

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

РОЛЛЕР АЛІНА ЮРІЇВНА

Допускається до захисту:  
к.філол.н., доцентка,  
в.о. завідувача кафедри  
англійської філології  
Майя ЮРКОВСЬКА  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 р.

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ТА ПАРАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ  
ІДІОСТИЛЮ В АНГЛІЙСЬКО- ТА УКРАЇНСЬКОМОВНОМУ  
КУЛІНАРНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ YOUTUBE ВІДЕО ДЖЕЙМІ  
ОЛІВЕРА ТА ЄВГЕНА КЛОПОТЕНКА)

Спеціальність 035 «Філологія»  
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно),  
перша – англійська»  
Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури  
(переклад включно)»

Магістерська робота

Науковий керівник:  
Залужна Ольга Олексіївна  
к. філол. н., доцентка,  
доцентка кафедри  
англійської філології

Оцінка: / / /

(бали/за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: \_\_\_\_\_  
(підпис)

Вінниця 2024

## АНОТАЦІЯ

**Роллер А. Ю. Лексико-граматичні та паралінгвістичні особливості ідіостилю в англійсько- та українськомовному кулінарному дискурсі (на матеріалі YouTube відео Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка).** Спеціальність 035 «Філологія». Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська». Освітня програма «Англійська та друга іноземні мови та літератури (переклад включно)». Донецький та національний університет імені Василя Стуса, 2024. 114 с.

Магістерську роботу присвячено вивченню лексико-граматичних та паралінгвістичних особливостей кулінарного дискурсу на базі відео Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка.

Матеріал цієї праці – 639 найменувань на позначення кулінарної лексики (356 англійськомовних та 283 українськомовних одиниць), дібраних методом суцільної вибірки.

У роботі досліджуються особливості вибору мовних засобів, лексичних одиниць, граматичних конструкцій в межах YouTube дискурсу. Окрема увага приділяється паралінгвістичним особливостям – темпу мовлення, інтонації, міміці, жестам та іншим аспектам несловесної комунікації, які впливають на сприйняття та розуміння контенту.

Кулінарна лексика представляє собою один з найбільш живих та динамічних компонентів у сучасному мовному просторі та предствляє собою широкий спектр найпоширеніших, регулярно вживаних та повсякденних слів, які становлять основне ядро словника.

Результати аналізу вказують на низку аспектів, що мали значний вплив на формування індивідуального стилю блогерів: національність кулінарів, їх професія, вік, стиль мовлення та підхід до оформлення контенту та взаємодії з підписниками.

**Ключові слова:** ідіостиль, кулінарний дискурс, концептосфера *ЇЖА*, лінгвокультура, лексична своєрідність, граматична своєрідність.

## SUMMARY

**Roller A. Yu. Lexical, Grammatical, and Paralinguistic Peculiarities of Idiostyle in English and Ukrainian Culinary Discourse (Based on YouTube Videos by Jamie Oliver and Yevhen Klopotenko)** Specialty 035 “Philology”. Specialization 035.041 “Germanic Languages and Literature (including translation), the first language – English”. Educational Programme “English and the Second Foreign Languages and Literature (including translation)”. Vasyl’ Stus Donetsk National University, 2024. 114 p.

The master’s thesis is devoted to the study of lexical-grammatical and paralinguistic features of culinary discourse based on videos by Jamie Oliver and Yevhen Klopotenko.

The material of this work consists of 639 items of culinary vocabulary (356 English and 283 Ukrainian items) selected by the method of continuous sampling.

The paper investigates the peculiarities of the choice of language, lexical items, and grammatical constructions within YouTube discourse. Special attention is paid to paralinguistic features such as speech rate, intonation, facial expressions, gestures, and other aspects of non-verbal communication that affect the perception and understanding of content.

Culinary vocabulary is one of the most lively and dynamic components in the modern language space and represents a wide range of the most common, regularly used and everyday words that make up the main core of the dictionary.

The results of the analysis indicate a number of aspects that had a significant impact on the formation of the bloggers' individual style: the nationality of the cooks, their profession, age, speech style, and approach to content design and interaction with subscribers.

**Keywords:** individual style, culinary discourse, concept sphere *FOOD*, linguoculture, lexical peculiarities, grammatical peculiarities.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>8</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ .....</b>	<b>14</b>
1.1 Семантика як лінгвістична дисципліна. Лексична семантика. Лексико-семантичне значення слова. Поняття номінації .....	14
1.2 Поняття дискурсу та його класифікаційні особливості .....	19
1.3 Лексико-семантичне поле як структурний компонент кулінарного дискурсу.....	24
1.4 Принципи організації кулінарного дискурсу.....	29
1.5 YouTube як джерело емпіричного матеріалу. Цільова аудиторія кулінарних шоу: особливості сприйняття мовлення.....	33
1.6 Поняття ідіостилю. Сучасні тенденції дослідження.....	40
Висновки до розділу 1.....	43
<b>РОЗДІЛ 2 ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ .....</b>	<b>45</b>
2.1 Лексична своєрідність кулінарного дискурсивного простору.....	45
2.2 Граматична своєрідність кулінарного дискурсу.....	62
Висновки до розділу 2.....	77
<b>РОЗДІЛ 3 ПАРАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ.....</b>	<b>81</b>
3.1 Паралінгвістичний аспект комунікативного акту .....	81
3.2 Одиниці паралінгвістичного рівня комунікації та їхні функції в кулінарному дискурсі.....	84
3.3 Типологія паралінгвістичних одиниць кулінарного дискурсу.....	86
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>89</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>93</b>

<b>СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>101</b>
<b>СПИСОК ДЖЕРЕЛ ЕМПІРИЧНОГО МАТЕРІАЛУ.....</b>	<b>102</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>104</b>



## ВСТУП

Сфера харчування є однією із найважливіших у людському житті, тому кулінарний дискурс, як показує практика сучасних ЗМІ, користується великим попитом широкої аудиторії. Розмаїття кулінарних традицій, експерименти зі смаками та незвичні поєднання інгредієнтів розширюють горизонти сприйняття їжі та стають своєрідним мостом між різними культурами та людьми.

Дискурс у сучасних лінгвістичних дослідженнях потрактовується як комплексне та багатовимірне явище, яке включає в себе широкий спектр аспектів, таких як когнітивні, етнопсихологічні, культурні, соціальні, політичні та інші фактори. У сучасному мовознавстві феномен дискурсу в різних аспектах досліджували такі науковці, як: Ф. С. Бацевич [63], П. П. Буркова [59], Н. П. Головницька [72], В. І. Дмитренко [5], А. П. Загнітко [23], А. В. Олянич [32], Ю. М. Половинчак [16], О. О. Селіванова [58] та інші; у працях названих мовознавців, зокрема, дискурс розглядали й у культурологічному, семантико-семіологічному аспектах, фокусуючи увагу на використанні гастрономічної лексики.

У рамках вивчення дискурсу як об'єкта лінгвістичного дослідження актуальним постає питання специфіки авторського мовлення, оскільки певні фонетичні, словотвірні, лексичні, морфологічні, синтаксичні та стилістичні засоби, використані в процесі дискурсотворення, характеризують творця дискурсу як лінгвокреативну особистість. Індивідуальне в мовленні привертає увагу лінгвістів, які намагаються схарактеризувати його через поняття індивідуальної манери мовлення, мовного портрета [8]. Аналізуючи специфіку мовлення автора окремо взятого дискурсу, дослідники працюють на міждисциплінарному рівні та доходять висновку щодо існування індивідуальної мовної картини світу, що залежить і від екстралінгвальних чинників, як-от: вік мовця, його гендерна належність, професія, психотип та ін [66]. Важливо враховувати систему компетенцій лінгвоперсони як творця дискурсу, зокрема мовну, комунікативну, культурологічну, емоційну та ін [6].

**Актуальність** магістерської роботи зумовлена потребою дослідження та систематизації лексико-граматичної та паралінгвістичної своєрідності кулінарного дискурсу української та англійської лінгвокультур із урахуванням індивідуально-авторської творчості медійних представників цих лінгвокультур, які формують сучасний кулінарний дискурс як креативний, розважальний та пізнавальний простір, репрезентуючи інтелектуальні здібності, риторичну майстерність, ефективні комунікативні стратегії і тактики, характерні для кожної лінгвокультури.

**Мета** наукової розвідки – провести аналіз лексико-граматичних та паралінгвістичних особливостей кулінарного дискурсу англійської та української лінгвокультур, актуалізованих Джеймі Олівером та Євгеном Клопотенком у своїх кулінарних відео, розміщених на відеохостінговій платформі YouTube.

Досягнення мети стає можливим за умови вирішення таких **завдань**:

- *окреслити* основні положення методології та метамову дослідження;
- *розкрити* поняття семантика, лексична семантика, лексико-семантичне значення та номінація, семантичне поле, дискурс, ідіостиль
- *схарактеризувати* YouTube як джерело емпіричного матеріалу, а також *провести аналіз* цільової аудиторії кулінарних блогів;
- *розглянути* ключові параметри кулінарного дискурсу в лінгвокультурологічному аспекті;
- *проаналізувати* лексико-граматичні та паралінгвістичні особливості кулінарного дискурсу української та англійської лінгвокультур.

**Об'єктом** цієї праці обрано кулінарний дискурс англійської та української лінгвокультур.

**Предмет** наукової студії – лексико-граматичні та паралінгвістичні особливості кулінарного дискурсу англійської та української лінгвокультур, створеного яскравими представниками цих лінгвокультур – Джеймі Олівером та Євгеном Клопотенком.

**Матеріалом дослідження** слугують 639 одиниць на позначення кулінарної лексики (356 англійськомовних та 283 українськомовних одиниць) та відповідні текстові фрагменти, дібрані методом суцільної вибірки з кулінарних шоу, створених Джеймі Олівером та Євгеном Клопотенком, та розміщені у відкритому доступі на відеохостінговій платформі YouTube.

**Методика** дослідження має *комплексний характер* та полягає у використанні системи методів та прийомів, зумовлених метою і сформульованими дослідницькими завданнями. Основним методом магістерської роботи традиційно обрано *описовий*, за допомогою якого формується дослідницька гіпотеза, концепція, методологія, метамова; цей метод доповнюється прийомами *спостереження* за специфікою моделюванням кулінарного дискурсу та прийомом *систематизації* лінгвальних явищ і фактів, актуалізованих мовних одиниць, що функціонують в кулінарному дискурсі, який моделюється лінгвоперсонами-блогерами Джеймі Олівером та Євгеном Клопотенком, а також паравербальних параметрів; для характеристики кулінарного дискурсивного простору залучаємо *дискурсивний аналіз*, *контент-аналіз*, а також метод *інтерпретативного* аналізу. Виокремлені під час дискурсивного аналізу лексико-граматичні та паралінгвістичні параметри обраного для аналізу кулінарного дискурсу, що репрезентує лінгвокреативну діяльність Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка, зіставляємо за допомогою *порівняльного* методу, що дає змогу репрезентувати своєрідність дискурсу відповідних англійської та української лінгвокультур; для здійснення підрахунків відповідних структурних елементів розглядуваного дискурсу використовуємо *прийом кількісних підрахунків*.

**Теоретична цінність дослідження** пов'язана зі спробою обґрунтування використання YouTube як джерела емпіричного матеріалу, систематизації інформації щодо прагматичного потенціалу кулінарного дискурсу, визначенні лексико-граматичних та паралінгвістичних засобів моделювання кулінарного дискурсу української та англійської лінгвокультур із урахування



індивідуальної креативності блогерів-лінгвоперсон Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка.

**Практичне значення роботи** зводиться до розробки нових та систематизації вже існуючих шляхів дослідження кулінарного дискурсу в українській та англійській лінгвокультурах, виробленні алгоритму дослідження індивідуального мовлення Олівера Джеймі та Євгена Клопотенка як блогерів-лінгвоперсон, які є творцями дискурсу для кулінарного шоу. Матеріали праці можна використовувати під час лекційних курсів з дискурслінгвістики, комунікативної лінгвістики в ракурсі можливостей удосконалення комунікативних стратегій і тактик моделювання усного мовлення на атракційних шоу на прикладі кулінарного дискурсу та вироблення рекомендації щодо риторичної майстерності в кулінарній сфері.

**Новизна наукової студії** полягає в систематизації лексико-граматичних та паралінгвістичних особливостей моделювання українсько- та англійськомовного кулінарного дискурсу, репрезентованого індивідуальним мовленням Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка, що досліджується вперше, а також обґрунтуванні ефективності використання YouTube як джерела емпіричного матеріалу.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дослідження викладено в доповіді на Міжвузівській науковій студентській конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (ДонНУ, Вінниця, 2021 р.), доповіді на Всеукраїнській студентській науковій конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (ДонНУ, Вінниця, 2022 р.) та доповіді на Всеукраїнській студентській науковій конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (ДонНУ, Вінниця, 2023 р.).

**Публікації.** Основні положення роботи викладено в матеріалах тез на Міжвузівській науковій науковій конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (осінь 2021 р.), у

тезах на Всеукраїнській студентській науковій конференції «Зіставне вивчення германських, романських і слов'янських мов і літератур» (осінь 2022 р.), тезах на VII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Проблеми лінгвістичної семантики» (Рівне, осінь 2022 р.), тезах в збірнику СНТ ДонНУ імені Василя Стуса (осінь 2023 р.), та статті у фаховому журналі категорії Б Вчені Записки Таврійського національно університету імені В. І. Вернадського (Київ, осінь 2023 р.).

**Структура роботи.** Магістерська праця складається зі вступу, трьох розділів та висновків до кожного з них, загальних висновків, додатків, списку наукової літератури і лексикографічних джерел, списку умовних скорочень та списку джерел емпіричного матеріалу. Обсяг тексту дослідження становить 86 сторінок, його загальний обсяг разом з бібліографією і додатками – 114 сторінок.

У *Вступі* обґрунтовано актуальність дослідження, висвітлено його мету і завдання, окреслено емпіричний матеріал, визначено об'єкт, предмет та методи дослідження, теоретичне та практичне значення, новизну, ступінь апробації, описано його структуру.

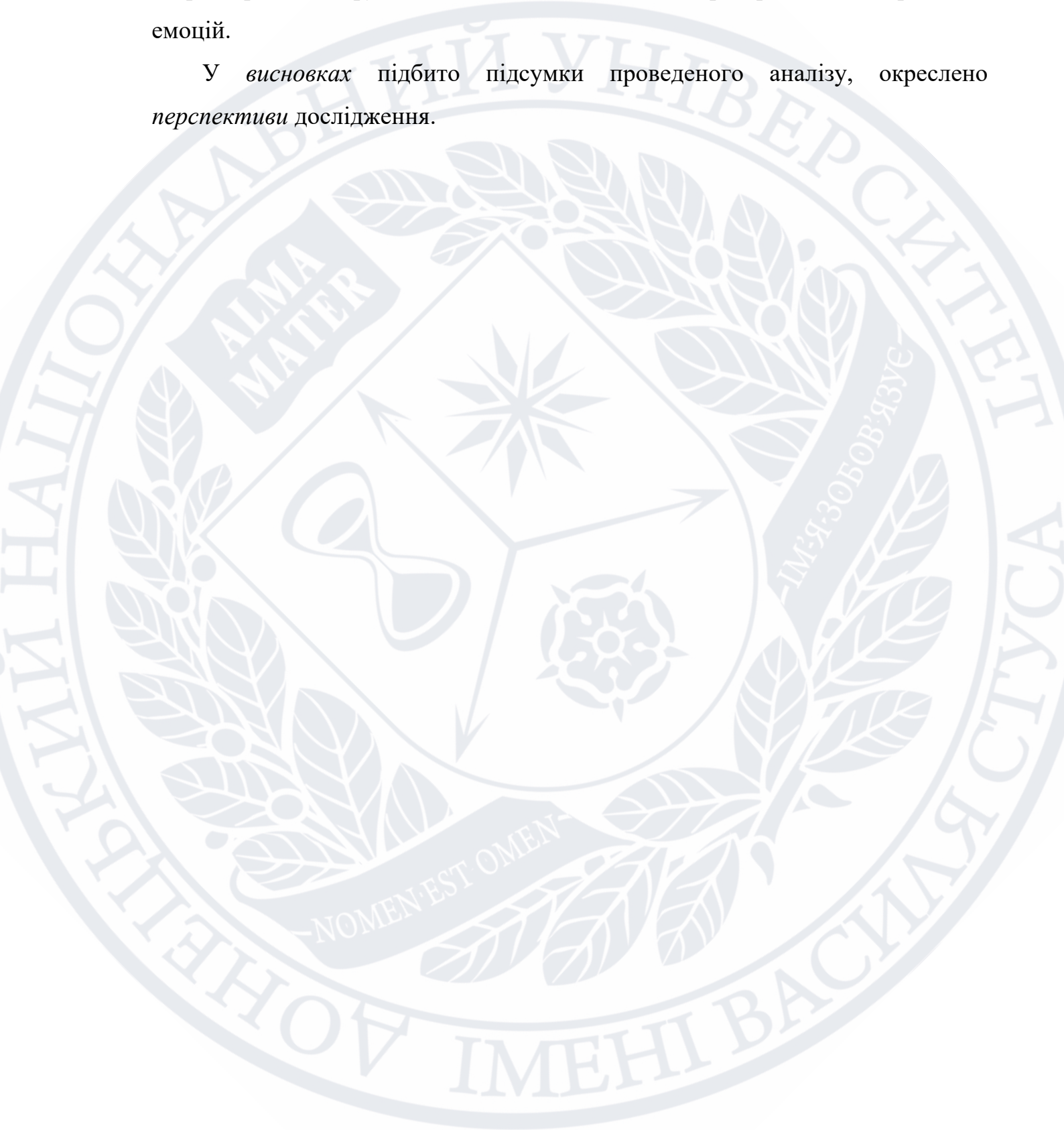
У *першому розділі* «Теоретичні засади дослідження кулінарного дискурсу в сучасній англійській та українській лінгвокультурах» з'ясовано методологічні засади праці, ключові поняття її метамови, дослідницькі аспекти та ракурси, окреслено переваги YouTube як джерела емпіричного матеріалу.

У *другому розділі* «Лексико-граматичні особливості кулінарного дискурсу» визначено важливі структурно-семантичні компоненти дискурсивного простору кулінарної сфери, що змодельовані Євгеном Клопотенком та Джеймі Олівером в межах української та англійської лінгвокультур.

У *третьому розділі* «Паралінгвістичні особливості кулінарного дискурсу» виокремлено одиниці паралінгвістичного рівня комунікації, що відображені в кулінарному дискурсі, змодельованому Джеймі Олівером та

Євгеном Клопотенком в межах української та англійської лінгвокультур, схарактеризовано функції та типи та можливості паравербального вираження емоцій.

У висновках підбито підсумки проведеного аналізу, окреслено перспективи дослідження.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ

#### **1.1 Семантика як лінгвістична дисципліна. Лексична семантика. Лексико-семантичне значення слова. Поняття номінації**

Семантика почала розвиватись як самостійна лінгвістична дисципліна доволі нещодавно, наприкінці ХІХ століття; а сам термін «семантика» для позначення галузі науки вперше було запропоновано у 1883 р. французьким мовознавцем М. Бреалем, який займався різними аспектами дослідження мови. Термін «семасіологія» використовувався вченими як синонімічний до кінця 1950-х років, але згодом втратив свою популярність. Дійсно, однією з основних причин, що змушує мовця звертати увагу на мову, є недостатнє розуміння того, що означає усне чи письмове висловлювання (текст) чи якась його частина, адресоване учаснику мовленнєвого акту. Тому при вивченні мови інтерпретація окремих знаків або цілих текстів – один із найважливіших видів діяльності у галузі семантики – відіграє важливу роль. У Китаї ще в античності були створені словники, що містять тлумачення ієрогліфів. У Європі античні та середньовічні філологи складали глоси, тобто тлумачення незрозумілих слів у письмових пам'ятках. Бурхливий розвиток лінгвістичної семантики розпочався в 1960-х і на сьогодні це один із центральних розділів науки про мову [84].

Семантика – це розділ мовознавства, що займається дослідженням семантичного значення мовних одиниць. Визначення, запропоноване в лінгвістичній енциклопедії О. О. Селіванової, де науковиця тлумачить семантику як розділ лінгвістики, який досліджує макет мовного змісту, значення та смисл його символічних одиниць, а також їх функцію в мові вважається універсальним [107, с. 620].

Згідно із визначенням, запропонованим у словнику літературознавчих термінів, семантика – це розділ мовознавства, котрий займається аналізом проблем смислу, значення та інтерпретації знаків і знакових виразів, які охоплюють предметну та понятійну сфери [106].

Семантика – це аналіз взаємозв'язку між мовними виразами та світом, реальним чи уявним, а також сам цей зв'язок та сукупність таких відносин (наприклад, ми можемо говорити про семантику певної мови). Цей взаємозв'язок полягає в тому, що лінгвістичні вирази (слова, фрази, речення, тексти) позначають те, що є у світі – предмети, властивості, дії, способи виконання дій, відносини, ситуації та їх послідовності [93].

Семантика, як галузь лінгвістики, вивчає, як саме, маючи розуміння певних граматичних конструкцій та значень слів, людина може передати різноманітну інформацію про світ, навіть у випадках, коли дана ситуація для неї нова та незвична. Вона досліджує механізми, за допомогою яких мовленнєвий апарат може адаптуватися до нових обставин, уявлень чи понять, щоб ефективно виражати та сприймати нову інформацію [89].

Можна виділити кілька аспектів семантики в залежності від мовного рівня: лексичну, граматичну, фразеологічну та словотворчу. Проте, на фонетичному рівні відсутній прямий план значень, хоча можна помітити певну подібність у звуковій символіці [91].

Основу лексичної семантики складають : класифікація та аналіз слів; опис відмінностей та схожості у лексичних семантичних структурах між різними мовами; образ, у якому значення окремих лексичних елементів із використанням синтаксису пов'язане зі значенням всього речення [91].

Лексико-семантична система будь-якої мови складається з набору слів, які утворюють словник цієї мови. Однак функціонування лексико-семантичної системи та її вивчення можливе лише за умови дотримання двох параметрів: по-перше, наявність форм організації слова (слова номінації, слова ознаки, слова дії тощо), по-друге, встановлення різноманітних зв'язків між ними та

відносинами, які дозволяють аналізувати не лише їхні окремі значення, а й розподільні потенціали та значення, які вони утворюють [33].

Слово фіксує не лише найважливіші явища дійсності для людини, а й їхні різноманітні властивості та взаємозв'язки. Слово відображає це все не безпосередньо, а через узагальнені назви об'єктів, властивостей, процесів, зв'язків тощо [34].

Значення слова не може бути ідентичним явищу, яке воно позначає. Те, що узагальнено словами, засноване на сприйнятті людиною дійсності – конкретні предмети, їх якості, процеси тощо – є основним елементом значення, їх основою, їх ядром і називається лексичним поняттям або концептом, концептуальним значенням, сигніфікативним значенням [34].

Під терміном «номінація» науковці розуміють процес формування мовних одиниць, призначення яких полягає в ідентифікації та утворенні відповідних понять (слів, словосполучень, фраз та речень) про окремі частини дійсності. [71, с. 424].

