

Жанры речи. 2024. Т. 19, № 3 (43). С. 295–303

Speech Genres, 2024, vol. 19, no. 3 (43), pp. 295–303

<https://zhanry-rechi.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-295-303>, EDN: XBZRBU

Научная статья

УДК 81'42:641.5-028.23

«Так готовили царям»: аттрактивные приёмы в названиях видеорецептов на платформе «Дзен»

А. В. Дегальцева

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Дегальцева Анна Владимировна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного, deganna@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3791-9777>

Аннотация. Цифровые технологии, позволяющие массовой аудитории создавать разнообразный контент, привели к тому, что в сети традиционные речевые формы и жанры стали гибридными или видоизменились. Не является исключением и жанр «кулинарный рецепт», который приобрёл видеоформат. Современный видеорецепт нередко представляет собой гипержанр, поскольку в него включаются элементы совета или бытового рассказа. Кулинарные видеорецепты, в отличие от традиционных рецептов, интерактивны: они адресованы зрителям, к которым может обращаться блогер, а те, в свою очередь, могут оставлять комментарии под видео. Целью данной работы является изучение аттрактивных приёмов в названиях видеорецептов на платформе «Дзен» с использованием описательного, сопоставительного и интерпретативного методов. Изучение 350 названий (заголовков) видеорецептов показало, что в них часто используется нарратив, благодаря которому в жанре «вырисовываются» образы коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего. В борьбе за внимание зрителей видеоблогеры сочиняют невероятные истории о получении рецепта или приготовлении блюда, которые находят отражение в названии видеорецепта. Типичными невербальными и вербальными аттрактивными приёмами, применяющимися в названиях видеорецептов на платформе «Дзен», являются шрифтовые выделения, цифры, эмодзи, восклицательные знаки, а также лексемы с положительной оценкой. Объектами положительной оценки являются такие аспекты блюда, как вкус, аромат, польза для здоровья, быстрота и простота приготовления, дешевизна ингредиентов и др.

Ключевые слова: видеоблог, кулинарный блог, кулинарный рецепт, видеорецепт

Для цитирования: Дегальцева А. В. «Так готовили царям»: аттрактивные приёмы в названиях видеорецептов на платформе «Дзен» // *Жанры речи*. 2024. Т. 19, № 3 (43). С. 295–303. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-295-303>, EDN: XBZRBU

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

“This is how food was cooked for kings”: Attractive techniques in the names of video cooking recipes on the Zen platform

A. V. Degaltseva

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Anna V. Degaltseva, deganna@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3791-9777>

Abstract. Digital technologies that allow mass audiences to create a wide variety of content have led to the fact that traditional speech forms and genres on the web have changed or acquired a hybrid character. The genre of “a cooking recipe”, which has acquired a video format, is no exception. A modern video recipe is often a hypergenre, since it includes elements of advice or a story of everyday life. Cooking video recipes, unlike traditional recipes, are interactive: they are addressed to viewers, to whom a blogger can address, and those, in turn, can leave comments under the video. The purpose of this article is to study the attractive

techniques in the titles of video recipes on the Zen platform, based on the use of descriptive, comparative and interpretive methods. The study of 350 titles of video recipes showed that they often use a narrative, thanks to which images of the communicative past and the communicative future emerge. Struggling for the attention of viewers, bloggers compose incredible stories about getting a recipe or cooking a dish, which are reflected in the title of the video. Typical nonverbal and verbal attractive techniques used in the titles of video recipes on the Zen platform are font selections, numbers, emojis, exclamation marks, as well as words with a positive valuation. The objects of positive evaluation are such aspects of the dish as taste, aroma, health benefits, speed and ease of cooking, cheapness of ingredients, etc.

Keywords: video blog, cooking blog, cooking recipe, video recipe

For citation: Degaltseva A. V. "This is how food was cooked for kings": Attractive techniques in the names of video cooking recipes on the Zen platform. *Speech Genres*, 2024, vol. 19, no. 3 (43), pp. 295–303 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2024-19-3-43-295-303>, EDN: XBZRBU

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)

Введение

Как известно, кулинарный рецепт является «инструкцией по приготовлению еды и напитков, содержащей информацию о наименовании блюда, необходимых ингредиентах, их количестве, последовательности действий во время приготовления и некоторую дополнительную информацию (количество порций, время приготовления, способы подачи)» [1: 85]. Он обладает полиинтенциональностью и находится на стыке информативных и императивных жанров речи.

Изучению письменно зафиксированных рецептов посвящено множество работ. В них рецепт рассматривается как особый тип текста и речевой жанр [2–5]. В современных исследованиях описываются структурные и языковые особенности кулинарных книг [6], анализируется функционирование рецепта в интернет-дискурсе [7, 8] и в СМИ [1, 9, 10]. На примере рецептов изучаются деривационные и мутационные процессы, происходящие в системе речевых жанров в целом [11]. Устное воплощение жанра «кулинарный рецепт» изучено в меньшей степени [12, 13].

П. П. Буркова полагает, что в жанре кулинарного рецепта реализуются три взаимообусловленные функции: информативная, побудительная и обучающая [2]. Кроме того, рецепт может выполнять и развлекательную функцию [1].

