

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Е.С. Смагина, студент

Оренбургский государственный педагогический университет  
(Россия, г. Оренбург)

DOI:10.24412/2500-1000-2021-8-1-132-135

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются лингвистические особенности дискурса, а именно приводится его определение и три подхода к его изучению. В частности, детальное изучение направлено на такой вид дискурса, как гастрономический: описываются его функции, и дается его языковой анализ (фонетический, грамматический, лексический и другие аспекты) с помощью прагматических маркеров на примере шоу английского ресторатора и телеведущего Джейми Оливера.

**Ключевые слова:** гастрономический дискурс, прагматические маркеры Б. Фрейзера, лингвистические особенности, кулинарное шоу, подходы изучения дискурса, грамматические аспекты.

Кулинария на протяжении многих веков была частью культуры человечества, что неудивительно, ведь пища – неотъемлемая часть жизненного процесса человека. Но и в настоящее время концепция приготовления блюд сохраняет свою популярную позицию и транслируется в массы различными способами: через телевидение, интернет (например, Youtube), социальные сети (фудблоги, от англ. food – «еда») или кулинарные книжки. Именно поэтому, а также благодаря тому, что кулинарные шоу собирают огромное количество просмотров, а фудблоги набирают не меньшее количество подписчиков, тема работы является актуальной.

Кроме того, все выше перечисленные способы трансляции – виды гастрономического дискурса. Вообще понятие дискурса довольно вариативно. С греческого языка он переводится как «рассказ», «изложение» и широко применяется в различных отраслях гуманитарных наук, что, в свою очередь, и объясняет разнообразие его определений. В.И. Карасик, российский лингвист, понимает под дискурсом «единство текста и коммуникативной ситуации», то есть данное понятие объединяет речь, ситуацию и средства их осуществления [1]. Известны три подхода к изучению дискурса: тематический (самый традиционный), в котором определяется тема «О чем говорим?»; социолингвистический или

социально-психологический, где определяется действующее лицо «Кто?», и последний подход определяет, как ведется общение (тональность голоса, темп речи, эмоциональный фон и др.) [2].

В нашей работе мы рассмотрели такой вид гастрономического дискурса, как гастрономическое шоу, поэтому его тематика – кулинария (рецепты, продукты и способы их приготовления); действующим лицом является шеф-повар, а его речь как устная, так и письменная направлена на зрителей, слушателей или читателей. Функции данного вида дискурса включают информативность, побуждение и обучение, а значит, лингвистические особенности будут направлены на реализацию этих функций [3].

Мы проанализировали лексический, фонетический и грамматический аспекты в качестве лингвистических особенностей, а также подробнее остановились на классификации прагматических маркеров Б. Фрейзера, входящих в эти же особенности. К ним относятся базовые маркеры (структурные и лексические), комментирующие (маркеры оценки, манеры речи, источника информации, для смягчения, а также подтверждающие и акцентирующие маркеры); параллельные (маркеры обращения, недовольства, солидарности и фокусирующие), их роль – дополнение; и

дискурсивные (показывают связь основного сообщения с предыдущим) [4].

В различной литературе и различных лингвистических работах можно также встретить такие тождественные термину прагматические (дискурсивные) маркеры названия понятий, как дискурсивные коннективы, операторы, частицы. Это указывает на тот факт, что не существует единого, общепринятого термина для использования в лингвистике, хотя история изучения этого языкового явления насчитывает почти 40 лет. Это объясняется и разнообразием подходов к изучению дискурса, о чем уже было указано выше, а также вариативной интерпретацией их многочисленных функций.

Тем не менее, дискурсивные маркеры служат способом оформления речи, являются значимой единицей общения, так как именно с помощью них выражается личностное отношение говорящего к сообщаемому, обеспечивается успешность коммуникации, организуется и направляется ее ход.

Эти прагматические маркеры ориентированы на увеличения рейтинга шоу, подписчиков в социальных сетях (например, в Инстаграм), от чего соответственно и зависит доход от рекламодателя.

Материалом для иллюстрации примеров языковых особенностей послужили видео кулинарного шоу известного британского повара, ресторатора и телеведущего Джеймса «Джейми» Оливера. Для этого были просмотрены видеозаписи, выпущенные в 2013-2021 годы. Шоу строится на трех основных этапах. Первый – ведущий приветствует зрителей, презентует тему выпуска; второй этап полностью посвящен приготовлению заявленного блюда; последний – снятие пробы, дополнительные рекомендации и прощание с аудиторией.