На додаток до цього, номінація також означає процес вибору лексичних засобів зі словника, які відповідають намірам мовця, тобто використання слів, фраз або сталих виразів, значення яких відповідає особистим уподобанням мовця. За Г. В. Кольшанським, «номінація – це поняття, закріплене за мовним знаком – значення, що відображає характерні ознаки позначення – властивості, якості та взаємозв'язки – об'єкти та процеси матеріальної та духовної сфери, завдяки яким одиниці мови утворюють семантичні елементи вербальної комунікації» [71, с. 426].

Безперервно триває розвиток та збагачення словникового запасу мови, що забезпечує лінгвістичну форму мислення людини у всіх комунікативних процесах. Однією з особливостей цього процесу є здатність виражати невідоме, нове через відоме, позначати новоутворене за допомогою існуючих у мові знаків лексеми, вдаючись лише до мінімальних модифікацій словесного коду, переосмислюючи те, що давно використовувалося у мовленні. Такі процеси демонструють здатність мови задовольняти нові когнітивні та

комунікативні потреби громади за допомогою її внутрішніх ресурсів [16, с. 29]. Насамперед тут йдеться про вторинну номінацію [27, с. 29].

Феномен вторинної номінації є доволі непростим, у зв'язку з тим що мовні одиниці, котрі виникають у процесі, не утворюються безпосередньо як відображення реальності, а скоріше ґрунтуються на значенні вихідного слова. Варто відзначити, що через інтенсивний розвиток суспільства процес первинної лексичної номінації у сучасній мові трапляються рідко. Крім того, з урахуванням «економічності» мови як важливої характеристики мовлення, відпадає потреба у зайвому збільшенні лексичних одиниць. Тенденція використання номінативних одиниць, які виконують функцію вторинного найменування, спонукає мовців переосмислити доступні в мові номінативні засоби [27, с. 29].

Явище вторинної номінації сприяє розвитку мови, оскільки він дозволяє їй адаптуватися до потреб сучасності без необхідності постійного створення нових слів або фраз, а також дозволяє швидше та ефективніше відобразити нові концепції або явища, використовуючи вже існуючі мовні засоби [35]

Значення висловлювання розширюється шляхом використання знайомого слова на позначення нового явища чи об'єкта, оскільки звучання слова виступає певним сигналом для сприйняття індивідом нового значення у вже відомій формі [36, с. 134].

Теорія номінацій систематизує методи утворення вторинних назв залежно від мовних інструментів, які використовуються, а також відношення між назвою та реальністю. Основні методи утворення вторинних назв включають [31, с. 37]:

1. Словотворення – процес утворення нових слів за допомогою афіксів, основ, а також за допомогою різних морфологічних моделей, таких як композити (утворення слова шляхом поєднання двох або більше основ), зіставлення (об'єднання двох слів для утворення нового) та скорочення (використання скороченого варіанта слова). Це морфологічний процес, який

полягає у створенні нових слів за допомогою певних формальних мовних засобів.

2. Морфемно-семантичну дивергенцію – явище, пов'язане з перенесенням назви на новий об'єкт або явище за відсутності типової словотвірної моделі. Наприклад, слово *стіл* може потрактовуватись як предмет меблів і може вживатися для позначення престолу в контексті князювання.

3. Синтаксичну транспозицію – явище, при якому відбувається зміна синтаксичної функції слова, проте зберігається його лексичне значення.

4. Семантичну транспозицію та семантичну деривацію, явища, що не призводять до зміни форми вже інтерпретованої лексичної одиниці, проте призводять до утворення багатозначних слів та різних типів фразеологізмів.

На думку дослідників, формування нового значення лексеми може відбуватися двома способами. По-перше, це може статися в рамках самого слова, що породжує так звану «автономну номінацію». По-друге, нове значення може виникнути в межах фрази або контексту, що породжує «неавтономну номінацію». Сучасні лінгвістичні дослідження підтверджують активні процеси формування обох згаданих типів вторинних номінацій. [27, с. 29].

Лексичні одиниці формують певні системні відносини, при цьому системність може бути як очевидною і явно вираженою, так і міститись в глибинній структурі мови. Зміни у лексико-семантичній системі мови визначаються внутрішніми та зовнішніми чинниками. Мова – багатоплановий, поліфункціональний та суперечливий феномен. Очевидно, що слова існують не ізольовано один від одного, а об'єднуються, зв'язуються в мові та мовленні за допомогою окремих значень. Ю. М. Караулов відзначає особливості диференціально-семантичних ознак різних типів лексико-семантичних угруповань, що існують у мові, як і демонструють системні взаємозв'язки елементів усередині груп. Під поняттям групи слів мається на увазі об'єднання цих груп на підставі будь-яких спільних ознак [91].



Кордони слова та його значення, як стверджував В. В. Виноградов визначаються тільки на тлі лексико-семантичної системи мови в цілому. Складність смислової структури слова та різноманіття його відносин з іншими лексичними ланками мовної системи ускладнюють розмежування всіх значень та відтінків слова навіть у період розвитку мови. На думку вченого, слово відображає сприйняття певної частини реальності та її взаємозв'язки з іншими аспектами цієї реальності, що були чи є усвідомлені суспільством чи нацією протягом конкретного історичного періоду. Воно відкрите для подальшого тлумачення та переосмислення первинних значень і відтінків завдяки можливостям широкого контекстуального аналізу [7]. Словники різних мов не ізоморфні; існують семантичні розмежування, характерні для різних мов.

## **1.2 Поняття дискурсу та його класифікаційні особливості**

Для багатьох галузей таких як лінгвістика, соціологія, політична наука, філософія та інших наукових дисциплін, дискурс є ключовим поняттям, оскільки він описує не лише процес комунікації, а й способи формування та передачі знань, ідей та уявлень в різних контекстах.

Традиційно мовні явища розглядаються в контексті мовної особистості та з ситуації спілкування. Особливу увагу приділяють концепції «дискурсу», що виникла наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття. Початково під терміном «дискурс» розуміли не лише текст, але й конкретну мовленнєву ситуацію – зважаючи на реальний контекст комунікації [95].

Попри поглиблене та детальне вивчення даної теми, єдиної думки щодо визначення терміну «дискурс» на сучасному етапі розвитку лінгвістики не існує. У більшості наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених прослідковується традиція розуміння «дискурсу» як цілісного мовленнєвого твору з різноманітним його когнітивно-комунікативним функціям. З часом поняття «дискурсу» набуває різноманітних визначень, кожне з яких, в свою чергу, відображає специфіку цього явища [99]. Наприклад, Т. ван Дейк тлумачить дискурс як комунікативну подію, яка охоплює єдність мовної

форми, значення та дії, що відтворюється учасниками спілкування. Ця подія включає не лише використання мови, а й психічні процеси, що неодмінно супроводжують акт спілкування [32, с. 286].

На даний момент існує значна кількість різноманітних підходів, які вчені використовують у процесі дослідження дискурсу, серед яких можна виокремити етнографічний, когнітивний, прагматичний, функціональний і наратологічний [32, с. 287].

Американська дослідниця Л. Гренобл посилається на теорію мовленнєвих актів, що розглядає мову як соціальну дію та звертається до прагматичного підходу зазначаючи, що мова не лише слугує засобом для опису світу, але й для виконання певних дій. Науковиця розробила низку правил, якими учасники дискурсу послуговуються під час спілкування. Л. Гренобл користується системою універсальних принципів комунікації Х. П. Грайса: максимами кількості, якості, способу дії та релевантності. Звертаючись до цих принципів, дослідниця вказує на те, що їх використання залежить від контексту спілкування, соціальних і культурних особливостей комунікації, а саме поняття «дискурс» визначає як послідовність зв'язків між діями. За її словами, прагматичний аналіз дискурсу відіграє значущу роль у вивченні контексту різних комунікативних ситуацій та сприяє розкриттю контекстуальних факторів, які впливають на прагматичні функції висловлення [82].

На думку Т. Хуккіна, представника функціонального підходу, під час аналізу дискурсу варто неодмінно враховувати такі елементи мови як: «1) контекст, до складу якого входять поле як соціальна дія (експлікація змісту події), тенор як рольова структура (дефініція статусу, ролей учасників), спосіб як символічна організація тексту, роль мовних засобів; 2) семантика, що складається з трьох компонентів – ідеаційної семантики (змісту пропозиції), інтерперсональної семантики (висловлення ставлення до змісту пропозиції), текстуальної семантики (тематичної і рематичної структури), а також графічні, фонологічні, лексичні та граматичні аспекти». Фокусуючи свою увагу на

проблемі вибору жанрів та структури дискурсу а також дослідженні інтеракційних факторів та референтних форм, вчений аналізує ключові питання функціонального підходу [83].

С. Стемброук аналізує дискурс із точки зору етнографічного підходу, де комунікативна компетенція, котра поєднує в собі як мовну так і культурну компетенції, виступає ключовим поняттям. Стемброук потрактовує термін культурна компетенція, як сукупність знань про культуру, складові лінгвістичного коду та норми функціонування мови, зараховуючи до мовної компетенції обізнаність у сфері синтагматичних і парадигматичних властивостей мовних елементів, знання правил інтерпретації та розгортання тексту та ін. Дослідник переконаний, що саме етнографічний підхід сприяє поглибленню знань наукової спільноти щодо міжкультурних та внутрішньокультурних особливостей комунікації [98].

Учений Я. Іфверсен концентрується на особливостях наратологічного підходу до аналізу дискурсу, де ключовим інструментом виступає власне інтерпретація. Дослідник також розглядає питання часу, структури, побудови, рольової діяльності автора, наратора і аудиторії, фактор адресата як основу аналізу наративу. У широкому розумінні, поняття наративу застосовується до різних форм, включаючи письмові, усні, художні, музичні, а у вузькому використовується лише щодо жанру оповіді. Наративний аналіз – це складний та ретельно структурований метод, який включає в себе різноманітні елементи та концепції. Важливо зазначити, що не всі складові цього аналізу можуть безпосередньо застосовуватися під час вивчення дискурсу [85].

Т. ван Дейк займався дослідженням дискурсу з точки зору когнітивного підходу, оскільки, на його думку, людина розуміє текст лише за умови, що вона ідентифікує ситуацію на основі суб'єктивного досвіду. Учений підкреслює важливість когнітивних процесів, таких як сприйняття, розуміння і тлумачення, у формуванні значень у тексті. Однією з ключових концепцій Т. ван Дейка є «модель ситуації». Це поняття вказує на те, що учасники комунікації використовують свої особистісні знання, щоб утворювати

уявлення про ситуацію, що виникла в тексті, ґрунтуючись на їхньому попередньому досвіді та розумінні соціальних нюансів. Його підхід дозволяє глибше вникнути у психологічні та когнітивні аспекти сприйняття мови й комунікації, водночас підкреслюючи фундаментальну ролі моделей в соціальному пізнанні [58].

Елементи реальності всебічно відображаються через дискурс, виражаються ним та знаходять своє втілення у ньому. З лінгвістичної перспективи, дискурс не є окремою текстовою або діалогічною структурою; це складне комунікативне явище, що включає соціокультурний контекст, який не лише характеризує учасників комунікації, а й охоплює опис процесів створення та сприйняття повідомлень, а також певні суспільно-політичні аспекти [59].

Можна зробити припущення, що дискурс є комплексним комунікативним явищем, що включає мову разом із її екстралінгвальними характеристиками, та має подієву спрямованість.

Дискурс як мовна одиниця характеризується універсальними та специфічними рисами. Цілісність та зв'язність є основними універсальними рисами, притаманними дискурсу. Цілісність дискурсу передбачає, що всі частини тексту або мовлення взаємодіють із загальним контекстом, утворюючи логічну послідовність та співвідношення. Це означає, що різні елементи дискурсу, такі як речення, фрази, теми, мотиви, повідомлення, підтримують спільну логіку, що забезпечує їхню внутрішню зв'язність і послідовність. Універсальна цілісність дискурсу дозволяє сприймати його як єдину мовну одиницю, побудовану на основі взаємодії різних елементів, що веде до утворення змістовної та структурної єдності. Поняття цілісності дискурсу на пряму пов'язане з його інформативністю, оскільки реалізація комунікативного акту неможлива без обміну інформацією [32].

Зв'язність дискурсу втілена у його континуальності та зумовлена певними закономірностями, що складають основу процесу формування комплексних комунікативних одиниць мови [5, с. 80].

Хронотопність дискурсу проявляється у представленні та сприйнятті просторових та часових відносин через дієслова та прислівники [5, с. 80].

Окрім того, однією з головних характеристик дискурсу виступає його подієва об'єктивна модальність, що обумовлена домінуванням у ньому одного або кількох параметрів їхніх речових просторів, а також той факт, що дискурс включає елементи когніції в процесі спілкування та екстралінгвістичні чинники [5, с. 81].

Дискурс приймає різноманітні форми, що різняться за своєю природою, цілями та способами використання в різних контекстах. Науковий дискурс передбачає об'єктивність інформації, наявність конкретних доказів та специфічної термінології для передачі наукових даних часто у формі наукових статей та монографій, де автор ділиться результатами та процесом дослідження з науковою спільнотою. Публічний дискурс орієнтований на обговорення політичних та соціокультурних аспектів життя громадськості й може відбуватися у формі політичних дебатів, громадських виступів, дискусій у соціальних мережах та масових медійних кампаніях. Завданням публічного дискурсу є вплинути на громадську думку аби заручитися підтримкою або протистояти певним ідеям. Під поняттям медійний дискурс розуміють потік інформації, що розташований в межах конкретних медіа-платформ, як от новини, телевізійні та радіопередачі, а також все, що було опубліковано в Інтернеті та соціальних мережах. Медійний дискурс впливає на формування громадської думки через свою доступність для широкої аудиторії. Академічному дискурсу притаманні критичне мислення, здійснення глибокого аналізу а також орієнтованість на спеціалістів у певній науковій галузі або дисципліні з використання специфічної лексики, оскільки він передбачає обмін ідеями через академічні тексти чи конференції. Політичний дискурс спрямований на обговорення та аналіз політичних питань та передбачає поширення інформації висловлювання політиків, політичних кампаній, дебатів з метою поширення політичних позицій та залучення підтримки від громадськості [72, с. 234].

Отже, попри те, що поняття дискурсу, його характеристики та типи перебувають в полі зору лінгвістів доволі давно, досі немає загальноприйнятого підходу чи універсального визначення цього терміну. Це поняття розглядається в різних аспектах, враховуючи всі особливості та характеристики, які можуть співіснувати. Для дискурсу, як і для будь-якої мовної одиниці, характерні як універсальні, так і індивідуальні особливості, що відображають ідіоетнічні риси. До універсальних особливостей належать: цілісність та зв'язність, які проявляються у безперервному зв'язку смислів, хронотопність, що відтворюється у відображенні просторових та часових відносин, а також інформативність та інтерсуб'єктивність. Категорії авторитетності та прецедентності, ймовірно, є індивідуальними

### **1.3 Лексико-семантичне поле як структурний компонент**

У ХХІ сторіччі учені стали приділяти все більше уваги вивченню та аналізу лексичного складу мови, осмислюючи сутність мовних одиниць у різних аспектах. Актуальність подібних досліджень зумовлена потужним складом лексики мов світу, що ілюструють менталітет, специфіку та національні особливості різних народів [33, с. 14].

Незважаючи на те, що теорія поля існує понад сторіччя, інтерес учених до її вивчення лише зростає. Перші праці про закономірності семантичних зв'язків між одиницями мови та системний характер лексики з'явилися ще наприкінці ХІХ століття. Дане питання досліджували у своїх працях О. Духачек, Н. Дьорушнер, Р. Освальд, В. Порциг, О. О. Потебня, Р. Хоберг, та інші [3].

У 1930-х роках структуралістське уявлення про парадигматичні смислові відносини було застосовано до підходу, який називається теорією лексичного поля. На основі досліджень історичної семантики Йост Трієр (1931) ввів термін лексичне поле (або семантичне поле), яке він визначив як набір семантично пов'язаних слів, значення яких різняться один від одного. Таким чином, значення слова може бути повністю визначене лише з точки зору

контрастів з іншими словами в полі. З діахронічної точки зору, це означає, що будь-яка зміна значення одного слова впливає на значення інших слів, з якими воно пов'язане. За Трієром, члени поля охоплюють цілу концептуальну чи об'єктивну область без будь-яких пробілів, тобто межі лексичного поля можуть бути чітко виокремлені [81].

Семантичне поле є неоднорідним за структурою. Ю. М. Караулов у своїй роботі зазначає, що «кожне лексико-семантичне поле кількісно та якісно індивідуальне та своєрідне в заповненні сітки своїх взаємовідношень» [3, с. 11].

На відміну від теорії Й. Тріра, інший німецький лінгвіст В. Порциг розробив поняття семантичного поля, засноване на аналізі внутрішнього зв'язку між словами. Ця теорія вивчала ймовірність появи лексичної одиниці разом з іншими в тому ж контексті. Однак, оскільки поява одного слова в синтагматично пов'язаній лексичній системі завжди передбачає появу іншого, і оскільки між ними є своєрідне відношення, цей синтагматичний зв'язок є суттєвим для набуття словом глибинного значення [81].

На базі цієї теорії, можна виділити ще два моменти:

1. Деякі слова можуть утворювати семантичне поле об'єднане загальним поняттям. Наприклад, такі слова як: *мавпа, собака, кінь, тигр, слон*, тощо, належатимуть до семантичного поля «тварина».

2. Значення слів в одному семантичному полі взаємозалежні. Таким чином, для того, щоб визначати значення певного слова, необхідно спочатку усвідомити зв'язок з іншими словами та його розташування в семантичному полі. Візьмемо для прикладу «спорідненість»: *батько, мати, дідусь, племінниця, тітка, дядько* тощо, утворюють семантичне поле. Для того щоб зрозуміти значення слова «двоюрідний брат», необхідно прослідкувати стосунки між терміном «двоюрідна сестра» та іншими родичами. Крім того, важливо знати позицію терміну «двоюрідний брат» у полі. Теорія семантичного поля є одним із найважливіших досягнень сучасних семантичних досліджень [81].

У роботах, присвячених вивченню мови з погляду теорії семантичного поля, значне місце посідають проблеми лексичної семантики. Цей факт не викликає подиву, оскільки лексика є одночасно найважливішим і найскладнішим аспектом мови, а труднощі її опису та вивчення мають різний характер. Важливим є те, що кожне значення слова розглядається окремо на практиці і не обов'язково має прямий зв'язок з іншими лексичними одиницями, що відображають схожі або однакові концепції. Теоретичні дослідження в цій галузі підкреслюють важливість врахування семантичних закономірностей, що існують між словами. Загальнолінгвістичні труднощі опису та практичного засвоєння лексики пов'язані, передусім, із прихованим характером її системності, практичною незліченністю її одиниць. Безсумнівно, первинна та основна функція слова полягає у позначенні фрагментів дійсності. Відповідно, сукупність слів вважатимуться її відображенням. Застосування методу семантичного поля щодо словникового складу мови дозволяє, по-перше, визначити, наскільки адекватно об'єктивна реальність відбито у системі мови, по-друге, підтвердити факт системної організації лексики, що відбивається у її приватних категоріях, як-от полісемія, синонімія, антонімія і т.д. Особливу цікавість можуть викликати результати дослідження тих пластів лексики, які відображають у мові сувору, реально існуючу ієрархічну структуру. Це може бути, наприклад, група слів, що означає військові звання та посади [52].

І. П. Слесарева вважає, що виділення окремих «типів» часто ґрунтується на різних підставах, і саме поняття «ЛСГ» (лексико-семантична група) не має достатньої точності, що перешкоджає його використанню без відповідних застережень [28].

У своїй роботі про лексику, А. А. Уфимцева розглядає історію вивчення та розвиток поняття «семантичне поле». Вона виокремлює дві групи дослідників, які внесли чималий вклад у розвиток цього питання [6, с. 140]:

1. Дослідники проблемної області; Вони розмежовували не так лексичні, як «понятійні» або «концептуальні» поля.



2. Дослідники словникового складу. Цей напрямок розробляли Г. Іпсен, В. Порциг та інші вчені .

Окрім того, вона зазначає, що в дослідження дослідники другого напрямку тлумачать поняття «семантичне поле» та «лінгвістично поле» по різному, від етимологічних груп слів, до окремих значень полісемантичного слова [28].

На це також звертає увагу І. П. Слесарева, приводячи визначення ЛСГ: «ЛСГ зазвичай називають групу слів, досить тісно пов'язаних між собою за змістом» [6, с. 139].

Безперечно, відокремлення лексико-семантичних груп (ЛСГ) є надзвичайно важливим. Лексико-семантична група залишається однією з ключових одиниць опису будь-якої мови, у тому числі англійської. З цієї точки зору, термін ЛСГ використовується для опису мовної реальності, яка складається з набору слів, однакових за граматичним статусом, з однорідними семантичними зв'язками та смисловою близькістю за синонімічним типом. [30].

Однак у цьому випадку, синонімія повинна розглядатися як поняття, що включає в себе відносини синонімії, антонімії, гіпонімії, гіперонімії, а також інші зв'язки, що не підпадають під жоден з вищезазначених типів. До лексико-семантичних груп також входять антоніми [30].

Висловлювання дослідників, зокрема Р. В. Алімпієвої, вказує на важливість філософського закону єдності та боротьби протилежностей у класифікації лексики. Вона стверджує, що цей закон має великий вплив на семантичну диференціацію та уподібнення мовних елементів і дає таке визначення: «Лексико-семантична група – сукупність слів, що мають близькі та ідентичні значення з різними відтінками, диференціальними ознаками» [30].

Варто зазначити, що лексико-семантична група є виразом системності та структурованості лексики, об'єднуючи основні фактори системних зв'язків між словами, враховуючи синонімію, антонімію та багатозначність. Оскільки

зв'язки в межах даних груп знаходяться на межі перетину, слова, що належать до однієї ЛСГ можуть одночасно належати до інших груп [40].

У структурі лексико-семантичної групи (ЛСГ) можна виділити кілька рівнів, серед яких ключові концепції – ядро та периферія. Ядро, що є центром ЛСГ, включає слова з нейтральним стилістичним відтінком та найбільш загальними за значенням. У цей перелік входять слова, що найменше навантажені стилістично та мають універсальне значення. З іншого боку, периферія складається з лексичних одиниць, які мають більшу кількість диференціальних семантичних ознак. Це можуть бути спеціальні слова, такі як терміни або фахові терміни, або слова з вираженим конотативним значенням. [40].

Термін «поле» є універсальним поняттям, яке має різні значення та використовується в різних галузях наук та областях. У звичайному розумінні, поле означає просторову протяжність, як у земельній ділянці або поверхні. Проте в метафоричному контексті та науковому використанні, термін «поле» отримав більший обсяг значень. Наприклад, у фізиці «поле» називають явища, такі як електромагнітне поле, що є сукупністю даних або явищ, які мають відношення одне до одного та підпорядковані загальним закономірностям [94, с. 124].

Історично термін «поле» використовувався у фізиці для протиставлення речовині, проте в сучасному розумінні його використання вийшло за межі цього контексту. Поля можуть бути як матеріальними, так і абстрактними. Наприклад, у математиці «поле» називають системи абстрактних числових виразів та формул. Також поняття поля зустрічається у семантиці, де воно описує багаторівневі взаємовідносини мовних одиниць. Семантичне поле – це умовна модель комплексів різноманітних мовних одиниць, що існують лише у абстрактній формі, проте ефективно описують схеми взаємодії цих одиниць. Це своєрідна сукупність різноманітних мовних одиниць, що об'єднані загальноприйнятим семантичним значенням [94, с. 125].