В конце XVIII в. происходит дивергенция жанров рецепта и совета [14]. Историческое развитие кулинарного рецепта является результатом «поэтапного становления, трансформирования синтаксической системы, пласта лексики, морфологии, особенностей внешнего оформления. Как один из самых древних, но актуальных во все времена видов текста, рецепт, несомненно, претерпел много преобразований и структурных обновлений» [15: 12]. С течением времени изменяются образы автора и адресата рецепта: «личность автора эксплицируется, адресат

приобретает более четкие характеристики (относится к определенной социальной или гендерной группе). Облигаторность уменьшается»; наблюдается «большая <...> свобода в языковом и структурном воплощениях» [11: 19].

Цифровые технологии, позволяющие массовой аудитории создавать самый разнообразный контент, привели к тому, что традиционные речевые формы и жанры в сети видоизменились или приобрели гибридный характер [16]. Это позволяет говорить о том, что «в современной медиасфере жанровая "плотность" медийных текстов ближе к повседневному общению, когда автор текста решает одновременно несколько коммуникативных задач, давая понять при этом, какова его основная интенция» [17: 274]. Под влиянием этих изменений на смену текстовым кулинарным рецептам приходят видеоролики, отображающие процесс приготовления блюда или напитка. Такие ролики часто содержат элементы совета или бытового рассказа [11]. Следовательно, видеорецепт можно считать гипержанром, то есть макрообразованием, которое сопровождает определённую ситуацию (демонстрацию процесса приготовления еды или напитка) и объединяет в себе черты нескольких жанров [18].

Видеорецепт – это один из довольно популярных сетевых жанров. На крупных видеоплощадках могут набирать несколько миллионов просмотров. Одной из площадок, где русскоязычные блогеры размещают кулинарные видеоролики, является «Дзен». Алгоритмы «Дзена» рекомендуют пользователю видео на основе его интересов. В индивидуально подобранной ленте публикаций появляется сразу несколько рекомендованных каналов одной тематики. Именно поэтому, чтобы выделиться на фоне конкурентов, блогеры используют привлекательные визуальные и речевые средства: броские фото- и видеоматериалы, провокационные заголов-

ки (нередко – кликбейт), обилие восклицательных знаков, эмодзи и др. На наш взгляд, отношение модераторов платформы «Дзен» к таким способам привлечения зрительского внимания более лояльно, чем у иностранных сетевых площадок.

На большинстве платформ размещение видеороликов, в том числе и кулинарных, предполагает заполнение блогером обязательных структурных и содержательных блоков: название, описание, ключевые слова, комментарии (которые автор канала может отключить). На платформе «Дзен» первый блок носит название «заголовок». Именно он должен в полной мере отражать содержание видеоролика.

Целью данной работы является исследование приёмов создания аттрактивных, то есть привлекающих внимание адресата, заголовков (названий) видеорецептов на платформе «Дзен». Отечественная сетевая платформа выбрана нами потому, что видеорецепты на «YouTube» уже становились объектом научного исследования в ряде современных работ, например, в [19–21]. Методом сплошной выборки нами было отобрано по 10 видео 35 популярных кулинарных блогеров (7 мужчин и 28 женщин). Таким образом, материалом исследования послужили 350 заголовков видеорецептов, опубликованных в июле 2023 г. Их примеры приводятся в работе с сохранением авторских орфографии и пунктуации. Исследование базируется на применении описательного, сопоставительного и интерпретативного методов.

Структура и содержание видеорецептов

Видеорецепт отличается от традиционного кулинарного рецепта по многим параметрам: визуальному оформлению, структуре и способам воздействия на аудиторию. Видеорецепты, которые размещаются на платформе «Дзен», состоят из следующих элементов:

- заголовка,
- видеофайла, в котором представлены этапы приготовления блюда,
- описания, содержащего перечень ингредиентов (часто оно может отсутствовать),
- комментариев (если они разрешены блогером).

На платформе «Дзен» видеорецепты призваны не только отразить способ приготовления блюда, но и эпатажить публику, чтобы привлечь на канал трафик, а значит, увеличить доход от роликов. То, что предлагается делать с продуктами на «Дзене», зачастую не оправдано ни рациональностью, ни практичностью, ни гедонизмом. Так, автор канала «Appetitno.Tv» оборачивает целый

батон тонко нарезанными кусочками бекона, создавая своеобразный бутерброд наоборот. На популярном кулинарном канале «Кухня наизнанку» предлагается рецепт «самых скандальных бутербродов» с вареньем и чесноком, а кто-то варит неочищенные от скорлупы яйца в молоке или в кипящем масле. Кроме того, в сети некоторое время назад пользовался популярностью способ приготовления макарон с сосисками, при котором сырая сосиска протыкалась сухими спагетти, а затем всё это отправлялось в кипящую воду. Те, кто пытался приготовить такое блюдо, признавались, что спагетти получались непроваренными, зато внешний вид блюда был интересным. На наш взгляд, в современных видеорецептах форма нередко превалирует над содержанием, а повара-любители таким своеобразным способом невольно или намеренно приближают процесс создания своих блюд к постмодернистскому или деконструктивистскому искусству.

