

А. В. Лаворенко

СИНТАКСИС КУЛИНАРНЫХ ПРЕВЬЮ

Статья посвящена анализу синтаксической организации превью кулинарного контента. Выявлено, что синтаксис превью не отражает логичного развития мысли. В линейном ряду могут соседствовать слова, словосочетания, предложения. Для обозначения границ сегментов линейного ряда используются эмотиконы, восклицательные знаки, двоеточие, реже – скобки. Лаконичность и сегментированность выражения мысли обусловлена клиповостью мышления современного пользователя интернета.

Пища представляет одну из важнейших витальных потребностей человека. Древнегреческий философ Плутарх писал: «Жизнь есть последовательность человеческих дел, большая часть которых имеет предметом добывание и приготовление пищи» [1, с. 379]. И это верно. Ведь и сегодня способы приготовления пищи, различные кулинарные рецепты, в том числе и видеорецепты, востребованы в обыденной жизни человека. Популярность видеорецептов зависит от многих факторов: от того, в какой мере интересно пользователю интернета то или иное блюдо, нова ли идея приготовления. Важно и качество превью, которое потребитель прочитывает перед тем, как посмотреть видеорецепт.

Прагматическая установка сообщения превью определяет как лексическую наполняемость текста, так и его синтаксис [2, с. 238]. Как показывают наблюдения, синтаксическая организация превью играет большую роль в привлечении внимания потенциальных пользователей контента. Важен, как подчеркивают исследователи, даже выбор коммуникативного регистра общения: в повествовательном, вопросительном или побудительном предложении будет передаваться информация адресату [3, с. 160].

Специфика синтаксиса превью обусловлена тем, что влогер хочет овладеть большей аудиторией и делает это с учетом особенностей мышления современных пользователей интернета. Как известно, это мышление является клиповым. Клиповое мышление, по определению специалистов, характеризуется фрагментарностью: «Такой тип мышления препятствует целостному восприятию мира: он представляется рядом лишь условно связанных между собой частей, фактов, явлений или событий. Восприятие фрагментов образного ряда не требует от человека подключения воображения, глубокого осмысления. Соответственно снижается способность к анализу и выстраиванию длинных логических цепочек» [4, с. 66]. Следовательно, пользователи интернета тратят очень мало времени на выбор контента, часто не дочитывают сообщение до конца. Принимая во внимание эту особенность восприятия информации потенциальными пользователями контента, влогеры особым образом оформляют содержание превью.

Для исследования синтаксических особенностей превью кулинарных видео нами были отобраны семьдесят превью семи влогеров. Проанализировав данные тексты, мы выявили, что превью может быть представлено следующими структурами:

– субстантивным сочетанием, используемым для названия блюда: «Торт “Муравейник” по семейному рецепту» [5], «Салат “Прага”» [5], «Слоёный салат “Казанский”» [5], «Слоёная Самса Розочка» [8];

– двумя (реже тремя) субстантивными сочетаниями, используемыми в качестве вариантов названия одного и того же блюда; одно название может быть рекламным (или

иноязычным), другое – поясняющим его: «БРИЗОЛЬ НА ЗАВТРАК / Яичные блинчики с начинкой» [6]; «Мазурка Праздничная Пасхальная Выпечка» [5]; «ЛЕПЕШКА МЯСНАЯ – ЛАМАДЖО – АРМЯНСКАЯ КУХНЯ» [7];

– субстантивным сочетанием, представляющим название блюда, и неполным предложением с оценочным предикатом: «Слоеный салат “Дамский Каприз”» ✦ «Красивый и Очень Вкусный» [5], «Мамины вафельные трубочки. Тот самый рецепт!» [10];

«ЧАШУШУЛИ! Лучшее блюдо для запаса!» [11];

– предложением, как правило, без графического оформления конца предложения: «ТАБУЛЕ – ИДЕАЛЬНОЕ БЛЮДО ДЛЯ ЛЕТНЕГО ДНЯ» [7], «Готовим йоркширский пудинг по рецепту Джейми Оливера» [6];

– двумя (реже тремя предложениями) с графическим оформлением конца предложения / без знаков пунктуации / с заменой пунктуационных знаков иными символами: «Курочка по рецепту ВЫСОЦКОГО! Невероятный вкус из пары ингредиентов!» [11], «Элементарно и очень вкусно. Замаринуйте шампиньоны так и будете часто повторять Вызывают привыкание» [6], «У тебя есть ЯИЦА? Поздравляю! 3 рецепта!» [11], «Заворачиваю в лаваш овощи, зелень и кусочки курицы (что есть в холодильнике) быстрая, сытная закуска» [10], «НОВИНКА!!! Чуррос * любимое лакомство на рождественских базарах * Звёздный рецепт Бабушки Эммы!!!» [8], «Просто взял тушенку и приготовил плов * А че бы и нет?» [6].