Тобто, семантичне поле – це група мовних одиниць, які пов'язує спільна семантична ознака. Раніше лінгвісти досліджували ролі лексичних одиниць лише в межах слова, але у подальшому праці лінгвістів почали включати описи семантичних полів не лише на базі окремих слів, але й словосполучень та речень.

Семантичне поле має такі властивості [2]:

1. Носії мови сприймають інформацію на рівні інтуїції, що формує психологічну реальність для даного поля.
2. Може сприйматись як автономна мовна підсистема.
3. Одиниці у складі семантичного поля взаємодіють між собою за конкретними системними відносинами.
4. Кожне семантичне поле взаємодіє з іншими, утворюючи комплексну мовну систему.

Основа теорії семантичного поля базується на припущеннях про наявність у мові певних семантичних груп та можливість віднесення мовних одиниць до однієї або декількох подібних груп [2].

У рамках конкретного семантичного поля всі слова протиставлені одне одному та мають здатність перетинатись. Найповніше значення слів розкривається лише у випадку, коли ми ознайомлені зі значеннями інших слів у цьому полі [2].

Кожна мовна одиниця може мати декілька значень і, отже, бути складовою декількох семантичних полів.

Поле парадигматичного типу є найпростішим підвидом семантичного поля, з одиницями у вигляді об'єднаних загальною категорією лексем, котрі належать до однієї частини мови.

#### **1.4 Принципи організації кулінарного дискурсу**

Кулінарний дискурс проникає в сучасні медіа з великою силою через його спроможність співпрацювати з широкою аудиторією. Телевізійні передачі, кулінарні блоги, відео на платформах для спільного використання відео,

рецепти та кулінарні поради в соціальних мережах – усі ці формати отримують значну увагу та впливають на поведінку споживачів. Сфера харчування – один із найважливіший складових нашого щоденного життя. Їжа не лише задовольняє фізіологічні потреби організму, а й має значний вплив на наше психічне становище та емоційний комфорт [97, с. 217].

Спосіб, яким ми готуємо, споживаємо та сприймаємо їжу, відображає наші культурні та особисті уподобання. Вибір продуктів, їхнє приготування, спосіб подачі на стіл – все це формує наші харчові звички та може бути важливою складовою ідентичності індивіда.

Крім того, у світі, де зростає увага до здорового способу життя, харчування стає об'єктом постійного аналізу. Люди все більше усвідомлюють важливість збалансованого харчування для підтримки здоров'я та запобігання різного роду захворювань.

Варто відзначити, що харчування може стати формою спілкування та об'єднуючим фактором. Поділ страви або обговорення їжі може сприяти покращенню взаємин, сприяти спільним зустрічам та створенню зв'язків між людьми. Деякі кулінари активно взаємодіють з глядачами: вони відповідають на коментарі, ставлять питання, ініціюють опитування тощо. Це створює враження близькості та відкритості та залучає аудиторію до участі [86].

Вивчення дискурсів, які відносяться до понятійної сфери *ІЖА*, набуває все більшої популярності серед сучасних досліджень різноманітних дискурсивних практик.

А. В. Олянич пропонує таке визначення поняття кулінарний дискурс – «це особливий вид спілкування, який використовує певні професійно-орієнтовані знаки: термінологію, усталені звороти, характерні морфосинтаксичні структури. Із огляду на соціально-культурний контекст, цей тип дискурсу можна визначити як «спілкування + текст кулінарного рецепту + контекст» [16].

Безперечно, харчування, як фундаментальна частина нашого існування, має величезне значення для фізіологічного та культурного розвитку людства, що обумовлює всебічне та ретельне дослідження кулінарного дискурсу науковцями та підвищений інтерес до понятійної сфери *ЇЖА*.

Зі зростанням інтересу до вивчення кулінарного дискурсу жанр досліджень розширюється. Гарольд Мак-Гі, автор книг про науку кухні, історію їжі та технологію її приготування, зазначає, що кулінарний дискурс є своєрідною формою культурного діалогу, що охоплює дослідження смаків, інгредієнтів, методів приготування їжі та кулінарних традицій, а також аналіз та інтерпретацію кулінарних тенденцій та інновацій [96].

Ю. М. Половинчак переконана, що вивчення гастрономічних практик обумовлює розвиток соціокультурної галузі досліджень, об'єднуючи етнографів, соціологів, антропологів, істориків, котрі розглядають їжу як культурний та соціальний феномен. На її думку, кулінарними слугують своєрідними «ідентичнісними маркерами», активізуючи консолідаційні та інтеграційні процеси в межах певної групи [16, с. 70].

Незважаючи на той факт, що вчені давно займаються дослідженням гастрономічної лексики, її семантико-семіотичних та культурологічних властивостей, у сучасній науковій лінгвістичній розвідці так і не виникла уніфікована назва дискурсу, пов'язаного з концептосферою *ЇЖА*. Деякі дослідники, такі як П. П. Банман пропонують термін «кулінарний дискурс», П. П. Буркова та Н. П. Головницька використовують термін «гастрономічний дискурс». Інші як от О. О. Савельєва, звертаються до комбінації термінів «кулінарний та гастрономічний дискурс». М. Девіс використовує термін «ресторанний дискурс» в той час як А. В. Олянич та Є. Є. Бараташвілі віддають перевагу терміну «глутонічний дискурс». Деякі дослідники також вказують на виникнення штучної «синонімізації» найменувань цього підвиду дискурсу. [25, с. 158].

Л. Р. Єрмакова відзначає, що кулінарна лексика відображає особливості національної та переконана, що кулінарна лексика є національно та культурно

обумовленою, оскільки традиції споживання їжі суттєво відрізняються у кожній країні. Вивчення кулінарної лексики дозволяє зрозуміти особливості культурних традицій кожного народу через їх унікальний підхід до їжі. У своїх дослідженнях вчена акцентує увагу на тому, що кулінарна лексика належить до так званих тематичних підсистем мови, які є ключовими для розуміння культурної специфіки. Зазначено, що поняття та терміни, що утворюють кулінарну лексику, відображають специфіку національного харчування, традиції та кулінарні уподобання. Ця лексика також відображає вплив історії, географії, клімату та етнічних особливостей кожної культури, адже здебільшого вона виникає в результаті взаємодії людей з оточуючим середовищем. [46].

Отже, робимо висновок, що в сучасному мовознавстві не існує чіткого розмежування цих понять і, актуалізовані дослідниками варіанти, такі як: кулінарний, гастрономічний та глютонічний дискурс, співіснують у науковій розвідці. У даній роботі надаємо перевагу терміну «кулінарний дискурс», оскільки він є більш прийнятним та різноплановим, поєднуючи різні дискурсивні практики.

Подібно до інших видів дискурсу, кулінарний дискурс спрямований на встановлення контакту між його учасниками з урахуванням особливостей тематики. Кулінарний дискурс є інституційним дискурсом і охоплює широкий спектр підтипів, залежно від соціальної ролі, яку відіграє комунікатор у той чи інший момент [77].

А. В. Олянич наголошує, що учасниками кулінарного дискурсу є базова пара комунікантів, як наприклад працівник сфери обслуговування в ресторані та відвідувач. Реалізація даного виду дискурсу може також відбуватись під час комунікації кухарів та офіціантів, або обговорення відвідувачами певної теми, а також на побутовому рівні: під час чергового прийому їжі та формується мовною особистістю з метою задовільнити її базові потреби. Процес дискурсоутворення здійснюється на основі структуризації концептосфери *ЇЖА* в особливому лінгвосеміотичному просторі як

комплексній системі, що складається зі знаків глютонії. Хронотопність дискурсу втілена у репрезентації та сприйнятті просторових та темпоральних відносин. У нашому випадку, хронотопом глютонічного дискурсу можуть виступати як час приготування їжі, обслуговування відвідувачів закладу громадського харчування так і місце, де відбуваються вищезазначені процеси [16, с. 70].

### **1.5 YouTube як джерело емпіричного матеріалу. Ідіостиль та цільова аудиторія кулінарних шоу**

Однією з популярних платформ для отримання інформації є YouTube. На думку сучасної аудиторії, новини тут представлені в більш живому і простому форматі, на відміну від традиційної інтерпретації, яка пропонується провідними телеканалами. Інтерактивність YouTube дозволяє користувачам коментувати розміщений контент, спілкуватися з блогерами, – таким чином, комунікація між аудиторією та тими, хто надає інформацію, стає двосторонньою, чого і прагне молодь. Завдання платформи – надати кожному можливість дізнатися більше про навколишній світ і самовиразитись [104].

Інтернет та інші соціальні медіа-платформи, такі як YouTube, є джерелом інформації, але їхня освітня цінність, особливо для концептуально багатих областей, таких як наука, залишається неясною.

Низка науковців сприймає YouTube як джерело емпіричного матеріалу, але перегляд багатьох доступних відео може бути схожим на навчання за допомогою моделей передачі, які вважаються неповноцінними. Щоб навчальні відео на YouTube мали освітню цінність, інформація та процедури, які в них з'являються, мають бути надійними. Численні дослідження задокументували серйозні недоліки якості інформації, наданої відео, опублікованими в Інтернеті, стверджуючи, що деякі відомості «несуть серйозну загрозу» [101]. Ця загроза посилюється через необмежені можливості користувачів завантажувати відкриті матеріали, якими потім можна поділитися.

Таким чином, усвідомлення точності інформації є ключовим у цьому контексті. У зв'язку з цим виникає запитання, які засоби доступні користувачам YouTube для оцінки правдивості завантаженого вмісту. YouTube пропонує ряд функцій, які можуть допомогти користувачам оцінити якість та надійність вмісту відео. Ці функції включають різні показники для оцінки популярності (тобто рейтинг популярності, кількість переглядів), можливість завантажувати необмежену кількість відео та публікувати коментарі, що може додатково стимулювати обговорення та взаємодію користувачів. Деякі дані свідчать про те, що ці можливості колективної та індивідуальної соціальної взаємодії підтримують оцінку інформації та пошук інформації в просторах соціальних медіа [105].

Їжа є однією з найпопулярніших тем у створенні відеоконтенту у сфері цифрового маркетингу. Що стосується контенту в Інтернеті, їжа, незалежно від того, чи її готують, або просто споживають, є унікальною формою вмісту, оскільки вона подобається майже всім. На YouTube зростає кількість контенту про їжу, що збирає майже 41 мільярд переглядів. Кількість переглядів контенту, пов'язаного з харчовими продуктами, наприклад рецептів і демонстрацій кулінарії, збільшилася на 170% в порівнянні з минулим роком. [88]

Пропонуємо розглянути деякі дані на відео про їжу на YouTube:

- 71% аудиторії YouTube – це люди у віці від 18 до 34 років;
- 36% аудиторії фуд-контенту знаходиться в США;
- перегляди контенту «випічка», «тістечка» і «кекси» складають 20% від загальної кількості переглядів контенту про продукти харчування.

Їжа входить в топ-10 категорій контенту, що привертають найбільшу увагу. Адже це одна з найбільш візуально привабливих тем, якою можна поділитись у сфері цифрового маркетингу [87].

Усі в той чи інший час зверталися до їжі для досягнення комфорту, щоб допомогти нам впоратися зі стресовими переживаннями, контролювати свої



емоції та задовольнити бажання. Важливою базовою потребою людей є фізичне виживання, і це буде важлива річ, яка мотивує нашу поведінку.

Замість того, щоб зберігати свій досвід для себе, фудблогери вважають, що краще записувати його та ділитися приготуванням їжі зі своїми друзями та родиною. Але оскільки блоги розглядалися з точки зору маркетингу як новий тип електронної передачі з вуст в уста – інформація від фудблогерів, зокрема відгуки та рекомендації певного ресторану чи кафе, легко поширюється не тільки серед друзів та родини. Майже всі вікові групи дивляться відеоблоги про їжу, оскільки вони зрозумілі та доступні майже всіма мовами [92].

Раніше люди, подорожуючи, досліджували нові продукти харчування і розповідали про це, але в цей період люди подорожують, щоб досліджувати їжу в різних формах. Завдяки процвітанню соціальних мереж користувачі звикають отримувати потрібну інформацію через YouTube. Вони діляться досвідом та почуттями та створюють цінний контент для інших користувачів через віртуальні спільноти.

Оскільки фудблогери стають новими факторами впливу на харчову індустрію; багато рестораторів вирішили скористатись цією можливістю, запросивши деяких фудблогерів для оцінки їх закладу аби блогери допомогли їм збільшити обсяг клієнтів та підвищити медійність закладу [97].

Отже, ведення блогу про їжу, яке спочатку було лише хобі, стає заняттям, яке також може приносити гроші. Блоги про їжу створюють тип двосторонньої комунікації для інтернет користувачів. Використання відео дозволяє блогерам висловлювати свої погляди та взаємодіяти з глядачем.

Формат приготування їжі означає послідовну демонстрацію процесу приготування тієї чи іншої страви з коментарями від відеоблогера. Крім рецептів, на таких каналах можуть розміщувати огляди готової їжі. Це може бути як демонстрація суб'єктивних смакових вражень, так і повний розбір страв на окремі компоненти (продукти).

У кожного відеоблогера в даному жанрі є свій формат, який він використовує. Формально, можна їх розділити на такі варіанти [37]:

- Огляди страв із закладів швидкого харчування, різноманітних кафе та ресторанів.

Кулінарні відеоблогери, відвідуючи різні заклади громадського харчування, створюють контент, який відображає їхні враження та оцінки страв, а також загальний досвід відвідування ресторанів, кафе та закладів швидкого харчування. Цей вид відеоблогів стає популярним через доступність їх контенту для глядачів, які цікавляться новими місцями для походів або шукають рекомендації стосовно вибору ресторанів.

У таких відеороликах відомі кулінарні ентузіасти діляться не лише своїми смаковими враженнями, але і детально описують атмосферу закладу, обговорюють обслуговування та загальний стиль ресторану або кафе. Вони часто відзначають особливість кожного закладу, виокремлюючи плюси та мінуси, а також найкращі страви або напої, які варто спробувати.

Такі відео надають корисну інформацію для тих, хто шукає рекомендації щодо місць харчування. Вони можуть допомогти глядачам зробити вибір, особливо якщо вони планують відвідати нове місто або район і хочуть дізнатися про місця, де можна смачно поїсти.

Деякі відеоблогери спеціалізуються на конкретних типах кухні або категоріях закладів, наприклад, вони відвідують лише ресторани з місцевою кухнею, розглядають заклади зі здоровою їжею або роблять огляди лише кав'ярень чи пекарень. Це дозволяє їм зосередитися на певній тематиці та допомагає аудиторії, яка має конкретні уподобання щодо видів страв чи типу закладів, знайти для себе корисний контент.

Важливо зазначити, що огляди страв з різних ресторанів можуть бути суб'єктивними, оскільки смаки і вподобання відвідувачів можуть різнитися. Однак такий контент залишається популярним і корисним для глядачів, які шукають нові місця для поїдання або хочуть дізнатися більше про ресторани та їхню кухню перед візитом.

- Огляди на певні товари від одного виробника або порівняння однотипних продуктів виготовлених різними виробниками.

Відеоблогери часто відіграють роль експертів у вивченні нових продуктів на ринку, розглядаючи їх як окремі рецептурні компоненти, а також зіставляючи продукцію різних виробників. Вони створюють контент, що зосереджується на розгляді харчових новинок, будучи корисним для глядачів, які цікавляться новинками у світі кулінарії.

Цей вид відеоблогів може включати огляди нових продуктів від конкретного бренду або порівняльні рецензії, що дозволяє виявити різницю між продуктами різних виробників та їхнім впливом на кулінарний процес. Відомі кулінарні ентузіасти аналізують якість, смак, текстуру та корисність нових продуктів, роблячи акцент на їхніх перевагах та недоліках.

Особливо популярними стали відеоролики, де ведучі випробовують нові інгредієнти або готують страви за рецептами, використовуючи ці новинки. Вони детально розглядають упаковку, склад продукту, інноваційність чи особливості використання.

Крім того, кулінарні відеоблогери можуть проводити порівняльні огляди, де вони протиставляють однотипні продукти від різних виробників, намагаючись виявити відмінності в якості, смаку та ціні. Це допомагає глядачам зробити осмислений вибір при купівлі та використанні продуктів.

Цей вид контенту на YouTube дозволяє глядачам отримувати інформацію про новинки на ринку харчових товарів, відкриваючи їм можливості для обрання оптимальних варіантів продуктів для своєї кулінарної практики.

– Прості рецепти. Залежно від подачі, це можуть бути як дуже короткі (3-4 хвилини) відеоролики, так і повноцінні 10-хвилинні покрокові рецепти (наприклад, докладний опис приготування бутерброда) [30].

Кулінарні відеоблогери часто створюють короткі, але інформативні відеоролики, в яких демонструють приготування простих та швидких страв за короткий час, дозволяє глядачеві зосередитися на основних покрокових діях. Це особливо корисно для активних людей, які шукають швидкі та прості рішення для приготування їжі в їхньому заповненому графіку.

У таких відеороликах відеоблогери часто пропонують рецепти страв, які можна приготувати за кілька кроків із доступних інгредієнтів. Це можуть бути швидкі сніданки, прості салати, легкі супи, закуски чи десерти, що припадуть до смаку різних аудиторій.

Головна мета цього типу відео – продемонструвати швидкий і простий процес приготування страви без зайвих деталей чи ускладнень. Відеоблогери акцентують увагу на самій суті рецепту, надаючи конкретні інструкції та дієві поради.

– Звичайні рецепти. Найчастіше, канали в такому жанрі з'являються спонтанно: користувачі, у яких вже існують YouTube-канали на суміжні теми (побут, сім'я, огляди покупок і косметики), намагаються вигадати нові ідеї для розширення контенту і починають знімати відеорецепти.

Такі канали зазвичай не мають яскраво вираженої комерційної спрямованості, оскільки їхня поява базується на власних інтересах і хобі власника каналу. Отже, вони не завжди мають маркетингову стратегію чи комерційні цілі, які є основою для успішної монетизації на YouTube.

Ці канали часто залишаються менш популярними серед аудиторії, оскільки вони можуть мати менший обсяг контенту або меншу якість продукції порівняно зі спеціалізованими кулінарними каналами. Недостатня спеціалізація в цій тематиці може впливати на якість контенту та залученість аудиторії.

Попри те, що такі канали можуть мати обмежену комерційну привабливість, автори, які займаються ними, зазвичай продовжують розвивати свої кулінарні проекти заради задоволення від процесу створення контенту. Це стає їхнім додатковим джерелом творчості та способом виразити свою пристрасть до готування та кулінарії.

Зазвичай, такі канали притягують аудиторію, яка цінує автентичність, спрощеність та особистий підхід в контенті, проте вони можуть мати обмежену масштабність у порівнянні з комерційно орієнтованими кулінарними платформами на YouTube.

З іншого боку, існує багато людей, які створюють канали з відеорецептами, переслідуючи суто комерційні інтереси. По-перше, такий контент відносно легко створювати у вигляді серій (наприклад, на щотижневій основі). По-друге, для каналів з такою тематикою існує безліч можливостей для укладення партнерських відносин з виробниками кухонної техніки і продуктів харчування. Цікавим є той факт, що ролики зі звичайними (повсякденними класичними) рецептами зазвичай набирають дуже мало переглядів, попри велику кількість підписників. В цілому, можна виділити кілька основних груп аудиторії кулінарних каналів:

1. Ті, хто готує дуже погано або зовсім не вміють готувати. Ця аудиторія може включати людей, які тільки починають готувати, та тих, хто вважає себе не дуже вправними у цьому процесі. Вони шукають прості рецепти з базовими кулінарними термінами та покроковою інструкцією. Блогери звертають увагу на базові навички готування, пояснюючи кожний етап процесу у доступній формі.

2. Ті, хто шукає рецепти якихось складних або екзотичних страв. Ця група аудиторії цікавиться неординарними рецептами, експериментуванням з нестандартними інгредієнтами або складними кулінарними техніками. Вони шукають викликів у готуванні й блогери задовільняють ці потреби, надаючи деталізовані рецепти та поради з приготування страв, які вимагають більше часу та складніших методів.

3. Домогосподарки, які хочуть готувати смачно з дешевих продуктів. Для них блогери складають бюджетні меню на тиждень, знімають огляди на свої щотижневі продуктові кошики. Домогосподарки прагнуть готувати з доступних і не дуже дорогих продуктів та цінують блогерів, які пропонують бюджетні рецепти та показують, як створити смачні страви просто.

4. Чоловіки, які люблять готувати, але не люблять той формат, в якому подаються рецепти на більшості кулінарних сайтів. Ця група аудиторії цікавиться кулінарними рецептами, проте вони віддають перевагу менш «стильному» чи домашньому підходу, а не тому, що зазвичай представляється

на кулінарних сайтах. Вони шукають контент, де рецепти подаються у більш простому, чіткому та зрозумілому форматі без зайвих деталей [97].

Блогеру не обов'язково знаходитись у кадрі. Зйомка може проводитися з різних ракурсів, але на відміну від багатьох інших різновидів відеоблогу, Увага глядача в першу чергу фокусується на руках блогера. Однак найбільш популярними каналами є ті, що створені у форматі (як можна помітити на ТБ): автор з'являється в кадрі в повний зріст, активно жестикулює та активно звертається до глядача [90].

Зазвичай подібний контент є досить одноманітним. На відміну від розмовних форматів відеоблогів, в жанрі приготування їжі задумка має мінімальне значення. Кожен може повторити відеорецепт іншого блогера без загрози бути звинуваченим у плагіаті. Тому для того, щоб виділитися серед сотень конкурентів, відеоблогери вдаються до прийомів з розмовних влогів: комбінують розповіді про своє життя або використовують поради щодо приготування їжі [88].

Естетика кадру дуже важлива, адже кожна деталь – професійне обладнання, правильно організований робочий простір, якісне освітлення може вплинути на вибір глядача. Кращі відеоблогери намагаються використовувати хороші відеокамери, гарно організувати свій робочий простір і використовувати єдиний стиль оформлення відеорецептів, щоб глядачі могли дивитись їх відео як варіант проведення дозвілля [88].

### **1.6 Поняття ідіостилю. Сучасні тенденції дослідження**

У процесі здійснення наукової роботи в поле зору лінгвістів мимоволі потрапляє індивідуальний стиль викладу автора, оскільки використані автором лексичні, фонетичні, граматичні та інші засоби характеризують його як особистість, допомагають краще зрозуміти його задум. При дослідженні певного тексту чи відео матеріалу необхідно враховувати індивідуальний стиль митця, що демонструє його світобачення, культурний контекст та особистісні переконання. Індивідуальний стиль митця розкривається через

специфічність вибору мовних засобів, структуру тексту або візуальних прийомів, що стають унікальною маркою твору та відображають внутрішній світ автора. Такий аналіз сприяє кращому розумінню сутності його творчості та дозволяє отримати більш повне уявлення про те, як автор сприймає та відтворює світ через своє мистецтво [53, с. 102].

Дослідженням індивідуального стилю займалось не одне покоління вчених, як зарубіжних так і вітчизняних вчених: Р. Барт, Б. Блох, Ю. Борисенко, Л. Гренобл, П. Гриценко, В. Жайворонок, Г. Пауль, О. Переломова, Л. Ставицька, І. Тарасова, К. Хейзен та інші.