По нашим наблюдениям, в большинстве кулинарных видеороликов на «Дзене» блогер ничего не говорит. Этапы приготовления блюда сопровождаются фоновой музыкой, а речь замещается лаконичными надписями-инструкциями, описывающими действия и помогающими уточнить количество необходимых ингредиентов. Например, блогер помещает масло на разогретую сковороду, и это сопровождается надписью на экране «сливочное масло 20 гр.»; когда он высыпает сахар в кипящее на сковороде масло, внизу экрана возникает подпись «коричневого или белого сахара 1 ст. л.» и т. д. Ввиду того, что звучащая речь в видеорецептах чаще всего отсутствует, большое значение придаётся именно заголовкам контента. Заголовки видеорецептов выполняют аттрактивную, рекламную и контактоустанавливающую функции [20, 22].

Согласно исследованию Н. Ю. Микитенко, Е. Б. Дертыновой и Н. А. Акименко, на платформе «YouTube» названия кулинарных видеорецептов в большинстве случаев включают в себя номинации приготовляемых блогерами блюд: *Мясо в горшочках*, *Стейк на сковороде с чесноком и розмарином* и др. [20]. Однако, по наблюдениям исследователей, встречаются и креативные названия кулинарных роликов, состоящие из нескольких предложений [20].

Наше исследование показывает, что на российской платформе «Дзен» в названиях (заголовках) кулинарных видеороликов нередко полностью отсутствуют стандартные для данного жанра сведения: название блюда или его ингредиенты. Всё внимание здесь уделяется созданию нарратива, который мо-

жет заинтриговать зрителя. Почти в каждом заголовке кулинарного видео на платформе «Дзен» присутствует история, что обуславливает «возможность появления» в жанре рецепта «коммуникативного будущего и коммуникативного прошлого» [11: 19]. По нашим наблюдениям, здесь встречается несколько типовых историй, а именно:

- о способе получения рецепта приготовляемого блюда. Для того чтобы создать эффект эксклюзивности рецепта, кулинарные блогеры придумывают истории о том, с каким трудом он якобы был получен: выменян, выпрошен, вымолен, подсмотрен, подслушан, украден и под.: *Урвала рецепт у бабушки узбечки!* (Моя кухня); *НАУЧИЛА БАБУШКА ИЗ ГЛУБИНКИ РОССИИ! Я ВЫПРАШИВАЛА РЕЦЕПТ 3 ГОДА* (Галерея вкусов); *Я хитростью выманила у бабули рецепт и теперь делюсь с Вами* (Готовка ловко); *Украла рецепт у соседки-татарки и ни о чём не жалею* (Вкусно да полезно); *ПОДСМОТРЕЛА РЕЦЕПТ проходя мимо пекарни...* (Ольга Лунгу).

Иногда кулинарные блогеры, нахваливая свои блюда, сочиняют истории о том, что это у них пытались украсть рецепт: *Этот рецепт у меня хотели украсть все мои однокурсницы, а декан предложил срочно закрыть сессию* (Страна кулинарии 02).

Встречаются в заголовках кулинарных видео анекдотически абсурдные истории получения рецепта: *Выменял рецепт этого супа у одного грузина за пару сапог и вантуз. Сегодня я готовлю ЧИХИРТМУ (ЧОБ поесть); За рецепт задушил шеф-повара* (Рецепты. Готовить может каждый).

Интересно, что некоторые из таких историй становятся особенно популярными и тиражируются разными кулинарными блогерами. Например, история о рецепте, которому 3500 лет, выменянном у грека: *НЕ ГОВОРИТЕ МНЕ ЧТО ЭТО НЕ ВКУСНО! Выменял у Грека Дорогой рецепт салата круче оливье, которому 3500 ЛЕТ! Отдаю задаром!* (Люблю еду – Вкусные рецепты); *Выменяла у Грека дорогой рецепт, которому 3500 ЛЕТ! Легендарный Вкус!* (Кухня); *Выменял у Грека Дорогой рецепт, которому 3500 ЛЕТ!!! Отдаю задаром! Легендарный Вкус! Лучшее, чем дорогой крабовый суп из ресторана!* (Страна кулинарии) и др. Помимо грека, в заголовках видеорецептов упоминается ещё один «авторитетный» персонаж – бедный еврей, по-видимому, воплощение рачительности и кулинарного таланта: *Картошку больше не жарю. Готовлю сразу в банке. Меня научил этому простому трюку бедный еврей* (Почаваем/Рецепты); *Вкуснее в жизни не ел! Меня научил этому рецепту бедный еврей!*

(Вкусные рецепты); *Котлеты не готовлю! Вкуснее в жизни не ел! Меня научил этому трюку бедный еврей?!* (Борщ).

Иногда в попытке привлечь внимание аудитории к своему видеорецепту авторы кулинарных каналов используют сразу несколько историй: *Научили в дорогом ресторане! Удивила Всех моих гостей! Котлеты не готовлю! Вкуснее не ела! Меня научил этому ТРЮКУ бедный еврей!* (Yasemin Gotovit). Один из гостей канала верно подмечает абсурдность этого текста: *Всё смешалось: дорогой ресторан, бедный еврей, котлеты, гости, трюки. В результате – фигня;*