Как видим, синтаксис превью не соответствует традиционным представлениям о синтаксисе сообщений как таковых. Границы между синтаксическими конструкциями, используемыми для названия, и синтаксическими конструкциями, используемыми для сообщения, в превью стираются. При отсутствии знаков препинания в превью могут соседствовать сочетания с признаками предикативности, формально непредикативные словосочетания и отдельные слова: «САМЫЙ НЕЖНЫЙ ТОРТ В МИРЕ / БИСКВИТНЫЙ КЛЮКВА БРУСНИКА» [7]. Наличие оценочных языковых средств в препозиции к существительному в именительном падеже, восклицательного знака после существительного подвигает к тому, чтобы усматривать в данной конструкции признаки предикативности: «ФАНТАСТИЧЕСКИЙ ЭКЛЕР ТИРАМИСУ!!! ЭТО СТОИТ ПОПРОБОВАТЬ КАЖДОМУ» [7]. В то же время не исключается квалификация подобных конструкций как «именительного темы». Использование двоеточия после конструкции с существительным в именительном падеже однозначно свидетельствует о приеме сегментации – «именительном темы»: «Салат “МИНУТКА”: гости с удовольствием подкладывают его себе в тарелки» [10]; «Советский новогодний стол: салат из обычной свеклы, который готовили в каждой семье» [10].

В результате сопоставительного анализа превью разных влогеров было выявлено, что большинство влогеров («Alex&Milana», «Готовим с Ириной Хлебниковой», «Рецепты Бабушки Эммы», «Вкусная минутка») предпочитают начинать превью с названия блюда: «ПЕЧЕНЬЕ С КУСОЧКАМИ ШОКОЛАДА И ГРЕЦКИМ ОРЕХОМ» [7], «Салат “Прага”» [5], «Простой шоколадный бисквитный торт» [8]). Дополняет название блюда зачастую прямая либо косвенная оценка его вкусовых качеств («Котлеты Тернопольские ✦ Необычные по Вкусу и Составу» [5], «Куриные Крылья по-корейски!!! ОЧЕНЬ БЫСТРО, ООочень ВКУСНО» [8]).

Ведущие кулинарных каналов «Рецепты Бабушки Эммы», «Покашеварим», «Готовим с Ириной Хлебниковой» вместо знаков препинания, как правило, используют эмодзи: «Просто взял тушенку и приготовил плов * А че бы и нет?» [6], «НОВИНКА!!! ОЧЕНЬ БЫСТРО и ВКУСНО – 30 МИНУТ!!! * Шоколадный ванильный торт * Рецепт Бабушки Эммы!!!» [8], «Быстрый Фруктовый Пирог Мандариновый Пирог» [5], «Пирожные “Одуванчики” ✦ Очень Простые и Вкусные Домашние Пирожные» [5]. Причем, влогер Ирина Хлебникова чаще других ведущих кулинарных каналов обращается к эмодзи: «Слоеный салат “Дамский Каприз” ✦ Красивый и Очень Вкусный» [5], «Быстрый Фруктовый Пирог Мандариновый Пирог» [5], «Торт “Лебедушка”

Несложный и Очень Вкусный» [5]. Эмотиконы являются бесприоритетным средством привлечения внимания адресата. Это самые лаконичные средства выражения экспрессии, соответствующие клиповости мышления пользователей интернета.

При наблюдающемся сходстве синтаксиса превью, создаваемых различными влогерами, есть и различия в предпочтениях. Например, «oblomoff» в превью отдает предпочтение предикативным единицам, а не словосочетаниям. Частыми являются превью, состоящие из 1–2 предложений («Шашлык МОЖЕТ БЫТЬ medium rare?» [11]; «ЖРИ БЕЗЛИМИТНО! Самый вкусный угорь в моей жизни!» [11]; «Это ОФИГЕННО! (но при чем тут Монголия – я не понял)»). Следует отметить, что, как правило, это простые предложения, однако можно встретить и сложные предложения («НЕЖНЕЙШЕЕ блюдо, в котором нельзя накосячить!» [11]). Мощнейшим средством манипуляции является обращение к эмоциям, которое выражается на канале «oblomoff» восклицательной интонацией («ВОТ ЭТО ШАВУХА!» [11], «Делал КУРИЦУ из МУКИ! Это съедобно?» [11]).