Поняття стилю у мові та літературі виникло в античні часи та знайшло свої коріння у теорії риторики. Одним із перших, хто звернув увагу на важливість та специфіку стилю, був давньогрецький філософ Аристотель. У своїй праці «Риторика» він розглядав стиль як один з основних елементів ораторської мови та переконливого висловлення. Філософ вивчав, як використання різних стилів мовлення впливає на ефективність аргументації та переконливість висловлювань. Він досліджував різноманітні способи виразності, лексичні засоби, синтаксичні структури та мовні оберти, які оратор може використовувати для того, щоб переконати аудиторію та вплинути на її переконання. Аристотель вважав, що ефективне використання стилів у мовленні має величезне значення для досягнення мети ораторського виступу. Він підкреслював, що розуміння різних видів стилів та їхнє вміле використання є ключем до успішної аргументації та переконання слухачів у правильності викладених позицій [8, с. 7].

На даний момент відсутнє єдине визначення характерних особливостей ідіостилу, як і немає єдиного терміну, що б точно відображав це поняття, тому науковці покористовуються різноманітними варіаціями: ідіостиль, ідіолект, стиль, індивідуальний стиль, стильова манера. Дехто з дослідників наголошує на можливості їхньої синонімізації, а дехто протиставляє дані поняття, виділяючи характерні риси кожного з них. Уявлення про ідіостиль та ідіолект різняться серед вчених, що призводить до різних підходів у віднесенні цих

понять до концепції мови, тексту та «мовної особистості». Це вже довгий час є однією з ключових проблем у лінгвістичних дослідженнях. Наразі це питання знову стає актуальним через зростання інтересу до аспектів індивідуальної творчості в мовленні та мовному вживанні [66, с. 20].

На думку Х. І. Дідух, авторський стиль розглядається як своєрідний лінгвістичний спосіб вираження особистості, що відображається у специфіці мовленнєвих прийомів, які характеризують творчий підхід автора до висловлення своїх ідей та концепцій. Унікальність авторського стилю базується на особливостях критеріїв відбору та поєднання різноманітних мовних засобів, а також їхньому творчому переосмисленні в межах визначеної автором концепції. Дослідниця переконана, що під час аналізу тексту в контексті художньої комунікації необхідно враховувати індивідуальний стиль та співвідносить поняття ідіостилю не лише з авторським вибором мовних засобів, але й їхнім сполученням, відтінками значень, а також контекстом, в якому вони вживаються, викреслюючи унікальний відбір та обробку мовних засобів у тексті [17].

Існує значна кількість підходів до вивчення ідіостилю, що діють у рамках антропоцентричної парадигми в сучасній лінгвістиці. Серед них варто згадати функціональний, комунікативний та когнітивний підходи [60].

Функціональний підхід до вивчення мовних одиниць у художньому тексті спрямований на аналіз функцій, які виконують ці мовні одиниці у тексті, де предметом дослідження виступають граматичні, лексичні, фонетичні та стилістичні одиниці й категорії. Однак у межах цього підходу аналіз ідіостилю варто проводити лише через призму взаємодії автора з текстом. Це означає, що варто зосередитися на способах, якими автор застосовує мовні засоби для досягнення своїх літературних цілей та сприйняття його унікального стилю. Такий підхід до вивчення ідіостилю враховує як авторська індивідуальність впливає на структуру та зміст тексту, розкриваючи внутрішній світ та специфіку сприйняття автором мовних форм у мистецькому контексті.



Комунікативний підхід базується на дослідженні властивостей мовних одиниць у процесі спілкування. Науковці розділяють будь-яку створену автором поетичну картину світу на власне поетичну картину світу автора, яка відображена у тексті та уявлення читача про неї і таким чином дозволяє досліджувати як сам текст, так і його відображення в свідомості реципієнта.

Когнітивний підхід розглядає мову як засіб вираження знання про навколишній світ, вважаючи концепт основною функціональною одиницею цього підходу. Концепти, що відображені в авторському тексті, утворюють сукупність, яка створює індивідуальну концептосферу автора. Ця концептосфера формує картину світу автора, в якій відбивається реальний світ. Одним з ключових складників ідіостилю є спосіб, яким автор інтерпретує різноманітні концепти.

### **Висновки до розділу 1**

1. Семантика – це розділ мовознавства, що вивчає семантичне значення одиниць мови розділ лінгвістики, який досліджує макет мовного змісту, значення та смисл його символічних одиниць, а також їх функцію в мові.
2. Лексична семантика – це частина семантики, яка займається значеннями (поділяючи їх на денотати та коннотати) окремих лексичних елементів слів, морфем та лексем, тим самим відрізняючись від семантики речень. Основами лексичної семантики є: класифікація та аналіз слів; опис відмінностей та схожості у лексичних семантичних структурах між різними мовами; образ, у якому значення окремих лексичних елементів із використанням синтаксису пов'язане зі значенням всього речення.
3. Номінація – це поняття, закріплене за мовним знаком – значення, що відображає характерні ознаки позначення – властивості, якості та взаємозв'язки – об'єкти та процеси матеріальної та духовної сфери, завдяки яким одиниці мови утворюють семантичні елементи вербальної комунікації.
4. Словотворення – це один із способів поповнити словниковий запас мови. Лексичний запас сучасної англійської мови в основному поповнюється

шляхом словотворення та запозичень. У мовознавстві, як правило, виділяють наступні способи утворення нових слів граматичним шляхом: деривація (афіксація), похідні слова, непохідні слова, скорочення, складання основ.

5. Кулінарний дискурс – це особливий вид масової комунікації, який характеризує всю систему харчового процесу, що складається з таких етапів: обробка харчової продукції, підготовка харчової продукції до приготування, процес приготування та споживання їжі. Кулінарний дискурс має основні позамовні властивості, такі як: 1) представляє культурні, мовні, релігійні, етнічні та ідеологічні уподобання певної лінгво-культурної спільноти; 2) виявляє так звану кулінарну, або гастрономічну, картину світу.

Феномен послуг відеохостингу перетворив Інтернет на потужний інструмент аудіо-візуального самовираження, що дозволяє мільйонам людей впливати на аудиторію, інформувати одне одного, а також створювати власні програми. Однією з найвпливовіших платформ для взаємодії та побудови спільноти є YouTube. На сьогодні відеоблог є однією з найпоширеніших форм інтернет-комунікації, що зумовлює звернення до нього як до джерела емпіричного матеріалу. На YouTube зростає кількість контенту, пов'язаного з харчовими продуктами, наприклад рецепти або розпаковки. Відеоролики подібного плану користуються попитом у глядача, адже їжа – невід'ємна частина людського існування.

## РОЗДІЛ 2

### ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ

#### 2.1 Лексична своєрідність кулінарного дискурсивного простору

Кулінарну лексику в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі можна розподілити на певні семантичні групи. У цьому дослідженні було виокремлено 5 семантичних груп і проаналізовано 356 та 283 одиниць в сучасній англійській та українських мовах відібраних метою суцільної вибірки з Youtube відео Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка. Найбільш репрезентативними групами в сучасній англійській та українській мовах виявилася група лексичних одиниць на позначення продуктів для приготування та готових страв. Для наочності результати дослідження представлені у виді діаграм. (див. Додатки А, Б).

##### 2.1.1 Продукти для приготування страв

Проаналізувавши кулінарну лексику, в межах лексико-семантичної групи на позначення продуктів для приготування було додатково виокремлено 5 підгруп: їжа рослинного походження, їжа тваринного походження, напої, соуси та олії, зернові культури та вироби з тіста.

##### **Їжа рослинного походження**

Поняття їжа рослинного походження включає в себе будь-які продукти харчування, які отримуються з рослинних джерел і не містять продуктів тваринного походження.

Овочі – це категорія рослин або культур, частини яких використовуються в їжу. Це може листя (наприклад шпинат чи щавель), стебла (селера), корені (морква, картопля), бруньки (як у броколі чи капусти). Багато овочів можна споживати в сирому вигляді, а інші необхідно піддавати термічній обробці [41].

*часник* ‘овочева городня рослина з різким смаком і запахом, що належить до цибулинних культур родини лілійних; вживається як страва, приправа, а також у медицині’.

Фрукти – це більш специфічна категорія, яка включає в себе плоди рослин, які мають насіння та утворилися з плідної частини квітки, зазвичай це м'якуш, що оточує насіння рослини. На смак фрукти можуть бути як солодкі (наприклад, яблуко, апельсин, полуниця), так і кислі (наприклад, лимон, ананас), чи навіть гіркі [41].

*lemon* ‘плід з твердою жовтою шкіркою і кислим соком’;

*apple* ‘плід рослини яблуні, який має круглу або овальну форму, зазвичай червоний, жовтий чи зелений колір’;

Сухофрукти виготовляються шляхом висушування природними методами, наприклад, на сонці або зі застосуванням спеціального прибору - дегідратора. Під час процесу сушки зайва волога випаровується з фруктів, що дозволяє зберегти поживні речовини, збільшити термін їх зберігання та створити концентрований смаковий профіль. Вони вважаються здоровим перекусом та заміною свіжих фруктів під час неврожайного сезону або в умовах, коли свіжі фрукти недоступні. Сухофрукти також використовуються у випічці, як елемент мюслі та сухих сніданків, або як альтернатива підсолоджувачам у складі корисних солодоців [51].

*raisins* ‘сушені ягоди винограду’;

*prunes* ‘продукт, отриманий шляхом висушування спелених вишневих плодів’

Зелень – це термін, який використовується для опису різноманітних їстівних рослин, які споживають в сирому вигляді або використовуються як добавку до страв без попередньої термічної обробки. (петрушка, кроп, базилік, шпинат, салат, кресс-салат, рукола, м'ята, крес-цибуля та інші) У кулінарії зелень використовують для приготування салатів, гарнірів, соусів або як прикрасу до страв. Зелень містить вітаміни (А, С, К, фолієву кислоту), мінерали (кальцій, залізо, калій), антиоксиданти, що підтримують імунітет, здоров'я очей, налагоджують шлунково-кишковий тракт, знижують запалення, мають низьку калорійність та сприяють збереженню здорової ваги [78].

*mint* ‘невелика рослина із зеленим листям, яка має свіжий запах і смак і використовується в кулінарії’;

Спеції – це ароматичні речовини переважно виготовлені з різних частин рослин, таких як коріння, насіння, плоди, листя, кора, квіти чи інші рослинні компоненти. Їх використовують для підсилення смаку та аромату страв у свіжому вигляді, сушеними або у вигляді порошків, екстрактів чи олій, що володіють концентрованим ароматом та смаком [78].

*цукор* ‘продукт харчування, солодка на смак біла кристалічна речовина, що виготовляється з цукрових буряків, цукрової тростини та ін.’;

*сіль* ‘продукт харчування, солонка на смак біла кристалічна речовина, що використовується в харчових цілях.’;

Ягоди – це тип простого плоду, який має м’яку структуру зі споживною м’якушем та насінням всередині. Ці плоди формуються з однієї зав’язі та мають верхню оболонку, яка оточує насіння [48].

*blackberry* ‘плід овальної або округлої форми з кислим соком’;

*gooseberry* ‘ великі кисло-солодкі їстівні ягоди;

Горіхи – це плоди деяких дерев або кущів, що мають тверду оболонку, як наприклад волоські горіхи, ліщина, фісташки, кокос і тд. Вони є важливим джерелом жиру, білка, вітамінів, мінералів та інших поживних речовин для організму людини [55].

Кулінари використовують горіхи у випічці, салатах, соусах для того щоб надати стравам незвичної текстури та смаку. Омега-3 жирні кислоти, які знаходяться в горіхах, сприяють здоров’ю мозку і можуть покращити пам’ять та когнітивні функції, тому прибічники здорового харчування обирають горіхи своїм щоденним снеком [55].

*cocunut* ‘велике коричневе насіння тропічного дерева, яке має тверду оболонку, що містить білу м’якоть, яку можна їсти, і молочну рідину, яку можна пити’;

*walnut* ‘плід дерева, який має тверду скорлупу та вміщується у зелену, багатокomпонентну оболонку’.

Згідно з результатами семантичного аналізу, підгрупа номінацій на позначення їжі рослинного походження також є дуже чисельною в сучасній англійській та українській мовах. Вона налічує 103 одиниці, що становить % від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, підгрупа номінацій на позначення їжі рослинного походження є більш чисельною, ніж в сучасній англійській мові. Вона налічує у своєму складі одиниці, що становить 28,9 % від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Отже, як помітно з прикладів, номінації на позначення їжі рослинного походження мають у своєму складі найбільшу кількість лексичних одиниць та найчастіше використовуються під час приготування страв. Вона налічує 103 одиниці, що становить 29% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові дана підгрупа налічує у своєму складі 93 одиницю, що становить 32,8% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

### **Їжа тваринного походження**

Молоко та молочні продукти є важливою складовою харчування для багатьох людей через їхні корисні властивості та велике розмаїття смаків та текстур. Вони містять білки, необхідні для будівництва та відновлення тканин, вітаміни для підтримки імунної системи та мінерали, що сприяють здоров'ю кісток та м'язів. Молоко та його похідні використовуються для приготування супів, соусів, десертів, у випічці та просто як окрема страва. Окрім того, на даний момент існує великий вибір рослинного молока (соєве, кокосове, вівсяне) як альтернативи традиційному молоку для людей, які мають непереносимість лактози або обмежують споживання продуктів тваринного походження з етичних чи інших причин. Молоко широко використовується у харчовій промисловості для виробництва сирів, йогуртів, вершкового масла, кефіру та інших молочних продуктів [42].

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї підгрупи:

сир ‘харчовий продукт, який одержують із молока при його сквашуванні й відокремленні сироватки’;

*кефір* ‘напій, отриманий шляхом бродіння молока з застосуванням дріжджів’;

*йогурт* ‘молочний продукт, зазвичай кисломолочного бродіння, який має високий вміст білка та корисних мікроорганізмів’;

Морепродукти – продукти харчування що їх людина добуває з моря як от молюски, ракоподібні, голошкірі і тд. Морепродукти є важливою складовою здорового харчування, оскільки вони містять велику кількість білків, здорових жирів, вітамінів, мінералів та інших поживних речовин. Вони можуть бути приготовані різними способами: варені, смажені, запечені, вживаються сирими (наприклад як устриці) або використовуються для створення різноманітних страв і вважаються делікатесом у певних країнах світу, що розташовані далеко від моря [62].

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї підгрупи:

*креветка* ‘їстівний десятиногий морський рачок із дуже розвиненим черевцем’;

*лосось* ‘велика цінна риба родини лососевих з ніжним м'ясом звичайно рожевого кольору’;

*тунець* ‘це вид великої морської риби, яка належить до родини тріскових.’;

М'ясо – це їстівні частини тварин, які людина використовує для приготування різноманітних страв. М'ясо відіграє важливу роль у забезпеченні людини незамінними амінокислотами, залізом та вітамінами групи В, такими як ніацин, холін, рибофлавін, вітамін В6 та вітамін В12. Залізо, зокрема, є вкрай важливим для організму, однак доволі складно отримати достатню його кількість з їжі рослинного походження та рівень засвоюваності заліза в такому разі буде значно нижче [62].

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї групи:

*bacon* ‘солоне або копчене м'ясо зі спини або боків свині, часто подається вузькими тонкими шматочками’;

*рібай* ‘це вид соковитого та смачного м'яса, яке вирізається з найбільш м'ясистої частини ребра тварини, зазвичай яловичини’;

Яйця – це один з найбільш бюджетних та якісних джерел білка та холіну, важливих елементів для функціонування нашого організму, особливо - роботи нервової системи. У споживанні яєць важливо дотримуватися правил безпеки та правильної обробки, оскільки неякісне яйце може бути джерелом бактеріальних захворювань, таких як сальмонела. У залежності від того, як довго вони зберігаються, усі яйця можна розділити на дієтичні (до 7 діб з моменту збору) та столові (до 25 діб) [62].

Згідно з результатами семантичного аналізу, підгрупа номінацій на позначення їжі тваринного походження також є дуже чисельною в сучасній англійській та українській мовах. Вона налічує 47 одиниць, що становить 13,2% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, підгрупа номінацій на позначення їжі тваринного походження є менш чисельною, ніж в сучасній англійській мові. Вона налічує у своєму складі 32 одиниці, що становить 11,3% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Отже, як помітно з прикладів, номінації на позначення їжі тваринного походження як і номінації на позначення їжі тваринного походження - доволі чисельна підгрупа та активно вживається кулінарами під час приготування страв.

### **Соуси та олії**

Олія – це рідина рослинного чи тваринного походження, яка залишається рідкою при кімнатній температурі та має характерну в'язкість. Її властивості, включаючи смак, аромат і температуру кипіння, можуть варіювати в залежності від типу олії та її джерела [100].

Олія є важливою складовою у багатьох аспектах життя. У кулінарії, вона використовується для смаження, заправлення салатів, приготування соусів та



багатьох інших кулінарних процесів. Крім цього, олія також використовується у промисловості (у виробництві косметики, мила, ліків тощо), у медицині (виробництво лікарських препаратів, масажі) та у багатьох інших сферах.

Соус – це додаток до страви у вигляді напіврідкої консистенції, який може мати різноманітні текстури та бути приготованим на основі різних інгредієнтів, таких як овочі, фрукти, спеції, м'ясо, риба і тд [100].

Соус може використовуватися для змішування з основним продуктом, заправки супів, маринування, або подаватися окремо. Його основним завданням є підкреслити або доповнити смакові якості страви, додати текстурний контраст чи виразити індивідуальні особливості того чи іншого інгредієнта.

Існує безліч видів соусів, які є типовими для різних країн та кухонь, кожен з яких має своє унікальну рецептуру та застосування:

*Томатна паста* – соус, приготований на основі перетертих та уварених до певної консистенції томатів з додаванням різних спецій. Вона може бути використана як базовий елемент для піци, паст а також як складова частина багатьох інших італійських страв [90].

*Бешамель* – базовий білий соус, який готується на основі молока з додавання масла та муки. Використовується як основа для соусів, начинок для піци, ласощів, таких як лазанья, а також як складова частина страв. Соус отримав свою назву на честь гофмейстера та маркіза Луї де Бешамеля, який керував прислугою та контролював господарство при дворі Людовика XIV. Саме для нього уперше був приготований соус з метою здивувати його смакові рецептори. Однак часто маркіза помилково вважають винахідником цього соусу, а ім'я кухаря, який фактично створив соус бешамель, залишається невідомим. За легендою, соус бешамель виник випадково: кухар маркіза вирішив додати трохи вершків у звичайний густий білий соус *Velouté* («велюте» або «парізьєн»). З тих пір пройшло кілька століть, і соус бешамель зберіг свою популярність по всьому світу[90].

*Соєвий соус* – це традиційний азійський соус, який готується з ферментованих соєвих бобів, солі, води та, іноді, зернового квасу. Він надає стравам солодкувато-солоний смак і використовується в багатьох стравах додатковий інгредієнт. Різноманітність його варіантів за консистенцією та смаком дає можливість вибору в залежності від конкретного рецепту і смакових уподобань[90].

*Вустерширський соус* – кисло-солодкий соус з характерними гострими нотками. Основними інгредієнтами вустерширського соусу є оцет, рибний соус, тамаринд, цукор, різноманітні спеції та інші ароматичні компоненти. Історично вустерширський соус був розроблений в Англії у 19 столітті, і він став популярним в усьому світі завдяки своєму унікальному смаку що додасть родзинки будь якій страві [90].

Згідно з результатами семантичного аналізу, підгрупа номінацій на позначення соусів та олій налічує 22 одиниці, що становить 6,1% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові дана підгрупа налічує у своєму складі 20 одиниць, що становить 7% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

### **Зернові культури та вироби з тіста**

Серед численних зернових культур, які забезпечують людей харчами, особливе місце посідає саме пшениця. В Україні пшениця виступає в ролі провідної зернової культури, оскільки з її зерна виробляють багато харчових продуктів, основним із яких є хліб. Також варто зазначити, що хлібобулочні вироби виступають як джерело вітамінів групи В, які є важливими для забезпечення нормального функціонування організму [77].

Згідно з результатами семантичного аналізу, підгрупа номінацій на позначення зернових культур та виробів з тіста є менш чисельною в сучасній англійській та українській мовах порівняно з іншими групами. Вона налічує 19 одиниць, що становить 5,3% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, група номінацій на позначення зернових

культур та виробів з тіста налічує у своєму складі 12 одиниць, що становить 4,2% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї підгрупи:

*bread* ‘тип їжі, яка виготовлена з борошна та води, які змішують разом, а потім запікають’;

*rice* ‘їжа, яка складається з дрібних білих або коричневих зерен, які варять у воді, поки вони не стануть достатньо м’якими для вживання’;

В українській мові номінації на позначення зернових культур та виробів з тіста, представлені наступними прикладами:

*борошно* ‘продукт розмелювання хлібного зерна; мука’;

*тісто* ‘в’язка маса різної густоти з борошна, замішаного на воді, молоці і т. ін. часто з додаванням дріжджів’.

Отже, як помітно з прикладів, підгрупа номінацій на позначення зернових культур та виробів з тіста має у своєму складі не дуже велику кількість лексичних одиниць та проте данні продукти становлять основу для багатьох страв.

### **Напої**

Напій – це рідина, яку людина споживає для збереження водного балансу організму з метою задоволення спраги. Напої можуть мати різний склад, але зазвичай складаються з води, смакових і ароматичних добавок, цукру або солодкого замітника, а також можуть містити вітаміни, мінерали, спирт (у випадку з алкогольними напоями) та інші поживні речовини [74].

Дослідники виділяють дві основні групи напоїв: безалкогольні та алкогольні. Безалкогольні напої не містять спирту або містять його у дуже низьких концентраціях, як от вода, фруктові соки, газовані напої, чай, кава та інші. Алкогольні напої містять спирт різного ступеня концентрації, до них відносимо пиво, вино, коктейлі, віскі тощо [45].

Згідно з результатами семантичного аналізу, підгрупа номінацій на позначення напоїв є найменш чисельною в сучасній англійській та українській мовах. Вона налічує 14 одиниць, що становить 3,9% від загального обсягу

вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, група номінацій на позначення напоїв налічує у своєму складі 9 одиниць, що становить 3,1% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї групи:

*beer* ‘алкогольний напій із солоду та хмелю’;

*coffee* ‘гарячий темно-коричневий напій, який має злегка гіркуватий смак’;

*rum* ‘міцний алкогольний напій із цукру’.

В українській мові номінації на позначення напоїв, представлені наступними прикладами:

*вино* ‘напій з виноградного або з деяких інших ягідних та плодових соків, що перебродили, набувши певної алкогольної міцності й аромату’;

*глінтвейн* ‘гарячий напій, виготовлений з виноградного вина, цукру й прянощів, кориці й гвоздики; іноді додають ром, коньяк, лікери, лимони, але в такій кількості, що смак напою ці добавки не змінюють, але надають йому більш приємного аромату’;

*чай* ‘ароматний напій (перев. гарячий), настояний на листі цієї рослини’.

Отже, як помітно з прикладів, підгрупа номінацій на позначення напоїв має у своєму складі найменшу кількість лексичних одиниць, проте напої є дуже важливою частиною раціону людини.

### 2.1.2 Готові страви

Страва – це готова до споживання комбінація різноманітних інгредієнтів, які піддавалися кулінарній обробці з метою задоволення харчових потреб людини [62].

Основною характеристикою, яка визначає споживацьку цінність будь-якої страви, є безперечно її смакові якості. Крім смакових властивостей страви, також важливі такі аспекти як аромат, текстура та колір, що відіграють чималу роль у процесі сприйняття і формують загальне враження від процесу споживання [80].