- о том, как сильно понравилось блюдо, приготовленное по рецепту блогера, его соседям, друзьям, близким, коллегам и др.: *Все соседи будут просить у вас этот рецепт! Вы никогда не видели ничего подобного!* (Только еда); *Муж впервые зарыдал от вкуса макарон!* (Готовим с Назирой); *Муж руки целует за эту закуску! Теперь беру на работу, чтобы задобрить начальника* (Мамулькины рецепты); *Древний рецепт, который чудом дожил до наших дней! Съели 100 штук за раз* (Готовим с Асмой); *БОЖЕ КАК ВКУСНО. Аромат на 2 квартала и очередь с тарелками!* (Vinograd); *Когда я так готовлю завтрак, дети буквально вылизывают тарелки* (Галерея вкусов);
- о том, как рецепт блюда изменил жизнь людей к лучшему: *Нищая домработница ПРОДАВАЛА ТАКИЕ БЛИНЫ и стала БОГАТОЙ МАЖОРКОЙ!* (Страна кулинарии 02); *Знакомый шашлычник разбогател с этим рецептом люля-кебаб из говядины* (Пора поесть!); *Для желающих разбогатеть предлагаю рецепт денежного пирога* (Мамулькины рецепты); *Жена ПРОСТИЛА МНЕ ВСЁ за этот завтрак!* (Папин завтрак самый вкусный);
- о приготовлении блюда кулинарным блогером в ретроспективе и перспективе: *Готовлю по этому рецепту каждый день с 90-х* (Galiya Gotovit); *Завтрак за 5 минут. Уже месяц практически каждое утро готовлю и не надоедает: с начинками экспериментирую* (Щи да Каша); *Один раз попробовал этот рецепт, теперь готовлю его 3 раза в неделю* (Рецепты от шефа); *РЕЦЕПТ МОЕЙ СЕМЬИ НА 100 ЛЕТ! Я НАСТОЯТЕЛЬНО РЕКОМЕНДУЮ ВАМ ПРИГОТОВИТЬ!* (Мамины рецепты); *Смешал апельсины с бананами и вот, что у меня получилось. Готов есть этот десерт каждый день* (Бунбич); *Буду готовить, пока сковородка не сломается* (Простые рецепты).

Итак, характерной особенностью заголовков видеоблогов на платформе «Дзен» (по нашим наблюдениям, далеко не только кулинарных) является использование нарратива вместо «сухой» и обезличенной номинации. Репрезентация блюда происходит посредством истории, в которой нередко имеет место чудовищная гиперболизация: например, 107-летние прадеды кулинарных блогеров едят жареный арахис каждый день; люди с избыточным весом сбрасывают по 30 кг за месяц, питаюсь по рекомендованным блогером рецептам; соседи каждый день умоляют поделиться с ними рецептом, которому 3500 лет и т. д. Подобные невероятные истории играют роль кликбейта: мгновенно привлекают внимание адресата, но, вместе с тем, нередко вызывают у него отторжение. Это приводит к тому, что пользователи «Дзена» обсуждают не столько само блюдо, сколько название видеоролика. Иллюстрацией этого явления может служить следующее название кулинарного видео на канале «Кушать подано»: *Торт, который я готовлю по ночам для ресторанов! Распродаю по 50 штук в неделю! Отдаю рецепт, чтобы выспаться*. Приведём несколько красноречивых комментариев постоянных зрителей и гостей канала под этим видеорецептом (с сохранением авторских орфографии и пунктуации): *Какое глупое название!!!!; Почему нельзя нормальный заголовок?; Список дайте ресторанов, раз рецепт выдали, нам видимо придется печь. А вы спать. Спокойной ночи; Интересно какой дурак у вас в ресторане!!! это возьмет? Не иначе ресторан с мишленовскими звездами, они прямо спят и видят как вы им готовите это; Ночью спать нужно!!! А не х...рнёй заниматься!!!*

Получается, что такие малоправдоподобные истории в заголовке видео негативно влияют на зрительское восприятие. Тем не менее, блогеры продолжают активно использовать подобный кликбейт, ведь негативные реакции зрителей способствуют росту просмотров и комментариев, а значит, увеличению прибыли владельцев каналов на платформе «Дзен».

Следует заметить, что сегодня к использованию привлекательных заголовков прибегают далеко не только кулинарные блогеры. Подобные заголовки можно встретить, например, на каналах, посвящённых кройке и шитью: *Хватит тратить деньги! Превращаем старый растянутый джемпер в стильный наряд для офиса (Шить самой здорово); Сшила из СТРОЙМАТЕРИАЛА за КОПЕЙКИ. Ношу круглый год (Любовь Рулевская)*. Способы привлечения зрительского внимания

зависят и от тематики публикаций. Так, на каналах, посвящённых истории и искусству, нередко используются заголовки, в которых присутствуют намёки на интимную жизнь известных личностей: *Заставлял жену раздеваться и усыпал супружеское ложе бриллиантами, а потом... Безумный танцующий маркиз Лэджет (Фаворит); «Как соберёшься спать, бери свечу и приходи ко мне в спальню», – велел царь служанке (История в лицах); Порочная королева и её портрет (История. Старинные портреты и их секреты); С кем спал Лев Толстой? (Новая Русская Волна)*. Думается, такие заголовки прежде всего привлекают невзыскательных зрителей, а также любителей сенсаций и скабрёзностей.

Наряду с нарративом, на платформе «Дзен» кулинарные блогеры используют и другие приёмы создания привлекательных заголовков. Данные приёмы можно разделить на паралингвистические и вербальные. К первым относятся использование прописных букв, обилие эмодзи, а также восклицательных и вопросительных знаков, цифр: *Старый бабушкин рецепт, эта капуста вкуснее мяса!!! Готовлю уже 3 дня 😊 (Мамины рецепты); Жарим ТВОРОГ и СГУЩЕНКУ. Никто не верит, я готовлю! 🤖 Век живи век учись! (Готовит Самира); Не знаете что приготовить на ужин или обед? Вот оно идеальное блюдо! (Оля Старова)*.

