. Verzina // Universal'noe i kul'turno-spetsifichnoe v yazykakh i literaturakh: materialy VII mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii [Universal and culturally specific in languages and literatures: Proceedings of the VII International Scientific Conference] (24th of March 2023). — Kurgan: Publishing house of Kurgan State University, 2023. — P. 400–406. [In Russian]

4. Golovnitskaja N.P. Lingvokul'turnye kontsepty «pisha» i «das Essen» v sopostavitel'nom osveschenii (semantika russkih i nemetskih gljuttonicheskikh nominatsij) [Linguocultural concepts of "пища" and "das Essen" in comparative coverage (semantics of Russian and German glutton nominations)] / N.P. Golovnitskaja // Proceedings of VSPU . — 2007. — 2 (20). — p. 14–18. [in Russian]

5. Karasik V.I. O tipah diskursa [On the Types of Discourse] / V.I. Karasik // Language Personality: Institutional and Personal Discourse: Collection of Scientific Works; edited by V.I.Karasika, G.G.Slyshkina — Volgograd: Peremena, 2000. — p. 5–20. [in Russian]

6. Karasik V.I. Jazykovoju krug: lichnost', kontsepty, diskurs [Language circle: personality, concepts, discourse] / V.I. Karasik — Volgograd: Peremena, 2002. — 477 p. [in Russian]

7. Melnikova, K.A. Politkorrektnyi mediadiskurs kak sposob dostizheniya kommunikativnoi svobody obshcheniya [Political correct mediadiscourse as a means to achieve communicative freedom] / K.A. Melnikova, V.N. Babayan // YAzyk i mezhkul'turnaya kommunikaciya: sovremennye vektory razvitiya: sbornik nauchnyh statej po materialam II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii [Foreign Languages and Intercultural Communication: Modern Vectors of Development: collection of scientific papers of the II International Scientific and Practical Conference] / Ministry of Education of the Republic of Belarus [et al.]; editor: V.I. Dunay [et al.]. — Pinsk: PolesSU, 2021. — № 2. — P. 169–175. [in Russian]

8. Oljanich A.V. Potrebnosti – diskurs – kommunikatsija [Needs – discourse – communication] / A.V. Oljanich — Volgograd: Volgograd State University, 2014. — 216 p. [in Russian]

9. Oljanich A.V. Gastronomicheskij diskurs [Gastronomic Discourse] / A.V. Oljanich // Discourse-P. — 2015. — 2 (19). — p. 157–159. [in Russian]

10. Solnyshkina M.I., Kuzmina O.D. Diskurs, kak tekst, pogruchennyi v situatsiyu obshcheniya [Discourse as a text immersed in the situation of communication] / M.I. Solnyshkina, O.D. Kuzmina // Collection of scientific papers of the II International scientific and practical conference dedicated to the memory of Professor Z.Z. Gatiatullina «Comparative Philology and Intercultural Communication at the Present Stage» — Kazan: Kazan Federal University, 2009. — P. 340–343. [in Russian]

11. Cheryl Lee. What's For Tea? — URL: <https://www.youtube.com/@WhatsForTea> (accessed: 1.04.2024)

12. Gennaro Contaldo. — URL: <https://www.youtube.com/@gennarocontaldo> (accessed: 1.04.2024)

13. Glen Powell. Glen And Friends Cooking. — URL: <https://www.youtube.com/@GlenAndFriendsCooking> (accessed: 1.04.2024)