Щойно страва потрапляє до рота, смакові рецептори реагують на різні хімічні речовини у складі страви, котрі впливають на відчуття смаку. Цей процес є надзвичайно індивідуальним і обумовлений рядом факторів, таких як оточення, культурні уподобання, попередній досвід, стиль життя і тд. Результати наукових досліджень також демонструють, що смакові переваги людини можуть змінюватися з плином часу, що дозволяє схарактеризувати це явище як динамічне [65].

Словникове тлумачення назви страви можливе за урахування таких характеристик [62]:

1. спосіб приготування (запікання, бланшування, і тд);
2. опис того, з яких інгредієнтів складається страва або її основні частини;
3. рід страви (суп, кондитерські вироби, напої тощо);
4. національне або регіональне походження страви, асоціації з конкретною культурою чи кулінарними традиціями;
5. зовнішній вигляд, що включає в себе типові особливості страви: форму, текстуру або колір.

Різноманіття страв у кожній культурі є унікальним. Вони не лише відображають смакові уподобання та традиції народу, але й відображають його історію, кліматичні умови та доступні ресурси. Їжа стає символом культури, а кухня конкретної нації – це своєрідний відбиток душі та способу життя цього народу через смаки, аромати й традиції, що передаються з покоління в покоління.

Згідно з традиційною класифікацією, представленою у роботах більшості вчених, що займаються дослідженням кулінарної лексики, виділяють такі види готових страв в залежності від послідовності споживання їжі: «перші страви», «другі страви» та «солодкі страви». «Перші страви» включають у себе супи, бульйони або легкі страви, які споживаються перед основним прийомом їжі. «Другі страви» або «основні страви» – зазвичай м'ясні чи рибні страви з гарніром. «Солодкі страви» або «десерти» – страви, що мають солодкий смак

і часто містять цукор або інші солодкі інгредієнти. Серед них можна зустріти торти, пироги, пудинги, морозиво, шоколадні вироби та багато іншого. Зазвичай десерти відіграють роль приємного завершення обіду або вечері [62].

Альтернативним варіантом класифікації страв є поділ на категорії залежно від їхньої температури та призначення: «холодні страви» або «закуски», які споживають перед основним прийомом їжі або в якості першого страви, «гарячі страви» – основні страви, які споживаються у гарячому вигляді, і «десерти» – солодкі страви, що подаються наприкінці трапези [62].

Згідно з результатами семантичного аналізу, група номінацій на позначення готових страв є досить чисельною в сучасній українській мові. Вона налічує 24 одиниці, що становить 6,7% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, група номінацій на позначення готових страв є значно чисельнішою, ніж в сучасній англійській мові та налічує у своєму складі аж 35 одиниць, що становить 12,3% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї групи:

*cake* ‘м’яка солодка їжа, виготовлена шляхом запікання суміші борошна, масла, цукру та яєць’;

*risotto* ‘гаряча страва з рису, змішаного з сиром, овочами або шматочками м’яса’;

*trifle* ‘холодна британська солодка страва з шарів бісквіту, фруктів, желе, заварного крему та вершків’.

В українській мові номінації на позначення готових страв, представлені наступними прикладами:

*борщ* ‘рідка страва, що вариться з посічених буряків, капусти з додатком картоплі та різних приправ’;

*пиріг* ‘печений виріб із тіста з начинкою’;

*суші* ‘японська національна страва: рисові котлетки, покриті зверху шматочком сирої риби або сирою креветкою й просочені (приправлені) своєрідним соусом; замість риби може бути молюск, ікра, соєвий сир-тофу й

багато іншого; часто суші загорнені в листя водорості («норі») або висушену плівку, зняту з киплячого соєвого молока («намаюба»), або листя хурми («какіноба-суші»).

Отже, як помітно з прикладів, група номінацій на позначення готових страв має у своєму складі достатньо велику кількість лексичних одиниць, особливо в українській мові. Згідно з результатами семантичного аналізу, група номінацій на позначення готових страв налічує 24 одиниці, що становить 6,7% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові дана підгрупа налічує 35 одиниць, що становить 12,5% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

### 2.1.3 Техніки та методи приготування

Кулінарні техніки відіграють важливу роль у процесі приготування їжі. Вони дозволяють перетворити сировину на смачні та апетитні страви, впливаючи на їх текстуру та смакові відчуття. Ці техніки визначають спосіб обробки продуктів та підготовки до їх подальшого вживання. Застосування різних методів дозволяє досягти різноманітності в стравах, дозволяючи експериментувати зі смаками та текстурами [18].

Франція відома своєю вишуканою кухнею і багатством кулінарних традицій, тому багато назв технік було запозичено кулінарами в інші мови, включаючи англійську та українську. Наприклад, терміни *sauté* ('присмажувати'), *flambé* ('фламбування'), *sous-vide* ('су-від'), *blanch* ('бланширування'), *caramelization* ('карамелізація'), *roux* ('заправка для соусів') та *deglaze* ('використання рідини для зняття залишків їжі з посуду') мають французьке походження [57, с.127].

Згідно з результатами семантичного аналізу, група номінацій на позначення технік та методів приготування є менш чисельною в сучасній англійській та українській мовах ніж дві попередні. Вона налічує 61 одиницю, що становить 17,1% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, група номінацій на позначення технік та методів

приготування налічує у своєму складі 34 одиниці, що становить 12% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї групи:

*Caramelization* ‘це процес нагрівання цукру (або продуктів з вмістом цукру) на високій температурі, що призводить до його розкладання і утворення характерної скоринки на поверхні продукту. Карамелізація часто використовується для створення солодких начинок, глазурей, соусів і топінгів для десертів; може додати аромату та смаку овочам, особливо цибулі, моркві або батату, котрі потім використовуються в якості гарніру; а також для приготування соусів.’

*Poaching* ‘це техніка приготування їжі у воді або іншій рідині при низькій температурі (зазвичай у діапазоні 71–82 °C), коли продукти занурюються в рідину і нагріваються дуже обережно щоб запобігти початку процесу кипіння. Такий підхід дозволяє зберегти ніжність продукту, зробити страву соковий та водночас корисною для споживання.’

*Blanching* ‘це коротка обробка продукту, як правило овоча чи фрукта, в киплячій воді, з подальшим його занурення у холодну воду. Зазвичай цей спосіб приготування використовується для зняття шкірки, збереження яскравості кольору овочів чи фруктів перед процесом консервації або перед заморозкою для того щоб колір та смак залишились незмінними.’

*To roll out* ‘розкачування тіста з використанням скалки або спеціального пристрою щоб досягнути потрібної товщини та форми. Кулінари використовують дану техніку для виготовлення хлібо-булочних виробів таких як пироги, піца, печиво, булочки а також для виготовлення пасти.’

Професійні кулінари часто застосовують складні та витончені техніки, що вимагають використання сучасних кулінарних приладів і вміння працювати з різноманітними інгредієнтами. Вони не лише навчають, а й надихають глядачів експериментувати на кухні та розвивати свої кулінарні вміння.

З іншого боку, відео від аматорів можуть бути більш доступними та простими. Любителі кулінарії зазвичай демонструють прості та зрозумілі



методи приготування, діляться особистим досвідом, використовують доступні продукти та знаряддя, що робить їх відео цікавими для початківців та тих, хто шукає швидкі та легкі альтернативи.

#### **2.1.4 Смак та текстура**

Смак і текстура стали невід'ємною частиною нашого харчування та кулінарного досвіду, впливаючи на наше сприйняття страви, а від їх балансу залежить те наскільки споживач задоволений їжею.

Смак – це перцептивне відчуття, яке виникає у ротовій порожнині під внаслідок реакції смакових рецепторів на різні хімічні сполуки, які розчиняються в слюні під час жування їжі [67].

Людина здатна сприймати чотири основні смаки – солодкий, солоний, кислий і гіркий, однак зазвичай ми сприймаємо смакові відчуття як комбінацію основних смаків, а не окремі ізольовані смаки. Наприклад, кава може мати гірку нотку, яка походить від наявності специфічних сполук, але також трошки кислуватий чи навіть солодкий післясмак в залежності від сорту та способу обробки зерен. Вміння поєднувати інгредієнти – це мистецтво. Це вимагає знань про смакові якості продуктів та їхню взаємодію під час приготування [103].

Текстура – це осяжна характеристика страви, яка визначає, які сенсорні відчуття вона спричиняє у роті під час жування та ковтання. Кожна страва має свою унікальну текстуру, яка визначається її складом, способом приготування, консистенцією та поєднанням різноманітних інгредієнтів. Наприклад, салат зі свіжих овочів матиме хрустку текстуру, тоді як крем-суп буде мати більш гладку та однорідну консистенцію [67].

Згідно з результатами семантичного аналізу, група номінацій на позначення смаку та текстури є однією з найменш чисельних в сучасній англійській та українській мовах. Вона налічує 33 одиниці, що становить 9,3% від загального обсягу вибірки в сучасній англійській мові. В українській мові, дана група налічує 25 одиниць, що становить 9% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї групи:

*Smooth* ‘це прикметник, який описує текстуру страви чи соусу, що не має нерівностей, грубості або зернистості’.

*Mild* ‘описує смак чи аромат, який не є надто виразним чи інтенсивним’.

*Silky* ‘має дуже м’яку та гладку текстуру, аналогічну шовковій’.

*Vibrant* ‘вирізняється інтенсивністю кольорів, ароматів чи смаків’.

*Rich* ‘має насичений, виразний смак або текстуру’.

*Ripe* ‘використовується для опису оптимального стану дозрівання фруктів або овочів’.

*Smoky* ‘має аромат або смак, що нагадує дим’.

### 2.1.5 Кухонне приладдя

Кухонне приладдя – це асортимент інструментів, які використовуються під час готування страв. Вони допомагають обробити і подати їжу, забезпечуючи швидкість, ефективність та безпеку в кулінарних процесах, дозволяючи шеф-кухарям та аматорам створювати різноманітні страви. Вибір матеріалу для кухонного посуду має значний вплив на ефективність його використання (а також на вартість), особливо з точки зору теплопровідності і того, наскільки продукти прилипнуть до поверхні під час приготування. Деякі види матеріалів вимагають спеціальної попередньої обробки поверхні перед тим, як їх можна буде використовувати для приготування їжі, наприклад чавун або кераміка, так як на їх поверхні можуть знаходитись залишки їжі [100].

Вибір кухонного приладдя може розкрити багато аспектів особистості кулінара і продемонструвати його підходи до готування. Досвідні шеф-кухарі надають перевагу спеціалізованим ножам, професійним сковорідкам та каstrулям, тоді як любителі часто використовують підручні матеріали. Деяке кухонне приладдя або специфічні інструменти можуть бути пов'язані з певною кухнею чи культурою [73].

Технології впливають на розвиток та різноманіття кухонного приладдя, роблячи його більш функціональним [100]:

1. Поява нових матеріалів, які можуть бути використані для виготовлення кухонного посуду, роблять приладдя більш стійким до пошкоджень, більш ефективним і легким у догляді.

2. Вбудовані технології в електронних приладах, наприклад, варильних панелях з програмованими налаштуваннями, сучасних духовках з точними температурними режимами, роблять процес готування більш точним і зручним.

3. Технології дозволяють створювати приладдя з ергономічними дизайнами, що полегшує використання та зберігання, забезпечуючи зручність та безпеку під час використання.

4. Виробництво кухонного приладдя стає більш екологічно чистим так як більшість компаній зменшує використання пластику та інших шкідливих матеріалів.

5. Розумні кухонні прилади, якими можна керувати через мобільний додаток або через голосові помічники, забезпечують повний контроль під час готування.

6. Постійний розвиток технологій дозволяє створювати більш універсальні кухонні прилади, які можуть виконувати кілька завдань одночасно або швидко змінювати свою функцію.

Не менш важливою є і естетика. Подача страви відіграє ключову роль у загальному враженні. Кулінар повинен створювати та впорядковувати простір та кольори на тарілці так, щоб зробити страву більш апетитною та привабливою для споживача.

Наведемо кілька прикладів номінацій в сучасній англійській мові, які мають відношення до цієї групи:

*Casserole* ‘глибока сковорідка або каструля з ручками, яка використовується для запікання страв у духовці’;

*Greaseproof paper* ‘спеціальний вид паперу, який має властивість стійкості до жиру’;

В українській мові номінацій на позначення кухонного приладдя представлені наступними прикладами:

*Вінчик* ‘кухонний інструмент, який використовується для вбивання або перемішування інгредієнтів’;

*Друшляк* ‘пристрій для відціджування рідини’;

*Сито* ‘інструмент, що використовується для просіювання борошна, цукру або інших сипучих продуктів, щоб видалити грудочки або інші недоліки та забезпечити однорідність текстури’;

Згідно з результатами семантичного аналізу, група номінацій на позначення кухонного приладдя є найменш чисельною в сучасній англійській та українській мовах. Вона налічує 23 одиниці в українській мові, що становить 8,1% від загального обсягу вибірки, та 32 одиниці в сучасній англійській мові, що складає 9% від загального обсягу вибірки (див. Додатки А, Б).

## **2.2 Граматична своєрідність кулінарного дискурсу**

### **Синтаксис**

Даному кулінарному дискурсу притаманні певні граматичні конструкції для опису процесу приготування, переліку інгредієнтів та порад щодо кулінарних прийомів інструкцій. У рецептах, цільовою аудиторією яких є початківці, кулінари намагаються уникати використання складних структур та професійної лексики, щоб забезпечити легке розуміння та виконання кожного кроку в процесі приготування. Такий підхід до створення контенту сприяє тому, що навіть ті, хто тільки починає вивчати кулінарію, можуть легко розібратися у кожному етапі готування та успішно приготувати смачні страви без надмірних труднощів.

Звичайно, рецепти також можуть бути призначені для більш досвідчених або професійних кухарів та гурманів, які володіють більшим досвідом та розуміють більш тонкі аспекти кулінарного мистецтва. Для цього підтипу аудиторії рецепти можуть містити складніші техніки готування, використання

менш поширених інгредієнтів, у них можуть бути використані специфічні терміни та пояснення тих чи інших аспектів страви.

У результаті аналізу відео Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка вдалось виділити такі аспекти:

Прості двоскладні речення використовуються для передачі основної інформації без зайвих ускладнень. Наприклад: *Вам потрібно додати олію та сіль* або *You need to bring the mixture to a boil.*

Іноді двоскладні речення ускладнюються використанням однорідних членів речення, що дозволяє розширити або уточнити інформацію за допомогою додаткових елементів. Як от: *Додайте воду, молоко та розтоплене масло у однакових пропорціях; First you boil the water, then add spices, rice, potatoes and some kind of meat.*

Дієприслівникові звороти застосовуються для передачі послідовності дій або методів готування: *Додавши мед та соевий соус, продовжуйте тушкувати овочі на помірному вогні.*

Інфінітивні конструкції також широко використовуються для передачі інструкцій та порад щодо процесу готування. Наприклад: *Використовуйте прохолоджене масло для приготування тіста.*

Використання пасивного стану дозволяє акцентувати увагу на результаті або стані страви, не обов'язково звертаючи увагу на особливості самого процесу приготування: *М'ясо було приготоване за технологією сувід; The dough was made from fresh and local ingredients.*

Поширені також фразові дієслова, наприклад: *boil out, fry up, whip up, cool down* і тд.

*Boil out* 'варити до готовності та видалення піни або інших непотрібних складників з бульйону або соусу'.

*Fry up* 'смажити щось швидко та зазвичай у невеликій кількості масла чи жиру.'

*Whip up* 'приготувати щось швидко та без особливих зусиль'.

*Cool down* ‘дати часу для охолодження страви після приготування перед подачею’.

Деякі відтінки значень у кулінарному дискурсі можуть передаватися за допомогою дієслів з префіксами. Наприклад:

*Undercook* ‘приготувати страву недостатньо, не досягнувши необхідної ступені готовності’. Наприклад, *Do not undercook you pasta.*

*Overbake* ‘готувати щось занадто довго або при високій температурі, що призводить до пересушування або перегортання’. Наприклад, *In order not to overbake pastry you have to keep a close eye on the oven.*

*Underdo* ‘не досягти необхідної ступені смаження’. Наприклад, *This one looks a bit underdone.*

### **Словотворення**

Словотворення та запозичення є основними та найбільш продуктивними способами збагачення лексичного запасу сучасної англійської мови.

Словотворення – це процес утворення нових слів у мові шляхом застосування різних мовних правил і методів до вже існуючих слів, що може відбуватися за допомогою префіксів, суфіксів, скорочення, переходу слів з однієї частини мови в інші і тд [79].

Словотворення пов’язане з розширенням словникового запасу мови, оскільки створення нових слів розширює можливості виразності і дозволяє виражати нові поняття та ідеї. Таким чином кожне новоутворене слово стає складовою частиною словникового запасу мови. З іншого боку, у процесі словотворення застосовуються різні мовні засоби (префікси, суфікси, інфікси тощо), які впливають на граматичну структуру слів та їх граматичні характеристики (наприклад, рід, число тощо) [22].

Розуміння правил словотвору полегшує процес дослідження походження слів, допомагає створювати нові слова у мові, а правильний аналіз слова пришвидшує освоєння правопису слів.

На думку дослідників А. А. Реформатського, Л. В Щерби та Є. С. Кубрякової, слово є безпосереднім предметом вивчення у словотворі, як

і будь-якому іншому розділі науки про мову. Але, на відміну від граматики, де вивчаються граматичні характеристики слова та його синтаксичні функції, а також від лексикології, яка досліджує індивідуальні особливості слова, словотворення досліджує склад, структуру та методи утворення слова як одиниці, що діє у межах словотвірної системи [50, с. 65].

Отже, словотвором називається як процес утворення похідних слів, так і розділ мовознавства, що вивчає цей процес.

Є. С. Кубрякова вважає, що процес утворення нових слів відбувається з кількох причин. Перша – створення нових слів дозволяє компактно виражати складні синтаксичні конструкції для позначення різних аспектів дійсності або об'єднання різних понять у одне слово. Друга стосується переміщення певного смислу в іншу синтаксичну позицію. Це означає, що утворення нових слів може спричинити зміну чи перенесення значення слова в інше місце або контекст, в якому воно вживається. Окрім того, словотворення може виражати стилістичні особливості слова та містити емоційно-оцінні складові. [10, с. 287].

Предмет словотвору – це словотвірна система як одиниця мови. Вивчення словотвірної системи передбачає аналіз способів формування слів на даному етапі мовного розвитку та правил, які перетворюють слова одного словотвірного типу на інші [38, с. 114].

Термін продуктивність в словотворі означає здатність створювати нові слова за вже існуючими моделями, які носії мови зрозуміють з легкістю. Серед найважливіших та найбільш продуктивних методів словотворення в сучасній англійській мові є афіксація (додавання префіксів та суфіксів), конверсія (зміна частини мови без зміни форми), словоскладання та скорочення. Продуктивність кожного способу словотворення з часом може змінюватися [38, с. 116].

Слід зазначити, що існують різні підходи до класифікації типів словотворення в сучасній англійській мові. Деякі типи словотворення сьогодні є досить продуктивними, в той час як інші уже не утворюють нових слів, але

були активними в певні періоди розвитку мови, і наразі вважаються непродуктивними. Наприклад, афіксація була продуктивним способом творення слів ще з давньоанглійського періоду: *striker, steamer, fiscere*. З іншого боку, чергування голосних свого часу також було продуктивним, але в сучасній англійській мові цей тип словотворення втратив свою активність, а існуючі диференційні ознаки допомагають відрізнити одне слово від іншого, наприклад: дієслово від іменника (*blood – to bleed, food – to feed, full – to fill, etc.*) [43, с. 95].

Найпродуктивнішим в українській мові є морфологічний спосіб, який реалізується за допомогою таких засобів: афіксального, складового та неафіксального словотворення. Афіксальні морфеми використовуються для утворення одних і тих самих частин мови: іменників, прикметників, числівників, дієслів. Широкий розвиток омонімії та полісемії, втрата мотивації і дуже обмежена автономія англійських слів порівняно з українськими – все це тісно пов'язане з мономорфним аналітичним характером англійської мови та дефіцитом морфологічних засобів [70].

Розглянемо ще один спосіб поповнення словника мови.

Запозичення – це процес використання слів, фраз, конструкцій або ідей з однієї мови в іншій, що виникає через взаємодію різних мов та культур, коли одна мова позичає елементи від іншої для утворення нових слів, розширення лексики або адаптації до нових реалій [70].

Процес запозичення дозволяє розширювати словниковий запас мови шляхом введення нових слів, які відображають нові для мови реципієнта концепції, технології, культурні аспекти та інше. Окрім того, запозичення є важливим елементом для розвитку мови, що дозволяє адаптуватися до змін у суспільстві та відображає взаємодію між різними культурами та мовами.

Найчастіше основу запозичень складають слова, що пов'язані зі сферами повсякденного життя: номінації на позначення їжі, одягу, музики, рослин тощо. Наведемо приклад запозичених одиниць: *sushi, tapas, chapatti, pizza, paella, falafel, chamise, bachata, scamorza, poncho*. Коли ми використовуємо



запозичення, ми, як правило, не змінюємо їх, хоча іноді і відмінюємо, якщо це обчислювальні іменники однини (*pizzas, chapattis*). Ми також іноді вимовляємо їх більше як англійські слова, замість того, щоб використовувати їх оригінальну вимову [70].

Г. Б. Антрушина виділяє такі продуктивні види словотвору: деривацію, скорочення, словоскладання, запозичення, а також похідні та непохідні слова. До непродуктивних вчена зараховує чергування голосних, зворотне словотворення, звуконаслідування та зміну акценту. Такої ж класифікації дотримується й І. В. Арнольд [29].

Отже, можна зробити висновок, що у цій роботі головне завдання полягає у дослідженні особливостей словотвору лексичних одиниць на позначення кулінарної лексики в англійській та українській мовах у зіставленні, а також виокремленні найбільш продуктивних типів словотворення у цих двох мовах та їх описі.

Таблиця 2.1

### Способи словотвору назв продуктів харчування

Спосіб словотвору	Кількість одиниць (англ.)	% (англ.)	Кількість одиниць (укр.)	% (укр.)
Коренева морфема	181	51	147	52
Словосполучення	108	30,3	47	16,6
Словоскладання	25	7	4	1,4
Скорочення	9	2,5	7	2,4
Конверсія	13	3,6	3	1
Афіксальний	20	5,6	75	26,6
<b>Всього</b>	<b>356</b>	<b>100</b>	<b>283</b>	<b>100</b>

#### 2.2.1 Безафіксний спосіб. Коренева морфема як спосіб поповнення лексики на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному YouTube дискурсі

Коренева морфема – це основна, найбільш суттєва частина слова, яка має самостійне значення та є його базовою частиною. Вона є основою для

утворення інших слів шляхом додавання до неї префіксів, суфіксів та інших елементів [50, с. 61].

Корінь слова може створювати зв'язки з іншими морфемами, так як він служить своєрідним фундаментом для утворення похідних слів. У свою чергу, вже сформованим словам можна будувати словосполучення та зв'язки з іншими словами [50, с. 61].

Як зауважив видатний американський дослідник Л. Блумфілд, коренева морфема слугує певним смисловим ядром, значення та структура якого видозмінюється за допомогою інших словотворчих елементів. Ці елементи можуть змінювати, доповнювати первинне значення кореня, розширюючи його смислові відтінки, що дозволяє індивіду виражати ширший спектр ідей та думок [76].