Отдельно следует сказать об активном использовании цифр для привлечения внимания адресата. Числа включаются в заголовки кулинарных блогов, на наш взгляд, для повышения авторитетности блогера и степени доверия к его рецепту. Изначально заголовки с цифрами обрели популярность в англоязычном сетевом сообществе, затем этот привлекательный приём был заимствован отечественными журналистами и блогерами. По мнению учёных, заголовки с цифрами популярны по нескольким причинам. Во-первых, «цифры (особенно нечётные номера) выделяются, когда мы прокручиваем бесконечный поток заголовков»; во-вторых, «они организуют информацию пространственно – именно так, как любит наш мозг»; в-третьих, такие заголовки «устраняют (или, по крайней мере, преуменьшают) “проблему выбора”, подставляя вместо неё иллюзию уверенности» [23: 208]. По мнению В. В. Дементьева, использование цифр в заголовке интернет-публикации «помогает привлечь внимание читателя, позволяет повысить интерес и доверие к содержанию в заголовке утверждению и тексту» [24: 8]. Цифры в заголовках видеорецептов могут репрезентировать:

- солидный возраст и, следовательно, жизненный опыт предполагаемого автора рецепта: *Кладём сахар в масло. 100-летняя узбекская бабушка дала рецепт* (Гуля готовит); *Перловку не варю не жарю! 102-летний дедушка использует старый рецепт в течение 40 лет* (Galiya Gotovit);
- возраст должителей, якобы употребляющих в пищу блюда, приготовленные по рецепту кулинарного блогера: *Прабабушка дожила до 102 лет на этом рецепте. Все свое с сада* (Не хочу считать себя редиской); *Это блюдо помогло ему дожить до 109 лет!!! Долгожитель назвал рецепт* (ASCook);
- древнюю историю существования самого рецепта: *Выменяла у Грека дорогой рецепт, которому 3500 ЛЕТ!!* (Кухня); *Рецепту со 100-летней историей меня научила свекровь!* (Со вкусом);
- огромное количество порций приготовленных и съеденных блюд: *Съел 1000 штук! Обалденные бутерброды* (Ложка); *Съели 100 штук за раз! Одной порции не хватило!!* (Еда без труда Ольга Мирошниченко);
- положительный результат от приготовления блюда, соответствующий ожиданиям блогера или превосходящий их: *100% ЛУЧШИЙ КУЛИЧ В МОЕМ АРСЕНАЛЕ. ВЫ ДОЛЖНЫ ПОПРОБОВАТЬ ЕГО* (Chili Pepper); *Будут просить рецепт 100%! Потрясающая выпечка к Чаю* (Мультиварка Простые рецепты); *99.9%ШАШ-ЛЫК СССР ВСПОМНИМ РЕЦЕПТ* (Meat Gourmet);
- вес, который сбросили худеющие, употребляя блюда, приготовленные по рецептам видеоблогера: *На этом салате мы с мужем похудели на 40 кг трижды! Рецепт салата из простых продуктов!* (Люблю еду. Вкусные рецепты); *Без жарки и возни! Похудела на этом рецепте на 10 кг. Могу кушать это блюдо даже ночью!* (На блюдечке);
- время приготовления блюда: *Вкусный завтрак за 5 минут!!!* (1000 рецептов); *Домашний майонез за 1 минуту. Удивительно вкусный* (Рецепты от мамыли) и др.

К вербальным средствам привлечения зрительского внимания относится, прежде всего, обилие оценочной лексики. Кулинарные блогеры беззастенчиво нахваливают свои блюда, что способствует реализации аттрактивной и рекламной функций заголовков видеороликов. Эта тактика уходит корнями в ярмарочную культуру, составляющую огромный пласт русской истории. В отличие от ярмарочных прибауток («*Вот так квас – В самый раз! Баварский со льдом – Даром*

денег не берём! Пробки рвёт! Дым идёт!» [25: 27]), такие рекламные заголовки обычно лишены рифмы и ритмической структуры. Чаще всего кулинарные блогеры используют прилагательные и наречия, выражающие общие или сенсорные оценки: *Вертикальная паста для идеального ужина* (Appetitno TV); *Обалденный вкус! Салат, который съедают первым* (Готовим вместе у Светланы); *Крюшон виноградный – это просто божественный нектар!* (Божественная кухня); *Картошка с мясом на костре. Нереально вкусно!* (Димоньч); *Аппетитно, вкусно, легко и красиво!* Супер! *Канале на праздничный стол* (Видео рецепты от Койды).