Так речь ведущего кулинарного шоу можно охарактеризовать, опираясь на примеры, следующим образом. Во-первых, она содержит тематическое языковое средство – гастрономическую лексику: именные части речи (существительные и прилагательные), такие как *free-range pork*,

*grease-proof paper*, *caster sugar*, *toad* и *geeky*, *spicy*, *tasty*, *smooth* etc; глаголы *to grill*, *to tenderize*, *to bash up*, *to saturate*, *to season* etc. Данный лексический состав погружает зрителей в процесс приготовления и дает возможность максимально понять действия ведущего. Во-вторых, активно используются метафоры «*a thumb sized piece*», пословицы «*last but not least*», иностранные слова «*ciao*» (итальянская лексика), что делает передачу яркой и запоминающейся для зрителя [5].

С грамматической точки зрения замечено, что в речи преобладают времена категории Present (Infinitive and Continuous), и объясняется это тем, что шоу идет как будто в режиме реального времени для зрителя: «*The toad theoretically is a sausage*», «*You roast it up with a beautiful batter*», «*I'm gonna make a beautiful gravy with it*», «*I'm gonna put the big pan here on a medium*». Реже замечено употребление Present Perfect, что обуславливается, в свою очередь, фактом заблаговременной подготовки продуктов, необходимых для приготовления определенного блюда во время передачи: «*I've already brought them here*». Кроме того, появляются в английской речи такие структуры, как «*waddup*» (вместо «*what's up*»), «*gunna/gonna*» (вместо «*going to*»), «*kinda*» (вместо «*kind of*»), которые вносят одновременно простоту общения со зрителями, общения на уровне друзей (эти структуры относятся к разговорному стилю речи) и, с фонетической точки зрения, упрощают произношение этих слов для самого ведущего.

Опираясь же на классификацию прагматических маркеров в лингвистике, также можно проанализировать структуру речи со следующими примерами.

Повествовательные прагматические маркеры реализуются в следующих выдержках: «*It feels naughty but it's really healthy*»; «*It's a great dish you can get in one tray whack in the oven*»; «*They're tender*». Эти предложения характеризуется именно той функцией, которую несут повествовательные предложения: в них сообщается об определенном факте реальности. И действительно, в своем шоу Джейми Оливер

рассказывает о своих рецептах, делится секретами и комментирует сам процесс готовки. Однако ведущий программы еще и побуждает своих зрителей к действиям, но делает это вежливо, соблюдая приветливый тон и используя следующие слова: «**Let's** start off with the primary ingredient...» (Let's – призыв к совместному действию); «Just **rip** the head off» (rip – форма повелительного наклонения глагола); «**You can** add some pepper in here», «You know **you can** put that yoghurt just in and around...» (обращение *you* + модальный глагол *can* показывают возможность телезрителей сделать что-либо, предложенное ведущим). Вопросительные предложения – редкое явление; встречаются в видео эпизодах в качестве риторических вопросов и являются связующими в монологической речи ведущего, так как собеседники находятся по другую сторону экрана: «Why am I making this?», «Could it be better?».

Так же речь ведущего глубоко насыщена маркерами оценки – прилагательными: «This is a *beautiful* vegetable!», «It smells *amazing!*», «You know, *cheesy gorgeous* juice...», «Just look at this. *Magic!* », «It's *perfectly* balanced...»; «We are going to make a *beautiful* pasta dish» [6]. Кроме того, с точки зрения фонетики эти прилагательные акцентируются большим ударением, тем самым ведущий выражает весь энтузиазм в своем кулинарном творчестве и делает речь более экспрессивной.

Маркеры манеры речи выражены в ее темпе: Джейми Оливер говорит в среднем темпе, что также обуславливается временными рамками программы (примерно 5

минут); эмоциональной наполненности: «Fantastic!», «Ooh, yes!»; ее открытости: «Hey, guys!», «Look in here, man» (ведущий словно обращается к зрителям, как к друзьям или хорошим знакомым).