Згідно з результатами аналізу, група корневих морфем на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі є найбільшою та має у своєму складі 181 одиниць в англійськомовному Youtube дискурсі, які складають 5% від загального обсягу досліджуваних одиниць та 147 одиниць в українськомовному Youtube дискурсі, які складають 52% від загального обсягу досліджуваних одиниць. (див.додатки А, Б).

Таким чином, наведемо кілька прикладів слів, які утворені за рахунок корневих морфем, що збігаються за формою зі словом:

*tangerine* 'невеликий солодкий плід, як апельсин, з шкіркою, яка легко знімається';

*mango* 'тропічний фрукт з тонкою шкіркою і солодкою жовтою м'якоттю';

*sugar* 'солодка біла або коричнева речовина, яку отримують з рослин і використовують для приготування їжі та напоїв';

*fish* 'тварина, яка живе у воді та використовує свої плавники та хвіст для плавання';

*honey* 'солодка клейка речовина, що виробляється бджолами та використовується в їжу'.

В українській мові лексичні одиниці, які утворені за рахунок кореневих морфем, представлені наступними прикладами:

*хліб* ‘харчовий продукт, що випікається з борошна.’;

*сир* ‘харчовий продукт у вигляді твердої або напівтвердої маси, який виготовляють шляхом сквашування молока й дальшої обробки згустка’;

*лосось* ‘велика цінна риба родини лососевих з ніжним м'ясом звичайно рожевого кольору’;

*кекс* ‘кондитерський виріб у формі чотирикутного хлібця із здобного тіста з ізюмом’.

Із наведених прикладів очевидним є те, що утворені за рахунок кореневих морфем слова являють собою невід’ємну частину кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі.

### 2.2.2 Словосполучення

Словосполучення – це одиниця мови, яка має у своєму складі два або більше повнозначних поєднаних між собою за значенням та граматично слова. У словосполученні виокремлюють головне слово (зазвичай, підмет чи присудок) і залежне слово (додаток, обставина, прикметник, іменник тощо). Змістовий зв’язок між головним та залежним словами у словосполученні визначається через питання, яке ставиться від головного слова. Граматичний ж зв’язок між цими словами реалізується за допомогою форми залежного слова (закінчень та прийменників) [68].

За будовою словосполучення можна розділити на прості та складні. Прості словосполучення складаються з одного головного слова, яке виступає основою, та одного залежного слова. Цей тип словосполучення є менш поширеним і використовується для вираження простих зв’язків між словами.

У складних словосполученнях головне слово поширюється іншим словом, що додається до головного слова, розширюючи його значення. Цей тип словосполучення є більш поширеним і дозволяє точніше виражати зв’язки між словами [68].

Залежно від характеру зв'язку між словами, що його утворюють, словосполучення поділяються на 3 типи: вільні, синтаксично нероздільні та фразеологічні. Вільні словосполучення - це такі, де обидва слова у сполученні виступають різними членами речення. Це дає можливість використовувати їх у різноманітних ситуаціях і в контексті різних тем чи обставин, аби передати широкий спектр смислів та понять. Синтаксично нероздільні словосполучення – це тип словосполучень, де головне та залежне слова функціонують як єдина синтаксична одиниця і виступають як один член речення, що вказує на тісний зв'язок між словами, де одне слово надає іншому конкретне значення чи додаткову характеристику. Фразеологічні словосполучення виражаються фразеологізмами і функціонують як один член речення. Вони виражають конкретне поняття, яке не можна розкласти на окремі компоненти, оскільки фразеологізм має вже закріплене, стале значення, яке відрізняється від простої суми значень окремих слів. Ці вирази часто є наслідком культурних, історичних або літературних впливів та мають великий резонанс серед носіїв мови [24].

Згідно з результатами аналізу, група словосполучень на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі, налічує 47 одиниць, що складає 16,6% від загального обсягу досліджуваних одиниць у сучасній українській мові, та 108 одиниць, що складає 30,3% від загального обсягу досліджуваних одиниць у сучасній англійській мові. (див.додатки А, Б).

Наприклад, в англійськомовному Youtube дискурсі виявлені наступні словосполучення:

*lemon juice* ‘лимонний сік’;

*white wine* ‘біле вино’;

*tomato salad* ‘салат з помідор’;

*black olives* ‘чорні оливки’;

*greek yogurt* ‘грецький йогурт’.

В українській мові також було зафіксовано чималу кількість словосполучень, наприклад: *солоні огірки, сирна запіканка з бананом, пшеничне борошно, лавровий лист, паста тахіні*.

Отже, лексичні одиниці, що є словосполученнями є досить чисельними серед яких представлені дуже яскраві приклади, що використовуються у мовленні повсякденно.

### 2.2.3 Словоскладання

Словоскладання – це один з методів утворення слів, що ґрунтується на морфологічному зв'язку двох або більше коренів, цілих слів, або їх скорочень, в результаті якого формуються складні слова або композити, що функціонують як єдине слово як за граматичними, так і за семантичними ознаками [26, с. 190].

Як зазначає В. В. Виноградов: словотворення може розглядатися як певний вид комбінованого процесу, що поєднує в собі риси словоскладання, синтаксичного та морфологічного походження слів. Вивчення взаємозв'язку між основами та порядком їх поєднання виходить за рамки звичайних правил утворення простих похідних слів. Такий підхід до розуміння словотворення вказує на його складний та різноманітний характер [15].

У англійській мові словоскладання зустрічається у всіх частин мови, при цьому складні слова можуть бути утворені з іменників, дієслів, чи прикметників. Особливістю англійської мови є можливість функціонування компонентів складних слів у вільній формі, що відрізняє її від інших мов [54].

Явище словоскладання трактуємо як об'єднання двох чи більше основ. Воно відіграє одну з ключових ролей у системі словотворення англійської мови. Одним з ключових аспектів є фіксований порядок слів та логічне й семантичне поєднання складових частин для створення нового слова, що представляє конкретне поняття чи ідею. Це означає, що словоскладання передбачає певну послідовність складових частин, яка відображає їхнє логічне відношення та забезпечує точне розуміння новоутвореного слова [38].

Згідно з результатами аналізу, дана група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі посідає третє місце. Ця група налічує 25 одиниць, які складають 7% від загальної кількості вибірки сучасній англійській мові. Натомість, в українській мові, група номінацій на позначення кулінарної лексики, утворена шляхом словоскладання, є однією з найменш чисельних, що налічує у своєму складі лише 4 одиниці, яка складає 1,4% від загальної кількості вибірки відповідно. (див.додатки А, Б).

На цьому етапі досліджень в сучасній англійській мові було виявлено такі моделі утворення складних іменників:

1) основа іменника плюс основа іменника

*gooseberry* ‘невеликий круглий зелений плід, що росте на куці і має кислуватий смак’;

2) основа прикметника плюс основа іменника:

*blueberry* ‘маленький блакитний плід або рослина, на якій він росте’;

*blackberry* ‘невелика чорна або фіолетова ягода з куца, який має шипи (= гострі вістря)’.

Натомість, в українській мові номінації на позначення кулінарної лексики, які утворені за допомогою словоскладання, представлені лише одним прикладом:

Синтаксичний спосіб з’єднання компонентів:

*chia-пудинг* ‘запіканка з сиру, доданням яєць, молока, прянощів та semenів чіа’.

Отже, номінацій на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі, сформовані за допомогою словоскладання, не є чисельними, але серед них є дуже яскраві приклади, які використовуються у мовленні повсякденно.

#### 2.2.4 Скорочення

Скорочення – це явище, за якого частина слова використовується після втрати ним певних елементів. Це відбувається через потребу у використанні

мінімальної кількості слів або символів для передачі повідомлення або інформації та узагальненні. Узагальнення в мові відбувається тоді, коли мовці сприймають окремі частини слова як вже відомі та зрозумілі [19, с 11].

Цей спосіб утворення нових слів продуктивний, оскільки слова стають більш компактними та зручними для сприйняття. У сучасній англійській мові скорочення зустрічаються часто через розвиток миттєвої комунікації, соціальних мереж та потребу коротких та ємних слів для передачі інформації, оскільки англійської мова належить до переліку аналітичних мов, тобто зв'язки між словами у цьому випадку виражаються не за допомогою закінчень, а завдяки порядку слів та службовим частинам мови [19, с. 11].

Скорочення можуть утворюватися шляхом складання нових слів з вихідного слова або втратою його початку, кінця чи обох. Цей спосіб творення слів поширений як у розмовній, так і у формальній мові та професійній термінології [4, с. 337].

Згідно з результатами аналізу, група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі, утворених шляхом скорочення в англійській мові не є дуже продуктивною. Ця група налічує 9 одиниць, які складають 2,5% від загальної кількості вибірки. В українській мові, група номінацій на позначення кулінаронімів, утворених за допомогою скорочення, налічує у своєму складі 7 одиниць, які складають 2,4% від загальної кількості вибірки відповідно. (див.додатки А, Б).

Наведемо кілька прикладів, які мають відношення до цієї групи:

*chili – chili pepper;*

*mayo – mayonnaise;*

*vegies – vegetables;*

*soy – soy sauce.*

В українській мові номінацій на позначення продуктів харчування та страв, утворенні за допомогою скорочення, представлені наступними прикладами:

*бальзамік – бальзамічний оцет;*

*вівсянка – вівсяна каша, крупа;*

*чілі – перець чілі;*

*чері – помідори чері;*

Відтак, номінацій на позначення продуктів харчування та страв в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі, сформовані за допомогою скорочення, є не дуже чисельними, але все ж вони становлять невід’ємну частину лексичного складу сучасної англійської та української мов.

### **2.2.5 Афіксальний спосіб**

Афіксація – це процес утворення нових одиниць або нових форм цих одиниць шляхом додавання афікса або кількох афіксів до основи слова. Роль афіксу в цій процедурі є ключовою, тому важливо враховувати основні типи афіксів [14, с. 10].

Етимологічно афікси поділяються на дві великі групи: власні (native) та запозичені (borrowed).

В англійській мові переважають слова з запозиченими афіксами, особливо романського походження. Проте, важливо відзначити, що афікси запозичені не з тих самих причин, що й слова. Афікс іноземного походження можна вважати запозиченим лише після того, як він почав активно використовуватися у мові-реципієнті та брати участь у словотворчих процесах цієї мови. Це стає можливим коли кількість слів із цим афіксом у мові-реципієнті настільки велика, що впливає на підсвідомість носіїв мови, і вони перестають сприймати його як чужорідний [1, с. 7].

Афікс як різновид морфеми, зазвичай потрактовується як найменший неподільний елемент слова, який має власне значення. Значення афіксів можуть бути досить специфічними та відмінними від значень корневих морфем. Наприклад, суфікси чи префікси можуть надавати словам нових відтінків значень, вказуючи на граматичні особливості (такі як час, кількість, особу тощо) чи додаючи конкретні елементи до семантики слова. Ці частини слова мають свою специфіку утворення та використання в мовленні, сприяючи розширенню словникового запасу та вираженню нових концепцій [11].



Згідно з результатами аналізу, ця група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі, є однією з найбільш поширених. В сучасній англійській мові лексичні одиниці, утворені шляхом афіксації, становлять 5,6% від загального обсягу вибірки (20 одиниць) Натомість, в українській мові, група номінацій на позначення кулінарної лексики, утворених за афіксації (суфіксальний спосіб) налічує у своєму складі аж 75 одиниць, які складають 26,6% від загальної кількості вибірки відповідно. (див. додатки А, Б).

Так, в англійській мові основа іменника *жовток* ('жовта речовина, що міститься у середині яйця') була утворена від основи дієслова *жовт* за допомогою суфікса *-ок*, *-ик*:

*жовт* + *-ок* = *жовток*

Наведемо ще декілька прикладів:

*біл* + *-ок* = *білок*

*сирн* + *-ик* = *сирник*

Отже, номінацій на позначення продуктів харчування та страв в українськомовному Youtube дискурсі, сформовані за допомогою афіксації, не є надто чисельними. В сучасній англійській мові ця група відсутня.

### 2.2.6 Конверсія

Конверсія є способом утворення нового слова, що включає його перехід однієї частини мови в іншу. Цей явище представляє собою одне з основних джерел поповнення словникового запасу мови [69].

Вчені ведуть активні дискусії на тему природи та характеру конверсії. Для професора А. І. Смирницького, конверсія є морфологічним методом словотвору, що передбачає зміну парадигми слова. Інші лінгвісти, такі як Г. Маршан, В. Н. Ярцева, І. В. Арнольд, розглядають конверсію як комбінований метод словотвору, оскільки вона зумовлює не лише зміну парадигми, але й зміну синтаксичної функції слова. При цьому існує ще один підхід до перетворення – чисто синтаксичний, також відомий як функціональний підхід [69, с. 149].

Існує три найпоширеніші типи конверсії в англійській мові: дієслова (від іменників), іменники (від дієслів) та дієслова (від прикметників). Рідше зустрічаються іменники (від прикметників, словосполучень, додатків) та дієслова (від прийменників) [75].

Конверсія є притаманною для багатьох мов, але особливо часто вона зустрічається в англійській мові. Це пояснюється тим, що в англійській мові відсутні чіткі морфологічні ознаки частин мови, такі як закінчення або префікси характерні для багатьох інших мов. Це призводить до того, що слова можуть легко переходити з однієї частини мови в іншу без значних морфологічних змін та робить конверсію важливим механізмом для поповнення словникового запасу англійської мови та створення нових слів у різних частин мови без значних зусиль щодо зміни їхньої структури [75].

Конверсія має свої підвиди: реконверсія та субстантивізація. Реконверсія – це лінгвістичне явище, коли вже існуюче слово в мові змінює свою частину мови, тобто використовується в іншій лексико-граматичній формі. Субстантивізація прикметників – це процес, за якого прикметник, який зазвичай описує ознаку предмету чи істоти, використовується як іменник, тобто отримує функцію позначення предмету або істоти з тією самою ознакою [28, с. 76].

Згідно з результатами аналізу група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі утворена шляхом конверсії відсутня українській мові. Натомість, в сучасній англійській мові, група номінацій на позначення кулінарної лексики, що утворені в результаті конверсії, становить 13 одиниць, тобто 3,6% від загального обсягу вибірки. (див.додатки А, Б).

До прикладу, в англійській мові, іменник *roast* ('страва, що готується способом запікання.') було утворене конверсією від дієслова *zapikatisya* ('укриватися шкуринкою під дією жару в печі, духовці (про страви)').

Отже, номінацій на позначення кулінарної лексики в англійсько- та українськомовному Youtube дискурсі, сформовані за допомогою конверсії, є

найменш чисельними, але серед них є дуже яскраві приклади, які використовуються у мовленні повсякденно, проте в сучасній англійській мові, номінацій на позначення продуктів харчування та страв, які утворені за допомогою конверсії, відсутні.

## **Висновки до розділу 2**

1. Словотворення – це один із способів поповнити словниковий запас мови. Лексичний запас сучасної англійської мови в основному поповнюється шляхом словотворення та запозичень. Словотворення визначається як сукупність правил і методів утворення нових слів на основі вже наявних у мові. Словотворення тісно пов'язане з лексикою, з одного боку, та граматиною, з іншого. Зв'язок між словотворенням та словниковим запасом мови полягає в тому, що кожне утворене слово є одиницею лексики. Однак, оскільки процес утворення нових слів йде за мовним зразком, і кожне слово є частиною мови, можна простежити зв'язок між словотвором та граматиною. Вивчення законів словотвору допомагає зрозуміти походження слів, створення нових слів у мові, а правильний аналіз слова сприяє оволодінню орфографією, освоєння правопису слів.

2. Згідно з результатами структурного аналізу, в ході якого було проаналізовано 356 одиниць номінацій на позначення кулінарної лексики в англійськомовному Youtube дискурсі та 283 одиниці номінацій на позначення кулінарної лексики в українськомовному Youtube дискурсі, найбільш репрезентативною групою як в сучасній англійській мові, так і в українській мові виявилась група лексичних одиниць на позначення кулінаронімів, утворених кореневою морфемою. Ця група включає в себе 181 одиниць в сучасній англійській мові, що становить 51% від загальної кількості вибірки та 147 одиниць в українській мові, що становить 53% від загального обсягу досліджуваних одиниць.

3. Друге місце за репрезентативністю в сучасній англійській мові посідає група номінацій на позначення кулінарної лексики в Youtube дискурсі, які

утворені шляхом словосполучення. Вона налічує 108 одиниць на позначення кулінаронімів в англійськомовному Youtube дискурсі, що становить 30,3% від загального обсягу вибірки, та 47 одиниць на позначення кулінарної лексики в українськомовному Youtube дискурсі, що становить 16,6% від загального обсягу вибірки відповідно.

4. Третя група за репрезентативністю є група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійськомовному Youtube дискурсі, утворених за допомогою словоскладання. Ця група налічує 25 одиниць, що складає 7% від загальної кількості досліджуваних лексичних одиниць. Натомість, в українській мові, група номінацій на позначення кулінаронімів, які утворені за допомогою словоскладання, налічує всього 4 одиниці, що складає 1,4% від загальної кількості досліджуваних лексичних одиниць.

5. Четверта група за репрезентативністю є група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійськомовному Youtube дискурсі, є номінації утворені шляхом афіксації. Ця група налічує 20 одиниць, що складає 5,6% від загальної кількості досліджуваних одиниць в сучасній англійській мові. В українській мові група номінацій на позначення кулінаронімів в українськомовному Youtube дискурсі утворених за допомогою афіксації, є значно чисельнішою. Ця група налічує 75 одиниць, що складає 26.6 % від загальної кількості досліджуваних лексичних одиниць відповідно.

6. П'ята група за репрезентативністю є група номінацій на позначення кулінарної лексики в англійськомовному Youtube дискурсі, утворених за допомогою конверсії. Ця група налічує 13 одиниць, що складає 3,6% від загальної кількості досліджуваних лексичних одиниць в сучасній англійській мові. Натомість, в сучасній українській мові, номінації на позначення кулінарної лексики, які утворені за допомогою конверсії відсутні.

7. Останньою та найменш репрезентативною групою в англійській мові є група номінацій на позначення кулінарної лексики утворених за допомогою скорочення. Ця група налічує лише 9 одиниць, які становлять 2,5% від загального обсягу вибірки відповідно. Натомість в сучасній українській мові,

група номінацій на позначення кулінарної лексики, утворених шляхом скорочення, є менш чисельною та становить 7 одиниць (2,4%) від загального обсягу вибірки).

8. Згідно з результатами семантичного аналізу, в ході якого було проаналізовано 283 та 356 одиниць на позначення продуктів харчування, група номінацій на позначення продуктів для приготування посіла перше місце за репрезентативністю в сучасній англійській та українській мовах. Ця група включає в себе 206 одиниць, що становить 57,9% від загальної кількості вибірки відповідно. В українській мові вона налічує 166 одиниць, що становить 58,6% від загальної кількості вибірки відповідно.

9. Друге місце за репрезентативністю в сучасній англійській мові посідає група номінацій на позначення технік та методів приготування. Вона налічує 61 одиницю, що становить 17,1% від загального обсягу вибірки. В українській мові ця група посідає третє місце. Вона налічує 34 одиниці, що становить 12% від загальної кількості вибірки відповідно.

10. Третє місце за репрезентативністю в сучасній англійській мові займає група номінацій на позначення смаку та текстури страв. До цієї групи входить 33 одиниці, які становлять 9,3% від загальної кількості вибірки відповідно. В українській мові група група номінацій на позначення смаку та текстури страв посідає четверте місце. Вона налічує 25 одиниць, що становить 9% від загальної кількості вибірки відповідно.

11. Четверте місце за репрезентативністю в сучасній англійській мові посідає група номінацій на позначення кухонного приладдя. Ця група налічує 32 одиниці, що складає 9% від загальної кількості досліджуваних лексичних одиниць відповідно. В українській мові група номінацій на позначення кухонного приладдя є найменш чисельною і посідає п'яте місце. Вона налічує 23 одиниці, що становить 8,1% від загальної кількості вибірки відповідно.

12. Останньою та найменш репрезентативною групою в сучасній англійській мові є група номінацій на позначення готових страв. До цієї групи входить 24 одиниці, які становлять 6,7% від загальної кількості вибірки

відповідно. В українській мові група номінацій на позначення готових страв є доволі чисельною та посідає друге місце. Вона налічує 35 одиниць, що становить 12,3% від загальної кількості вибірки відповідно.



## РОЗДІЛ 3

### ПАРАЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛІНАРНОГО ДИСКУРСУ

#### 3.1 Паралінгвістичний аспект комунікативного акту

Спілкування представляє собою акт інтеракції між особами, що базується на обміні інформацією та взаєморозумінні між партнерами та включає в себе не лише передачу слів і фактів, але й передачу почуттів, дій, інтересів та інших аспектів суб'єктивного світу людини. Спілкування дозволяє виявити та розкрити індивідуальні особливості кожної особистості [23].

Головним поняттям в комунікативній лінгвістиці є вербальна комунікація, яка визначається взаємодією за допомогою мови під час спілкування. Однак, невербальні засоби також грають важливу роль у цьому процесі. У минулому, невербальну комунікацію розглядали як вторинну порівняно з вербальною. Однак, останні дослідження у лінгвістиці, педагогіці, психології та соціології акцентують увагу на важливості цього виду спілкування [44, с 110].

Комунікативний акт включає в себе не лише слова, які ми вимовляємо (вербальну частину), а й невербальні складові, які можуть передавати важливу інформацію. Коли вербальні та невербальні сигнали узгоджені між собою, обмін інформацією між співрозмовникам проходить набагато простіше. Невербальні елементи доповнюють та підсилюють мовленнєві повідомлення, роблячи комунікацію більш ефективною [23].

Паралінгвістика – це відносно молода галузь мовознавства, що вивчає невербальні аспекти мовленнєвої комунікації, такі як тон голосу, інтонація, швидкість мовлення, паузи і т.д [13, с. 20]. Усі ці аспекти можуть відображати емоційний стан та інші важливі нюанси, які допомагають зрозуміти справжню інтенцію співрозмовника.

Більше того, невербальні елементи можуть компенсувати або розширити вербальне повідомлення, доповнюючи його в тих моментах, коли слова

можуть бути недостатніми для передачі повного обсягу інформації. Наприклад, підвищений тон голосу може вказувати на невпевненість або емоційне збудження. Монотонне мовлення може вказувати на втомленість чи незацікавленість, тоді як енергійне та ритмічне мовлення може виражати захоплення або ентузіазм. Жести та постава тіла також є важливою складовою: деякі люди можуть використовувати більше жестикуляції та активно контролювати свою поставу, підкреслюючи сказане, в той час як інші можуть бути менш виразними у цьому плані [47, с.82].

Уперше термін паралінгвістика було введено у науковий вжиток американським ученим А. Хіллом. Він використав цей термін для опису досліджень, спрямованих на вивчення невербальних елементів спілкування, що доповнюють мовне повідомлення. Так, паралінгвістичні засоби вираження можуть бути джерелом важливої інформації про мовця. Вони несуть у собі різноманітні аспекти, які відображають не лише сам акт комунікації, але й характеристики мовця, його соціальний статус, вік та етнічну приналежність [56, с. 83].