Объектами положительной оценки являются такие аспекты блюда, как:

- вкус: *Идеальные свиные ребрышки! Обалденный вкус!* (Готовим с Любаней); *Как можно приготовить сосиски, чтобы они стали еще вкуснее и аппетитнее!* (Щи да Каша);
- аромат: *Не ела вкуснее, запах такой, что все соседи сбегаются!* (Простой видео рецепт); *Аромат такой, что можно с ума сойти.* (Webspoon Plus);
- польза для здоровья: *Капуста вкуснее мяса! Вкусно и полезно!!!* (Мамины рецепты); *3 уникальных полезнейших напитка для похудения!* (Простые рецепты);
- быстрота и простота приготовления блюда: *ПРОЩЕ НЕ БЫВАЕТ! Клубничный ТОРТ без выпечки! Вкусно и Быстро!* (Кулинарим Просто Вкусно);
- дешевизна ингредиентов: *Бюджетный торт за копейки* (Готовьте с узбечкой); *Экономное меню. Прожить на минималку* (Просто белка);
- популярность среди коронованных особ и высших слоёв общества: *Так готовили царям! Древний рецепт, который чудом дожил до наших дней* (Кухня Вебспун); *Любимый пирог императрицы* (Готовим с Ириной Хлебниковой); *Любимое блюдо Путина вареники за 5 минут* (Подвал Ильича); *Так готовят в только в дорогих ресторанах. Куриная грудка с грибами в сливочном соусе* (Рецепты Быстрые Простые).

Иногда блогеры включают сразу несколько оценочных лексем в один заголовок видеорецепта: *Подруга научила правильно готовить овощи: вкуснее чем жареные, только намного проще и полезнее!* (Мелодия вкуса).

Заключение

Как видим, появление видеорецептов свидетельствует о трансформации традиционно жанра «рецепт», размывании его границ,

превращении его в гипержанр. Изменяется характер адресанта и адресата. Благодаря Интернету своими рецептами делятся все, кто любит готовить, а не только профессиональные повара и кулинары. Кулинарные видеоблоги, в отличие от традиционных рецептов, интерактивны. Они адресованы широкому кругу зрителей, к которым в процессе приготовления блюда может обращаться блогер (с вопросами, советами и т. д.). Кроме того, подписчики и гости фуд-блогов становятся комментаторами видеорецептов, а следовательно, активными участниками коммуникативного процесса. Они задают вопросы блогерам, а те нередко на них отвечают. Так устанавливается двусторонняя связь между адресантом и адресатом.

На платформе «Дзен» кулинарные блогеры стараются использовать креативные заголовки видеоматериалов, где на смену

номинации приходит нарратив, благодаря которому в жанре рецепта «вырисовываются» образы коммуникативного прошлого и коммуникативного будущего. Для привлечения зрительского внимания видеоблогеры нередко прибегают к кликбейту, сочиняя самые невероятные истории о получении рецепта или приготовлении блюда. Это нередко раздражает зрителей, но, тем не менее, побуждает многих из них смотреть ролик и оставлять комментарии (часто – негативные), что, в свою очередь, обеспечивает рост просмотров видеоматериалов и доходов блогера. Широко распространёнными аттрактивными приёмами в заголовках кулинарных видео на платформе «Дзен» являются использование шрифтовых выделений, цифр, эмодзи, обилие восклицательных знаков, а также лексем с положительной оценкой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Задорина М. В.* Речевой жанр «кулинарный рецепт» в телевизионном дискурсе // *Филология и человек.* 2023. № 1. С. 85–101. [https://doi.org/10.14258/filichel\(2023\)1-06](https://doi.org/10.14258/filichel(2023)1-06)
2. *Буркова П. П.* Кулинарный рецепт как особый тип текста: на материале русского и немецкого языков : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2004. 22 с.
3. *Евсеева И. В.* Фреймовое моделирование жанра естественной письменной речи «Рукописный кулинарный рецепт» // *Общетеоретические и типологические проблемы языкознания* : сб. науч. ст. / отв. ред. У. М. Трофимова. Бийск : Изд-во Алтай. гос. гум.-пед. ун-та, 2014. Вып. 3. С. 184–189.
4. *Москалюк Г. С.* Становление типа текста «Кулинарный рецепт»: на материале немецкоязычных кулинарных собраний XIV–XVI веков : автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2005. 20 с.
5. *Норлусенян В. С., Исакова Е. Е.* Структурно-семантические особенности кулинарного рецепта как особого типа текста // *Традиционная и инновационная наука: история, современное состояние, перспективы* : сб. ст. междунар. науч.-практ. конф. / отв. ред. А. А. Сукиасян. Уфа : ООО «Аэтерна», 2015. Т. 3. С. 171–173.
6. *Лазеева Н. В.* Структурные и языковые особенности кулинарных рецептов поваренной книги «Cooking for friends» Г. Рамзи // *Инновационная наука.* 2016. № 3. С. 176–179.
7. *Гаврилова Т. С.* Речевой жанр кулинарного рецепта в интернет-дискурсе // *Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения* : сб. материалов VIII (XXII) Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых / отв. ред. А. Г. Кожевникова. Вып. 22. Томск : Изд-во ТГУ, 2021. С. 63–66.
8. *Гончарова М. А.* Трансформация типа текста «кулинарный рецепт» в интернет-дискурсе // *Эволюция и трансформация дискурсов* : сб. науч. ст. / отв. ред. С. И. Дубинин В. Д. Шевченко. Самара : Изд-во «Самарский университет», 2016. Вып. 1. С. 294–303.
9. *Кантурова М. А.* Речевой жанр кулинарного рецепта в текстах СМИ // *Linguistica Juvenis.* 2010. № 12. С. 74–80.
10. *Лукьянова С. В.* Текст кулинарного рецепта на страницах региональных СМИ // *Актуальные проблемы исследования коммуникационных аспектов PR-деятельности и журналистики* : сб. материалов II Междунар. науч. сем. / сост. Л. А. Капитанова, В. В. Фролов. Псков : Изд-во ПГУ, 2017. С. 69–78.
11. *Кантурова М. А.* Деривационные процессы в системе речевых жанров (на примере речевого жанра кулинарного рецепта) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Новосибирск, 2012. 28 с.
12. *Китайгородская М. В., Розанова Н. Н.* Кулинарный рецепт как жанр устной речи // *Русский язык сегодня. X Шмелевские чтения* : сб. докл. / отв. ред. Н. Н. Розанова. М. : ИРЯ РАН, 2012. Т. 5. С. 202–210.
13. *Месеняшина Л. А.* Устный кулинарный рецепт как жанр, сохраняющий народную философию питания // *Вестник Челябинского государственного университета.* 2012. № 21. С. 86–88.
14. *Руберт И. Б.* Типологические характеристики английских малоформатных текстов «рецепт» и «полезный совет» : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Л., 1991. 17 с.
15. *Попцова Е. Д.* Принципы построения и языковые особенности немецких прескриптивных текстов : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2017. 28 с.
16. *Ермакова М. А.* Цифровая культура и новые формы СМИ: особенности воздействия на аудиторию // *Культурное наследие России.* 2021. № 1. С. 66–73. <https://doi.org/10.34685/NI.2021.32.1.009>
17. *Шмелёва Т. В.* «Уплотнение жанров» как тенденция медиасферы // *Жанры речи.* 2018. № 4 (20). С. 270–276. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-4-20-270-276>
18. *Дементьев В. В.* Теория речевых жанров. М. : Знак, 2010. 600 с.
19. *Бакеева Д. А., Яшина А. Р.* Food-контент в условиях new media: анализ рекламных стратегий телевидения и кроссплатформ // *Знак: проблемное поле медиаобразования.* 2020. № 2 (36). С. 45–53. <https://doi.org/10.24411/2070-0695-2020-10205>