Отличительной чертой кулинарного канала «Alex&Milana» является использование во всех превью Caps Lock, написание слов прописными буквами усиливает степень выражения эмоций: «ПЕСОЧНЫЕ КОЛЬЦА С МИНДАЛЕМ ИЛИ АРАХИСОМ» [7], «БИСКВИТНЫЙ РУЛЕТ К ЧАЮ / БЫСТРО И ПРОСТО» [7], «БИСКВИТНЫЙ ТОРТ МАНГО КЛУБНИКА СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ» [7].

Ведущая канала «Минутка LITE» чаще других влогеров использует двоеточие и круглые скобки для сегментации речевого потока в превью: «Картофель, кукуруза и морковь: соединила, заправила и навсегда оставила в своем меню (слоеный салат)» [10]; «МАРИНОВАННЫЕ ШАМПИНЬОНЫ для салата и просто поесть: в магазине давно не покупаю, готовлю сама» [10]; «Пицца на томатном тесте без мяса и сыра (очень просто, недорого и вкусно-вкусно)» [10]; «Просто выкладываю скумбрию на соль: непередаваемо вкусно получается (а проще и придумать сложно)» [10].

Сложные синтаксические конструкции в исследуемых превью встречаются очень редко (12 из 70). Нужно отметить, что ведущие кулинарных каналов «Alex&Milana», «Готовим с Ириной Хлебниковой», «Рецепты Бабушки Эммы» вообще не используют сложные предложения в своих превью. Чаще всего встречаются сложные предложения в превью канала «Вкусная минутка» (6 из 10 исследуемых превью): «Соус, который исправит вкус любого неудачного блюда, а удачное сделает еще вкуснее! ГОРЧИЦА домашняя» [9], «Я их пеку и пеку, а они всё едят и едят! ВАТРУШКИ с творогом! Простой рецепт теста БЕЗ опары!» [9].

Итак, в результате анализа синтаксической организации превью кулинарных каналов мы пришли к следующим выводам:

- создатели превью стремятся к лаконизации сообщения и его экспрессивности;
- типичными синтаксическими конструкциями в превью являются субстантивные сочетания, используемые для названия блюд, и предложения, основной смысл которых заключается в привлечении внимания адресата контента;
- предложения преимущественно простые по структуре;
- синтаксис превью не отражает логичного развития мысли, так как в одном ряду с предложениями могут соседствовать слова и словосочетания;
- для обозначения границ сегментов линейного ряда в превью используются эмотиконы, восклицательные знаки, двоеточие, реже – скобки; знаки препинания в конце предложений могут отсутствовать;
- с целью усиления выразительности превью влогеры часто используют написание слов прописными буквами.

Литература

1 Душенко, К. В. Мысли и изречения древних с указанием источника / К. В. Душенко. – Москва : Эксмо, 2008. – 560 с.

2 Вартанова, Н. Г. Особенности синтаксиса рекламных текстов / Н. Г. Вартанова, М. С. Володина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Т. 12. – Вып. 7. – С. 238–232.

3 Кожина, М. Н. Стилистика русского языка / М. Н. Кожина. – Москва : Просвещение, 1983. – 222 с.

4 Бубич, О. А. Клиповое мышление и организация педагогического процесса в вузе / О. А. Бубич, Е. Г. Гилевич // Моделирование эффективной речевой коммуникации в контексте академического и профессионально ориентированного взаимодействия : сб. науч. ст. / под общ. ред. О. В. Луцинской, Е. В. Савич. – Минск : БГУ, 2016. – С. 65–71.

5 Готовим с Ириной Хлебниковой [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://youtube.com/user/neravu>. – Дата доступа : 04.05.2022.

6 Покашеварим [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://youtube.com/c/Prostogotovim>. – Дата доступа : 04.05.2022.

7 Alex&Milana [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://youtube.com/c/AlexMilana>. – Дата доступа : 04.05.2022.

8 Рецепты Бабушки Эммы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://youtube.com/c/videoculinaryru>. – Дата доступа : 04.05.2022.

9 Вкусная минутка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://youtube.com/channel/UCwAWqzhIYFKFtgU3dhtXEZg>. – Дата доступа : 04.05.2022.

10 Минутка LITE [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/channel/UC0XvtWsGh8NBfemtBKxoSrg>. – Дата доступа : 04.05.2022.

11 Oblomoff [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/c/rukremov>. – Дата доступа : 04.05.2022.