Питання, що висвітлюються в рамках паралінгвістики, охоплюють всі аспекти фонації, кінесики, а також усі форми спілкування, включаючи обставини за яких реалізується комунікація. Крім того, паралінгвістика також вивчає варіативність вимови, інтонації, ритму мовлення та інших аспектів мовної поведінки в різних культурних, соціальних та ситуативних контекстах [9, с. 38].

Невербальні засоби комунікації, такі як жести, міміка, тон голосу та інші аспекти невербального спілкування, мають потужний вплив на сприйняття повідомлення. Паралінгвісти стверджують, що ці невербальні елементи несуть значно більше інформації, ніж просто слова і є переконливішими аніж вербальні сигнали. Більшість людей, навіть несвідомо, сприймають та реагують на ці невербальні сигнали під час спілкування. Це може вплинути на розуміння повідомлення, адже деякі елементи невербального спілкування



можуть передати інші відтінки значення, які не завжди виражаються словесно [102].

Паралінгвістичні засоби спілкування можна розділити на три основні категорії: умисні, природні та мимовільні. Природні засоби – це ті, які виникають спонтанно під час спілкування та не є підконтрольними. Умисні засоби спілкування, такі як дикція, тембр голосу, швидкість мовлення та інші, можуть бути в певній мірі удосконалені якщо особа працюватиме над цими елементами, розвиваючи та поліпшуючи їх, наприклад, за допомогою тренувань, вправ або спеціальних технік. Такі умисні паралінгвістичні засоби можуть використовуватися для досягнення конкретних комунікативних цілей або створення певного враження у співрозмовника [9, с. 37].

Невербальні засоби комунікації мають кілька характерних рис, які визначають їхню важливість та вплив на спілкування. Серед них найважливішою ознакою є ситуативність, що відображає поточний стан мовця в конкретній ситуації. Це означає, що невербальні засоби, такі як жести, міміка, тон голосу, адаптуються до контексту та відображають емоції, настрої чи ставлення особи в даний момент [63].

Другою важливою рисою є синтетичність невербальних компонентів. Це означає, що невербальні елементи тісно взаємопов'язані та важко розділяються на окремі складові. Наприклад, міміка обличчя, жести та тон голосу можуть взаємодіяти один з одним, утворюючи комплексне повідомлення, яке не можна розчленувати на окремі частини. Крім того, характерною рисою невербальних одиниць є їхня спонтанність. У процесі комунікації переважають мимовільні жести та рухи, які виникають природно, під впливом емоцій та в залежності від ситуації [63].

Невербальні засоби комунікації представляють складну систему виразності, яку іноді може бути важко однозначно інтерпретувати. Наприклад, посмішка часто сприймається як вираз позитивного ставлення або радості, проте її значення може бути контекстуалізоване. У деяких випадках соціальні норми можуть впливати на те, коли людина посміхається, наприклад, у

випадках, коли необхідно проявити ввічливість чи підтримати приязну атмосферу. Однак іноді людина посміхається у стресовій ситуації щоб приховати свої справжні емоції, заспокоїтись, адаптуватись та знизити рівень напруги. Автори книг про мову тіла Алан Піз та Алан Гарнер підкреслюють, що розуміння жестів та невербальних виразів повинне базуватись на контексті [47, с.83].

### **3.2 Одиниці паралінгвістичного рівня комунікації та їхні функції в кулінарному дискурсі**

Оскільки кулінарні відео спрямовані на аудиторію, яка хоче не лише отримати рецепт, але й відчути емоційний зв'язок та загорітись бажанням приготувати подібну страву, невербальні елементи грають ключову роль у сприйнятті та передачі інформації.

Перш за все, вони слугують допоміжним засобом в процесі демонстрації різноманітних кулінарних технік та прийомів, оскільки даний вид інформації краще сприймається через візуальні приклади. Наприклад, правильний спосіб нарізання овочів чи техніка замішування тіста ефективніше засвоюються, коли показані в дії.

Окрім того, невимушений вираз обличчя, дружній тон та жести допомагають створити зв'язок з аудиторією, роблячи контент більш приємним та доступним. Ентузіазм кулінара та його/її емоційний стан можуть вплинути на аудиторію, заохочуючи її спробувати приготувати страву самостійно.

Невербальні комунікаційні засоби також дозволяють індивіду виразити свою унікальну особистість та стиль, що робить відео більш привабливими для аудиторії. У переповненому контентом світі, стиль ведучого стає частиною «бренду» кулінарного відео. Поняття «бренд» включає в себе не лише спосіб подачі інформації, а й характерні особливості у стилі приготування, виборі рецептів або навіть у власний унікальний підхід до презентації страв.

YouTube – це платформа, де кулінари та кухарі-любителі можуть не лише продемонструвати свою майстерність у приготуванні страв, але й поділитись

власними кулінарними переконаннями та цінностями, чи наприклад залучити аудиторію до більш свідомого використання продуктів. Це не просто кулінарні інструкції, але й відкрита розмова про те, що стоїть за цими стравами. У своїх відео кулінари не обмежуються лише кулінарними аспектами, а й розповідають про своє життя, звички, та діляться досвідом щодо поліпшення харчових звичок, тим самим створюючи не лише рецепти, але й спільноту, де спільні цінності об'єднують тисячі глядачів [92].

Важливим аспектом у процесі створення відео є ракурс камери та процес монтажу відео відповідно. Кухарі використовують різні кути та ракурси, щоб ефективно показати процес приготування страви та надати глядачам чітку та зрозумілу інформацію. Оглядовий план, або кадр з широким ракурсом, слугує засобом для представлення всього простору кухні та організації робочого місця. Це створює контекст для подальших етапів приготування. Детальний план зйомки допомагає за потреби демонстрації окремих складових процесу приготування та підсилення уваги глядача.

Монтаж визначає послідовність подачі інформації, адже вміло змонтований матеріал може допомогти краще організувати процес роблячи його більш зрозумілим для глядачів. Використання різноманітних ефектів та неочікуваних змін в монтажі може зробити контент більш цікавим, а нестандартні кадри чи ефекти додадуть відео динаміки. Правильно підібране освітлення дозволяє показати страви якнайкраще, підкреслюючи їхню текстуру, колір та апетитний вигляд.

Кожен кухар має свою унікальну особистість, яка відображається у відео. Впевненість, яку кухар демонструє під час приготування страв, їхня експертність у виборі інгредієнтів та знання технік готування завжди справляють приємне враження на глядача.

Деякі кухарі віддають перевагу класичним стравам з довгою історією як от національні страви, обираючи традиційні або всім відомі та улюблені рецепти. Такий підхід дозволяє кулінару дозволяють показати глибину його/її знань та повагу до кулінарної спадщини. Інші ж кухарі можуть

спеціалізуватися на сучасних та експериментальних кулінарних тенденціях, впроваджувати нові інгредієнти, використовувати нетрадиційні способи готування чи створювати оригінальні рецепти. Цей підхід дозволяє кулінару бути креативним, експериментувати та виражати свою унікальність у кулінарних відео.

### **3.3 Типологія паралінгвістичних одиниць кулінарного дискурсу**

Проаналізувавши матеріали, розміщені на YouTube каналах кулінарних блогерів Джеймі Олівера та Євгена Клопотенка в межах цього різновиду інтернет дискурсу, вдалось виділити 2 учасники комунікативного процесу, а саме: власне блогер (так званий суб'єкт), який приймає активну участь у створенні контенту й ділиться ним зі своїми підписниками та глядач(об'єкт), який цей контент споживає. Блогер виступає в ролі експерта та ініціатора обговорень, спрямованих на опанування нових кулінарних навичок. Глядачі ж активно взаємодіють з матеріалами, залишаючи коментарі, ставлячи лайки або дизлайки, ділячись власними враженнями та порадами. Ця взаємодія формує активну спільноту, яка обговорює та взаємодіє з контентом, а також може створювати власний контент на основі отриманих вражень від блогера.

У процесі здійснення наукової розвідки було виокремлено певні екстралінгвальні фактори, що активно впливають на процес формування особистості суб'єкта: національність кулінарів, професія, вік, стиль мовлення та спосіб подання інформації, підхід до оформлення контенту та взаємодії з підписниками.

Суб'єктами комунікації виступають два відеоблогера: британець Джеймі Олівер та українець Євген Клопотенко. Обидва контентмейкера окрім ведення YouTube каналу професійно займаються кулінарією. Євген Клопотенко активно розповідає про українську кухню та популяризує давно забуті самобутні рецепти, створює нові страви та ділиться корисними порадами з їх приготування. Джеймі Олівер – відомий британський кулінар, шеф-повар та телеведучий, що просуває здоровий спосіб життя та ділиться з глядачами

простими та швидкими рецептами корисних страв. Отже, їх контент є доволі якісним та експертним, що посилює довіру глядачів до матеріалу, розміщеного на каналі.

Джеймі Олівер відомий не лише своїми кулінарними навичками, але й активною підтримкою ініціативи з усвідомлення проблеми марнування продуктів харчування та підтримки руху zero waste. Пропагуючи зменшення відходів під час приготування страв, Олівер часто ділиться порадами щодо того, як використовувати продукти по максимуму, зменшуючи таким чином згубний вплив на навколишнє середовище.

Обидва блогера також виступали за реформу шкільного харчування у своїх країнах, наполягають на необхідності відмови від застарілих та часом шкідливих для здоров'я дітей обідів. Натомість вони пропонують прості та збалансовані страви, що водночас є смачними альтернативами такої звичної їжі з шкільної їдальні. Однак обидві ініціативи батьки зустріли шквалом нищівної критики, в основному через вартість харчування.

Варто зазначити, що вибір блогерами конкретних мовленнєвих стратегій безперечно зумовлений особливостями їх професії. У своїх відео кулінари використовують велику кількість емоційно забарвленої та метафоричної лексики аби зацікавити глядача на не втрачати його/її увагу впродовж комунікації. Для прикладу наведемо найбільш виразні словосполучення та фрази, які нам вдалось зафіксувати у відео Євгена Клопотенка: сумна печеня, лаврушка грає, дивна редиска, тендітний смак, піца може вийти в фінал, тісто це як продовження тебе, прокачані чанахі, овочі обмінялись енергіями, цілую вас всіх в ваші грецькі баклажани і до зустрічі [111]. Подібні фрази викликають у глядачів приємні асоціації та залишають певний слід в пам'яті, сприяючи підвищенню запам'ятовуваності контенту та формуванню індивідуального стилю блогера. У порівнянні з українським кулінаром, британець Джеймі Олівер використовує значно менше емоційно забарвленої та метафоричної лексики: *ultimate Christmas turkey, beautiful Indonesian-inspired dressing, wonderful treat, herbwise, it sucks the juice from the meat, all*

*this love(about vegetables), helps the gravy sing, royal style chicken, make a confident slice* [112].

Роль глядача є не менш важливою частиною віртуального комунікативного акту навіть попри той факт, що глядач не бере активної участі у процесі комунікації, але допомагає реалізувати основну мету блогера - передачу інформації. Завдяки зворотному зв'язку глядачів блогер розуміє які аспекти контенту подобаються аудиторії і сприймаються нею, а що потрібно змінити. Окрім того, аудиторія взаємодіє з відеоматеріалами поширюючи контент у соціальних мережах та популяризуючи канал блогера. Глядачі навіть можуть запропонувати кулінару цікаві ідеї для створення подальших відео та надати конструктивні поради щодо подачі матеріалу.

Невербальна поведінка відеоблогерів є значущою в контексті передачі інформації про страву та продукти харчування. Оскільки глядачі не мають можливості особисто спробувати їжу, приготовану блогером, вони повністю залежать від перцептивних вражень та покрокового опису процесів, наданих кулінаром.

Окрім використання нейтральної або емоційно забарвленої сенсорної лексики, відеоблогери використовують невербальні засоби комунікації для більш виразного передавання вражень від їжі. Наприклад, вони можуть похитувати головою та змінювати вираз обличчя для демонстрації негативних чи позитивних вражень від смаку страви. Їхня постава та жестикуляція також підкреслює їх емоції, енергію та ентузіазм під час готування. Вони можуть стояти прямо, активно рухатися, або ж бути спокійними та зосередженими під час викладення інформації. Ці невербальні елементи комунікації допомагають блогерам максимально виразно передати перцептивні властивості продуктів, зробити огляд більш живим та залучити глядача до процесу.

Переглянувши відеоматеріал, розміщений на YouTube каналах обох блогерів, стає помітно явну відмінність між британським та українським кулінарами. Євген Клопотенко доволі емоційний, відкритий до зворотної комунікації з підписниками, ніколи не боїться бути смішним чи сказати щось

суперечливе, що може призвести до конфлікту. Його здатність жартувати та створювати легку, позитивну атмосферу допомагає підтримувати інтерес глядачів та зробити інформацію про готування більш доступною та зрозумілою. У той час як Джеймі Олівер є більш стриманим у спілкуванні, зосереджується на передачі інформації щодо процесу та надає докладні інструкції з приготування та сервіровки страв.

Український блогер завжди демонструє продукти перед початком приготування, фокусуючи камеру на кожному окремому інгредієнті, потім переносить фокус на простір, де власне відбуватиметься приготування і на завершення - на себе. Джеймі Олівер завжди розпочинає відео з кадрів уже готової страви демонструючи таким чином фінальний результат. В основі першого підходу лежить навчальний аспект, бажання допомогти глядачам краще розібратись в процесі приготування страви. Другий ж підхід викликає у аудиторії бажання додивитись ролик до кінця та дізнатись як саме кухарю вдалось створити такий шедевр.

Вибір одягу вважаємо важливим елементом, що демонструє індивідуальний стиль кулінара. Євген Клопотенко надає перевагу практичним та функціональним кітелям або фартухам. Подібний одяг має попит серед професійних кухарів, оскільки він забезпечує захист від бруду та плям, є зручним для роботи на кухні та виглядає професійно. Британець Джеймі Олівер надає перевагу повсякденному вбранню, створюючи таким чином більш домашню та розслаблену атмосферу для поціновувачів кулінарії.

Інтоніційне підкреслення певних лексичних одиниць та розстановка логічних наголосів, що притаманні обом кулінарам, значно впливають на комунікативно-прагматичне спрямування рецептів. Вони не лише передають основну інформацію щодо процесу приготування страви, а й покликані звернути увагу на ключові моменти та нюанси, що сприяють кращому розумінню та відтворенню рецепту. Підкреслення певних слів чи фраз може вказувати на важливість конкретних етапів приготування або використання основних інгредієнтів. Розставлення наголосів спрямовує увагу глядачів на

послідовність кроків чи важливі аспекти, які необхідно враховувати під час готування. Наприклад, акцент на певному слові чи фразі може вказувати на те, що це ключовий момент у досягненні ідеальної текстури соусу чи правильної прожарки м'яса.

### **Висновки до розділу 3**

1. Паралінгвістика – це галузь мовознавства, що вивчає невербальні аспекти мовлення, тобто всі аспекти комунікації, що не входять безпосередньо у склад мовленнєвого тексту. Паралінгвістика вивчає такі аспекти як темп мовлення, інтонація, гучність, паузи, міміка, жести, дистанція між комунікантами тощо. Дослідження паралінгвістики важливе для розуміння повної картини комунікації. Вона допомагає вивчити та розшифрувати додаткові сигнали, які супроводжують мовлення, тим самим покращуючи розуміння, ефективність спілкування та міжособистісні взаємини.

2. Врахування паралінгвістичних аспектів у кулінарному дискурсі може зробити описи страв більш живими, привабливими та зрозумілими для слухачів або читачів, дозволяючи втримати їх увагу та залучити своїх підписників до процесу.

3. Проаналізувавши відеоматеріал, що розташований на YouTube каналах британського блогера Джеймі Олівера та його українського колеги Євгена Клопотенка вдалось виділити такі аспекти, які впливають на вибір конкретних паравербальних одиниць: національність кулінарів, їх професія, вік, стиль мовлення та спосіб подання інформації, підхід до оформлення контенту та взаємодії з підписниками. Національна приналежність блогерів зумовлює спокійний та виважений тон Олівера та яскраве та емоційне мовлення Клопотенка.



## ВИСНОВКИ

Необхідність дослідження номінацій на позначення кулінарнонімів визначається приналежністю їх до одного з найбільш культурно й національно специфічних прошарків лексики. Одиниці, що належать до поля кулінарнонімів займають важливе місце у повсякденному житті людини та відображають особливості національної свідомості, займають одне з провідних місць у системі лексикону за багатством та розмаїттям структурно-семантичних і граматичних форм і протягом декількох десятиліть викликає інтерес багатьох лінгвістів.

Семантика – це розділ мовознавства, що вивчає семантичне значення одиниць мови розділ лінгвістики, який досліджує макет мовного змісту, значення та смисл його символічних одиниць, а також їх функцію в мові.

Лексична семантика – це частина семантики, яка займається значеннями (поділяючи їх на денотати та коннотати) окремих лексичних елементів слів, морфем та лексем, тим самим відрізняючись від семантики речень. Основами лексичної семантики є: класифікація та аналіз слів; опис відмінностей та схожості у лексичних семантичних структурах між різними мовами; образ, у якому значення окремих лексичних елементів із використанням синтаксису пов'язане зі значенням всього речення.

Дискурс – комунікативна подія, у якій мова, культурні особливості та психічні процеси взаємодіють під час спілкування. Дискурс може реалізуватись у формі тексту, усного висловлювання чи будь-якого іншого типу комунікації, що передає певні значення та сприймається як цілісна одиниця. Науковці використовують різноманітні підходи, такі як етнографічний, когнітивний, прагматичний, функціональний і наратологічний, для аналізу дискурсу та вивчення його характеристик та ролі у комунікації.

Ідіостиль – реалізація мови через індивіда, що включає в себе унікальний вибір мовних засобів, оригінальний підхід до організації структури тексту та вибору лексики і є відображенням особливостей характеру, уподобань та

внутрішнього світу автора. Дослідження ідіостилістю індивіда сприяє кращому розумінню його/її мовної особистості, оскільки мова допомагає автору пізнавати себе та навколишній світ, а також сприяє національному самоусвідомленню.

Кулінарний дискурс – це особливий вид масової комунікації, який характеризує всю систему харчового процесу, що складається з таких етапів: обробка харчової продукції, підготовка харчової продукції до приготування, процес приготування та споживання їжі. Кулінарний дискурс представляє культурні, мовні, релігійні, етнічні та ідеологічні уподобання певної лінгвокультурної спільноти, а також виявляє кулінарну або гастрономічну, картину світу.

Їжа є однією з найпопулярніших тем у створенні відеоконтенту у сфері цифрового маркетингу. Що стосується контенту в Інтернеті, їжа, незалежно від того, любимо ми її готувати чи просто споживаємо, є унікальною формою вмісту, оскільки вона подобається майже всім.

Словотворення – це один із способів поповнити словниковий запас мови. Лексичний запас сучасної англійської мови в основному поповнюється шляхом словотворення та запозичень. У мовознавстві, як правило, виділяють наступні способи утворення нових слів такими шляхами: непохідні та похідні слова, запозичення, скорочення, складання основ.

Методом суцільної вибірки було проаналізовано 356 лексем в англійськомовних та 283 лексем в українськомовних відео та виділено 5 основних семантичних груп на позначення кулінарної лексики, серед них: лексика на позначення продуктів для приготування – 206 (57,9%) та 166 (58,6%) лексем відповідно ; готові страви – 24 (6,7%) лексем в англійськомовних відео та 35 (12,3%) в українськомовних; наступна група – техніки та методи приготування – у першому випадку було зафіксовано 61 (17,1%) лексему та 34 (12%) лексеми в українськомовних відео ; смак та текстура – 33 (9,3%) та 25 (9%) лексем відповідно та кухонне приладдя – 32 (9%) лексем англійською та 23 (8,1%) українською мовами.

У ході дослідження було виділено такі типи словотвору: афіксальний (20 лексем або 5,6% в англійськомовних відео; 75 лексем або 26,6 % в українськомовних відео), конверсія (13 лексем або 3,6 % в англійськомовних відео; українськомовних відео відповідні лексеми відсутні), словоскладання (25 лексеми або 7% в англійськомовних відео та 4 лексеми або 1,4 % в українськомовних), словосполучення (108 вживання або 30,3% в англійськомовних та 47 вживань або 16,6% в українськомовних відео), непохідні слова (181 одиниць або 51% в англійськомовних відео та 147 одиниць або 53% – в українськомовних ) та скорочення (9 одиниць або 2,5 % в англійськомовних відео та 7 одиниць, тобто 2,4% – в українськомовних).

Паралінгвістика – це галузь науки, що вивчає всі немовні аспекти комунікації, що супроводжують мовленнєвий акт, але не є його прямою частиною. Вона охоплює різні аспекти такі як тон голосу, інтонація, ритм, паузи, гучність, а також міміку, жести, позицію тіла та інші елементи.

Врахування паралінгвістичних аспектів у кулінарному дискурсі може зробити описи страв більш живими, привабливими та зрозумілими для слухачів або читачів, що сприяє утриманню їх уваги.

Аналізуючи відеоматеріали на YouTube каналах британського блогера Джеймі Олівера та його українського колеги Євгена Клопотенка, було визначено кілька аспектів, які впливають на вибір конкретних паравербальних одиниць: національність кулінарів, їх професійний досвід, вік, стиль мовлення та спосіб подання інформації, підхід до створення контенту та взаємодію з підписниками. Національна приналежність блогерів визначає спокійний та виважений тон у мовленні Олівера порівняно з яскравим та емоційним стилем мовлення Клопотенка.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Алефіренко Л. Б. Особливості словотвірної структури суфіксальних збірних іменників у сучасній англійській мові. *Англ. Філологія*. 2007. С. 5–10.
2. Аскерова І. А. Семантичне поле назв емоційно-афективних станів у польській мові: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.03. К., 2006. 206 с.
3. Багмут І. В. Лексико-семантичне поле звуконайменувань у сучасній українській літературній мові (склад, структура, парадигматика) : автореф. дис. канд. філол. наук :10.02.01. К., 2007. 22 с.
4. Балішін С. І. Про скорочення у підмові медицини (на матеріалі англійської мови). *Різновиди і жанри наукової прози. Мовностилістичні особливості*. 2005. С. 336–340.
5. Бурбело В. Б. Сучасні концепції дискурсу та лінгвопрагматичні засади дискурсології. *Вісн. Іноземна філологія*. Вип. 32–33. К., 2002. С. 79–84
6. Василенко О. В., Ковальчук Н. В., Кухарук Т. М. Семантичне поле: проблема визначення та розрізнення понять. *Науковий вісник Волинського державного університету імені Лесі Українки*. Серія: Філологічні науки. Луцьк. 2005. №6. С. 138–142.
7. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця: Нова Книга, 2003. 160 с.
8. Волошук В. І. (2008). Індивідуальний авторський стиль, ідіолект, «ідіостиль»: питання термінології. *Наукові праці. Серія Філологія мовознавство*, 79, С. 5–8.
9. Габелко О. М. Невербальні засоби комунікації. *Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]* : зб. наук. праць. Вип. 33. 2013. С. 37–39
10. Гаврилова І. М. Лексико-граматичні особливості словотворення в сучасній німецькій мові. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Вип 31, Том 1, Харків. 2020. С. 285–289

11. Гармаш О. Л. Система словотвору англійської мови та інноваційні процеси: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. 2005. 22 с.
12. Гимер Н. О. Вторинна номінація як спосіб творення нових фахових назв у лексиці косметики та косметології. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». 2012. № 733. С. 101–103.
13. Голощук С. Л. Реалізація невербальних засобів спілкування у спонукальному дискурсі. Вісник СумДУ. Серія Філологія. 2007. № 2. С. 19–23.
14. Городенська К. Г. Дери́вація синтаксичних одиниць. К., Наукова думка. 1991. 187 с.
15. Горпинич В. О. Будова слова і словотвір. К., Рад. Школа. 1977. 118 с.
16. Державецька І. О. Глутонічний дискурс: лексикографічний аспект. Одеський лінгвістичний вісник. 2014. № 4. С. 69–72.
17. Дідух Х. Ідіостиль як відображення авторської картини світу / Х. Дідух // Філологічні науки. Риторика і стилістика. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/15\\_NNM\\_2012/Philologia/2\\_111114.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologia/2_111114.doc.htm)
18. Доцяк В. С. Українська кухня: Технологія приготування страв. К.: Вища шк., 1995. – 550 с.
19. Єнікеєва С. М. Скорочення слова як механізм формотворення та словотворення в сучасній англійській мові. *Вісник Запорізького державного університету*. 2006. № 2. С. 11–14.
20. Єнікеєва С. М. Формування та функціонування нових словотвірних елементів англійської мови: дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.04 1999. 178 с.
21. Єрмоленко С. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. К., 2001. – 224 с.
22. Жлуктенко Ю. О. Динаміка словотвірної системи та неологізми. К., Наукова думка, 1983. С. 3–11.