20. Микитенко Н. Ю., Дертынова Е. Б., Акименко Н. А. Структура и семантика наименований блюд в лингвокультурологическом аспекте (на материале кулинарных каналов YouTube) // Вестник КалмГУ. 2022. № 1 (53). С. 86–95. <https://doi.org/10.53315/1995-0713-2022-53-1-86-95>

21. Яшина А. Р. Методы самопрезентации и самопродвижения личности в контексте видеоплатформ (на примере food-блогов видеохостинга YouTube) // Огарёв-Online. 2020. № 4 (141). С. 1–6.

22. Федорова К. М., Руфова Е. С. Текстологические особенности понятия «рецепт» // Наука, образование и культура. 2016. № 10 (13). С. 14–20.

23. Богданова Д. А. Кликбейты и листиклы – современные приёмы подачи информации онлайнными медиа // Народное образование. 2019. № 4 (1475). С. 203–210.

24. Дементьев В. В. Заголовки с цифрами в интернет-медиа: лингвистические и прагматические характеристики // Вестник Томского гос. ун-та. Филология. 2020. № 63. С. 5–27. <https://doi.org/10.17223/19986645/63/1>

25. Хотько Е. Г. Характер и формы проявления русской ярмарочной культуры прошлого // Культурное наследие России. 2014. № 2. С. 26–29.

REFERENCES

1. Zadorina M. V. The speech genre “culinary recipe” in television discourse. *Philology and Man*, 2023, no. 1, pp. 85–101 (in Russian). [https://doi.org/10.14258/filichel\(2023\)1-06](https://doi.org/10.14258/filichel(2023)1-06)

2. Burkova P. P. *Culinary recipe as a special type of text: Based on the material of Russian and German languages*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Stavropol', 2004. 22 p. (in Russian).

3. Evseeva I. V. Frame modeling of the genre of natural written speech “Handwritten culinary recipe”. In: *Obshcheteoreticheskie i tipologicheskie problemy yazykoznaniiya: sb. nauch. st. Vyp. 3. Pod red. U. M. Trofimovoj* [Trofimova U. M., ed. General theoretical and typological problems of linguistics: Coll. of sci. arts. Iss. 3]. Biysk, Shikhschin Altai University for Humanities and Pedagogy Publ., 2014, pp. 184–189 (in Russian).

4. Moskalyuk G. S. *The formation of the text type “Culinary recipe”: Based on the material of the German-language culinary collections of the XIV–XVI centuries*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Saint Petersburg, 2005. 20 p. (in Russian).

5. Norlusenyan V. S., Isakova E. E. Structural and semantic features of a culinary recipe as a special type of text. In: *Traditsionnaya i innovatsionnaya nauka: istoriya, sovremennoe sostoyanie, perspektivy: sb. st. mezhdunar. nauch.-prakt. konf. T. 3. Pod red. A. A. Sukiasyan* [Sukiasyan A. A., ed. Traditional and innovative science: History, current state, prospects: Coll. of arts. of the Int. sci. and pract. conf. Vol. 3]. Ufa, Aeterna LLC, 2015, pp. 171–173 (in Russian).

6. Lazeeva N. V. Structural and linguistic features of culinary recipes of the cookbook “Cooking for friends” by G. Ramzi. *Innovative Science*, 2016, no. 3, pp. 176–179 (in Russian).