Маркеры смягчения выражаются с помощью сочинительного союза *but* и перформативы *I hope*: «You can just have fun *but* ultimately it's...», «It's really handy *but* there's a joy», «*I hope* you'll enjoy it». Выразительность в речь так же добавляют и акцентирующие маркеры *really*, *so*, *very*: «That's really close to my heart», «very, very, very well...», «so, so, so well...», «really, really, really nice...». Стоит отметить, что усиливает эту экспрессивность повтор этих же слов.

Наконец, фокусирующие маркеры тоже имеют место быть в речи ведущего. В основном, повторяются такие слова, как *look*, *so*, *now*: «*So* if you go to the supermarkets...», «*Look!* Put that in a fridge», «*Now* it's a perfect time to do...» [7].

Таким образом, можно сделать такой вывод, что дискурс, в том числе и гастрономический, охватывает не только речь, язык, но и цели, желания, которые реализуются точно в языковом аспекте – а именно через лингвистические элементы. К ним относят особенности использования определенных грамматических, фонетических и лексических норм. От их выбора и выбора прагматических средств, представленных Б. Фрейзером, зависит насколько понятно и занимательно пройдет шоу, что повлияет на удержание и возможное дальнейшее удержание внимания и заинтересованности конкретной аудитории.

#### Библиографический список

1. «Дискурс – это единство текста и коммуникативной ситуации». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pushkin.institute/news/detail.php?ID=15579> (дата обращения 10.05.2021).
2. Ундрицова В.Е. Гастрономический дискурс: лингвокультурологические и переводческие аспекты // Вестник Московского университета. – 2012. – №2. – С. 86-91.
3. Гейм, Е.А. Лингвистические особенности гастрономического дискурса (на материале итальянских кулинарных блогов // *Colloquium-Journal*. – 2019. – №23. – С. 47.
4. Викторова Е.Ю. Дискурсивы, специфические для устной научной речи (на материале лекций) // Известия высших учебных заведений. – 2015. – №4. – С. 55-65.
5. How to Make Carbonara // YouTube. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://youtu.be/D\\_2DBLAt57](https://youtu.be/D_2DBLAt57) (дата обращения: 12.05.2021).

6. How to Make Perfect Scrambled Eggs // YouTube. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/s9r-CxnCXkg> (дата обращения: 11.05.2021).
7. How to Cook Perfect Steak // YouTube. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://youtu.be/0L2aarDSvOs> (дата обращения: 11.05.2021).
8. Анисимова Е.Е. О взаимодействии гастрономического и религиозного дискурсов (культурологический и лингвистический аспекты) // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. – 2018. – №2. – С. 31-43.
9. Дунаева М.Б. Гастрономический дискурс в культурных практиках повседневности // Наука. Искусство. Культура. – 2019. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskij-diskurs-v-kulturnyh-praktikah-povsednevnosti> (дата обращения 17.06.2021).
10. Зайдес К.Д. Прагматические маркеры предикативного типа в устной спонтанной речи: подходы к описанию // Коммуникативные исследования. – 2019. – №2. – С. 375-396.
11. Олянич, А.В. Гастрономический дискурс // Дискурс-Пи. – 2015. С. 157-159. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gastronomicheskij-diskurs> (дата обращения 17.06.2021).
12. Руфова Е.С. Лексико-семантические особенности японского гастрономического дискурса (на материале рецептов) // Вестник Вятского университета. – 2017. – С. 53-56. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/leksiko-semanticheskie-osobennosti-yaponskogo-gastronomicheskogo-diskursa-na-materiale-retseptov> (дата обращения 10.05.2021).
13. Смирнова В.В. Дискурсивные маркеры как отражение лингвокультурных традиций русского и английского языков // Инновационная наука. – 2015. – №12. – С. 181-183.

## LINGUISTIC FEATURES OF THE GASTRONOMICAL DISCOURSE

**E.S. Smagina, Student**  
**Orenburg State Pedagogical University**  
**(Russia, Orenburg)**

**Abstract.** *Linguistic features of the discourse are presented in this article as well as its definition and three ways of its studying are described here. Particularly, its detailed studying is directed to such discourse form as gastronomical one. Its functions and linguistic analysis (phonetic, grammatical, lexical and another aspects) by the pragmatic markers are also submitted. The examples are illustrated by English restaurant owner and broadcaster Jamie Oliver cookery show.*

**Keywords:** *gastronomical discourse, pragmatic markers by Fraser, linguistic features, cookery show, the ways of discourse studying, grammatical categories.*