23. Загнітко А. П. Основи мовленнєвої діяльності. Донецьк, Український Культурологічний Центр, 2001. 56 с.
24. Загнітко, А. П. Теоретична граматика української мови: Синтаксис. Донецьк, 2001. 662 с.
25. Залужна О., Роллер А. Структурно-семантичні особливості номінації продуктів харчування та страв в англійськомовному YouTube дискурсі. Вісник студентського наукового товариства Донецького національного університету імені Василя Стуса. Вінниця, 2021. Вип. 13 Том 2. С. 157–160.
26. Зацний Ю. А. Шляхи і способи збагачення сучасної розмовної лексики англійської мови. Нова філологія. 2009. Вип. 34. С. 89–195.
27. Карпіловська Є. А. Вторинна номінація в сучасній українській мові: тенденції розвитку. Лінгвістичні студії Вінниця, 2010. Вип. 20. С. 28–32.
28. Квеселевич Д. І., Сасіна В. П. Практикум з лексикології сучасної англійської мови: навчальний посібник. Вінниця: Нова книга, 2001. 117с
29. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному лексиконі. К., 2008. 336 с.
30. Козак Т. Б. Лексико-семантична група слів, які позначають колір у німецькій мові (діахронічне дослідження): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Одеса, 2001. 22 с
31. Колесник О. С. Вторинна номінація і вторинна міфологія у творенні альтернативних світів. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. 2016. Вип. 10 (2). С. 33 – 40.
32. Корольов І. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія. *Studia linguistica*. 2012. Вип.6(2). С. 285–305. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stling\\_2012\\_6\(2\)\\_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Stling_2012_6(2)_48)
33. Кочерган М. П. Теорія функціонально-семантичного поля і її застосування в зіставному мовознавстві. *Мовознавство*. 2007. № 4–5. С. 13–19.
34. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. К., Академія. 2008. 456 с.

35. Кузнецова Д. Ю. Номінативне поле «вираз обличчя» в сучасному англomовному художньому дискурсі: емотивний та прагматичний аспекти: автореф. дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.04. К., 2009. 20 с.
36. Кузнецова І. В. Вторинна номінація як один з способів утворення галузевих термінологій. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Філологія»*. 2010. Вип. 4. С. 134–139.
37. Кулінарні блогери [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://clubforinternet.net/cooking> (дата звернення 15.12.2023)
38. Кульчицький В. І. До питання про побудову функціональної моделі словотвору. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Вип. 22. 2012. С. 113-126
39. Кульчицький В. І. Характеристика і особливості семантичних категорій у словотворенні сучасної німецької мови *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Вип. 30. 2013. С. 128– 134
40. Лисиченко Л. А. Лексико-семантична система української мови Харків, 1997. 129 с.
41. Мамчур Ф. І. Овочі і фрукти в нашому харчуванні. Ужгород, 1988. 197 с. — ISBN 5-7757-0050-3.
42. Машкін М. І., Париш Н. М. Технологія молока і молочних продуктів: навчальне видання. К., Вища освіта, 2006. 351 с. ISBN 966-8081-53-6.
43. Михальчук Н. О. Словотвір як основне джерело поповнення словника сучасної англійської мови. *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. Острог, 2013. С. 94–98.
44. Модестова Т. В. Вербальні та невербальні аспекти міжособистісної комунікації у сучасному контексті. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2014 №1 (22). С. 109– 115.
45. Мостова Л. М., Новікова О. В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства Навчальний посібник. К., 2010. 388 с.

46. Ніколенко В. В. Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір: дис. ...д-ра соціол. наук: 22.00.01. Харків, 2015. 441 с.
47. Ольгович О. В. Невербальна комунікація як складова міжкультурної компетентності. Наукові записки ТНПУ. Серія «Філологічна». 2009. Вип. 11. С. 81–87
48. Орлова Н. Я. Продовольчі товари. Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки. К., 2013. 516 с.
49. Остроушко О. А. Структурні типи назв страв у «Практичній кухні» Ольги Франко. Філологічні студії, Науковий вісник Криворізького держ. пед. ун-ту : зб. наук. Праць. Кривий Ріг, 2017. Вип. 16. С. 399–412.
50. Павлюк А. Б. Типи слів за морфемною будовою в сучасній англійській мові. *Наук. вісн. ВНУ.* – 2002. – №5. – С. 60-69.
51. Пересічний М. І. Збірник рецептур кулінарної продукції і напоїв функціонального призначення. К., 2012. 772 с.
52. Петришин М. Й. Семантичне поле прикметників розміру у старогрецькій мові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.14. Львів, 2005. 209 с.
53. Підгорна А. Б., Діленко М. М. Теоретичні засади вивченні ідіостилю письменника. Тиждень науки-2020 : збірка текстів виступів на науково-практичній конференції. Запоріжжя, НУ «Запорізька політехніка», 2020. С 102–103
54. Полюжин М. М. Функціональний і когнітивний аспект англійського словотворення. Ужгород, 1999. 40 с.
55. Поперечний А. М. Корнійчук В. Г. Цінність горіхової сировини та передумови до процесів її переробки. *Обладнання та технології харчових виробництв.* Київ. 2009, Вип. 20. 320 с
56. Романцова Я. В. Паралінгвістичні засоби комунікації. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія. 2021. Вип. 47(2). С. 82–85.
57. Семенюк О. Глютонічна лексика французької мови: особливості та способи перекладу. *Науковий журнал*, 2016. № 5. С. 132–138.



58. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність: [на матеріалах суч. газетн. публіцистики]: монографія. К., 2002. 392 с.

59. Серажим К. Еволюція поглядів на дискурс. *Актуальні проблеми журналістики*. Ужгород, 2001. 490 с.

60. Сидоренко І. Підходи до вивчення ідіостилю у лінгвістичних дослідженнях художнього тексту. URL: 107 [http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/sydorenko\\_pidhody.pdf](http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/sydorenko_pidhody.pdf) (дата звернення : 28.11.2023).

61. Сирохман І. В Технологія приготування страв і харчових продуктів із риби і морепродуктів: навч. посіб. Львів, 2015. 423 с.

62. Сирохман І. В. Товарознавство рибних і морепродуктів: Підручник Львів, 2014. 487 с.

63. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англійському дискурсі. Харків, Константа. 2016. 300 с.

64. Старовойт Л. Я., Косовенко М. С., Смирнова Ж. М. Кулінарія. К., Вища школа, 1992. 269 с.

65. Стахмич Т. М., Пахолюк О. М. Кулінарне мистецтво: Підручник. К., Грамота. 2008. 496 с.

66. Ткаченко А. О. Індивідуальний стиль: Феноменологія-типологія : динаміка-статика : автореферат дис ...доктора філол. наук. К., 1998. 36 с.

67. Ткаченко О. Б. Основи сенсорного аналізу харчових продуктів. Одеса, Видавничий дім *Гельветика*, 2020. 304 с.

68. Удовиченко Г. М. Словосполучення в сучасній українській літературній мові. К., Наук. думка, 1968. С. 3–227.

69. Федина М. Р. Дієслівна конверсія як основне джерело поповнення словникового складу сучасної англійської мови дієсловами. Львів, Сполом, 2010. 380 с .

70. Федорець С. А. Англійські запозичення у мові сучасної української реклами : дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2005. 203 с.

71. Хмара Г. В. Номінація як об'єкт лінгвістичних досліджень: історія становлення і сучасність *Вісник Львівського університету*. 2004. Вип. 34. С. 423–427.

72. Шевченко І. С., Морозова О. І. Проблеми типології дискурсу Харків., Константа, 2005. С. 233–236.

73. Шумило Г. І. Технологія приготування їжі. К., Кондор, 2012. – 504 с

74. Яценко С. А. Назви продуктів харчування, страв і напоїв у говірці села Степанівка Ємільчинського району Житомирської області. Житомир, 2010. № 22 (2). С. 317–327

75. Bauer L. Conversion or Zero-derivation: An Introduction : Münster : Waxmann Verlag GmbH, 2005. 180 p

76. Bloomfield L. Introduction to the Study of Language. New York : Holt and Co., 1914. 632 p.

77. Burton, K. L. You Are What You Eat: Investigating Food Discourse and Digitally-Mediated Identities. 2016 203 p. URL: [http://digitalcommons.uri.edu/oa\\_diss/432](http://digitalcommons.uri.edu/oa_diss/432)

78. Dawson A. Herbs, Partners in Life: Healing, Gardening and Cooking with Wild Plants. Bear & Co. 2000. pp. 5–6.

79. Fajriani N. English Word Formation Analysis in the Jakarta Post's SciTech Articles. 2014.

80. Freeman C. Modern Art Desserts: Recipes for Cakes, Cookies, Confections, and Frozen Treats Based on Iconic Berkley Ten Speed Press. 2013. 224 p.

81. Geeraerts D. Theories of Lexical Semantics. New York, Oxford University Press, 2010

82. Grenoble L. A. Discourse Analysis. 2006. Issue 8. Mode of access: [https://slaviccenters.duke.edu/sites/slaviccenters.duke.edu/files/media\\_items\\_files/8grenoble.original.pdf](https://slaviccenters.duke.edu/sites/slaviccenters.duke.edu/files/media_items_files/8grenoble.original.pdf)

83. Huckin, T. N. Discourse Analysis. Washington, CD: US Department of State. P. 78-92

84. Hurford J. *Semantics*. Cambridge University Press, 2007. 350 p.
85. Ifversen, J.. *Text, Discourse, Concept: Approaches to Textual Analysis*. Kontur 2003. № 7. P. 60-69
86. Irimiás A. R., Volo S. *Food Discourse: Ethics and Aesthetics On Instagram*. *British Food Journal*. 2022. Vol. 125. Issue 13. P. 34–44. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2022-052213>.
87. Jarboe G. *U.S. Viewers Watch More UK Food Videos on YouTube Than the British!* 2015. Режим доступу до ресурсу: <https://tubularinsights.com/food-videos-youtube/>. (дата звернення 11.12.2023)
88. Kale, K. R., Raney A. A, Janicke S. H., Sanders M. S., Oliver M. B. *YouTube for Good: a Content Analysis and Examination of Elicitors of Self-Transcendent Media J. Commun.*, 2017, pp. 897–919
89. Kreidler Ch. *Introducing English Semantics*. London, Taylor & Francis Group, 2002. 332 p
90. Levi-Strauss C. *The Culinary Triangle*. Food and Culture. NY, 2013. 3rd ed. P. 40–47
91. Lobner S., *Understanding Semantics*. London: Arnold. 2002.
92. Matwick Kelsi, Matwick Keri. *Food Discourse of Celebrity Chefs of Food Network*. Palgrave Macmillan, 195 p.
93. Nerbonne J.; *The Handbook of Contemporary Semantic Theory*. Blackwell Publishing, Cambridge, Massachusetts, 1996. 755 p.
94. Ohman S. *Theories of the Linguistic Field Word*. 1953. No. 9. P. 123–134.
95. Scollon R. *Mediated Discourse as Social Interaction* London, Routledge, 2001. 234 p.
96. Senyei K. *Food Blogging For Dummies*. New York, John Wiley and Sons Inc. 2012. 320 p.
97. Stanciu C. *Culinary Discourse in Contemporary South Korea*. Food, Nutrition and the Media. Palgrave Macmillan, Cham. 2020. P. 213–225. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-46500-1\\_1615](https://doi.org/10.1007/978-3-030-46500-1_1615).
98. Stembrouck S. *What is meant by ‘discourse analysis’?* Mode of access:

99. Stubbs M. Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. M. Stubbs. Oxford, 1983.

100. Tansley S. The Encyclopedia of Kitchen Tools: Essential Items for the Heart of Your Home, and How to Use Them. Black Dog & Leventhal. 2020. 288 p.

101. Veldhuis J. YouTube as Research Tool-Three Approaches. PubMed. 2012. Режим доступу до ресурсу: [https://www.researchgate.net/publication/236673914\\_YouTube\\_as\\_Research\\_Tool-Three\\_Approaches](https://www.researchgate.net/publication/236673914_YouTube_as_Research_Tool-Three_Approaches).

102. Wardhaugh R.. How Conversation Works. Basil Blackwell ,Oxford, 1985. 230 p.

103. Weissman, Joshua. Texture Over Taste. Dorling Kinderslay. 2023 P.264

104. Zaluzhna O. YouTube Videos as a Source of Empirical Material for the Linguistic Research. 2020. p. 16–19.

105. Zhu Y. ‘Academics’ Active and Passive Use of YouTube for Research and Leisure’, 2016. 28 p.

#### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ**

106. Єрмоленко С. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів. К., Либідь, 2001. 224 с.

107. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава, Довкілля, 2010. 844 с.

108. Hoad T. F. The Concise Oxford Dictionary of Etymology Oxford; New York, Oxford University Press, 1993. 552 p

109. Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow, Pearson Education Limited. 2003. – 1950 p.

110. Sinclair Ch. Dictionary of Food. International Food and Cooking. Terms from A to Z. London, A & C Black. 2005. – 632 p.

#### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ЕМПІРИЧНОГО МАТЕРІАЛУ**

111. Євген Клопотенко

URL: <https://www.youtube.com/channel/UCh6Pbd8waSQ0TNO3xCLy8hg>

112. Jamie Oliver

URL: <https://www.youtube.com/user/JamieOliver>



**ДОДАТОК А**  
**Структурні особливості кулінарної лексики в англійськомовному**  
**YouTube дискурсі**

*Таблиця В.1*

**Способи словотвору кулінарної лексики в англійськомовному YouTube**  
**дискурсі**

Спосіб словотвору	Приклади	Кількість лексем	%
Коренева морфема	<i>Almonds, anchovy, apple, apricot, asparagus, aubergine, avocado, bacon, baguette, bananas, basil, beef, beer, bowels, bread, broccoli, buratta, butter, cake, capers, carrot, celery, champagne, cheese, cherry, chicken, chorizo, cilantro, cinnamon, coffee, cordelle, coriander, cornichons, courgetti, couscous, cracker, cream, croutons, cucumber, dill, dough,</i>	181	51

	<p><i>fennel, fillet rump, fish, flour, garlic, gelatin, grapes, gravy, gruyere, ham, herbs, honey, jam, juice, kashasa, ketchup, lamb, lemon, lettuce, lime, mango, meat, milk, mint, mojito, mozzarella, noodles, nuts, oil, omelet, onion, oranges, pancetta, parmesan, parsley, pasta, pecan, pecorino, pepper, pistachio, pizza, plums, pork, potatoes, prawn, quinoa raclette, ribeye, rice, risotto, rum, sage, salad, salmon, salt, sausage, seeds, shallot, sirloin, spinach, squash, steak, sugar, tangerine, tarragon, tea, toast, tomatoes, tortilla, trifle, tuna, vegetables, vinegar, water, wrap, zest, to knead, to whisk, squeeze, serve, smash, drain, fry, toss, roast,</i></p>	
--	---	--

	<p><i>crack, pour, fork, knife, mold, bowl, thick, thin, liquid, dry, hot, rich, ripe, serve, clean, wash, plate, smooth, soft, sweet, stiff, hard, fresh, mild, sieve, sizzle, whack, shred, blanch, soak, bake, stir, carve, combine, mix, measure, poach, chop, melt, stove, ladle, squash, oven, tray, lid, adjust, saturate, marinate, separate, simmer, scales, tongs.</i></p>		
Словосполучення	<p><i>Black currant, black olives, black pepper, blade steak, blue cheese, brazil nuts, british rapeseed oil, cashew nuts, chicken stock, chicken thighs, chiki mango cocktail, cider vinegar, cinnamon seeds, coriander seeds, couscous salad, cream cheese, dijon mustard,</i></p>	108	30,3



	<p>dried oregano, english mustard, extra virgin olive oil, feather blade steak, fennel seeds, flat iron steak, french beans, french mustard, fresh peas, frozen peas, ginger and shortbread biscuits, goat cheese, goji berry, golden caster sugar, greek yogurt, green basil, ice cream, iceberg salad, icing sugar, jam jar prawn cocktail, lemon drizzle cake, lemon juice, lemon zest, mango chutney, maple syrup, mixed seeds cracker, olive oil, orange zest, organic eggs, organic fat-free yogurt, pecorino pizza, pine nuts, pine nuts, plain flour, purple basil, quiche lauren, rainbow tomato crostini, red onion, red wine vinegar, ripe</p>	
--	---	--

	<p>tomatoes, roast chicken, roast pepper, prawn &amp; chorizo bake, self-rising flour, single cream, slow-roasted lamb's sour cream, sourdough beer bread, spring onions, strawberry yoghurt panna cotta, tangerine drizzle cake, tangerine juice, tomato salad, truffle cheese, vanilla paste, vanilla pod, vanilla rice pudding, veggie stock, waldorf salad, whipping cream, white couscous, white wine, white wine vinegar, whole wheat couscous, worcestershire sauce, lemon squeezer, greaseproof paper, food processor, tea spoon, table spoon, baking tray, cutting board, garlic press, hand blender, frying pan, to let (the dough) relax, to</p>	
--	---	--

	<i>roll out, to fill in, to bring to boil, to run the knife, to cut in half, to whizz up, to slow cook, whizz up, can opener.</i>		
Словоскладання	<i>Allspice, blackberry, blueberry, breadcrumbs, cauliflower, coconut, cranberry, gooseberry, grapefruit, hazelnut, horseradish, mushroom, peanut, pomegranate, raspberries, rosemary, semifreddo, strawberries, tenderloin, walnut, watercress, saucepan, casserole, colander,</i>	25	7
Скорочення	<i>Balsamic, chili, kiwi, mayo, soy, veg, vegies, white, yolk.</i>	9	2,5
Афіксальний	<i>Tenderize, refresh, thicken, preheat, caramelize, liquidizer, zester, lovely, chunky, fragrant, crunchy, creamy, silky, frumpy,</i>	20	5,6

	<i>grater, savory, reduce, elegant, vibrant, rustic.</i>		
Конверсія	<i>Mash, sprinkle, glaze, scramble, mince, layer, peel, spread, slice, whisk, skin, grease, puree.</i>	13	3,6
		<b>356</b>	<b>100%</b>

## ДОДАТОК Б

Структурні особливості кулінарної лексики в українськомовному  
YouTube дискурсі

Таблиця Г.1

Способи словотвору кулінарної лексики в українськомовному YouTube  
дискурсі

Спосіб словотвору	Приклади	Кількість лексем	%
Коренева морфема	<p><i>Авокадо, агрус, азу, ананас, апельсин, арахіс, базилік, баклажани, банан, бешамель, борошно, борщ, броколі, бургери, буряк, ваніль, вино, вишня, вінегрет, вода, гвоздика, гірчиця, глінтвейн, гречка, груша, диня, дріжджі, журавлина, зерно, зіра, ікра, йогурт, кабачок, кальмари, капрезе, капуста, кардамон, картопля, качка, квасоля, кекс, кетчуп, кефір, кеш'ю, кінза, кокос, кориця, кориця,</i></p>	147	53

	<p><i>креветки, крем, кріп, кріп, кунжут, курага, курка, лимон, лобстери, лосось, лохина, мак, малина, мед, мигдаль, мідії, млинці, молоко, морква, моцарела, мусака, нут, обліпиха, огірки, оладки, олія, омлет, оцет, паприка, пармезан, паска , паста, персик, песто, петрушка, печінка, піта, піца, полуниця, помідори, пюре, равіолі, рагу, ребра, родзинки, розмарин, селера, сир, сироп, сік, сіль, сметана, смородина , сода, спаржа, суші, творог, тісто, трюфель, тунець, устриці, фета, філе, фініки, фісташки, хліб, хумус, цибуля, цукіні, цукор, чай, часник, чебрець, черемша, черешня,</i></p>		
--	--	--	--

	<p><i>чорниця, чорнослив, шарлотка, шпинат, шуба, яйці, сито, гриль, каструля, ніж, варити, смажити, мішати, гасити, додавати, мішати, солити, пекти, маринувати, стабілізувати</i></p>		
Словосполучення	<p><i>Бальзамічний оцет, безлактозне молоко, біла цибуля, болгарський перець, буряковий квас, буряковий фреш, ванільний цукор, вершкове масло, винний оцет, вівсяне печиво, вівсяні пластівці, волоський горіх, духмяний перець, енергетичний батончик, картопля фрі, кедровий горіх, кокосова олія, копчені груші, лавровий лист лимонна кислота, лимонна цедра,</i></p>	47	16,6

	<p>лимонний сік, ліниві вареники, лісовий горіх, маковий пиріг, мускатний горіх, насіння льону, насіння чіа, паста тахіні, пиріг з чорницею, пшеничне борошно, сирна запіканка з бананом, солоні огірки, соняшникова олія, суміш злаків, твердий сир, томатна паста, томатний сік, трюфельна олія, фруктовий пиріг, цибуля шалот, цільнозернове борошно, цукрова пудра, червона цибуля, чорна смородина, чорний перець, форма для випічки.</p>		
Афіксальний	<p>Баранина, жовток, білок, свинина, сирник, хлібці, яєшня, яловичина, солодкий, кислий, гіркий, солоний, пікантний,</p>	75	26,6



	<p><i>пряний, ніжний, терпкий, ароматний, насичений, соковитий, поживний, густий, рідкий, легкий, смажений, м'який, карамелізований, вишуканий, свіжий, сухий, тонкий, хрусткий, екзотичний, гармонійний, ложка, виделка, ніж, овочерізка, каструля, сковорідка, тертка, тарілка, дощечка, друшляк, лопатка, чашка, склянка, skalка, блендер, міксер, вінчик, запікати, тушкувати, збивати, розмішати, нарізати, натерти, очищати, посипати, випити, розігрівати, подрібнювати, замішувати, розтирати, розморожувати, підсмажувати, заправляти, охолоджувати, декорувати, прикрашати, просіювати, збивати, розбити, наливати, зважити, вижати.</i></p>	
--	--	--

Скорочення	<i>Бальзамік, вівсянка, перловка, спаржа, чері, чилі, духовка.</i>	7	2,4
Словоскладання	<i>Чіа-пудинг, м'ясорубка, соковижималка, овочерізка.</i>	4	1,4
		<b>283</b>	<b>100</b>