7. Gavrilova T. S. The speech genre of a culinary recipe in Internet discourse. *Aktual'nye problemy lingvistiki i literaturovedeniya: sb. materialov VIII (XXII) Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. molodykh uchenykh. Pod red.*

A. G. Kozhevnikovoi

 [Kozhevnikova A. G., ed. Actual problems of linguistics and literary studies: Coll. of materials of the VIII (XXII) Int. sci. and pract. conf. of young scientists]. Tomsk, TSU Publishing House, 2021, pp. 63–66 (in Russian).

8. Goncharova M. A. Transformation of the text type “culinary recipe” in Internet discourse. *Evolutsiya i transformatsiya diskursov: sb. nauch. st. Pod red. S. I. Dubinina, V. D. Shevchenko. Vyp. 1* [Dubinin S. I., Shevchenko V. D., eds. Evolution and transformation of discourses: Coll. of sci. arts. Iss. 1]. Samara, Publishing House “Samara University”, 2016, pp. 294–303 (in Russian).

9. Kanturova M. A. The speech genre of a culinary recipe in the texts of the media. *Linguistica Juvenis*, 2010, no. 12, pp. 74–80 (in Russian).

10. Lukyanova S. V. The text of a culinary recipe on the pages of regional mass media. *Aktual'nye problemy issledovaniya kommunikatsionnykh aspektov PR-deyatelnosti i zhurnalistiki: sb. materialov II Mezhdunar. nauch. seminar. Sost. L. A. Kapitanova, V. V. Frolov* [Kapitanova L. A., Frolov V. V., comp. Actual problems of research of communication aspects of PR-activity and journalism: Coll. of materials of the II Int. Sci. Sem.]. Pskov, Pskov State University Publ., 2017, pp. 69–78 (in Russian).

11. Kanturova M. A. *Derivational processes in the system of speech genres (on the example of the speech genre of a culinary recipe)*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Novosibirsk, 2012. 28 p. (in Russian).

12. Kitaygorodskaya M. V., Rozanova N. N. Culinary recipe as a genre of oral speech. *Russkij yazyk segodnya. X Shmelevskie chteniya: sb. dokl. T. 5. Otv. red. N. N. Rozanova* [Rozanova N. N., ed. Russian language today. X Shmelev readings: Coll. of reports. Vol. 5]. Moscow, IRL RAS, 2012, pp. 202–210 (in Russian).

13. Mesenyashina L. A. Oral culinary recipe as a genre preserving the folk philosophy of nutrition. *Bulletin of Chelyabinsk State University*, 2012, no. 21, pp. 86–88 (in Russian).

14. Rubert I. B. *Typological characteristics of English small-format texts “recipe” and “useful advice”*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Leningrad, 1991. 17 p. (in Russian).

15. Poptsova E. D. *Principles of construction and linguistic features of German prescriptive texts*. Thesis Diss. Cand. Sci. (Philol.). Moscow, 2017. 28 p. (in Russian).

16. Ermakova M. A. Digital culture and new forms of mass media: Features of impact on the audience. *Cultural Heritage of Russia*, 2021, no. 1, pp. 66–73 (in Russian). <https://doi.org/10.34685/HI.2021.32.1.009>

17. Shmeleva T. V. “Consolidation of genres” as a trend of the media sphere. *Speech Genres*, 2018, no. 4 (20), pp. 270–276 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-4-20-270-276>

18. Dementyev V. V. *Teoriya rechevykh zhanrov* [Theory of speech genres]. Moscow, Znak, 2010. 600 p. (in Russian).

19. Bakeeva D. A., Yashina A. R. Food-content in the conditions of new media: Analysis of advertising strategies of television and cross-platforms. *Sign: Problematic field of media education*, 2020, no. 2 (36), pp. 45–53 (in Russian). <https://doi.org/10.24411/2070-0695-2020-10205>

20. Mikitenko N. Yu., Martynova E. B., Akimenko N. A. Structure and semantics of names of dishes in the linguoculturological aspect (based on the material of culinary YouTube channels). *Bulletin of KalmSU*, 2022,

no. 1 (53), pp. 86–95 (in Russian). <https://doi.org/10.53315/1995-0713-2022-53-1-86-95>

21. Yashina A. R. Methods of self-presentation and self-promotion of personality in the context of video platforms (on the example of YouTube video hosting food blogs). *Ogarev-Online*, 2020, no. 4 (141), pp. 1–6 (in Russian).

22. Fedorova K. M., Rufova E. S. Textual features of the concept of “recipe”. *Science, Education and Culture*. 2016, no. 10 (13), pp. 14–20 (in Russian).

23. Bogdanova D. A. Clickbaits and listicles – modern methods of presenting information by online media. *National Education*, 2019, no. 4 (1475), pp. 203–210 (in Russian).

24. Dementyev V. V. Headlines with figures in Internet media: Linguistic and pragmatic characteristics. *Bulletin of the Tomsk State University. Philology*, 2020, no. 63, pp. 5–27 (in Russian). <https://doi.org/10.17223/19986645/63/1>

25. Khotko E. G. The nature and forms of manifestation of the Russian fair culture of the past. *Cultural Heritage of Russia*, 2014, no. 2, pp. 26–29 (in Russian).

Поступила в редакцию 02.09.2023; одобрена после рецензирования 05.10.2023; принята к публикации 17.10.2023
The article was submitted 02.09.2023; approved after reviewing 05.10.2023; accepted for publication 17.10.2023